



VÁLLALATI SZOCIÁLIS TÉRKÉP

TÁJÉKOZTATÓ



***Homo Oecologicus Alapítvány
Budapest, 2021***

HOMO OECOLOGICUS ALAPÍTVÁNY

A Homo Oecologicus Alapítványt 2013-ban hozták létre egyetemi oktatók és tudományos kutatók az-
zal a céllal, hogy különböző kutatási és oktatási-, képzési programok révén erősítsék az állampolgári
tudatosságot és ismeretanyagot a gazdasági, társadalmi valamint a környezeti fenntarthatóság terüle-
tén. Hivatalos stratégiai együttműködő partnerünk a Települési Önkormányzatok Országos Szövetsége
(TÖOSZ), mint a legnagyobb hazai önkormányzati szövetség. A Homo Oecologicus Alapítvány az önkor-
mányzati területen kifejtett szakmai tevékenység elismeréseként TÖOSZ Emléklap kitüntetésben része-
sült 2020. szeptemberben. Az Alapítvány 2019. óta tagja a TÖOSZ Legjobb Önkormányzati Gyakorlatok
Irányító Bizottságának (TÖOSZ LÖGY IB), valamint a 2021 tavaszán megalakult az Európa Tanács Európai
Kiváló Kormányzás Védjegy (ELoGE) nemzeti bizottságában is részt vesz.

A Homo Oecologicus Alapítvány az elmúlt közel évtized során különböző stratégiai kutatásokat gon-
dozott, mint termékhamisítási- és fogyasztóvédelmi, digitális oktatásfejlesztési jellegű valamint városi,
fővárosi kerületi szociális térképek, ifjúsági és időügyi koncepciót megalapozó kutatások, intézményi
hatásvizsgálatok. Továbbá olyan speciális tematikájú képzési programok fűződnek a Homo Oecologicus
Alapítvány nevéhez, mint az Épületenergetikai Civil Akadémia, az első ízben 2020-ban megtartott Smart
Leader önkormányzati vezetőképző program, valamint az 2021 tavaszán elindított Digitális Tanoda prog-
ram.

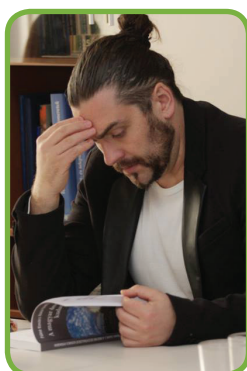
Programjainkról és szakmai tevékenységünkéről bővebben a <https://www.hoec.hu/> oldalon tájékozód-
hatnak az érdeklődők!



Dr. Szatmári Péter Csc.

kurátor

egyetemi docens, rektorhelyettes



Dr. Szabó Tamás PhD.

kuratóriumi elnök

egyetemi adjunktus



Dr. Abay-Nemes Orsolya

kurátor

jogi vezető

Tartalomjegyzék

A MUNKÁLTATÓI MÁRKAÉPÍTÉS STRATÉGIAI DIMENZIÓJA.....	4
DOLGOZÓI KOMPETENCIÁK FEJLESZTÉSE, MUNKAVÁLLALÓI HANGULAT ÉS MOTIVÁCIÓK MEGISMERÉSE	7
A VÁLLALATI SZOCIÁLIS TÉRKÉP MÓDSZERTANA	11
VÁRHATÓ EREDMÉNYEK, RÁÉPÜLŐ SZOLGÁLTATÁSOK.....	15

A MUNKÁLTATÓI MÁRKAÉPÍTÉS STRATÉGIAI DIMENZIÓJA

Napjainkra a vállalati szektorban, a munkaerő megtartása és a meglévő humánerőforrás hatékony motiválása vált az egyik legfontosabb munkaerőpiaci kérdéssé. A 2010-es évek második felében Magyarországon az azt megelőző 20-25 évhez képest merőben új jelenségként tapasztalhattuk a munkaerőhiányt, és vele a minőségi szakemberek iránt egyre erőteljesebben érzékelhető munkáltatói kereslet megerősödését. A humánerőforrás szakirodalom és gyakorlat már önálló részterület – mint *employer branding*, szabad fordításban munkáltatói márkaépítés –, keretében vizsgálja és alkalmazza a hatékony munkaerő, mint szükséges humánerőforrás megtartásának, motiválásának, illetve további ösztönzésének gyakorlatát, mindez a vállalati versenyképesség egyre fontosabb globális dimenziójává válik.

