

3 cikk! %

Óriások násza

Végül, de semmiképpen sem utolsósorban, érdemes részletesebben szót ejteni az elektronikus titkárnőről, az ISDN-ről. Az ISDN-vonalra kapcsolt (egyébként nem akármilyen) telefonkészülék képes arra, hogy segítségével a beérkező hívás adatait (nevet, hívószámot, sőt az ezekhez fűzött megjegyzésünket is) egyetlen gombnyomással jegyzetfüzetbe másoljuk. Az ilyen hálózat lehetővé teszi szöveges üzenetek küldését (helyettesítheti tehát a faxot). Az üzenet ilyen módon továbbítva ráadásul akkor is célba ér, ha a hívott szám foglalt. Beszélgetés alatt, annak megzavarása nélkül is megjelenhet a hívott fél berendezésén. Amennyiben a kagylót nem veszi fel senki, akkor az üzenet a hívástárolóba kerül.

Szabad döntéssel

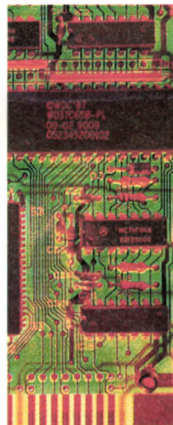
Külön megrendelés esetén az ISDN-készüléken kijelvezhető a díjakra vonatkozó információk és nyilvántarthatók az adatkapcsolatok tarifakondíciói is. A készüléken – amennyiben a hívásazonosítás működik – látható a kijelzőn, hogy ki keresi a számot, így szabadon eldönthető: akarja-e a hívott fél fogadni a hívást. A berendezésen ráadásul be is programozható, hogy adott időszakban csak bizonyos számokról csengethessék a készüléket. A hívásszűrés lehetőségét ad arra, hogy csak az igazán várt telefon fusson be, mások ne zavarhassák a munkát. Sok készüléknél az is megoldható, hogy a megadott számokról érkező hívások más dallammal szóljanak, tehát már a csengetésnél tudhatjuk, milyen típusú beszélgetésre számíthatunk.

Az ISDN az említetteken kívül még számos más szolgáltatást is nyújt. Képi információk továbbítására például minden más megoldásnál fejlettebb lehetőség nyílik. Egy A4-es oldal jó minőségű továbbítása nem vesz igénybe többet 4-5 másodpercnél. Nem tagadható azonban, hogy ennek a rendszernek még jelentős hátrányai is akadnak. Az országban még igen kevés elterjedt megoldás révén az ISDN-megrendelők magukra hagyottan érezhetik magukat. A lehetőségek kihasználásához ugyanis az kell, hogy a másik oldalon is hasonló színvonalú (és bekötésű) berendezés működjön.

Az első lépés ára

Ami pedig magukat a készülékeket illeti: az ISDN-hálózatra áttérni szándékozó nagyobb cégek az alközpontok terén széles (bár természetesen nem olcsó) választékra számíthatnak. ISDN-telefonkészülékből azonban információnk szerint egyelőre csak két engedélyezett típus kapható. A berendezések ára pedig darabonként 130-170 ezer forint lesz.

Az amerikai távközlési ágazatban tomboló felvásárlási és fúziós lázat az magyarázza, hogy a washingtoni törvényhozás februárban megszavazta az új távközlési törvényt, amely lebontja a telefon-, kábel- és televíziós szolgáltatások között 62 évvel ezelőtt létesített jogi korlátokat.



Az évezred utolsó évtizedében nemcsak technikai, hanem gazdasági szempontból is valóságos forradalom zajlik le a világ távközlési iparágában. Szinte minden hónapra jut egy-egy felvásárlás, cégfúzió a telekommunikációs ágazatban, ahol erőteljes koncentrációs folyamat megy végbe. A világ vezető távközlési vállalatai sorra vásárolják fel a kisebb cégeket, egymással stratégiai szövetségeket hoznak létre, s a piac liberalizálásával a nagygyűk igyekeznek pozícióikat javítani, illetve erősíteni.

