

TÉNYKÉP / REPORTS

Térségi együttműködést erősítő szervezeti identitás egy győri technikum életében

Organisational identity strengthening regional cooperation in the life of a technical college in Győr

HATOS HAJNALKA

HATOS Hajnalka: doktorandusz/PhD hallgató, Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola; 9026 Győr, Egyetem tér 1.; hajnalka.hatos@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0004-8522-3613>

KULCSSZAVAK: szakképzés; duális képzés; szervezeti identitás; térségi együttműködés; ágazati képzőközpont

ABSZTRAKT: A tanulmány a duális formában megvalósuló szakképzés speciális formáját, egy ágazati képzőközpont, három vállalat és egy technikum együttműködését mutatja be, különös tekintettel a térségi együttműködést erősítő tényezőkre, a kapcsolódási pontokra, valamint a szervezeti identításra. A tanulmány célja, hogy bemutassa a tudást közösen közvetítő szervezetek együttműködését a szervezeti identitás elemeinek vizsgálatán keresztül. Az elméleti áttekintést követően a vizsgált szervezetek bemutatása, a kutatás során tett megállapítások és következtetések olvashatók. A kutatás során dokumentumelemzést, valamint interjúkat alkalmaztunk, e módszerek segítségével tárjuk fel az együttműködő szervezetek szabályozását, a közös célokat, feladatokat, értékeket és a kommunikációs formákat.

Az eredmények azt mutatják, hogy a kapcsolódási pontok egyben a szervezeti identitás alapjai is, amelyek azonosak az oktatásban résztvevők között: a vállalati/szervezeti küldetés, a filozófia, a piaci stratégia, a kultúra, a design, a viselkedés, a kommunikáció. Az egyes gazdasági szereplőknek és a technikumnak e területek mentén kell kialakítaniuk az együttműködés alapjául szolgáló közös szervezeti identitást. A feladat adott: a közös értékrend, a tiszta kommunikáció és a közös cél megfogalmazása. A térség gazdasági eredményességéhez, hatékonyságához az oktatáson, a duális képzésen keresztül vezet az út, és a munkavállalók képzése közös cél. A hatékonysághoz, az eredményességhez elengedhetetlen a közös gondolkodáson, a közös értékrenden alapuló együttműködés, a vezetők személyisége és motivációja, valamint a tiszta kommunikáció.

Hajnalka HATOS: PhD student, Doctoral School of Regional and Economic Sciences Széchenyi István University; Egyetem tér 1., H-9026 Győr, Hungary; hajnalka.hatos@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0004-8522-3613>

KEYWORDS: vocational training; dual training; organisational identity; regional cooperation; sectoral training centre

ABSTRACT: The study presents a special form of dual vocational training, the cooperation between a sectoral training centre, three other companies and a technical college, with special emphasis on



the factors that strengthen the regional cooperation, the interfaces and the forms of organisational identity. The purpose of the study is to present the cooperation of organizations sharing knowledge, through the examination of the elements of organizational identity. Following the theoretical overview, the presentation of the organisations under study, the findings and conclusions of the research are presented. The methods used in the research were document analysis, survey and interview, through which the regulation of the cooperating organisations, common goals, tasks, values and forms of communication are explored. The results show that the connection points are also the manifestations of the organizational identity, which are same among the participants in the study: corporate/organizational mission, philosophy and market strategy, culture, design, behaviour, and communication.

It is along these lines that the individual economic actors and the school must develop a common organisational identity on which to base their cooperation. The task is given, and a shared set of values, clear communication and a common purpose will help to achieve it. The way to economic efficiency and effectiveness of the region is through education and dual training. The training of the employees is a common goal. Cooperation based on shared thinking, shared values, the personality and motivation of the leader and clear communication are essential for efficiency and effectiveness.

Bevezetés

A regionális identitás és a szakképzés kapcsolati, kommunikációs hálózatának vizsgálata közötti összefüggés a közösen gondolkodó, közösen tudást közvetítő, egységes értékek mentén működő szervezeteken alapul. A tudásáramlás kölcsönös, minden együttműködő fél – egyetem, iskola, duális képzésben résztvevő szervezet – biztosít valamilyen tudáselemet a másik számára, a közös gondolkodás a közös munka és az innováció alapja. A tanulmány a gazdaságfejlesztés, a területi tervezés és kormányzás sajátos részeként, a szakképzésen belül a duális képzésben lévő együttműködés egyik létező formáját, annak szervezeti identitását mutatja be.

A 2019. évi szakképzési törvényben – a Szakképzés 4.0 stratégiában megfogalmazott célok elérése érdekében – egy új lehetőség, szervezeti keret jelenik meg a szakmai oktatás iskolán kívüli megvalósítására. A szakképzési törvény alapján a tanuló szakirányú oktatásban szakképző intézményben vagy szakképzési munkaszerződéssel duális képzőhelyen vehet részt. A duális képzőhelyi követelményeknek való együttes megfelelés érdekében gazdálkodó szervezet és szakképzési centrum nonprofit gazdasági társaságot hozhat létre, mely ágazati képzőközpontként (ÁKK) működhet. A mai szolgáltatás-, illetve tudásalapú gazdaságban egy térség fejlődése a humán tőke színvonalától függ, ami a figyelmet az oktatásra irányítja (Lengyel 2023, 52.). A győri térségben az egyetem biztosítja a tudástőkét, a meghatározó vállalatok termelő, szolgáltató, munkaadói feladataik mellett pedig bekapcsolódnak a duális képzésbe is. A középfokú oktatásban a képzési kínálat kialakításához hozzájárulnak azzal, hogy a szükséges munkaerő-utánpótlás biztosítása érdekében megfogalmazzák munkaerőpiaci igényeiket. Térségünk sajátossága ugyanis, hogy a szakképzett munkaerő gyakran a szom-

szédes országokban keres munkát. A középfokú oktatás jellegzetesége, hogy a diákok döntő többsége vidékről bejáróként közeli nagyvárosban tanul szakmát. A szakirányú oktatás gyakorlati képzőhelyen való teljesítése többnyire ugyancsak az iskola székhelyén lévő gazdasági szereplőknél lehetséges, ezért fontos lenne a nagyvárostól távolabb eső vállalkozások becsatornázása is a képzési rendszerbe. Lengyel Imre ugyan a felsőoktatási rendszerről fogalmazott úgy, hogy a „fortélyos félelem” igazgatja a jogszabályi rögtönzések és a forráshiány mellett, hiszen még saját minisztériuma sincs, csak helyettes államtitkársága, de mindez a szakképzésre is érvényes (Lengyel 2023, 70.).