A világgazdasági struktúra rohamos lépésekkel digitalizálódik, az ipar 4.0 és a robotizáció folyamatai különösen a modern nagyvállalati szektorban új és újabb szervezeti technológiai, modernizációs kihívásokat teremtenek, folyamatos innovációs kényszerbe terelve immáron nemcsak a piaci, de az állami és önkormányzati szereplőket is. A stratégiai irányításért felelős menedzsmenttestületek, operatív vezetők számára a működési versenyképesség javítása, hatékonyabbá és eredményesebbé tétele egy olyan holisztikus célkitűzés, ami egyaránt érinti a termelési-, belső és külső szolgáltatási folyamatokat, a pénzügyi dimenziót, az információtechnológiai (IKT) infrastruktúrát és vonatkozásokat, a szervezeti marketing és a *public relations* tevékenységet. Ugyanakkor ebben a technológiai innovációs kényszerek által sűrűn determinált koordinátarendszerben továbbra is kiemelkedő szerep jut az embernek, a humánumnak (a vállalati keretek között: a képzett és rugalmas munkavállalók). A vállalati humánerőforrás kérdése, annak tudatos és tervezett alakítása legalább annyira fontos stratégiai kérdés, mint a termelési-, szolgáltatási vagy éppen a belső pénzügyi folyamatok fejlesztése.

Munkavégzés egy modern vállalati irodatérben.



Az elmúlt közel másfél évtized több hirtelen berobbanó globális válságot, krízist eredményezett. A 2008-2009-es pénzügyi és gazdasági világválság évekig éreztette hatását a gazdaság és munkaerőpiac területein. 2020 elején pedig szinte a semmiből rázta meg a földgolyót a globális közegészségügyi krízis a COVID-19 koronavírus járvány képében. A koronavírus járvány – mint globális pandémia –, még a 2008-2009-es pénzügyi és gazdasági világválságnál is pusztítóbb és összetettebb egészségügyi, gazdasági és társadalmi válságot okozott. A globális válságjelenségek egyre inkább a szervezeti rugalmasság, illetve az alkalmazkodó- és ellenállóképesség az ún. reziliencia szükségességére hívják fel a döntéshozók figyelmét az állami- és önkormányzati, a for-profit vállalati, valamint a civil non-profit szektorokban. A reziliencia nem egyenlő a rezisztenciával, amíg utóbbi puszta ellenállást jelent, addig a reziliencia feltételezi, hogy a nyomásnak, krízisnek kitett egyén vagy szervezet azont túl, hogy védi önmagát, törekszik a saját szervezeti organizmusának hatékony megváltoztatására, egyúttal alkalmazkodva a merőben új szituációhoz és megváltozott körülményekhez. A reziliencia egyszerre jelent ellenállást és rugalmas alkalmazkodást. A válságszituációk – különösen, ha paradigmaticus jelleggel és sebességgel érkeznek, mint a már említett krízisek – elemi erővel bontják meg a status quo-t, amire szükséges reziliens választ adni. Ilyen volt az elmúlt másfél év folyamán az oktatásban a személyes jelenléti oktatást szinte egyik napról a másikra felváltó digitális oktatás bevezetése; a személyes munkahelyi megbeszélések, értekezletek online konferenciákra (pl. Zoom, Teams) átállítása; de ez adott lendületet a digitális pénzügyi fintech megoldások jelentős elterjedése számára is. A vállalati humán erőforrástervezés egyre fontosabb aspektusa, hogy a munkavállalók miként tűrik a stresszsituációkat és kríziseket, továbbá a szervezeti reziliencia megerősítését szolgáló intézkedések hogyan állíthatók be a munkáltató márképítés folyamatába.

