

BENE ÁGNES

FIATALOS IT VÁLLALATOK? MILYENNEK LÁTJÁK A FIATALOK AZ IT SEKTOR SZERVEZETEIT

Hallgatói vélemények feltárása a Debreceni Egyetemen

Jelen tanulmány az IT szektor szereplőinek olyan meghatározását adja, amely a megkérdezett egyetemi hallgatók (n=408) véleményét veszi alapul. A hallgatói vélemények sokszínű képet mutatnak. Az általános iparági jellemzők mellett megragadják a vállalati általános és operatív működés területeit is, mint a vállalat munkáltatóként történő jellemzése, a munkakörnyezet, a munkavégzés és a munkavállalókkal szembeni elvárások. A termékkel, szolgáltatással kapcsolatos jellemzők elsősorban a minőség szempontjait járják körül. A vélemények szerint az IT vállalatok legfőbb jellemzői a gyors, dinamikus fejlődés, a rugalmasság, a munkatársaknak nyújtott képzési, fejlődési lehetőségek és a versenyképes fizetés. A fiatalos arculat (fiatal csapat, fiatalos légkör) megjelenik ugyan a jellemzésekben, de más szempontok sokkal nagyobb hangsúlyt kapnak. Olyan válaszadó nem is akadt a mintában, aki kizárólag fiatalosnak jellemezte volna az IT vállalatokat.

Bevezetés

Az informatikai és technológiai szektor piaci szereplői (IT vállalatok²²) a szinte mindent megváltoztató digitalizációval párhuzamosan egyre fontosabb szerepet töltenek be a gazdaságban és az emberek mindennapjaiban egyaránt. A fokozódó szerepvállalással munkaerőigényük is egyre nő. Európában és Magyarországon is az iparágakon átívelő informatikushíányról szólnak a híradások. A globális szereplők, mint a Google, vagy a Facebook mellett gyorsan növekvő helyi vállalatok próbálnak hagyományos, és mind inkább újszerű módszerekkel tehetséges diplomás munkavállalókat is toborozni.

A Google gyakornokok céges életét bemutató 2013-as mozifilmén keresztül a vállalat a szélesebb közönség számára akarta vonzóbbá és ember közelebbé tenni az informatikát. A gyakornoki programjukba jelentkezők számával egyáltalán nem voltak elégedetlenek, hiszen az 1500 gyakornoki helyre több, mint 40 000-en jelentkeznek a világ minden pontjáról (Shontell, 2013).

Az ingyenes szakmai előadásokkal érdeklődőket vonzó Innonic²³ Debrecenben székel. Közel sem ők a legnagyobb IT foglalkoztatók a régióban, viszont munkaerő-állományuk folyamatosan nő, gyakran vannak nyitott pozícióik. Ott vannak az állásbörzéken, egyetemi rendezvényeken. Címlista adatbázisuk a stand regisztrációknak, a sok ingyenes programnak, letölthető e-booknak köszönhetően gyorsan gyarapszik. Az új nyitott pozícióik hírével erőteljes digitális marketinggel érik el a potenciális munkavállalókat.

Ezek a példák a széles marketing kommunikációs eszköztárból kiragadottak. A pályakezdő diplomás munkavállalók célcsoport-specifikus platformokon is találkozhatnak a potenciális IT

Bene Ágnes PhD hallgató, Debreceni Egyetem.

²² A szerző korábbi hallgatói kutatásaiban az IT vállalat/cég elnevezés használata bizonyult a legalkalmasabbnak a célcsoport véleményének feltárásában (például Bene-Ásványi, 2017).

²³ Az Innonic (Innonic Group Zrt.) startup stúdióként definiálja magát. Az Innonic Akadémia elsősorban a dolgozóiknak szervezett oktatások és képzések sorozata. Ezen képzések egy részét tették nyitottá a helyi közösség támogatásának szándékával. (<https://www.innonic.com/academy/>)

munkáltatókkal, ilyenek például az egyetemi karrierbörzék, a vállalati kurzusok, sőt az utóbbi időben a fesztiválok és más szabadidős rendezvények is.

A vállalatok image-e a munkaerőpiacon, az **employer brand** komoly tényezővé vált a fiatal tehetségek megnyeréséért folyó küzdelemben. Milyen az IT vállalatok employer brandje, beszéljünk-e egyáltalán iparági jellemzőkről?

2018-ban kezdtek cikkezni a vezető gazdasági szakfolyóiratok arról, hogy az IBM több ezer idősebb munkavállalót épített le néhány év alatt, nagyrészt image-e megváltoztatásának céljából (például De Vynck, 2018). A vádak szerint az IBM nem egy régi vágású idejétmúlt cég akar lenni (an old fuddy duddy organization), hanem egy „menő” és „trendi” vállalat, (cool and trendy), ahol a fiatal tehetségeket tárt karokkal várják. A magyarázatokban felbukkant a „fiatalos” versenytársakkal, – mint a Google, vagy a Facebook – folytatott kiélezett verseny a munkaerőpiacon. Az eltávolított alkalmazottak perек sorozatát indították a céggel szemben (Thomson, 2019). Az IBM esete nem egyedülálló, korábban is történtek hasonló esetek az iparágban (például Amazon (Kantor–Streitfeld 2015), viszont azok az ügyek a munkavállalók kisebb csoportjait érintették, és nagyrészt peren kívül rendeződtek.