Egy technikum és duális partnerei együttműködésének vizsgálata során a következő kérdések merülnek fel:

- A duális képzésre irányuló együttműködés során a szervezeti identitás milyen részletei hangsúlyosak?
- Vannak-e a gazdasági élet – vagyis a duális képzők – és az oktatás szereplői között a szervezeti identitás területén kapcsolódási pontok?
- Milyen megjelenési formái vannak a szervezeti identitásnak az említett szereplők közti együttműködésben?

A tanulmányban rövid fogalmi, elméleti áttekintés után a szakképzés szereplőinek meghatározó szervezeti identitáselemeit mutatjuk be.

Fogalmi, elméleti áttekintés

Duális képzőhely a szakképzésről szóló törvény 82. § szerint a területileg illetékes gazdasági kamara által a szakirányú oktatásban való részvétel céljából a duális képzőhelyek nyilvántartásába felvett képzőközpont vagy – a szakképző intézmény kivételével – más gazdálkodó szervezet, melynél a szakirányú oktatás megszervezésének feltételei biztosítottak. Vagyis a duális képzőhely a Kormány rendeletében meghatározott végzettséggel és szakképesítéssel vagy szakképzettséggel és gyakorlattal rendelkező személyt foglalkoztat, és rendelkezik az oktatáshoz szükséges eszközzel, felszereléssel.

A duális képzés előnye, hogy a diákok tanulmányaik folytatása közben bekerülnek a munkaerőpiacra, megtapasztalhatják, milyen a munkavállalói lét. A tananyagtartalom elsajátítása mellett vállalati környezetben vesznek részt projekteken, munkabért kapnak, részesülnek béren kívüli juttatásban, esetleg ösztönzési prémiumban. A tanulók elsődlegesen az őket megillető juttatásokért választják ezt a képzési formát, de azt is tudják, hogy nagy előny lesz számukra a végzettségük megszerzésekor rendelkezésre álló releváns munkaerőpiaci tapasztalatuk. A nekik kínált munkaszerződés is vonzó, a továbbtanulási lehetőség kiváló alternatívája. Az utóbbi nyolc évben a régió villamosipari vállalatai a vizsgált technikum minden végzős diákjának felkínálták legalább egy munkaszerződést, vagyis a duális képzésben, vállalati környezetben résztvevő diákok a végzettség

megszerzésekor munkaszerződési ajánlatot kapnak az őket alkalmazó gazdálkodó szervezettől. Az ágazati képzőközpontnál tanuló diákok közül a legjobbak az alapító cégektől, illetve a közreműködői program keretében a szakképzést segítő vállalkozásoktól kaphatnak állásajánlatot. A térségi együttműködés alapja a képzett munkaerőutánpótlás biztosítása, vagyis a duális képzés kimeneteként keletkező szakképzett, pályakezdő, és emellett gyakorlattal, helyismerettel rendelkező munkavállaló. Az iskola a duális képzés szervezésekor – a képzési követelményeknek való megfelelés jegyében – a jelentkező vállalatokkal közösen alakította ki képzési programját, melyben az elsajátítandó ismeretek mellett a számonkérés és értékelés módjait, az oktatás során alkalmazott módszereket, a megvalósítandó projekteket is meg kellett határozni.

A duális képzés során nehézséget jelent az azonos szakmában képző gazdálkodó szervezetek közötti hatékony együttműködés kialakítása, az összhang megteremtése. A munka világát jól szemlélteti, hogy a jogszabály alapján a diákok az őket megillető szabadságot elsősorban a tanítási év szüneteiben tudják kivenni, az iskolai és munkahelyi elfoglaltságokról távolmaradásuk csak szabadság vagy betegség esetén lehetséges. Kihívást jelent a duális képzésben tanuló diákok számára az eltérő időbeosztás összehangolása iskola és munkahely között. Emellett nehézséget jelentenek számukra az oktatás során alkalmazott módszerek, az értékelési megoldások, valamint a munkakörnyezet különbségei a technikai és a vállalati környezetben. Az eltérések összehangolása egyelőre a jövő feladata.

Az ÁKK olyan nonprofit gazdasági társaság, amely a duális képzőhelyi követelményeknek való együttes megfelelés érdekében történő együttműködés megvalósítását célozza. A nonprofit jelleg a Ctv. 9/F. § (2) bekezdése alapján a gazdasági társaságot akkor illeti meg, és azt a cégnevében is csak akkor tüntetheti fel, ha létesítő okirata tartalmazza, hogy a tevékenységből származó nyereség a tagok között nem osztható fel, hanem az a gazdasági társaság vagyonát gyarapítja. A nonprofit gazdasági társaságként való működés célja, hogy erősítse a tagok közötti együttműködést és biztosítsa a nyereség felhasználását a duális képzőhelyi feladatok ellátásában. A szakképzési törvény 81. §-a az Ágazati Képzőközpont létesítésével összefüggésben meghatározza az alapító tagok körét: legalább négy mikro- vagy kisvállalkozás, legalább két középvállalkozás vagy gazdálkodó szervezet, valamint a szakképzési centrum legfeljebb 60%-os tulajdoni hányaddal. A vállalatnagyságot a KKV tv. alapján kell megállapítani. Az Ágazati Képzőközpont tagjai bevételének – a szakképzési centrum kivételével (ami eleve központi támogatásként vagy költségvetési támogatásként biztosított költségvetési előirányzatokból gazdálkodik) – legfeljebb 20%-a származhat a központi költségvetés terhére közvetlenül nyújtott támogatásból (Kaibás 2022, 136-137.).

„A szervezeti identitás a szervezeten belüli olyan stratégiai irányítást, cselekvési tervet, majd intézkedések összességét jelenti, amely a cég image-ának alakítását, építését célozza” (Dörnyei, Bauer 2014, 4.).