A COVID-19 koronavírus fenekestül felforgatta a gazdaság - különösen a szolgáltató szektor -, valamint a közigazgatás és a különböző közszolgáltatások világát. A karanténhelyzet és a *social distancing* komoly kihívások elé állították az intézményi szereplőket. A munkavállalók pedig arra kényszerültek, hogy akár nagyon rövid idő alatt sajátítsák el az online munkafolyamatok és tevékenységek mindennapos használatához elengedhetetlen ismereteket. Munkáltatói oldalról nagyon fontos megismerni és feltérképezni a krízisek által akár gyökeresen megváltozott munkavállalói attitűdöket, a rugalmas reziliens stratégiák keretében sokszor kényszerből bevezetett szervezeti változások dolgozókra gyakorolt hatásait – legyenek azok egyszerű beosztottak, alsó- és középszintű vezetők; dolgozzanak közvetlenül a termelési és szolgáltatási folyamatokban vagy a vállalatok zavartalan működését támogató szervezeti egységeknél (jogászok, pénzügyesek, HR-es és marketingesek).

A reziliencia jelensége a hirtelen krízisekkel szembeni védekezés és ellenállás mellett magában foglalja a megújulás képességét a szervezet és az egyének szintjén.



Az eredményes *employer branding* erősíti a munkatársak vállalat iránti lojalitását, valamint megfelelő módon és mértékben képes dinamizálni az egyéni teljesítményeket. Viszont alapvető feltétele, hogy a munkáltató tisztában legyen a munkatársaknak a vállalat belső működési mechanizmusokkal kapcsolatos véleményével, meghatározó érzületeivel. Ezek megismerése szakmai-tudományos módszerek nélkül azonban csak rendkívül féloldalas, *l'art pour l'art* jelleggel valósítható meg, amely nélkülözi a stratégiai szemléletet és az empirikus tudományos módszertant.

DOLGOZÓI KOMPETENCIÁK FEJLESZTÉSE, MUNKAVÁLLALÓI HANGULAT ÉS MOTIVÁCIÓK MEGISMERÉSE

Dolgozói kompetenciák fejlesztése a Vállalati Szociális Térkép segítségével

A különböző országos, regionális vagy intézményi szintű versenyképességi vizsgálatok fontos kiemelkedő dimenziója a rendelkezésre álló emberi, humán tényezők, paraméterek vizsgálata. A fejlett országok piaci szektoraiban alakult ki először az ún. kompetenciaalapú menedzsment (*competency-based management - CBM*), amely hangsúlyosan épít a napi munkavégzéshez szükséges készségek, képességek és kompetenciák tudatos fejlesztésére. A fejlett OECD ország vállalati és közszolgálati rendszereiben évtizedek óta alkalmazzák a CBM megoldásait, amely a humánerőforrás menedzsment korábban már létező tradicionális eszközeit (kiválasztás; előmenetel; jutalmazási, képzési-, továbbképzés) egészíti ki, illetve helyezi új szintre olyan addig elhanyagolt vagy kevésbé fontosnak tartott *soft skill*ek előtérbe helyezésével, mint a kommunikáció, a csapatmunka, az önismeret és személyiségfejlesztés, vagy a szervezeten belüli interperszonális kapcsolatok. Ezeket a modern munkavállalói készségeket- és kompetenciákat a leginkább hatékony belső vagy professzionális külső szereplőktől megrendelt képzési programok révén biztosítják a vállalatok, amely révén nemcsak új tudás átadása történik, hanem a már korábban elsajátított felsőoktatási graduális, posztgraduális, valamint munkahelyi gyakorlati ismeretek felfrissítése.

A hatékony és eredményes szervezeti működés feltétele, hogy a munkavállalók megfelelő kompetenciákkal rendelkezzenek.



A CBM szakirodalom és módszertan alapja az egyéni kompetenciák rendszere és azok fejlesztése. McLelland híres 1973-as tanulmánya szól a munkahelyi kompetenciákról -, benne az ún. alap-, mag vagy kulcskompetenciák megismerésének és elsajátításának a fontosságáról. Harold Schroder 1989-ben 11 magkompetenciát (*core competencies*) nevesített 4 területen: kognitív kompetenciaterület; motivációs kompetenciaterület; teljesítmény-kompetenciaterület; irányítási-kompetenciaterület.