A tét nem csekély: a genfi székhelyű Nemzetközi Távközlési Unió adatai szerint 1995-ben a távközlési világpiac szereplői 513 milliárd dollár bevételre tettek szert, s ebben az ágazatban a nyereségesség mutatója a forgalom 40 százalékával(!) egyenlő. Jól jellemzi a távközlési robbanást, hogy amíg 1984-ben a világon a vezetékös telefonvonalak száma 388 millió, tíz esztendővel később már 645 millió volt. Tíz esztendő alatt a televíziós készülékek száma 640 millióról 1,2 milliárdra, a kábeltévé-előfizetők száma pedig 58-ról 174 millióra növekedett. 1994-ben a világon 38,1 millió háztartás rendelkezett műholdas tévévételi lehetőséggel, tíz évvel korábban csak 1,2 millió. A világon 1984-ben mindössze 0,3 millió hordozható celluláris telefonkészülék működött, 1994-ben az előfizetők száma már meghaladta az 53 milliót. Nem kevésbé viharos a fejlődés az Internet területén: a statisztikák tanúsága szerint 1984-ben mindössze 100 ezren fizettek elő az Internet szolgáltatásaira, 1994-ben ez a szám már meghaladta a 26 milliót, s becslések szerint napjainkban a világhálózaton már mintegy ötvenmillióan barangolnak.

Történelmi liberalizáció

A távközlési piac amely többek között felöleli a vezetékös és a mobiltelefoniat, az adattovábbítást, a hagyományos, a műholdas és a kábeltelevíziózást s mindinkább a szórakoztatóipart, részesedési háború színterére, itt a szereplők szeretnének minél nagyobb részt kiharítani maguknak ebből, a következő évtizedekben is dinamikus fejlődés elé néző ágazatból.

A nemzetközi tolongásban egymást követik a vállalati bekebelezések és fúziók. A sok tranzakció közül érdemes megemlíteni, hogy az amerikai US West telefontársaság 10,8 milliárd dollárért megvásárolta a Continental Cabelvision kábeltévé-társaságot, április elején létrejött az USA második legnagyobb távközlési társasága: az évi 12,7 milliárd dolláros forgalmat lebonyolító SBC Communications bekebelezte az évi 9 milliárd dolláros forgalmú Pacific Telesis csoportot. Az egyesített cég piaci tőkeértéke mintegy 50 milliárd

B. V. J.

VOLVO 850 EXECUTIVE. A KÜLÖNBSÉG ÉREZHETŐ ÉS ÉLVEZHETŐ.



Élvezze a Volvo 850 Executive eleganciáját, kényelmét és biztonságát, amelyet most érezhetően kedvezőbb áron vásárolhat meg. Az egyébként is gazdag alapfelszereltségű, dinamikus 210 LE-s Volvo 850 T-5 olyan extrákkal egészül ki, mint a nemes faburkolat a műszerfalon és a középkonzolon, audiosomag, ködfényszórók, italtartós

könyöktámasz elöl, hátul napfényvédő-roló, elektromosan állítható vezetőülés 3 memóriával és természetesen a klímaberendezés*. Ezzel a kivételes Volvo modellel a listaár-

hoz viszonyítva Ön nem kevesebb, mint 600 000 Ft-ot takaríthat meg. Ebből az autóból már csak egyvalami hiányzik: Ön. Tegye teljessé!

dollár, s idén 3 milliárdos nettó nyereségre számíthatnak. Az ügylet után néhány nappal összeolvadt az ugyancsak amerikai Bell Atlantic és a Nynex. A két cég tavalyi együttes árbevétele 26,8 milliárd dollár volt. A Bell Atlantic és a Nynex az egykori óriás, az A. T. and T. 1985-ben történt feloszlásakor létrehozott regionális szolgáltatók, a hét úgynevezett Baby Bell sorába tartozik.