„Balmer és Soenen (1999) alapján az identitás lehet egy vállalati/intézményi filozófia, amit a vállalat a magáénak tekint. Amennyiben üzleti filozófiaként definiáljuk, annak részeit is ismerni kell. A szerzők szerint az identitásnak lelke (soul) van, ami a szervezeten belüli szubjektív elemeket jelenti, mint például az egyének által vallott értékek. Emellett értelme (mind) is van, ami az egységes döntés által meghatározott elemeket foglalja magába, mint például a víziót, stratégiát. Végül a hangja (voice) az, amit kifelé és befelé kommunikál a vállalat” (Dörnyei, Bauer 2014, 5.).

Abratt (1989) szervezeti identitással foglalkozó modellje a vállalati személyiség és identitás elkülönítésén alapszik. A vállalati személyiség részelemei a vállalati filozófia, misszió, stratégia, ezek alapján lehet a vállalat identitását megalkotni (Dörnyei, Bauer 2014). Abratt szerint „a vállalati image kezelési folyamat három része a vállalati személyiség, a vállalati identitás és a vállalati image. A vállalati személyiségen egyrészt azt értjük, hogy mi a vállalat, mit képvisel, majd a stratégiai terv megfogalmazását, esetleg újra fogalmazását és végrehajtását, illetve a vállalati küldetést, vállalati filozófiát. A vállalati identitáson a kommunikációs célok kidolgozását értjük, amelyek az általános üzleti céloknak egy részhalmozát képezik. A kommunikációs filozófia akkor alakul ki, amikor olyan kérdésekkel foglalkoznak, mint például, hogy mit mondjunk, mennyit mondjunk, kinek mondjuk stb. Az "irányítási rendszer" fogalmát úgy határozzák meg, mint a tevékenységek olyan meghatározott sorozatát, amelyek a szervezeti élet valamely meghatározott szempontjának irányítására tesznek kísérletet. Ezek közé tartozik többek között a képzés, a teljesítményértékelés, a problémakezelés, a minőségellenőrzés, a munkatügyi kapcsolatok, a politikaalkotás, a személyazonossági programok, az a folyamat, amelynek során adatokat gyűjtenek és elemeznek a stratégiai tervezési folyamatban való felhasználás céljából. Fontos, hogy a hivatalos és informális, fizikai és viselkedéses vállalati kommunikáció az uralkodó vállalati filozófia alapján történjen. A vállalati arculat menedzselése szempontjából számos más, alapvető fontosságú tevékenység is létezik, többek között az arculatkutatás, a környezetvizsgálat és a társadalmi-politikai megfigyelés, a médiakapcsolatok, az éves jelentés elkészítése és a vállalati reklámok” (Abratt 1989, 73.).

Mosolygó-Kiss Ágnes és Csákné Filep Judit családi vállalkozások identitását vizsgálták, és a családiasság fogalmából kiindulva azt javasolják, hogy a családi vállalati márkára a családi vállalkozás egyedülálló belső sajátosságaként, erőforrásaként tekintsünk. A családi vállalati márka egyedi és megismételhetetlen, nem vagy nehezen másolható. A kutatók rámutatnak arra, hogy a családi vállalati márka pozitívan hat a márkázáshoz kapcsolható magatartási és érintetti kimenetekre, azok pedig a vállalati teljesítményre (Mosolygó-Kiss, Csákné Filep 2021, 9.).

A Zellweger és munkatársai által is azonosított identitáshoz kapcsolódó (büszkeség, azonosulás) motívumokat Astrachan és Botero (2018) az elvárásokhoz kapcsolódó (reputációs előnyök, érintettek jóindulata, pozitív megkülönböztetés a

piacon) tényezőkkel egészítették ki, amelyek pozitívan befolyásolják és magyarázzák, miért kommunikálja családi vállalati identitását egy cég. Beck (2016) az elvárásokat a családi vállalati márka tudatos részeként említi. Jelen munkájukban a szerzők ugyanakkor a kommunikációs szándék kapcsán három korlátozó tényezőt is azonosítottak. Ezek között szerepelnek a megszemélyesített családi céges márkajelzés veszélyei (mi történik a céggel, ha történik valami az arcát adó – egyetlen – személlyel?); a láthatóvá váló családi lét hátulütői (a magas szintű publicitással járó esetleges negatív élmények); és a családi vállalati márka relevanciájának megkérdőjelezése (Mosolygó-Kiss, Csákné Filep 2021, 8.).

„A SIT (a társas identitás elmélet, social identity theory) központi állítása az, hogy az egyének magukat és másokat is társas kategóriákba sorolják, és ezek az osztályozások erősen befolyásolják az interakcióikat, továbbá ebben a folyamatban a hasonló egyének iránti preferencia érvényesül általában, mert ez segít fenntartani egy pozitív társas identitást. A társas identitást meghatározhatjuk „az identitás azon részeként, amely az egyén egy (vagy több) csoporttagságából származik”. A fókuszban a tudatosság („X vagyok”), a fontosság („számomra fontos X”) és érzélem („érzek X-szel kapcsolatban”) áll. Tartalmi szempontból az egyén társas identitása „a közösség észlelt jellemzőinek (pl. értékek, célok, hiedelmek) és a tagok tipikusnak észlelt karakterisztikáinak az összessége” (Toarniczky 2012, 25.).

Az egyént időbeli és térbeli folytonosság jellemzi, vagyis az, hogyan emlékszik az egyén, ki volt a múltban, hogyan észleli magát a jelenben, illetve mit gondol, ki lesz a jövőben, e három kép nem tér el jelentősen egymástól, illetve a térbeli folytonosság azt jelenti, hogy az ember különböző szituációkban is ön maga tud maradni (Toarniczky 2012, 27.).

Minden szubkultúra („mi”) bizonyos középponti értékek és az idegen csoporttal egybevetett „másság tudata” köré, valamint a „mi” és „ők” közötti határok mentén szerveződik (Toarniczky 2012, 29.).

A reális „önkép” segít pozícionálni a vállalkozást, és hitelessé teszi a vállalat piaci magatartását. Szinergikus vállalati identitás akkor jöhet létre, ha ezek a külső elemek szorosan ráépülnek a belső tényezőkre: a vállalati kultúra, az értékrend, a jövőkép és a stratégia csoportjára (Almásy 2014, 86.).