A rendelkezésre álló humánerőforrás a gazdaság egyik fontos meghatározó bemeneti *input* mutatója, amely megfelelő szakmai minőségi paraméterek mentén képes biztosítani a hatékony szervezeti és egyéni teljesítményeket – mint elvárt kimeneti *output* mutatókat, eredményindikátorokat. Ehhez szakmailag hozzáértő, kompetens személyi állomány szükséges, megfelelő szakmai ismeretekkel, attitűdökkel, valamint készségekkel- és kompetenciákkal felvértezve. Napjainkra stratégiai kérdéssé vált a munkavállalói (legyen az kék- vagy fehérgalléros) kompetenciák, fejlesztési szükségletek felismerése és tudatos, egyénre szabott fejlesztése. A kompetenciamenedzsment az alap- vagy kulcskompetenciák (*core competences*) és a fellelhető „jó gyakorlatok” (*best practices*) mellett számos egyéb bevált módszert alkalmaz, mint például a munkakörelemzés, a kritikus esetek elemzése (*critical incident analysis*), a „jó teljesítmény kritériumai” (*reporty grids*), illetve speciális technikák, mint a 360 fokos értékelés vagy a viselkedés-elemző interjúk.

Felmerül a kérdés, hogy hol található a munkavállalók kompetenciaalapú fejlesztési folyamata a munkáltatói márkaépítéssel. A vállalatok számára egyre fontosabb a megfelelő kompetenciával, munkahelyi *hard* és *soft skill*-ekkel, készségekkel rendelkező munkavállalók megtalálása és a vállalathoz történő bevonása, valamint minél hosszabb ideig való megtartása. A fejlesztendő képességek, ismeretek, kompetenciák meghatározásához, azok fejlesztési operatív folyamatainak megalapozásához nagyon fontos empirikus bázist biztosítani a vállalathoz – mint munkahely – kapcsolódó dolgozói elvárások, attitűdök mélyebb megismerése, részletes feltérképezése, ami a Vállalati Szociális Térkép egyik meghatározó célkitűzése.

Munkavállalói kompetenciák gyűjtése egy szakértői brain storming keretében.



Munkavállalói hangulat és motivációk megismerése a Vállalati Szociális Térkép mentén

A Vállalati Szociális Térkép révén pontosan körvonalazható a rendelkezésre álló vállalati humán-erőforrás belső hangulatának, a vezető és beosztott munkavállalók körében a vállalat működésével kapcsolatos meghatározó szubjektív érzületek, vélemények pontos és részletes megismerése, és az így megszerzett szervezeti információk beépítése a vállalati stratégiai tervezésbe, elsődlegesen a HR, de akár más működési területeken. A társadalmi, technikai változások oly mértékben felgyorsultak, hogy már középtávon sem lesz életképes az a vállalat, amelyik nem képes megfelelő válaszokat adni a változások által támasztott személyügyi kihívásokra.

A Vállalati Szociális Térkép alkalmas a munkavállalók (vezetők, beosztottak) részéről a vállalat – és vele a menedzsment – irányába nyíltan, vagy rejtett módon megfogalmazott humán- és szociális igények részletes felderítésére és aggregálására, legyen az fizetési rendszer, béren kívüli juttatások, munkaeszközigény, munkarendi kérdések, munkavédelem, valamint a vállalathoz kapcsolódó egyéb dimenziók. A Vállalati Szociális Térkép egyúttal alkalmas a különböző intézményfejlesztések megalapozásához, mint humán- erőforrás, bérigazdálkodás, cafeteria-rendszer, belső kommunikáció, fenntarthatósági jelentés, és vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) stratégia.

A vállalati belső személyügyi stratégiai tervezés fontos alapja munkáltatói oldalról tisztában lenni a kollégák készségeivel, a meglévő hard és soft kompetenciákkal, valamint megismerni a belső szervezeti és személyi-interperszonális viszonyokról kialakított véleményeket.



A Homo Oecologicus Alapítvány korábbi vállalati- és közigazgatási kutatási illetve oktatási tapasztalatai mentén alakította ki a Vállalati Szociális Térképet, mint módszertani piaci szolgáltatási programot. Fontos alapja a kvantitatív és kvalitatív kutatási eszközökre épülő komplex kutatási programcsomag, amely egyszerre tartalmaz mennyiségi (nagy elemszámú reprezentatív online kérdőíves felmérések) valamint minőségi (strukturált mélyinterjúk, fókuszcsoportos beszélgetések) megoldásokat a menedzsment, közép- és alsósztintű vezetői illetve beosztott munkatársak körében.