Jelen tanulmány arra a kérdésre keresi a választ, hogy a potenciális munkavállalók, a megkérdezett egyetemi hallgatók hogyan határozzák meg az IT vállalatokat. Megjelenik-e a fiatalság, a fiatalos környezet, a fiatal kollektíva ezekben a meghatározásokban. Vagyis szerintük mennyire fontos eleme az IT szektornak a fiatalosság.

IT vállalatok meghatározása

A szakirodalomban, a gazdaságban és az egyetemi hallgatók szempontjából releváns kommunikációs tartalmakban az IT vállalatok elnevezése és meghatározása nem egységes, és időben is változásokon megy át.

A TEÁOR egy olyan osztályozás, ami keretrendszer biztosít a statisztikai célú hazai központi adatgyűjtéshez, - feldolgozáshoz, és azok közléséhez (KSH 2003). A TEÁOR-t a jogszabályalkotásban és a közigazgatásban is használják. Előbbi területen a tevékenységek azonosítására, utóbbiban például a cégnyilvántartásban, az adóalany-nyilvántartásban, a bíróság nyilvántartásában. A KSH 2012-től a TEÁOR'08 szerint publikálja szakstatisztika adatait. A TEÁOR'08 IT vállalatokat leginkább érintő változása az volt, hogy egy új nemzetgazdasági ágat hoztak létre „J” „Információ, kommunikáció”²⁴ néven (KSH, 2008). Ennek ellenére egy IT vállalat besorolása több nemzetgazdasági ágat is érinthet.²⁵

²⁴ A J nemzetgazdasági ág ágazatai:

- a kiadói tevékenység, beleértve a szoftverkiadást is (58 ágazat)
- a film-, video-, hangfelvétel készítése (59 ágazat),
- a rádió- és televízióműsor-összeállítás és műsorszolgáltatás (60 ágazat),
- a távközlési szolgáltatások (61 ágazat) és az információ-technológiai tevékenységek (62 ágazat),
- és az egyéb információs tevékenység (63 ágazat).

²⁵ A nemzetgazdasági ágakat tekintetében egy adott IT vállalat besorolása a következő ágakat érintheti:

- **M** „Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység” nemzetgazdasági ágba tartoznak a magasabb képzettséget, speciális tudást és szakértelmet igénylő tevékenységek
- **N** „Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység” nemzetgazdasági ágba tartoznak azon tevékenységek, amelyek az általános gazdasági ügyleteket segítik. A számítástechnikai tevékenység (TEÁOR'03 72-es ágazata) kikerült ebből a nemzetgazdasági ágból.
- **S** „Egyéb szolgáltatás” nemzetgazdasági ágba került a számítógép javítása a háztartási cikkek javításával egy helyre.
- **J** „Információ és kommunikáció” új nemzetgazdasági ágban kapott helyet a szoftverkiadás és a távközlési tevékenység.

A szakirodalomban technológiai vállalat (Jussila et al, 2014), ICT (Information Communications Technology) vagy ITC vállalat (Blaskovics, 2014; Calisir et al, 2010), high tech vállalat (Kunda, 2009; Klepper, 2001) szerepelnek hasonló jelentéstartalommal.

A hétköznapi szóhasználathoz közeli wikipédiában, a nyílt, közösségi fejlesztésű online enciklopédiában az IT vállalat, informatikai cég szintén ezen vállalatok csoportját jelöli (Wikipedia, 2019).

Az egyes vállalatok besorolásának szóhasználati változásait/rugalmasságát jól szemléltetik a PwC kutatások²⁶ kategóriáinak változásai. Az utóbbi két év kutatási jelentéseiben IT szektor (PwC, 2018), és Technológia (PwC, 2019) kifejezések foglalják össze azt a vállalati kört, amelynek olyan tagjai vannak, mint a Google (PwC, 2018), a Prezi, az IBM, és az Epam (PwC, 2019).

Olyan további fogalmak, mint az SSC (Shared Service Center, magyarul kevésbé használt: osztott szolgáltatási központ) (bővebben: Juhász, 2018; Bögel, 2009), a startup (bővebben: Kollmann et al, 2016; Veiszer, 2013.), és az IPAR 4.0 (bővebben: Némethy–Poór, 2019) okozhatnak zavarokat a definícióalkotásban.

Miután a hallgatói vélemények feltárása volt a cél, jelen kutatásban igyekeztünk minél tágabb fókuszot alkalmazni a jellemzett szervezetek tekintetében. A korábbi adatfelvételek során az IT szektor szervezeteinek megnevezése helyett, az adatfelvétel során hallgatók számára könnyebben értelmezhető IT vállalat/cég megfogalmazás alkalmazása mellett döntöttünk.