A vállalati identitás tényezői Birkigt, Stadler és Funck (2002) szerint a vállalati küldetés, a vállalati filozófia és piaci stratégia, a vállalati kultúra, a vállalati design, a vállalat viselkedése, a vállalat kommunikációja (identitásmix-modell). A vállalati viselkedés magában foglalja a vállalat reakcióit, cselekedeteit, magatartását, aktivitását. A vállalati kommunikáció és a viselkedés elválaszthatatlan egymástól, lehet befele irányuló, szerveztorientált vagy a környezeti külső célcsoportokat megcélzó folyamat. A design a külső megjelenés, a formai azonosító, a grafikai motívumrendszer, míg a stratégia a csoportgondolkodás rögzített vetülete. A vállalati kultúrában testesül meg a vállalat értékrendje, szokásrendszere, a vezetői stílus és a hagyományok. A vállalati filozófia a gondolatiság, mely a vállalat cselekedeteit át-
hatja, de magában foglalja a víziót és a missziót is, vagyis a belső erősségekre

alapozva a küldetését, a (Birkigt, Stadler, Funck 2002, idézi Almási 2014).

Almási a KKV-szektorban végzett kutatása alapján azt állapította meg, hogy a szinergikus vállalati identitáshoz szükséges a belső mag – filozófia, küldetés, kultúra és stratégia – kidolgozottsága. Az általa vizsgált weboldalakon általában a „Bemutatkozás” vagy „Rólunk” menük mutatták be a vállalkozások filozófiáját. Többen részletezték is ezt a tartalmat filozófia, küldetés, cégtörténet pontokban elkülönítve. Ezek egyúttal azt jelzik, hogy a vállalkozás mennyire tudja megfogalmazni az önmagáról kialakított képet. A belső mag és a szinergikus identitás közötti kapcsolat erőssége bizonyította, hogy az arculati összhang forrása a belső vállalati értékek összessége, ugyanakkor nem szükséges, hogy minden egyes belső elem kidolgozott legyen. A vezetői mélyinterjúk rávilágítottak a tulajdonosi motivációkra és arra, hogy a vállalkozásra jellemző „jó hangulat” és a szinergikus identitás gyakran együtt jár. A legfontosabb identitásra ható tényezőnek a cégvezető tulajdonos bizonyult: az ő személyes motivációja, identitással és image-dzsel kapcsolatos attitűdje határozza meg leginkább a vállalkozás arculatát a vizsgált mintában (Almási 2014).

Egy győri technikum és a duális partnerek együttműködésének és szervezeti identitásának bemutatása

Az együttműködés központjában egy győri technikum áll, melynek fő tevékenysége a szakmai középfokú oktatás, működési területe Győr-Moson-Sopron megye. Irányító szerve a Kulturális és Innovációs Minisztérium, középírányító szerv a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Hivatal, fenntartója a Győri Szakképzési Centrum.

A 2021/22-es tanévben az intézmény a jogszabályi előírásoknak megfelelően megfogalmazta jövőbe mutató céljait, víziója és missziója segítségével.

A győri technikum víziója: „Minden érdeklődő számára legalább egy nem helyettesíthető állás betöltésére jogosító szakmai végzettség biztosítása. Célunk olyan szakemberek képzése, akik képesek megálmodni a jövőt!” (PÁGISZ MIR 2022).

Az intézmény missziója: „A régió munkaerő-piaci igényeinek megfelelően, a korszerű szakmai tudás biztosításán túl a kor elvárásainak megfelelő kompetenciák fejlesztésével képi a jövő szakembereit. Nevelő oktató munkánk során egyaránt fontos számunkra az együttműködés, a rugalmasság, a komplex problémamegoldás, a kreativitás, a műveltség, az egészséges életmód és a zöld szív” (PÁGISZ MIR 2022).

A technikum a korábban bemutatott stratégiák és szabályozás alapján, szakírányú szakmai oktatás céljából, duális képzési formában együttműködést alakított ki az AUDI Hungaria Zrt. Nagyvállalati Képzőközpontjával, az E-ON Hungaria Zrt-vel, a Vill-Korr Hungaria Zrt-vel és a Győri Villamosipari Ágazati Képzőközponttal.

Az Ágazati Képzőközpont a városban működő két vállalkozás és a Szakképzési Centrum (mely Győrben és Mosonmagyaróváron rendelkezik iskolákkal) alapításával jött létre a stratégiai és a jogszabályi előírások szerint, a munkaerő-piaci

igényeknek megfelelő oktatás, a duális képzés biztosítása érdekében. A cél tehát közös: munkavállalók képzése, akik a duális képzés során, valós vállalati környezetben juthatnak szakmai elméleti és gyakorlati ismeretekhez. A képzési program az előírások és a helyi sajátosságok figyelembevétele miatt közösen került kimunkálásra. A szakképzett munkaerő utánpótlásának biztosítása a tanuló lakóhelyéhez közeli vállalkozás oktató munkába való bevonásával a régióközponttól távolabb eső gazdasági szereplők számára is lehetővé válik. A duális képzés gazdasági terhet, humán erőforráselvonást és adminisztratív kihívásokat is jelent a vállalkozások számára. A diákok oktatására ki kell választani vagy alkalmazni egy kollégát, a diákok bérét és béren kívüli juttatásait elő kell teremteni, annak ellenére, hogy ők tényleges termelési feladatot nem végeznek. A stratégiai, munkavédelmi, balesetvédelmi dokumentumok elkészítése, folyamatos frissítése mellett napi adminisztrációs feladatot jelent az oktatási folyamat részletes dokumentálása a KRÉTA elektronikus naplóban. Ez a feladat nem jelent kihívást egy nagyvállalatnál, ahol a belső tudásközvetítéshez rendelkezésre áll a szervezeten belül erre elkülönített humán és minden egyéb szükséges erőforrás. Egy kisebb vállalat azonban erre egyedül nem képes, ezért fontos az ágazati képzőközpont koordinátori szerepe.

