Közmag, a túlélés nagymestere

CSOMAFÁY FERENC

2001-ben azzal a szándékkal indult a Brassai Sámuel Elméleti Líceum Ifjúsági közgazdasági diáklapja, hogy közlési lehetőséget teremtsen azon diákok számára, akik a frissen létrehozott közgazdasági osztályba iratkoztak. A diákok közül, akikkel Páll Gyöngyvér tanárnő megalapította a folyóiratot, egyesek az egyetem elvégzéséhez közelednek, mások már egyetemi hallgatók lettek. A *Közmag* is kinőtt a Brassai kebeléből. Ma más, szintén közgazdasági osztályokkal rendelkező iskolákból, így az Apáczai Csere János Líceumból és a János Zsigmond Unitárius Kollégiumból von be munkatársakat. Hozzájuk társulnak a Babeș–Bolyai Tudományegyetem (BBTE) hallgatói, akik a Közgazdasági és Gazdaságtudományi Karon tanulnak és bizonyos íráskészséggel rendelkeznek.

A nemrég 84 oldalon megjelent VI. évfolyam 1–2. számában népes gárda publikált. A több mint tíz brassais mellett négy apáczais diák, két János Zsigmond unitárius kollégista, valamint nyolc egyetemi hallgató és a szerkesztőség két irányítótagja írta, szerkesztette a jelenlegi összevont számot.

A szerkesztők hat fejezetre osztották a laptestet.

A *Gazdasági kilátó diákszemmel* című fejezetből kiderül, hogy jelentős változások következtek be az ország gazdasági életében. A fiatal szerzők a hazai közgazdaságban felmerült kérdésekre keresik a megfelelő választ. A *Vállalkozáskutatások* című cikkben Juhos Levente a kisvállalkozások felől közelíti meg az elmúlt évtized gazdasági problémáit. Azt is elemzi, hogy kikből lettek vállalkozók, hogyan jöttek létre a vállalkozások, milyen a vállalkozás percepciója és milyen módosulást szenvedett a gazdaságnak ez a területe az évek során. A továbbiakban vállalkozás előtt álló kihívásokról ír a szerző.

Három szerző a tanultak és egy Dior-kiállítás nyomán elemzi a vállalkozások alakulását és azt a kérdést, hogy egyes esetekben hogyan növi ki magát egy vállalkozás világszínvonalúvá. (Deák Annamária, Márton Andrea és Gál Csilla)

2007-ben Románia az EU tagja lett, ami új követelményeket támaszt a gazdasági életben a gazdasági szereplőkkel szemben. Fazekas Izabella és Bíró Noémi írásukban azt vizsgálják, hogy mennyire vannak tudatában a különböző településeken levő vállalkozók az EU-s kihívásokkal. Felteszik a kérdést, hogy a vállalkozók ismerik-e cégük erősségét és gyenge pontjait; kidolgoztak-e egy vállalkozói tükröt; hogyan mérik fel a versenytársakat, és milyen stratégiát dolgoztak ki a vállalkozásuk jövőképére. A szerzők arra a következtetésre

jutottak, hogy ilyen szempontok esetében sok a bizonytalanság, az információ hiánya pedig azt eredményezi, hogy nincsenek mindig tudatában, mit is jelent az egységes EU-s piacban versenyhelyzetben lenni. Pozitív dolog, hogy a szerzők igyekeztek a valós helyzetet felmérni.

A második fejezet az európai uniós integráció kihívásaival foglalkozik. A BBTE harmadéves közgazdász hallgatója (Popp Gyöngyvér) a környezetvédelem és a közlekedés viszonyát elemzi. Az ökobarát gépjárművek és üzemanyag használata még mindig alacsony szinten mozog. Az új tagállamokban ez a kérdéskör még kevésbé ismeretes, és az ezt a kérdést övező dilemma egyre mélyül, amikor a gazdasági növekedés, a bővülő piacok következtében a szállítás is egyre bővül és az ezirányú gondok sokasodnak. Az érem másik oldala pedig az, hogy az európai közvélemény szerint szükségessé vált a jelenlegi járművek átalakítása, a közlekedési prioritások megváltozása. Mindez mikroszinten ökológiai tudatosságot, makroszinten, főleg a tömegközlekedés terén, komoly beruházásokat igényel.

Réman Anna a kis- és középvállalkozások reklámterveit elemzi. A cikk tulajdonképpen egy korábban már bemutatott és a 2006-os ETDK közgazdaságtani szekciójában első díjat nyert tudományos dolgozatnak a rövidített változata. A szerző azt vizsgálja, hogy a kis- és középvállalkozóknak milyen a reklámszemlélete. Mennyire érvényes az a nézet, miszerint a reklám nagyon költséges és amennyiben nem éri el a célt, nem is túl kifizetődő. Bemutatja a különböző reklámokat, a reklámköltségek eredményességét és a lehetséges megoldásokat. A végkövetkeztetése: szükség van a vállalatvezetők szemléletének megváltoztatására, mert gyerekcipőben jár a reklámozással kapcsolatos ismeretek elsajátítása, de még a reklámstratégia minőségi ismeretében is vannak hiányosságok. Szerinte a közgazdászok feladata ellátni megfelelő szakirodalommal a vállalkozói réteget.