IT vállalat, mint munkáltató






















Ha az iparág megítélését próbáljuk körüljárni, jó támpont lehet a márkaérték, az iparági szereplők márkaértékének áttekintése. Az Amerikai Marketingszövetség definíciója szerint a márka „egy név, kifejezés, dizájn, szimbólum vagy bármely más jellemző, amely megkülönbözteti egy adott eladó termékét vagy szolgáltatását más eladók termékeitől vagy szolgáltatásaitól.” (idézi Takács, 2014:38). A márkát önálló entitásként lehet értékelni. A márkaérték becslése a vállalatok értékeléséhez hasonló módszertannal történik, általában pénzügyi alapon.

2018-ban az Interbrand 19. alkalommal tette közzé márkaérték rangsorát, a legjobb globális márkák „beárazásával”. Az értékelés során négy belső és hat külső faktort használtak (Interbrand, 2018). Az 1. ábra a 2018-ban 21 legértékesebb globális márkát jeleníti meg.

Az 1. ábrán (következő oldal) látható, hogy a világ legértékesebb globális márkáinak jelentős része (az első 10-ből 6) a technológiai/IT vállalatokból kerül ki. Ezen vállalatokkal kapcsolatban gyakran találkozhatunk a „menő” vagy „szexi” jelzőkkel is (Hoggins, 2019).

²⁶ A PwC Magyarország könyvvizsgáló és gazdasági tanácsadó 2016 óta évente teszi közzé kutatásának eredményeit a hazai felsőoktatási intézményben tanuló diák és pályakezdők munkahely-választási preferenciáiról (PwC, 2018)

1. ÁBRA: A 21 LEGÉRTÉKESEBB GLOBÁLIS MÁRKA 2018-BAN.

01  +16% 214,480 \$m	02  +10% 155,506 \$m	03 <small>TOP GROWING</small>  +56% 100,764 \$m	04  +16% 92,715 \$m	05  -5% 66,341 \$m	06  +6% 59,890 \$m	07  +6% 53,404 \$m	08  +2% 48,601 \$m
09  -6% 45,168 \$m	10  +5% 43,417 \$m	11  +10% 43,293 \$m	12  -8% 42,972 \$m	13  -1% 41,006 \$m	14  -2% 39,874 \$m	15  +8% 34,575 \$m	16  -26% 32,757 \$m
17  +11% 30,120 \$m	18 <small>TOP GROWING</small>  +23% 28,152 \$m	19  -5% 26,133 \$m	20  +4% 23,682 \$m	21  +1% 22,885 \$m			

Forrás: Interbrand 2018. 12.o. (1.-21.helyezések)

A munkáltatói márka (gyakran a hazai szakirodalomban is: employer brand) az a kép, (image), ami a szervezetet, mint munkáltatót reprezentálja (Armstrong, Taylor 2017), és ami "a munkavállalásból származó és a munkavállalóval azonosított funkcionális, gazdasági és pszichológiai előnyök összessége" (Ambler–Barrow, 1996:187). A munkáltatói márkával szoros összefüggésben tárgyalják a munkavállalói értékeket (employee value). Ezek egyik lehetséges csoportosítása (Armstrong–Taylor, 2017):

- a vállalat üzleti és munkáltatói hírneve;
- a munkakörnyezet;
- a sokféleség megközelítése;
- a munka-magánélet egyensúlyhoz való hozzáállás;
- az elhelyezkedés;
- a karrierlehetőségek;
- a fejlődés, az új készségek elsajátításának lehetőségei;
- az alkalmazás lehetőségei, feltételei (munkajogi).

Az IT vállalatok reputációját erősíthetik az egyetemisták körében a szektorban várható magas kezdő fizetések, valamint az informatikai végzettséggel rendelkező diplomás pályakezdők gyors elhelyezkedési esélyei (Harkányi et al, 2019). Ezen információk (várható kezdő fizetések, diplomás álláskeresők aránya) könnyen hozzáférhetőek az egyetemisták számára, sőt az Oktatási Hivatal ezen információkat publikus formában elsősorban középiskolásoknak, pályaválasztás előtt állóknak és szüleiknek szánja (OH, 2019).

Jelen kutatásban arra kerestük a választ, hogy él-e valamilyen konkrét jellemzőkkel leírható kép az IT vállalatokról a hallgatók fejében, illetve, hogy a korábban érintett iparági megnevezések (pl. IT vállalat, tech cég) valóban összemoshatóak-e a hallgatói vélemények tükrében.