A képzőközpont, a telephelyén lévő tanműhelyek, illetve az alapító vállalkozások külső helyszínen történő munkavégzési helye mellett a környezetében lévő kisebb vállalkozásoknak munkaerőt kölcsönözve biztosítja a szakirányú oktatás során vállalt feladatát. Mindezt a képzési programból az adott gazdálkodó szervezet profiljának (speciális területének) megfelelő tananyag elsajátítása, valamint a későbbi munkavállalói fluktuáció csökkentése érdekében teszi.

A kisebb vállalkozások Győrben és Győr környékén, Mosonmagyaróváron, Gönyűn, Kunszigeten működnek, az iskola beiskolázási területén, vagyis Győr-Moson-Sopron megyében, e tekintetben azonban mindenképpen Győr vonzáskörzetében.

A stratégiai célok, melyek a gazdasági élet szereplőire vagy a szakképzésre vonatkoznak, összekötik a szervezeteket. Céljuk közös, területileg közel állnak egymáshoz, de a digitalizáció kihívásának megfelelően a kapcsolattartás formái között a személyes találkozás mellett az online formát is gyakran alkalmazzák. A kormányzati irányítás is azonos az említett ágazatok között, szabályozóival az innovációs miniszter irányítása segíti a működést.

A horizontális együttműködésben kiemelhető a kereskedelmi és iparkamara vezető, összekötő szerepe, amely a megyében kialakított jó gyakorlatának köszönhetően különböző formákat biztosít a rendszeres kapcsolattartásra, az elemzésekre, illetve segítséget nyújt a gyakorlatban megjelenő problémák megoldásához.

A vizsgált technikum a Győri Szakképzési Centrum része. A szakképzési jogszabályok és stratégiák által megfogalmazott szakirányú oktatást a Győri Szakképzési Centrum tagintézményei a lehetőségek és az elképzelések mentén eltérő módon valósítják meg. A gazdálkodás és menedzsment ágazatban például a banktitok miatt találnak nehezen duális képzőket. Az informatikai cégek ugyancsak

biztonsági okokból nem nyitottak még a lehetőségre. Vannak olyan iskolák, amelyek hagyományaik tiszteletben tartása miatt gondolják, hogy tanítani az iskolában kell. Ugyanakkor azokban az iskolákban és ágazatokban is eltérések mutatkoznak a képzők között, ahol működik a duális képzés.

Az 1. ábra négy csoportba bontva szemlélteti, hogy mely ágazatok milyen típusú gazdálkodó szervezetnél jelennek meg. A KKV rövidítés kis- és középvállalkozást jelöl, míg az ÁKK a vizsgált Ágazati Képzőközpontot. A smart art mátrix egyes részei nem tükrözik a duális helyszínen fogadott hallgatók számát. Az ábra célja a duális képzésben résztvevő vállalkozástípusok bemutatása, társítva az általuk képviselt ágazatokkal. A ciklikus mátrix ábra azt mutatja be, hogy mely gazdasági szereplők közül választhatnak a tanulók, amikor a duális képzési formára jelentkeznek. Meg kell jegyezni, hogy a hároméves szakirányú oktatás időtartama alatt a választott vállalkozás változtatására, vagyis az átjárhatóságra is van jogszabályi lehetőség.

A 2023/24-es tanévben a Győri Szakképzési Centrum ágazatonként megjelölt képzői között kiemeltük (félkövér, dőlten) az adott képzőtípushoz tartozó legnépszerűbb ágazatot és iskolát, amelyek az adott iskolából a legtöbb diákot fogadják (1. ábra).

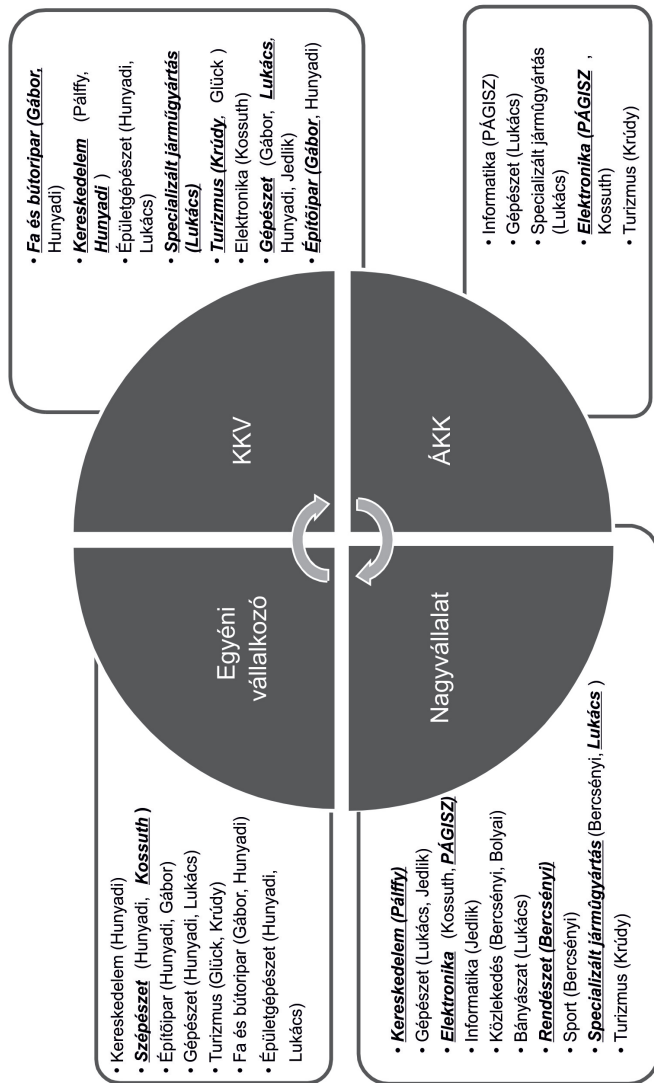
Az egyes iskolák a duális képzésben együttműködő felek munkáját hangolják össze ágazatonként, szakmánként. Vannak olyan domináns szervezetek, amelyek nem engednek beavatkozást az életükbe, és vannak, amelyek alkalmazkodnak az iskolai élethez és hagyományokhoz. Mindenkinek igazodnia kell azonban a képzési tartalomhoz és a nevelés, oktatás során közvetített értékekhez, az ezek alapján megfogalmazott szabályokhoz (például a házirendhez).