Az amerikai távközlési ágazatban tomboló felvásárlási és fúziós lázat az magyarázza, hogy a washingtoni törvényhozás februárban megszavazta az új távközlési törvényt, amely lebontja a telefon-, kábel- és televíziós szolgáltatások között 62 évvel ezelőtt létesített jogi korlátokat. A liberalizálás, illetve dereguláció lehetővé teszi, hogy az USA-ban a távközlési, a szórakoztatóipari és az informatikai vállalatok egymás területére – mind földrajzi, mind pedig szolgáltatási értelemben – behatoljanak. A távközlési piac liberalizálása nyomán lehetőség nyílik arra, hogy a helyi telefontársaságok betörjenek a távbeszélgetéseket lebonyolító cégek területére és megfordítva. A helyi és távolsági telefontársaságok, az eddig csak mozifilmek gyártásával, forgalmazásával vagy csak televíziózással, rádiózással, Internet-szolgáltatással foglalkozó cégek ezentúl szabadon vállalkozhatnak egymás piacain.

Éleződő verseny

A dereguláció után – a szakemberek véleménye szerint – hatalmas összegek áramlanak majd a távközlési iparágba, s a mind nagyobb verseny folyamatosan csökkenteni fogja majd az árakat – az előfizetők öröme és hasznára. Az amerikai távközlési piac liberalizálására való készülődés jegyében – még a törvény elfogadása előtt – számos óriásüzlet született. Az A. T. and T. például bekebelezte a McCaw Cellular Communications mobilóriást, a Disney szórakoztatóipari konglomerátum pedig összeolvadt a Capital Cities/ABC tévétársasággal. A hatalmas összegeket megmozgató felvásárlások és összeolvadások felsorolását még lehetne folytatni. A tranzakciók nyomán

olyan vállalatbirodalmak jönnek létre, amelyek az elektronikus kommunikáció szinte minden műfaját művelik.

A távközlési ágazat elemzői szerint a piac vezető cégei számára ma jobb befektetés az ígéretes szolgáltatásokkal rendelkező kisebb vállalatokat felvásárolni, mint saját fejlesztésekbe kezdeni. S nemcsak a szolgáltatások, hanem egyes piacok is igen vonzóak az óriás-cégek számára. Az előrejelzések szerint a következő években a távközlési ágazat és a kereslet Ázsiában és térségünkben növekszik majd a legdinamikusabban. Érthető tehát, hogy a vezető nyugati távközlési cégek nagy versenyt folytatnak az ázsiai, a latin-amerikai és a kelet-európai távközlési piacért, a telekommunikációs állami vállalatok privatizációjában való részvételért. Az új piacok természetesen hatalmas beruházásokat igényelnek, de a fejlesztési befektetések viszonylag rövid idő alatt busásan kifizetődnek.

Európában gőzerővel folyik az állami telefontársaságok magánosítása. A Matáv és a cseh állami telefonmonopólium részleges privatizálása után még az idén megkezdődik a Deutsche Telekom, utána pedig a France Télécom magánkézbe adása.

Alakulnak az interkontinentális stratégiai szövetségek is a legnagyobb távközlési cégek között. A Deutsche Telekom, a France Télécom például 4,2 milliárd dollárért 20 százalékos részesedést szerzett az USA harmadik legnagyobb telefontársaságában, a Sprintben. A három cég Global One elnevezésű stratégiai szövetsége elsősorban a vállalati ügyfelekre összpontosít majd, számukra hang- és adatátviteli, valamint videoszolgáltatásokat nyújtanak az egész világot átfogóan, a legkorszerűbb technika segítségével. A Global One forgalma a számítások szerint 2000-ben eléri majd az ötmilliárd dollárt. A világ első számú távközlési társasága, az A. T. and T. hasonló stratégiai szövetséget hozott létre Uniworld néven négy európai telefontársasággal. A British Telecom óriás-cég pedig az amerikai MCI-jal lépett szövetségre, létrehozva a világ második legnagyobb, az egész világot átfogó távközlési üzleti társulását.

A távközlési ágazat elemzői szerint a piac vezető cégei számára ma jobb befektetés az ígéretes szolgáltatásokkal rendelkező kisebb vállalatokat felvásárolni, mint saját fejlesztésekbe kezdeni. S nemcsak a szolgáltatások, hanem egyes piacok is igen vonzóak az óriás-cégek számára.

TV-URH műsorszóró állomások, valamint **80-160-450 MHz-es** URH-hálózatok engedélyezési tervdokumentációjának elkészítését vállaljuk, hatósági ügyintézésrel együtt.

Referenciák: Belügyminisztérium, EUROHÍVÓ, KITE, ÉDÁSZ.