A generációs különbségek vizsgálatára a munkaerőpiacon (Rusinné–Fedor, 2019) és a munkahelyen (Berényi, 2018; Mór, 2015) egyaránt találunk példákat. A kormanagerment folyamatos kihívások elé állítja a szervezeteket (Mór–Bene, 2018). Az életkori diszkrimináció tekintetében az IT szektor szereplői is érintettek (például a Bevezetőben említett IBM). Jelen kutatásban arra a kérdésre is választ kerestünk, hogy a potenciális diplomás munkavállalók, - a vállalatok majdani döntéshozói (Berényi, 2019), az IT vállalatok definíciójában megfogalmazznak-e generációs, vagy életkori elvárásokat.

Adatok, módszer

Az adatfelvétel a Debreceni Egyetemen történt értelmiségi modulok vizsgatevékenységéhez kapcsolódva 2019-ben. A válaszadók a Debreceni Egyetem 10 Karáról származnak, a minta nem reprezentatív. Az értelmiségi modul bárki számára szabadon választható féléves kurzus. Az adatfelvétel közvetlenül a csoportos vizsga előtt történt.

Az adatfelvétel során saját szerkesztésű kérdőívet használtunk. A kérdőívben 2 nyílt kérdés érintette az IT vállalatok körének meghatározását és jellemzését. A személyesen asszisztált kitöltés során külön kérésként hangzott el, hogy a kérdőívet kitöltők a nyílt kérdésekre válaszoljanak. A nyílt kérdések a következők voltak:

1) *„Ön szerint milyen jellemzői vannak egy IT vállalatnak/cégnek? Kérem írja le saját szavaival!”*

illetve:

2) *„Milyen IT vállalatokat/ cégeket ismer? Sorolja fel a vállalatok (cégek) nevét:”*

A válaszok feldolgozása tartalomelemzéssel történt. A jelentésegységeket (ezek szavak és szókapcsolatok lehettek) kódok/kategóriák segítségével rendelték hozzá a kódoló az adatokhoz (Miles et al, 1994).

Az elkészült kategóriarendszer 88 kódot és 8 tematikus kategóriát tartalmaz.

A kategóriák kialakítása során a korábbiakban felvázolt Armstrong és Taylor (2017) csoportosítása jelentette a támpontot.²⁷ A végső értelmezési kategóriák a következők:

- 1) Általános, iparági jellemzők (11 kód)
- 2) Vállalati jellemzők (16 kód)
- 3) Vállalati működés, tevékenységek általános jellemzői (9 kód)
- 4) Termékkel kapcsolatos megfogalmazások (4 kód)
- 5) Általános munkáltatóként való jellemzés (8 kód)
- 6) Munkakörnyezetet érintő megfogalmazások (9 kód)
- 7) Elvárások a munkavállalókra vonatkozóan (8 kód)
- 8) A munkavégzés, munkáltatói operatív működés jellemzői (23 kód)

A megnevezett IT vállalatok esetében az adattisztítást követően egyszerű összesítésre került sor.

Kik azok az IT vállalatok?

A második nyílt kérdésre adott válaszok összesítésének eredményét az 1. táblázat mutatja. (következő oldal).

²⁷ A szakértői kategória alkotás egymástól függetlenül két szakértő bevonásával történt a kódokból. Külön köszönettel tartozom Nagy Luca Zsuzsa PhD hallgatónak közreműködéséért.

1. TÁBLÁZAT: A KUTATÁSBAN MEGNEVEZETT IT VÁLLALATOK

Vállalat/cég	Megnevezés (gyakoriság)
IT Services Hungary (ITSH) National Instruments (NI)	100-187
Microsoft, Epam, Apple, Google, British Telecom (BT)	50-20
Telekom, IBM, Morgan Stanley, Samsung, Neuron, Innonic	19-10
Dyntell, Facebook, Tigra, RDI, DataExpert, OTP Mobil, OZEKI	9-5
Graphisoft, HP, Nokia, Barion, Nebu, Intel, Sony, IT Solutions, IT System, Telenor, Vodafone, Externet, Oracle, Webváltó, Coloplast, Continental, E-on, Nexon, Lenovo, LG, Ericsson, PlanMaster, T Systems, Transcosmos, Rose, Huawei, Cisco, Lego, Amazon, E-consult	2-4
Wav(cook up), Király Kft, Codecool, RF Anatomy, Delta informatika, Trenkwalder, Bosch, Webshop Experts, Dobi hu, Profession, IP Systems, Flowserve, Crystal, Fnatic, CodeYard, PRG, ISO, HOYA, Rosenberger, Nobilis, Mozilla, CD Projekt Red, Adatmentés kft, Autodesk, T home, INU IT Services, Dell, AMD, NISZ, SSI Schäffler, TATA Consultancy Services, Loxon, Eusoft, Wup, Thyssenkrupp, Lansoft kft, MSC, Harman IT, MultiSoft kft, Acer, Asus, Teva, Richter, SAP, GRS IT, BIT Hungary, Webserver, CodeLinks, CodeYard, BitNinja Kft, Invictus, Groupama, Sirius, Tocsarit, DMI IT, Evosoft, Hunguard, Ulyssys, Digi, Docler holding, Prezi, Pannon szoftver, Sightspot Network kft, Adidas, Nike	egyszeri