A bemutatott Szakképzési Centrum egyik technikumában a szervezeti identitás szempontjából elemeztük a diákok állandó lakhelyét, a duális képzésben résztvevő diákok számát és a partnereket, azok telephelyét, az iskola duális kapcsolati hálóját, és az együttműködő felek helyzetét.

Az iskola beiskolázási körzete országos, a tanulók többsége azonban Győr-Moson-Sopron megyei állandó lakcímmel rendelkezik. A 2023/24-es tanévben a vizsgált technikum tanulóinak létszámadatait (nappali tagozaton összesen 610 fő) szemlélteti településenként a 2. ábra. A jelenlegi duális képzők telephelye Győrben helyezkedik el. A nagy X jelöli Győrt, a jelmagyarázatban jelölt számok az adott településen állandó lakhellyel rendelkező tanulók létszámát jelzik. Látható, hogy Győr-Moson-Sopron megyén kívül az ország különböző pontjairól is vannak állandó lakóhellyel rendelkező diákok az iskolába, számottevő többségük azonban a megyében él.

A technikum és a duális partnerek kapcsolata közös munkán, együttműködésen alapul, a középpontban a kapcsolat működéséhez szükséges összehangolást végző iskola áll (3. ábra). A tanulók KRÉTA-adatait vizsgálva a duális képzőhelyre vonatkozóan megállapítható, hogy a 2023/24-es tanévben a 610 nappali tagozatos diákból az AUDI Hungaria Zrt. (AH) Nagyvállalati Képző-

1. ábra: A Győri SZC duális képzési modellje – vállaltípusonként, ágazatonként
 The dual training model of Győr SZC – by type of company and by sector



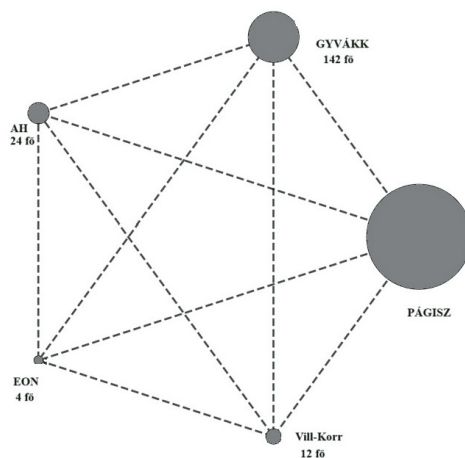
Forrás: saját adatgyűjtés, saját szerkesztés

2. ábra: A Győri SZC Pattantyús-Ábrahám Géza Technikum tanulóinak területi eloszlása a 2023/24-es tanévben (állandó lakhely/létszám)
 Spatial distribution of students of the Pattantyús-Ábrahám Géza Technikum of Győr SZC in the academic year 2023/24 (permanent residence/number of students)



Forrás: saját adatgyűjtés, saját szerkesztés

3. ábra: A Győri SZC Pattantyús-Ábrahám Géza Technikum duális kapcsolati hálója 2023/24-es tanévben
 The dual network of the Pattantyús-Ábrahám Géza Technikum of Győr SZC in the academic year 2023/24



Forrás: saját adatgyűjtés, saját szerkesztés

központjában 24, az E-ON Hungaria Zrt-nél (E.ON) 4 a Vill-Korr Hungaria Zrt-nél (Vill-Korr) 12, a Győri Villamosipari Ágazati Képzőközpontban (GYVÁKK) 142 tanuló vett részt a szakirányú oktatásban.

A technikai oktatás két képzési szakaszból tevődik össze. A tanulók 9. és 10. évfolyamon ágazati alapoktatásban vesznek részt, mely kizárólag az iskolában szervezhető meg. A 2023/24-es tanévben a 9-10. évfolyamos diákok száma 269 fő. A 11. évfolyamban kezdődik a szakirányú oktatás, mely elsődlegesen duális képzési formában, vállalati környezetben teljesítendő. Megfelelő számú duális képzőhely hiányában az iskola vállalja a szakirányú oktatást is. A 2023/24-es tanévben a szakirányú oktatásban tanuló diákok száma 341 fő. A duális képzésben résztvevők számát tekintve fontos az iskola teljes tanuló létszámához, illetve a szakirányú oktatásban résztvevők számához való viszonyítás különbsége. A tanuló létszámok a KRÉTA naplóból származnak (gyszc-pattantjus.e-kreta.hu, letöltés: 2024. 11. 08.).

A duális együttműködésben résztvevő vállalatok vezetőinek, a nagyvállalatok esetében a diákokkal foglalkozó, oktató kollégáknak a következő kérdéseket tettük fel:

- A duális képzésre irányuló együttműködés során a szervezeti identitás milyen részletei hangsúlyosak?
- Vannak-e a gazdasági élet – vagyis a duális képzők – és az oktatás szereplői között a szervezeti identitás területén kapcsolódási pontok?
- Milyen megjelenési formái vannak a szervezeti identitásnak az említett szereplők közti együttműködésben?

A megkérdezett felek a kérdéseket előre megkapták, a beszélgetés időkeretét így rugalmasabban tudtuk alakítani.

A dokumentumok közül a szervezetek weboldalainak tartalmát, a korábban megjelent sajtóközleményeket, valamint az együttműködés alapjául szolgáló megállapodások tartalmát vizsgáltuk, amelyek leírják a célokat, feladatokat. A jogszabályok, az uniós, az országos és a helyi szabályozók, a szervezetek saját nyilvánosságához közvetített szabályozóinak vizsgálata dokumentumelemzéssel történt. A szervezetek együttműködését bemutató leírásokból egyértelműen kiderül, hogy mindegyikük elkötelezett az oktatás iránt, és szakmai munkája mellett a tudásátadással is foglalkozik. Összesen négy interjút készítettünk személyesen, melyekből világossá vált, hogy a közös értékrend és a közös cél az együttműködés alapja.

