

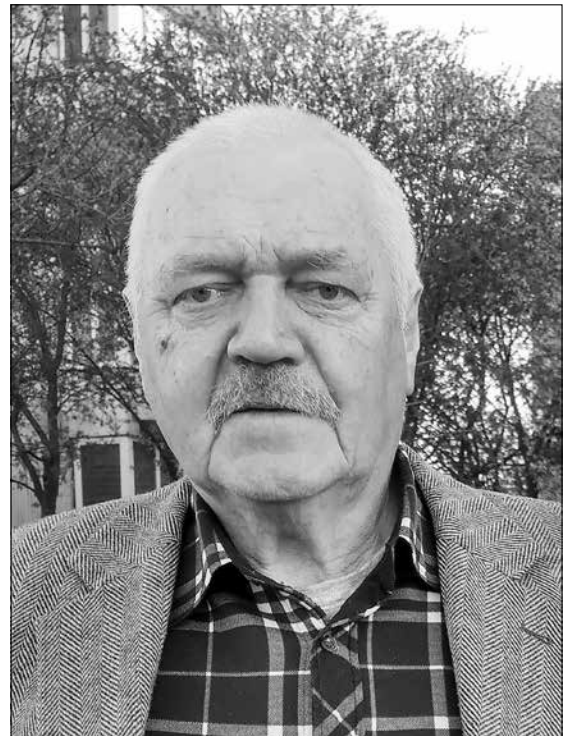
Vállalkozás mindenkinek?

Beszélgetés Csizmadia György nyugalmazott társadalomtudományi szaktanárral

Évtizedek óta változatlan a társadalomtudományi szaktárgyak középiskolai évfolyamok szerint beosztott kötelező sorrendje: IX.-ben logika, X.-ben lélektan, XI.-ben közgazdaság, XII.-ben filozófia. Ezek mellett az utolsó két évfolyamban a humán profilú osztályok választhattak szociológiát is, a 2000-es évek elején viszont, mondhatnám, váratlanul, a tizedik osztályban bevezették a gazdasági-vállalkozási alapismeretek elnevezésű kötelező tantárgyat.

A diákok viccelődtek is eleinte, hogy biztos azért kell gazdasági alapismereteket elsajátítaniuk, hogy ha valaki csak tíz osztályt végez, attól még lehessen vezérigazgató. De a vicc hamar lejárt, és kifejezetten a kedvenc tantárgyaik közé került ez az új diszciplína. **Csizmadia György** tanár úrtól azt szeretném megtudni, mi is ennek a tárgynak a lényege, mi vonzotta a diákokat annyira hozzá, és valóban volt-e abban valami igazság, hogy aki tizedikben abbahagyja a tanulást, ne maradjon gazdasági ismeretek nélkül.

– Az említett új tantárgy bevezetésének nem a tizenegyedikben következő közgazdaságtan megalapozása volt a célja, mivel utóbbiban a közgazdaságtan alapfogalmainak elméleti megismerése a cél, a tizedikes új tantárgy viszont mindenekelőtt gyakorlati problémákra helyezi a hangsúlyt. Az üzleti tervek, a vállalkozás kérdésköre van a figyelem középpontjában: a vállalkozás előnyeiről és hátrányairól, valamint arról szól, hogy mi a különbség a vállalkozás és a munkavállalás között. Manapság már gyermekkorban észrevehető, kiből lesz – bármi áron – vállalkozó, és kik lesznek kizárólag munkavállalók. Ez természetesen attól függ, ki milyen természetű, és mire hajlamos. Mi is úgy kezdtük a tudnivalók elsajátítását, hogy pontról pontra elmagyaráztam



a vállalkozások típusait, a különböző jogi formákat, vagyis az egyéni, a családi vállalkozás, a korlátolt felelősségű társaság – kft. –, illetve a részvénytársaság – rt. – közti különbségeket. Részletesen megbeszéltük az árbeli megegyezések és a fogyasztóvédelem, a piac és eladás, vagyis a kereslet és kínálat felmerülő kérdéseit. Habár a profit a legfontosabb motivációs tényező, nagyon fontos tudatosítani a vállalkozók felelősségét is. A felelősség elsősorban a családon belül jelentkezik, majd a munkatársakkal, üzleti partnerekkel, vásárlókkal és végső soron az állammal, az egész társadalommal szemben felmerül. Ez utóbbi mindenekelőtt a rendszeres adófizetésre vonatkozik, hisz ennek alapján beszélhetünk a költségvetésből élő intézmények – egészségügy, tanügy, közigazgatás – működtetéséről, illetve a fekete, szürke vagy átlátszó, fehér gazdaságról. Az 1990-es változások után hirtelen beinduló, aránylag sok vállalkozás esetében hallhattunk olyanokról, akik épp a fenti kö-

vetelményeket hagyták figyelmen kívül, vagyis az anyagiakat illetően nem viselkedtek tisztességesen a munkavállalóikkal, az állammal, az üzletei partnereikkel, ám az ilyesmiből végül az derült ki, hogy önmaguknak ártottak a hanyag, összevissza pénzügyeikkel, mert a cégek belebuktak.