Forrás: saját szerkesztés

A táblázattal összefoglalt adatokból látható, hogy több, mint 100-an nevezték meg az ITSH²⁸-t és a NI²⁹-t. Mindkét vállalatnak dinamikusan fejlődő debreceni telephelye és aktív egyetemi kapcsolatrendszere van. Lényegesen kevesebben említették az ismert brandeket, a Microsoft-ot, az Apple-t, a Google-t, valamint a debreceni telephellyel rendelkező hazai és nemzetközi IT munkáltatókat az Epam-ot, és a BT-t. Az adatok tisztítása után összesen 114 vállalatot sikerült azonosítani a válaszok alapján. Köztük vannak SSC-k, mint az ITSH, a BT; szoftvergyártók, mint a Microsoft, az Oracle; hardver gyártók, mint az NI, az Intel; komplex információtechnológiai vállalatok (szoftver és hardver) mint az Apple, a Cisco; elektronikai, informatikai és szórakoztatóipari globális nagyvállalat, mint a Sony, az LG; és távközlési szolgáltató mint a Telekom (Magyar Telekom), a Vodafone, az Externet. De olyan vállalatokat is találunk a megnevezettek között, mint az üzleti elemző Morgan Stanley, az elektronikus kereskedelem gigavállalata az Amazon, a programozó képző Codecool, a személyzeti szolgáltató Trenkwalder a biztosító Groupama a sportszer gyártó Adidas, illetve különböző iparágak gyártóvállalatai, mint a Continental (autóipar), a Teva (gyógyszeripar), a Lego (játékgyártó). Utóbbiak a Régió nagy munkáltatói, a Debreceni Egyetem állásbörzéinek állandó szereplői.

Milyenek az IT vállalatok?

A megkérdezettek 68%-a, 279 hallgató adott értelmezhető választ az első nyílt kérdésre (*Ön szerint milyen jellemzői vannak egy IT vállalatnak/cégnek?*).

²⁸ IT Services Hungary <https://www.it-services.hu/bemutakozas/telephelyeink/> Munkavállalói létszámuk Debrecenben több, mint 1600 fő (2019.12.20.)

²⁹ National Instruments <http://hungary.ni.com/debrecen> Munkavállalói létszámuk Debrecenben több mint 1500 fő (2019.12.20.)

Az IT vállalatok jellemzése a kódtábla nyomán kialakított értelmezési kategóriák mentén (a kategória megnevezése: az adott véleményt megfogalmazók száma/gyakoriság):

- A mindennapok részei lettek, minden más szektorban is jelen vannak, nélkülözhetetlenek. (Általános, iparági jellemzők: 17)
- Gyors, dinamikus fejlődés jellemzi őket. Naprakészek és flexibilisek. (Vállalati jellemzők: 84)
- Informatika, szoftver, hardver, programozás, adatkezelés, információtechnológia, IT biztonság, telekommunikáció a profiljuk. (Vállalati működés, tevékenységek általános jellemzői: 36)
- Sokszoros ellenőrzés, megbízhatóság és minőség orientált gondolkodás jellemzi őket. (Termékkel kapcsolatos megfogalmazások: 30)
- Biztos munkahely. Az IT cégek folyamatosan kínálnak munkalehetőséget, és egyre többet. (Általános munkáltatóként való jellemzés: 35)
- Közvetlen környezet, családias, baráti hangulat, ó kollektíva, pozitív légkör, lendületes, fiatalos gondolkodás várja a munkatársakat. (Munkakörnyezetet érintő megfogalmazások: 29)
- Magasan képzett sokoldalú munkatársak dolgoznak náluk. (Elvárások a munkavállalókra vonatkozóan: 32)
- Fejlődési, tanulási lehetőséget kínálnak a munkatársaknak: tréningek, képzés, tehetséggondozás formájában. (A munkavégzés, munkáltatói operatív működés jellemzői: 67)
- Versenyképes fizetést kínálnak. (A munkavégzés, munkáltatói operatív működés jellemzői: 57)³⁰

A munkavállalói érték kategóriákat alapul véve azt látjuk, hogy a megkérdezett egyetemi hallgatók szerint az IT vállalatok sokszínűek (például hardver, szoftver, telekommunikáció, biztonság), a konkrét vállalatok megnevezése sem okozott számukra nehézséget és a megnevezett vállalatok profiljai is követik ezt a sokszínűséget. Indokolt lehet az IT vállalat gyűjtőfogalom használata, mivel az értelmezhető számukra.

Ezekre a vállalatokra üzleti szereplőként és potenciális munkáltatóként is tekintenek a megkérdezettek. Gyorsan, dinamikusan fejlődő, ugyanakkor flexibilis vállalatokként jellemzik őket. Kiemelt szerepet kap a megbízhatóság, a hosszú távú működés ígérete és a minőség.