A Vállalati Szociális Térkép, mint program és speciális szolgáltatás nem konkurálni, hanem kiegészíteni, szakmailag megerősíteni kívánja a vállalati humánerőforrás már működő rendszerét (kiválasztás, ösztönzés-jutalmazás, előmenetel, belső képzési tevékenység). Ugyanakkor határozott célja, hogy a felsorolt speciális kutatómódszertani eszközök alkalmazása révén segítsen megjeleníteni a még nem látható, felszín alatti rejtett konfliktusforrásokat, a mélyben már artikulálódó attitűdöket, a nyílt vagy még csak megbúvó domináns vezetői és beosztotti munkavállalói véleményeket.

A VÁLLALATI SZOCIÁLIS TÉRKÉP MÓDSZERTANA

A Vállalati Szociális Térkép egy olyan komplex munkavállalói, munkatársi szociális hatásvizsgálat és helyzetkép, amely mentén tudományos eszközökkel, elméleti és empirikus megközelítéssel vizsgáljuk a vállalat munkavállalói körében kimutatható a belső munkahelyi anyagi, infrastrukturális, humánerőforrás és információs-kommunikációs viszonyok kapcsán kialakult szubjektív érzületeket. A Vállalati Szociális Térkép alkalmas a munkavállalók (vezetők, beosztottak) részéről a vállalat – és vele a menedzsment – irányába nyíltan, vagy rejtett módon megfogalmazott humán- és szociális igények részletes felderítésére és aggregálására, legyen az fizetési rendszer, béren kívüli juttatások (cafeteria), munkaeszközigény, munkarendi kérdések, munkavédelem, valamint egyéb, a vállalathoz kapcsolódó egyéni vélemények. A Vállalati Szociális Térkép segítségével a munkáltatónak szélesebb rálátása lehet bizonyos meglévő, az alkalmazott kutatómódszertani eszközökkel kimutatható munkavállalói *soft skill*-ek, kompetenciák mértékére, amely aktívan segítheti a belső vállalati kompetenciafejlesztések hatékonyabb megtervezését.

A Vállalati Szociális Térkép egyúttal alkalmas a különböző intézményfejlesztések megalapozásához, mint humán-erőforrás, bérigazdálkodás, cafeteria-rendszer, belső kommunikáció, fenntarthatósági jelentés és/vagy vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) stratégia.

A Vállalati Szociális Térkép meghatározó kutatási kérdései

- Milyen belső nyílt vagy rejtett, formális és informális konfliktusok tapasztalhatók a szervezetben belül?
- Ezek a konfliktusok mennyire vezethetők vissza szervezeti és/vagy személyi okokra?
- Milyen szervezeti intézkedések szükségesek a konfliktusok feloldásához?

A kutatás eredményei, a Vállalati Szociális Térkép és a megalapozó, komplex metodikára épülő vizsgálatok a megrendelő vállalat számára több oldalról is hasznosíthatók. Ennek révén megismerhetővé válnak a szervezet belső szociális jellegzetességei, a munkavállalói, munkatársi vélemények és egyúttal a vállalat belső viszonyainak javításához kapcsolódó munkavállalói, munkatársi igények.

A vállalati döntéshozók számára készülő szintézisek elősegítik a belső munkavállalói szolgáltatásfejlesztési irányok pontosítását, a kommunikációs, információs és szervezetfejlesztési szempontok erőteljesebb alkalmazását, illetve a potenciális, vagyis rejtett konfliktusokra és a várható konfliktuskezelésre való felkészülést. Másrészt a kutatási eredmények – benne hangsúlyosan az új információk megismerésével – mentén szélesedhet a vállalat belső humán (szociális) fejlesztési aktivitása: hol kell növelni a kapacitásokat, mely területeken, kérdésekben szükséges az alkalmazott eszközök újragondolása.

Kiemelt kutatási specifikumok

Vállalati humán vonzerő vizsgálata

- a munkaerő-megtartás elemeinek vizsgálata;
- a vállalati belső humán szolgáltatási térkép és szolgáltatási skála (ismeret, hasznosság, igényekre történő reflexió);

- mely területeken mutathatók ki a belső szolgáltatási kapacitáshiány és munkavállalói feszültségek – cafeteria, bérezési struktúra, szervezeti kommunikáció stb.