Balmer és Soenen (1999) szerint vállalati identitásnak lelke, értelme, hangja van, vagyis értékeket közvetít, megfogalmazza startégiáját és céljait, valamint befelé és kifelé egyaránt kommunikál. Az említett együttműködő felek a Szakképzés 4.0 elvei, valamint Pattantyús-Ábrahám Géza professzor értékei mentén végzik oktató, nevelő munkájukat. Fontos értékek számukra a komplex problémamegoldás, a kritikus gondolkodás, a kreativitás, az emberek humánus kezelése, a csapatmunka, az érzelmi intelligencia, az értékek által meghatározott, megfontolt ítélet

és döntéshozatal, a szolgáltatás-orientáció, a kölcsönös előnyökre törekvő tárgyalás, a kognitív rugalmasság (Szakképzés 4.0, 2019). Pattantyús professzor a családias szemléletre, a szakmaszeretet mellett a zene, a kultúra, a sport és a rend szeretetére nevelte a jövő generációját. A duális képzésbe bekapcsolódó vállalatok munkatársai kivétel nélkül Pattantyús-os múlttal rendelkeznek, diákként, sok esetben diákok oktatóiként is megfordultak az iskolában, a közös értékeket így könnyen közvetítik tanítványaik számára. A kommunikációs kultúrát illetően az iskolai közös múlt ugyancsak meghatározó alap lehet, amellet, hogy az oktatási intézmények a mai kor kihívásaihoz igazodnak és egyre inkább szolgáltatóvá válnak, így a marketingre, a vízió, misszió megfogalmazására, a minőségpolitikára figyelve egységesebb arculattal közelítenek a multinacionális vállalatok és a kisebb vállalkozások irányába is. A szervezeti identitás értelme, a résztvevő szervezetek közös célja – a Szakképzés 4.0 stratégia és a jogszabályok alapján – az Európai Unió célkitűzéseinek, a Területfejlesztési terveknek való megfelelés, továbbá a tudásközvetítés, amely kompetenciaalapú, kimenetszabályozott, korszerű digitális mód-szereken, projektszemléleten, tanulási eredményalapú értékelésen alapszik, valamint megfelel a munkaerő-piaci igényeknek. Az egyéni valamint a szervezeti érdekek és célok összehangolása az oktatás területén az önazonosság miatt is nagyon fontos; az „én” mellett elengedhetetlen a „mi” megjelenése is. A korszerű, fenntartható szakmaiság mellett együttműködésre, elfogadásra nevelünk.

A vizsgált technikum jelenleg működő kapcsolati hálóját vizsgálva megállapítható, hogy az iskola, a multinacionális vállalat oktatási központja, a családi vállalat, az áramszolgáltató vállalat, a non-profit oktatási kft. esetében a vezetők személye, motivációja meghatározó az együttműködés területén. A szervezetek kommunikációja a közösségi oldalakon, céljaik, küldetésük, történetük bemutatása minden érintett szereplő esetében azonos mélységű és hasonló tartalmú.

Az együttműködéseknek történelmi előzménye is van. A duális képzés, más köntösben ugyan, de már a középkorban is megjelent. A céhek a munkaerő képzésének szervezett formái voltak, mesterré csak hosszú folyamat alatt válhattak valaki. Az inasok tizenéves korukban a mester házában kezdtek el dolgozni, először írni, olvasni, számolni tanultak meg, majd a kisegítő tevékenységek után mestereik egyre felelősségteljesebb feladatokkal bízták meg őket.

A 18. század Európában a polgári fejlődés és a felvilágosodás kora, amelyben különös figyelem irányult az oktatásügyre, melyet az egyik legfontosabb eszköznek tekintettek immár az állami célok megvalósításában. A politikai intézkedések egyik alapelve a hasznosság volt; a felvilágosult abszolutizmus alapvető érdeke volt az ország erőforrásainak hatékony felhasználása, a mezőgazdasági és ipari termelés, a bányászat és a kereskedelem fejlesztése.

Az ipari szakoktatás ügye újabb lendületet vett a Kossuth Lajos által vezetett Iparegyesület megalakulásával (1841). Az egyesület egyik alapvető célja az iparosok szakmai továbbképzésének biztosítása volt. Az Iparegyesület tartotta fenn az 1845-ben létesített pesti „mesterinas iskolát”.

A 19. század végén jöttek létre az első ipari szakiskolák, amelyekben gyakorlaton alapuló szakoktatás folyt; a cél olyan szakemberek képzése volt, akik kisebb üzemekben előmunkásként, munkavezetőként tevékenykednek.

1950-ben törvényerejű rendelet hozta létre hazánkban a technikumokat, melyek feladata az ipar számára jól képzett, általános és szakmai műveltséggel egyaránt rendelkező technikusok képzése volt. 1985-ben pedig az oktatás újabb reformja definiálta a szakközépiskolát és a szakmunkásképzést (Patyi 2021).

Az utóbbi években a nemzetközi mintákat figyelembe véve több oktatási reform, szabály, stratégia született, melyek hatást gyakoroltak a tudásátadási feladatokra, a módszertani megújulásra, a szakképzésre, a duális képzésre, de az értékközvetítés formáira is. Ezek áttekintése, összehasonlító elemzése egy következő kutatás témája lehet.

„A jó munka közben jól érezzük magunkat. Kevés dolog olyan élvezetes, mint amikor egy nehéz feladatra koncentrálnunk, minden szakértelmünket felhasználva, tudva, mi a teendőnk.” (Csíkszentmihályi Mihály) (Velencei 2014, 36.).

Összegzés

A szakképzésben együttműködő felek a korszerű, hatékony módszereken alapuló tudásközvetítést tűzték ki céljuknak. Az eredményességhez hozzájárulhat a kapcsolatok életben tartása, a kooperáló felek szervezeti identitásának összhangja. Barabási Albert László (2008) szerint a sikeres vállalatot a sikertelentől a kapcsolati hálója különbözteti meg (idézi Almási 2014, 89.).

„Az új identitású emberek a jól megtervezett munkakört szívesen cserélik jó munkára. Frappáns megállapítás, miszerint arra a kérdésre, mit csinálsz, az emberek túlnyomó része megmondja, hogy melyik cégnél dolgozik. Néhányan megmondják a szakmájukat vagy a beosztásukat. Nagyon kevesen mondják pl. azt, hogy projekteket vezetek, kalkulációkat készítek vagy hasonlókat. Ebből vagy arra lehet következtetni, hogy felismerhetetlen, amit csinál, vagy arra, hogy szégyelli, amit csinál. Egyik eset sem szól arról, hogy élmény a munka” (Velencei 2014, 38.). A győri együttműködés a gazdasági és oktatási szereplők céljainak elérése érdekében valósul meg, a partnerek azonban azt is szeretnék, ha élmény lenne a munka, ha a diákok és kollégák egyaránt bátran beszélnének arról, hogy mit és hol csinálnak.