A munkakörnyezet jellemzésében a pozitív légkör, a gondolkodás, és a hangulati elemek kerülnek előtérbe, míg a sokféleség tekintetében inkább a munkatársak sokoldalúságát emelik ki. A munka-magánélet egyensúlyára vonatkozó vélekedések nem szerepelnek a leggyakoribb válaszok között, épp úgy, mint az elhelyezkedéssel kapcsolatosak sem. Utóbbira magyarázat lehet, hogy a régióban, és kifejezetten az adatfelvétel helyszínén Debrecenben széleskörű kínálat áll rendelkezésre IT munkáltatókból. A válaszokban az is megjelenik (bár nem ezek a kategória leggyakoribb válaszai), hogy az IT szektorban lehetőség van távoli munkavégzésre is.

A versenyképes fizetés ígérete és a karrierlehetőségek is nagy hangsúlyt kapnak, ám még ennél is többek fogalmazták meg, hogy a fejlődési, tanulási lehetőségek az egyik központi elemei ezen vállalatok jellemzésének.

³⁰ Ebben a kategóriában 23 kód szerepel, ami lényegesen több mint a többi kategória kódszáma, illetve magas gyakoriság jellemzi a kódokat, ezért indokoltnak találtuk, hogy a két legnagyobb gyakoriságot elért kódot használjuk.

Fiatalos IT vállalatok?

Ahhoz, hogy erre a kérdésre választ adjunk (ezen kutatás alapján), szükség volt egy új kategória létrehozására. A dinamikus kategóriarendszernek (Coffey–Atkinson, 1996. idézi: Vicsek, 2006) megvan az az előnye, hogy a szöveg tanulmányozása közben, vagy egy újabb kutatási kérdés felbukkanásával, – mint jelen esetben is – egy szövegrészletet többféleképpen is le lehet kódolni, akár úgy is, hogy a kódok, kategóriák átfedik egymást. Ez esetben ebbe az új kategóriába került minden olyan jelentésegység, amiben szerepelt a *fiatalság (junior)*; *fiatalosság*.

21 hallgató (a megkérdezettek 5,15%-a), az értelmezhető választ adók **7,5 %-a** adott olyan választ, amelyben szerepelt valamely formában a fiatalság, a fiatalosság. Ezeket a jelentésegységeket további kódokba lehet rendezni:

- Fiatalos vállalat: „*fiatalos, innovatív...*” V157³¹; „*sokszínű, fiatalos...*” V165; „*Folyton fejlődő, fiatalos, dinamikus*” V181
- Fiatalos munkakörnyezet: „*fiatalos környezet*” V26; „*fiatalos légkör*” V187, V345
- Fiatalos gondolkodású munkaerő: „*...a lendületes, fiatalos gondolkodás,*” V265 „*Fiatal tehetségeket és modern szemléletű dolgozókat nagy számban alkalmaznak,*” V81; „*fiatalos kollektíva*” V134; „*fiatalos csapat*” V290
- Lehetőségek, inspiráció a fiatalok számára: „*Kreativitás terén megfelelő lehetőségeket biztosít fiataloknak, hozzájárul a pályakezdődnek ahhoz, hogy fejlesszék magukat*” V79; „*...kreativitás fiataloknak kellő szabadság tudásuk kiterjesztésére, új ötleteket lehet megvalósítani*” V80; „*...ösztönzi a fiatalabb kezdő generációt arra, hogy valami maradandót alkossanak.*” V189; „*Junior gyakornoknak lehetőségeket biztosít*” V9; „*fiatalok számára fejlődésének biztosítása*” V349; „*...sok lehetőséget biztosítanak a fiatal, leendő It szakemberek alkalmazására*” V345

Csak néhány megfogalmazás sugallja konkrétan azt, hogy az IT vállalatok előnyben részesítik a fiatalabb munkavállalókat:

- Fiatal dolgozók: „*fiatalok alkalmazása*” V95; „*Fiatal munkaerő*” V322, V323; „*Alapvetően fiatalabb munkaerőt dolgoztat.*” V129; „*A fiatal feltörekvő ötlettel teli újoncokat szívesen foglalkoztatja, ötleteikre odafigyel és hasznot húz belőlük.*” V220; „*a dolgozók átlagéletkora viszonylag alacsony*” V54; „*... ott dolgozók is nagy részben 30 év körüliek.*” V345

A 23 éves vegyész hallgató válaszában jelenik meg legmarkánsabban a fiatalos IT vállalat képe: „*Fiatalos légkör, ott dolgozók is nagy részben 30 év körüliek. Nagy hangsúlyt fektetnek a csapatépítésre, a belső légkör kényelmessé tételére, előtérbe kerülnek az ott dolgozók, sok lehetőséget biztosítanak a fiatal, leendő It szakemberek alkalmazására, támogatására.*” (V345)

Azonban látható, hogy az ő válaszában sem érhető tetten értékítélet azzal kapcsolatban, hogy fiatalok dolgoznak ezeknél a vállalatoknál. Egyszerűen leszögezi, hogy az ilyen vállalatoknál fiatalok dolgoznak. Akik ilyen vállalatnál dolgoznak, azok sok lehetőséget kapnak.