Belső kvalitatív mélyinterjúk

- 10-30 főt érintő kvalitatív mélyinterjúk, fókuszcsoportos beszélgetések, amelyek
 - felsővezetői és középvezetői interjúk;
 - beosztotti, ügyintézői interjúk;
 - a vállalat által nyújtott belső humán szolgáltatásokban érintett munkatársak – pl. üzemorvos, a vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) kialakításában érintett munkatársak, üzemi tanács munkavállalói oldala.

Belső kvantitatív véleménykutatások

- online reprezentatív véleményfelmérések;
- adott esetben ún. véleményládák alkalmazása.

Adatfeldolgozás

- A nagy elemszámú kitöltött online kvantitatív kérdőíves felmérések adatainak professzionális SPSS alapú feldolgozása.
- A kutatás keretében rögzített kvalitatív strukturált mélyinterjúk, fókuszcsoportos megbeszélések szakszerű szó szerinti leírata, és azokból való interjú- és fókuszcsoportos kivonatok készítése.
- Minden egyéb a kutatás számára fontos és a megrendelő által a Homo Oecologicus Alapítvány rendelkezésére bocsátott intézményi adat- és információ feldolgozása a hatályos adatvédelmi hazai és közösségi jogszabályok (elsődlegesen a GDPR) szigorú betartása mellett.

Adatelemzés- és szintetizálás

- A kutatás rendelkezésére bocsátott vállalati dokumentumok és stratégiák, valamint a kutatás számára fontos vállalati információk elemzése;
- a kvantitatív és kvalitatív kutatási információk elemzése, szintetizálása;
- az adott ágazati szektorban ismeretes hazai és nemzeti ún. jó gyakorlatok (*best practices*) szintetizálása a kutatás során szerzett vállalati tapasztalatokkal.

Online kvantitatív kérdőíves felmérések

A Homo Oecologicus Alapítvány által gondozott kvantitatív online kérdőíves felmérések alapjául szolgáló webes felületet egy saját fejlesztésű internetes oldalon alakítjuk ki, így közvetlenül tudjuk koordinálni a különböző nagy elemszámú (akár többszázaz, többezres) lakossági és intézményi – legyen az önkormányzati vagy vállalati – kérdőíves felméréseket. A kérdőívek többkörös szakmai egyeztetésen

mennek át, amíg elnyerik végleges formájukat. Az Alapítvány kvantitatív kutatási tapasztalatokkal rendelkező szakértői által előkészített kérdőívtervezet a megrendelő szervezet (Vállalati Szociális Térkép esetében a kutatás alanyául szolgáló gazdasági szereplő) kijelölt munkatársaival véglegesítjük. A többkörös egyeztetés oka, hogy a vállalati szociális térkép meghatározott tartalmi elemei mellett szakmailag indokolt esetekben megjeleníthessük a megrendelő vállalatok egyéb speciális kéréseit, igényeit.

Screenshot a Homo Oecologicus Alapítvány Digitális Tanoda intézményfejlesztési lakossági kérdőíves felmérését tartalmazó online felületről (forrás: hoeckutatasok.hu).

20. Milyen mértékű különbséget tapasztalt a tavalyi 2020-as tavaszi digitális oktatás (mintelső szakasz), valamint az idei 2021 tavaszi digitális oktatás (mint második szakasz) körülményei között? Értékelje saját tapasztalatai alapján egy 1-5 skálán, ahol az 1-es szerint nagymértékben romlottak a digitális oktatás körülményei a második szakaszra, az 5-ös szerint nagymértékben javultak.

	1 - nagymértékben romlottak a körülmények	2	3	4	5 - nagymértékben javultak a körülmények
	☐	☐	☐	☐	☐

21. Értékelje a digitális oktatás minőségét a rendes jelenléti oktatáshoz viszonyítva az alábbi szempontok szerint!

	sokkal rosszabb	kicsit rosszabb	nincs különbség	kicsit jobb	sokkal jobb
a digitális oktatás minősége a jelenléti oktatáshoz képest	☐	☐	☐	☐	☐
a tanár-diák viszony alakulása a digitális oktatás esetében a jelenléti oktatáshoz képest	☐	☐	☐	☐	☐
a tanulóknak az iskolai kötelezettségekhez való hozzáállása a digitális oktatás esetében a jelenléti oktatáshoz képest	☐	☐	☐	☐	☐
az iskola hozzáállása a tanulókhöz és a szülőkhöz a digitális oktatás esetében a jelenléti oktatáshoz képest	☐	☐	☐	☐	☐

