

Jelen dolgozat célja, hogy négy magyar hírmédiaipari vállalat esetében megvizsgálja, hogyan fejlesztenek dinamikus képességeket a vállalat piaci és stratégiai igényeinek kielégítéséhez. A választott négy médiavállalat a Central Média csoport Zrt., a HVG Kiadó Zrt., a Magyar Jeti Zrt, és a Van Másik Kft. A vizsgálat ezen vállalatok hírportáljai kapcsán végzett innovációs és megújító tevékenységeit tárja fel a dinamikus képességek elméletének segítségével. A kérdés kvalitatív módszerekkel történő vizsgálata után a dolgozat arra a konklúzióra jut, hogy a vállalatok érzékelési és tanulási képessége magas szintű, és ezeket segítik a munkavállalók egyéni proaktivitása és az informális információmegosztási folyamatok. A vállalatok integrációs képessége többnyire organikusan alakul, mintsem teljesen tudatos folyamat eredményeképpen. A megvalósítandó új működőképességet szolgáló információkat és innovációkat többnyire a meglévő menedzseri, piaci és technológiai funkciókhoz illesztik hozzá; változás leginkább akkor valószínű, ha az innováció valamilyen teljesen új, diszruptív jelleggel bír. Az ezt a képességet szolgáló tevékenységek között megtalálható a piaci változásra adott válasz, melynek gyorsasága közepes mértékű, az alkalmazottak motiválása az újszerű működésben integráns módon jelen van. Az innovációs képesség kapcsán megállapítható, magas az innovációs kedve a vizsgált vállalatoknak, és egyaránt jól fedeznek fel lehetőségeket és aknáznak ki innovációkat, akár kísérletezés, próbálgatás útján.

The aim of this paper is to examine how four Hungarian news media companies develop dynamic capabilities to meet their market and strategic needs. The four media companies chosen are Central Média csoport Zrt., HVG Kiadó Zrt., Magyar Jeti Zrt. and Van Másik Kft. The study explores the innovation and innovation activities of these companies in their news portals using the theory of dynamic capabilities. After examining the issue using qualitative methods, the paper concludes that the companies' perception and learning capabilities are high and are supported by the individual proactivity of employees and informal information sharing processes. The ability of firms to integrate tends to develop organically rather than as a result of a fully conscious process. The new operational information and innovations to be implemented are mostly adapted to existing managerial, market and technological functions; change is most likely when the innovation is of a completely new, disruptive nature. Activities for this capability include responding to market change at a medium speed, motivating employees in a way that is integral to the new way of operating. In terms of innovation capacity, the companies surveyed have a high propensity to innovate and are equally good at identifying opportunities and exploiting innovations, whether through experimentation or trial and error.