Összességében elmondható, hogy a hallgatók, a potenciális diplomás munkavállalók IT vállalatokról alkotott képében megjelenik a fiatalság, fiatalosság, azonban ez nem jelenti azt, hogy ez egyben elvárás is lenne részükről.

³¹ A válaszadó válaszaik szó szerint idézve: „...”; V1-V408: az idézett Válaszadó sorszáma az adattáblában.

Összefoglalás

A Debreceni Egyetemen végzett kutatás a hallgatói véleményeket (n=408) tárta fel az IT vállalatok meghatározásának kapcsán.

A válaszok sokszínű képet festenek az IT vállalatokról. Az IT vállalatok a mindennapjaink részévé váltak, és minden más szektorban is jelen vannak. Gyors, dinamikus fejlődés jellemzi őket, ami egyben azt is jelenti, hogy folyamatosan kínálnak munkalehetőséget. Tevékenységeik szer-teágazóak: szoftver, hardver, biztonság, adatkezelés, telekommunikáció területén is működhetnek, és minőségorientált gondolkodást képviselnek.

A pályakezdő diplomás munkavállalók számára további vonzó jellemzők, hogy ezek a vállalatok a versenyképes fizetés mellett folyamatos fejlődési, tanulási lehetőségeket kínálnak magasan képzett, sokoldalú munkavállalóiknak pozitív légkörű, kellemes, közvetlen környezetben.

Az IT vállalatok jellemzésében megjelennek olyan tényezők, mint fiatalos légkör, vagy kollektíva. Ezen jellemzők inkább lehetőségként, mintsem korlátként szerepelnek a válaszokban. A hallgatói vélemények nem támasztják alá azt az elvárást, amely szerint az IT vállalatoknak fiatal munkavállalókból kellene állni. Sokkal inkább azt hangsúlyozzák, hogy a gyorsan fejlődő, flexibilis vállalatok hasonló beállítottságú kollektívával jellemezhetőek, amelyekben fiatal tehetséges pályakezdők is lehetőséget kapnak.

Irodalomjegyzék:

- Ambler, T. – Barrow, S. (1996): The employer brand, *The Journal of Brand Management*, Vol. 4., pp. 185-206.
- Armstrong, M. – Taylor, S. (2017): *Armstrong's handbook of human resource management practice 14 th edition*, Kogan Page Publishers.
- Bene Ágnes – Ásványi Katalin (2017): HR funkciókkal összefüggő CSR tevékenységek megítélése egyetemi hallgatók munkahely-választási preferenciáiban, In: Dajnoki Krisztina – Berde Csaba (szerk.) *A globalizáció és a változás hatása az emberi erőforrás menedzsment funkcióira*, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 19. o.
- Berényi László (2018): Számítógépes munkavégzés: fiatalok előnyben? In: Auer Ádám – Berke, Gyula – György István – Hazafi, Zoltán (szerk.) *Ünnepi kötet a 65 éves Kiss György tiszteletére - Liber Amicorum in honorem Georgii Kiss aetatis suae LXV.*, Budapest, Dialóg Campus, 113-124. o.
- Berényi László (2019): Change in attitudes to corporate social responsibility, In: Alapi Tünde – Ilisz István (szerk.) *Proceedings of the 25th International Symposium on Analytical and Environmental Problems*, University of Szeged, 75-79 o.
- Blaskovics Bálint (2014): Az ICT szektorban működő projektvezetők személyes jellemzőinek hatása a projektsiker alakulására, *Doktori Értekezés*, Budapesti Corvinus Egyetem.
- Bögel György (2009): *Üzleti elvárások – Informatikai megoldások*, Budapest, HVG Kiadó.
- Calisir, F. – Altin Gumussoy, C. – Elvan Bayraktaroglu, A. – Deniz, E. (2010): Intellectual capital in the quoted Turkish ITC sector, *Journal of Intellectual Capital*, 11(4), pp. 538-554.
- Coffey, A. – Atkinson, P. (1996): *Making sense of qualitative data: complementary research strategies*, Sage Publications.
- De Vynck, G. (2018): IBM Is Being Sued for Age Discrimination After Firing Thousands, *Bloomberg*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-17/ibm-is-being-sued-for-age-discrimination-after-firing-thousands>
- Harkányi Ádám Máté – Hosznyák András – Veres, Edit (2019): *Diplomás pályakövetés 2018. (DPR AAE 2018)*, Oktatási Hivatal. https://www.felvi.hu/pub_bin/dload/felsooktatasiuhely/DPR/DPR_Gyorsjelentes_2018.pdf
- Hoggins, T. (2019): It's time to admit it, Microsoft really is a sexy company, *The Telegraph*, 2 October 2019. <https://www.telegraph.co.uk/technology/2019/10/02/microsoft-surface-time-admit-microsoft-sexy-company/>