– *Egy tizedikes diákot mennyire érdekelnek ezek a témakörök?*

– Nagyon. Ez nem is meglepő, mivel a termék megtervezésében nagyon gyakori, hogy a kreatív gondolkodású fiatalok egy-egy ötletét fogják majd kivitelezni, ezért is sikeresek manapság a fiatalok vállalkozásai, mert összejönnek, megbeszélnek a különböző ötleteiket, hozzátesznek még kiegészítő megoldásokat, vagy cáfolják az eredeti tervet, s csak ezek után a produktív megbeszélések után látnak neki a prototípus megtervezésének. Ha kész, akkor tesztelik, így máris összeáll az új vállalkozás. A beindulás után viszont fordul a kocka, elkezdődik a gyanakvás, az egymásra mutogatás, ki dolgozik többet, ki kevesebbet, és elég hamar véget is ér az együttműködés. Statisztikai adatok bizonyítják, hogy öt közös vállalkozásból csupán egy éli túl az egyeztetendő működést, a fentiek miatt vagy azért, mert a gyártás során kiderül, hogy a termék mégsem kell annyira a fogyasztóknak, mint ahogy azt a kezdéskor sejteni lehetett.

– *Gondolom, ezen a ponton nagy szerepe van a reklámnak. Tudtak időt szentelni a manapság igazán túlcsonduló reklámmenyiségre is?*

– Igen, persze. Elsősorban a reklám funkciójáról beszélünk, vagyis arról az alapfeladatáról, hogy felhívja a figyelmet és tájékoztasson. Kívülállókat azt gondolhatnánk, a tizenhat éves fiatalok kedvelik a gyakran valóban nagyon ötletes reklámokat, de amikor megkérdeztem, kiderült, hogy 99 százalékuk semennyire sem szereti. És érveltek is ügyesen elmondván, hogy a reklámszövegek féligazságok, sokszor tudatosan vezetnek félre, tehát „a jó bornak nem kell cégér” mondásnak nagyjából igazat adtak. Beszéltünk a nem hivatalos reklámról is, a sajról szájról terjedőről, a gyógyszerek esetében például mindannyian találkozunk efféle rokon-baráti ajánlással vagy épp az el-

lenkezőjével. Szóba került, milyen drágák a reklámok, s hogy épp ezért az képes előretörni, akinek van pénze, eszköze arra, hogy az egész környező világot irányítsa. A pénzügygősségen kívül nagyon fontos arról is beszélni, hogy a termékbemutató egyik jelentős vetülete a grafikai megjelenítés (cégtáblák, szórólapok, a csomagolás milyensége és kivitelezése stb.), és emiatt nem ritka, ha valaki azért képzeli el vállalkozóként magát, mert szeret rajzolni, és fejlett, vagy legalábbis annak érzi a képi meglátását.

– *Az elméleti ismeretek mellett jutott-e idejük valamelyes gyakorlati próbálkozásra?*

– Persze. Ez afféle otthoni feladatunk volt, mindenkinek olyan saját üzleti tervet kellett készítenie, amely nem csupán a termékre vonatkozik, hanem minden részletre kiterjed: a beinduláshoz szükséges költségektől kezdve a bérleti díjra, anyagköltségekre, a személyzet fizetésére, sőt annak a kiszámítására is, hogy egy év alatt hány százalék lesz a részesedése, természetesen beszámítva a piaci kereslet alakulását is. Ez utóbbit nagyon könnyen megértették a húsvéti tojáskereslet vagy a decemberi disznóhús-vásárlási kedv példáján. Az évek során nagyon sok érdekes terv született az osztályokban, igaz, legtöbbször cukrászdát, fodrászatot, szórakozóhelyeket terveztek, vagyis olyasmit, ami majdnem azonnali hasznot hoz, és gyorsan megtérül a befektetés. Az otthon készített terveket előbb én néztem át, majd a diákok nagy része vállalta, hogy az órán nyilvánosan bemutatja a saját tervét, ám voltak olyanok is, akik ettől ódzkodtak. Nagyon tanulságosak voltak ezek a bemutató órák, hiszen mindenki kíváncsian figyelte a másik mondanóját, és együtt örültek az ötleteknek.

– *Az évek során találkozott vagy hallott-e olyan vállalkozásról, amely ennek a tantárgynak köszönheti a meglétét?*

– Hasonlóan például az etika tanításához, ennek a tantárgynak sem lehet azonnal felmérni a gyakorlatban a hatását, következményeit, majd csak néhány év múlva. De ha látom majd egy-egy volt diákunk vállalkozását, nagyon fogok örülni a közös munka eredményének.

Molnár Judit