Mi legyen véled, Félix fürdő című cikkében Talmács Krisztina- Kamilla arról értekezik, mit kellene tenni azért, hogy versenyképessé váljon az ismert üdülőhely. Szerinte szemléletváltozásra van szükség. Fontossá vált, hogy a turistáknak, az üdülni vágyók rétegeinek az igényeit megismerjék, azok szükségleteit felmérjék, és az így szerzett ismeretek alapján tisztában legyenek azzal, mit kell megvalósítani a sikeres gazdálkodás érdekében. A szerző a kitűzött cél érdekében fontosnak tekinti a nemzetközi kapcsolatok kiépítését, a tömegközlekedési problémák kiküszöbölését, a meglévő kis- és középvállalatok versenyképessé tételét és a faluturizmus fejlesztését.

Bíró Boróka Júlia *Milyen jövedelemkiegészítést hoz a 2007-es csatlakozás a székelyföldi gazdáknak* című cikkében érdekes gondolatokat fogalmazott meg, s a Romániára kidolgozott modellszámításokat alkalmazta Székelyföld vonatkozásában. Románia átmenetileg a csatlakozás időpontjától számított maximum öt évre az egyszerűsített területalapú támo-

gatási rendszert (SAPS) fogja bevezetni. Ez a támogatási típus nem kötődik direkt a termelés szintjéhez, csak a földterület, illetve az állatállomány nagyságához, ezért nevezik egyszerűsített támogatási rendszernek. A vállalások, a kapott támogatások elszámolása világos, áttekinthető kell legyen.

A *Barangolás az információ világában* új fejezetet jelent a lapban. Megtudjuk, hogy az információ-kommunikáció században hogyan használják fel a fiatalok a számítástechnológiai ismereteiket, hogyan tájékozódnak az internet világában, mi vonzza őket az internethez, illetve hogy milyen internethasználati szokásaik vannak.

IRC a köztudatban és azon túl című cikkében Pápay Orsolya fontosnak tartja tudatosítani, hogy az IRC olyan lehetőségeket kínál, ami a való életben nem adatik meg a fiataloknak. Hogyan kell kihasználni az internetet? Felhívja a figyelmet az internethasználat veszélyeire. Boce Paula elemzi az Apáczai Líceum diákjainak internetfelhasználási szokásait. Következtetése, hogy a tanulók 99 százaléka használja az internetet. Otthoni számítógéppel a diákok 70%-a rendelkezik. A világhálót tanulás, szórakozás, kedvtelés és barátkozás céljából használják leginkább. Sok érdekességet tartalmaz Szabó Szabolcs Zoltán Google-val foglalkozó cikke is.

A *Művelődés* rovatban filmkritikákat olvashatunk a *Babel* (Csomafáy Ferenc) és a *Volt vagy nem volt* (Páll Gyöngyvér) filmekről, illetve beszámolót a Művészetek Palotájából, ahol a Kolozsvári Magyar Opera zenekara és énekkara is fellépett (Pléșa Róbert).

Szécsi Hunor, a BBTE IV. éves hallgatója, *Nevelésszociológiai problémák egy gyermek életében* című cikkében a jövő nemzedékére gondol és nevelésszociológiai problémát feszeget. A vizsgálat középpontjában a szegénységben élő gyermekek élete állt. A terjedelmes és jól dokumentált írás azt a következtetést fogalmazza meg, hogy a szülők peremhelyzetének egyes elemei újratermelődnek a gyermekek életében. A társadalmi támogatás csökkentheti a negatív szociális, kulturális hatásokat.

Végezetül el kell mondanunk, hogy a hét éve megindított *Közmag* mint ifjúsági közgazdasági lap túléli a Brassai Líceumban megszűnő közgazdasági osztályokat. Folytatásban is reménykedhetünk, annak az átgondolt, kitartó munkának köszönhetően, amit szellemi vezetői (elsősorban mint főszerkesztők Páll Gyöngyvér tanárnő és Pléșa Róbert, a Brassai Líceumból kikerült másodéves egyetemista) az elmúlt hat évben minden egyes szám megjelenése alkalmából befektettek, azért, hogy a jövő közgazdászai szóban, cselekedetben és írásban is versenyképesek lehessenek. Ezzel a munkával olyan hagyományt teremtettek, amely a folytatásra kötelez.