- Innonic Akadémia honlapja <https://www.innonic.com/academy/>
- Interbrand (2018): Activating brave-Best Global Brands 2018
https://www.interbrand.com/wpcontent/uploads/2018/10/Interbrand_Best_Global_Brands_2018.pdf
- IT Services (ITSH) telephelyi honlapja <https://www.it-services.hu/bemutakozas/telephelyeink/>
- Juhász Krisztina (2018): A hazai SSC szektor humán erőforrás kérdései = HR questions of the Hungarian SSC sector, Taylor, 10(1), 25-33. o.
- Jussila, J. J. – Kärkkäinen, H. – Aramo-Immonen, H. (2014): Social media utilization in business-to-business relationships of technology industry firms, Computers in Human Behavior, 30, pp. 606-613.
- Kantor, J. – Streitfeld, D. (2015): Inside Amazon: Wrestling big ideas in a bruising workplace. The New York Times. 2015.08.15. <http://www.cabrillo.edu/~cclose/docs/Case%20Study%203%20Fa15%20-%20Aristotle.pdf>
- Klepper, S. (2001): Employee startups in high-tech industries. Industrial and corporate change, 10(3), pp. 639-674.
- Kollmann, T. – Stöckmann, C. – Hensellek, S. – Kensbock, J. (2016): European startup monitor 2016.
https://duepublico2.uni-due.de/servlets/MCRFileNodeServlet/duepublico_derivate_00043444/ESM_2016.pdf
- KSH (2003): A gazdasági tevékenységek egységes ágazati osztályozási rendszere és a tevékenységek tartalmi meghatározása (TEÁOR'03)
- KSH (2008): Osztályozások - Gazdasági tevékenységek egységes ágazati osztályozási rendszere (TEÁOR'08) https://www.ksh.hu/teor_menu
- Kunda, G. (2009): Engineering culture: Control and commitment in a high-tech corporation, Temple University Press.
- Kunze, F. – Boehm, S. A. – Bruch, H. (2011): Age diversity, age discrimination climate and performance consequences - a cross organizational study, Journal of organizational behavior, 32(2), pp. 264-290.
- Miles, M. B. – Huberman, A. M. – Huberman, M. A. – Huberman, M. (1994): Qualitative data analysis: An expanded sourcebook, Sage Publications.
- Móré Marianna (2015): A menedzsmenttudomány válasza az öregedő társadalom kihívásaira, Magyar Gerontológia, 7.: (25), 60-71. o.
- Móré Marianna – Bene Ágnes (2018): Generational Challenges in Organisations, Tudásmenedzsment, 19 : 1., 15-23. o.
- Némethy Krisztina – Poór József (2019): A jövő munkahelye az IPAR 5.0 küszöbén, Munkaügyi Szemle 62. 1., 9-17. o.
- National Instruments (NI) honlapja <http://hungary.ni.com/debrecen>
- OH (2019): A Diplomás Pályakövetési Rendszer (DPR) interaktív, online keresőfelületének bemutatója, 2019. szeptember 10. Budapest.
- PwC (2018). Az idejük feletti erősebb kontroll lehetőségét, magasabb fizetést és őszinte kommunikációt várnak el a jövő munkavállalói https://www.pwc.com/hu/hu/sajtoszoba/2018/evp_2018.html
- PwC (2019). Rugalmas munkavégzés, stabilitás és alapfizetés – ezek alapján választ munkahelyet az Y és Z generáció https://www.pwc.com/hu/hu/sajtoszoba/2019/EVP_2019.html
- Rusinné Fedor Anita (2019): Foglalkoztatási helyzetkép és a munkával való elégedettség jellemzői, Acta Medicinæ et Sociologica 9 : 27., 33-57. o.
- Shontell, A. (2013): What It's Really Like To Be A Google Intern, Business Insider, <https://www.businessinsider.com/what-its-really-like-to-be-a-google-intern-2013-5>
- Takács András (2014): A márkaérték hatása a részvényárfolyamra a nemzetközi bankszektorban, Vezetéstudomány/Budapest Management Review, 45(9), 38-45. o.
- Thomson, I. (2019): As many as 100,000 IBM staff axed in recent years as Big Blue battles to reinvent itself from IT's 'old fuddy duddy' - Age discrim legal battle reveals startling internal details, The Register https://www.theregister.co.uk/2019/08/01/ibm_fired_100000_staff/
- Veisz Alinda (2013): Bridge Generáció, Álmodból üzletet: Prezi, Ustream, LogMein, Kossuth Kiadó.
- Vicsek Lilla (2006): Fókuszcsoport: elméleti megfontolások és gyakorlati alkalmazás, Osiris Kiadó.
- Wikipedia (2019): https://hu.wikipedia.org/wiki/Kateg%C3%B3ria:Informatikai_c%C3%A9gek