Kvalitatív kutatások és dokumentumelemzés

Személyes strukturált mélyinterjúk és kvalitatív fókuszcsoportok

- A kutatás tárgyához kapcsolódó strukturált mélyinterjúk – menedzsment, középvezetői interjúk.
- A kutatás tárgyához kapcsolódó fókuszcsoportos beszélgetések – alsószintű vezetői és beosztott munkavállalók részvételével.
- A kutatás szempontjából fontos egyéb személyeket bevonó mélyinterjúk, fókuszcsoportok – pl. üzemorvos, a vállalati étkeztetésben résztvevők.

Dokumentumelemzés, adatelemzés- és szintetizálás:

- A kutatás tárgyához kapcsolódó rendelkezésre álló vállalati stratégiai dokumentumok (pl. vállalati fenntarthatósági, CSR stratégiák) szintetizálása.

- A kutatáshoz kapcsolódó egyéb kurrens statisztikák, mások által készített hasonló ágazati vállalati felmérések, szakmai tanulmányok – együtt: szekunder adatforrások - áttekintése.

Szemléltető infografikák készítése:

- A kutatás során keletkezett információkat szemléltető speciális infografikák készítése.

Fókuszcsoportos beszélgetés a Homo Oecologicus Alapítvány egyik kutatási projektrendezvényén.



VÁRHATÓ EREDMÉNYEK, RÁÉPÜLŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A Vállalati Szociális Térkép várható eredményei

A Vállalati Szociális Térkép eredményeit önálló kutatási zárójelentésben összegezzük, amely tartalmazza a teljes kutatási tevékenység elemeit – ezek a következők:

- kérdőíves felmérések, mélyinterjúk;
- fókuszcsoporthoz;
- vállalati dokumentumelemzés;
- a kapcsolódó szekunder források szintetizálása;
- ábrák, infografikák;
- vállalati szociális célpiramis és SWOT-analízisek.

Célunk, hatékony segítséget nyújtani a vállalat számára a belső munkavállalói szolgáltatások továbbfejlesztése és bővítése témakörben, javaslatok szolgáltatási integrációkra, valamint információs segítség a vállalati készség- és kompetenciaképzések számára,

Igény esetén speciális szakmai utánkövetést biztosítunk a megrendelő vállalat számára meghatározott paraméterek mentén (tréningek, időszakos fókuszcsoporthoz).

A Vállalati Szociális Térkép kiegészítése ráépülő speciális szolgáltatásokkal

Igény esetén az elkészült Vállalati Szociális Térkép eredményeire épülő alábbi speciális szolgáltatásokat biztosítjuk szakértőink segítségével:

- kommunikációs tréning vezetőknek/beosztottaknak;
- szervezetfejlesztési tréning vezetőknek;
- vezetői coaching;
- generációs különbségek kezelése, generációs stratégia készítése;
- CSR stratégia elkészítése/újragondolása;
- mediációs, konfliktuskezelési szolgáltatás.

A Vállalati Szociális Térkép elkészítésének költségei

Ez függ a kapcsolódó megalapozó kutatások jellegétől és megvalósítási, kivitelezési költségeitől (kvantitatív/kvalitatív kutatások megoszlása; dokumentumelemzés; fókuszcsoporthoz kutatások).

A konkrét kutatási terv és vállalat eredmények – mint output célindikátorok - lebontása a vállalati megrendelői igények konkrét és beható megismerését követően várható.

A HOMO OECOLOGICUS ALAPÍTVÁNY ADATAI ELÉRHETŐSÉGEI

Székhely:

2330 Dunaharaszti, Nyúldomb utca 7/c.

Adószám:

18504396-2-13

Számlavezető hitelintézet és számlaszám:

Raiffeisen Bank 12010556-01363057-00100006

Képviseli:

Dr. Szabó Tamás kuratóriumi elnök

telefon: +36-30/905-2707;

e-mail: szabo.tamas@hoec.hu

Egyéb elérhetőségek:

Dr. Abay-Nemes Orsolya kurátor, jogi vezető

telefon: +36-30/207-1433

e-mail: abay-nemes.orsolya@hoec.hu

Központi e-mail cím:

info@hoec.hu