A tanulmányban áttekintettük a szervezeti identitás jellemzőit. Megállapítottuk, hogy az együttműködés során kiemelkedően fontos a szervezeti stratégia; a közös cél hozza a közös feladatot. A cél elérése érdekében szerencsés, ha a résztvevők a feladatokat azonos értékek mentén végzik. Előnyös továbbá – hozzájárul az eredményességhez, hatékonysághoz –, ha a szervezetek kommunikációja is hasonló, valamint a kapcsolódási pontok, egyben a megjelenési formák is azonosak az oktatásban résztvevők között: a küldetés, a filozófia, a piaci stratégia, a kultúra, a design, a viselkedés és a kommunikáció. Az egyes gazdasági szereplők és az isko-

la e területek mentén alakítják ki az együttműködés alapjául szolgáló közös szervezeti identitást. A feladat adott: a közös értékrend, a tiszta kommunikáció és a közös cél megvalósítása.

A vizsgálat a jövőben bővíthető kérdőívvel, vezetői mélyinterjúval, illetve szélesebb körre, nagyobb mintára is kiterjeszhető. Ha pedig a duális képzésben résztvevők körét szeretnénk bővíteni, vizsgálatunk ebben is segítséget jelenthet. Hiszen a kutatás fő kérdése az, hogy miként lehetséges a partneri kör bővítése. Mi lehet a fő motiváló erő? Talán a képzett munkaerő utánpótlása...

„A tudás, az ismeret, a szakképzettség a nemzetgazdaság valamennyi szintjén a gazdaság megkerülhetetlen hajtóereje” (Tóth et al. 2019, 43.).

Irodalom

- Abratt, R. (1989): A new approach to the corporate image management process. *Journal of Marketing Management*, 5.1., 63-76.
- Astrachan, B.C., Botero, I.C. (2018): "“We are a family firm”: An exploration of the motives for communicating the family business brand". *Journal of Family Business Management*, 1., 2-21. <https://doi.org/10.1108/JFBM-01-2017-0002> (hivatkozva Mosolygó-Kiss, Csákné Filep 2021)
- Almási A. (2014):A szervezeti identitás vizsgálata a hazai KKV-szektorban. *Vezetéstudomány*, 9., 86-96.
- Balmer, J.M.T., Soenen, G.B. (1999): The acid test of corporate identity management. *Journal of Marketing Management*, 1-3., 69-92. (hivatkozva Dörnyei K. R., Bauer A. 2014)
- Barabási Albert-László 2008. *Behálózva. A hálózatok új tudománya*. Helikon, Budapest (hivatkozva Almási A. 2014)
- Beck, S. (2016): Brand management research in family firms: a structured review and suggestions for further research. *Journal of Family Business Management*, 3., 225-250. <https://doi.org/10.1108/JFBM-02-2016-0002> (hivatkozva Mosolygó-Kiss, Csákné Filep 2021)
- Birkigt, K., Stadler, M. M., Funck, H. J. (2002): *Corporate Identity*. Moderne Industrie, Germany
- Dörnyei K. R., Bauer A. (2014): A szervezeti identitás meghatározása, elemei és menedzselése. *Vezetéstudomány*, 5., 2-9.
- Kaibás G. M. (2022): *A szakképzési jogszabályok magyarázata*. Budapest
- Lengyel I. (2023): A hazai terület- és településfejlesztés egyik „állatorvosi lova”: a felsőoktatás leépülése a kevésbé fejlett térségekben. *Tér és Társadalom*, 4., 51-81. <https://doi.org/10.17649/TET.37.4.3490>
- Mosolygó-Kiss Á., Csákné Filep J. (2021): *Családi vállalkozások identitása. Fókuszban az identitáskommunikáció és márkamenedzsmen*t. BGE Budapest LAB, Working Paper Series
- PÁGISZ MIR (2022) Győri SZC Pattantyús-Ábrahám Géza Technikum Minőségirányítási Programja (megjelenés, közzététel alatt)
- Patyi G. (2021): *A hazai szakképzés történetének vázlata (18-20. század)*. Soproni Egyetem Kiadó, Sopron
- Szakképzés 4.0 stratégia*. ITM, 2019. https://api.ikk.hu/storage/uploads/files/szakkepzes_40pdf-1590612271838.pdf
- Toarniczky A. (2012): Multikulturális szervezet és identitás. *Vezetéstudomány*, 7-8., 18-31.
- Tóth R., Szük K., Sisa K., Szijártó B. (2019): Az oktatás és szakképzés szerepe a vállalati (és nemzetgazdasági) versenyképesség növelésében. *Polgári Szemle*, 4-6., 36-55. DOI: 10.24307/psz.2019.1204
- Veleneci J. (2014): *Szervezeti identitás*. Nemzeti Közszerzői Egyetem, Budapest
- Zellweger, T., Eddleston, K., Kellermanns, F. (2010): Exploring the concept of familiness: introducing family firm identity. *Journal of Family Business Strategy*, 1., 54-63. <https://doi.org/jjfb.2009.12.003> (hivatkozva Mosolygó-Kiss, Csákné Filep 2021)

Zellweger, T., Kellermanns, F., Eddleston, K., Memili, E. (2012): Building a family image: how family firms capitalize on their family ties. *Journal of Family Business Strategy*, 4., 239-250. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfbs.2012.10.001> (hivatkozva Mosolygó-Kiss, Csákné Filep 2021)

Jogszabályok

2019. évi LXXX. törvény a szakképzésről Magyar Közlöny 2019. 191. szám

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1900080.tv> (Letöltés: 2022.12.14.)

12/2020. (II. 7.) Korm. rendelet a szakképzésről szóló törvény végrehajtásáról <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2000012.kor> (Letöltés: 2022. 12.14.)