Cím: 1025 Budapest, Ferenchegyí út 23. • Tel.: 06-20/346-137

TEL-COM Bt.

A liberalizációs hullám a jelek szerint szinte az egész világra kiterjedően van. A Kereskedelmi Világszervezet (WTO) égisze alatt az USA, Kanada, Japán és az Európai Unió előrehaladott tárgyalásokat folytat a nemzetközi távközlési piac globális liberalizálásáról. A résztvevők késznek mutatkoznak arra, hogy belső távközlési piacukat részben, illetve egészben megnyissák a külföldi versenytársak előtt. A négy vezető partner tervezett megállapodása segíthet meggyőzni a fejlődő országokat nemzeti távközlési piacaik megnyitásának szükségességéről.

Leomló bástyák

A nemzetközi távközlési piacok megnyitását célzó egyezményt – amelynek kidolgozásában 51 ország vesz részt – a tervek szerint a jövő év közepéig írják alá, és 1998. január 1-jén léptethetik életbe. Elemzők véleménye szerint a világméretű liberalizáció egyrészt nagyobb versenyt, másrészt pedig alacsonyabb szolgáltatási árakat jelenthet.

Bizonyos, hogy a következő esztendőben további viharos átrendeződés várható a nemzetközi távközlési piacon, valamint az ágazat vállalatainak sorában. A nemzeti távközlési határok leomlása a szolgáltatások további globalizálódását hozza majd, ugyanakkor az ágazat vezető cégei tovább erősödnek, piaci súlyuk a stratégiai szövetségek kusza szövevényein keresztül pedig várhatóan tovább növekszik.

Gonda György

Technológiai lázgörbe

A világ egyik legdinamikusabban fejlődő üzletága az információtechnológia, amely többek között felöleli a távközlést, a multimédiát, a hardvereket és a szoftvereket, az adatátvitelt, az információs rendszereket, ezek tervezését, gyártását, telepítését és alkalmazásának betanítását. Az információtechnológia fontos része az ágazattal kapcsolatos tanácsadás. Jól jellemzi ennek az iparágnak a robusztus fejlődését, hogy a világ legnagyobb vezetési tanácsadási cégeinek bevételéből tavaly már több mint 55 százalék az információtechnológiával kapcsolatos megbízásokból származott.

Milliárdos ügyletek

Nem meglepő tehát, hogy az információtechnológia területén is világszerte tombol a fúziós és a felvásárlási láz. Az American Broadview Associates adatai szerint ezen a területen már 1995-ben összeolvadási rekord született, de ez az idén valószínűleg megdőlt. A

láz többek között azzal magyarázható, hogy az ágazat cégei a világméretű versenyképesség kialakítása, illetve megtartása érdekében keresik a megfelelő méretekkel, piacokkal és technológiával rendelkező felvásárolható célpontokat. Az információtechnológiai ágazatban 1995-ben a világon 2913 felvásárlásra és cégházasságra került sor. (1994-ben 1861 tranzakció volt.) A felvásárlási és összeolvadási ügyletek értéke 134 milliárd dollár volt. Ez az összeg 48 százalékkal haladja meg az egy évvel korábbi 90,5 milliárd dolláros értéket.

A fúziómánia tavaly a világ információtechnológiai piacának minden területére kiterjedt. A legnagyobb összegű ügyletekre a távközlési ágazatban került sor: a 98 tranzakció összesített értéke 20,1 milliárd dollár volt. Ezen a területen kiemelkedő összegű ügylet volt a Belgacom részvényei 49,99 százalékanak felvásárlása. A jelentős részvénycsomagot a Matáv egyik tulajdonosa, az Ameritech, valamint a Singapore Telecom és a Teledenmark alkotta konzorcium vásárolta meg 3,5 milliárd dollárért. A brit Cable and Wireless és a német Veba összeolvadása pedig 2,7 milliárd dollárt mozgatott meg.

Az információtechnológiai ágazaton belül a legaktívabb felvásárlási és fúziós tevékenység a szoftverek és a szoftverszolgáltatások területén volt tapasztalható 1995-ben. Ebben az üzletágban tavaly 356 ügyletre került sor 6,5 milliárd dollár értékben.

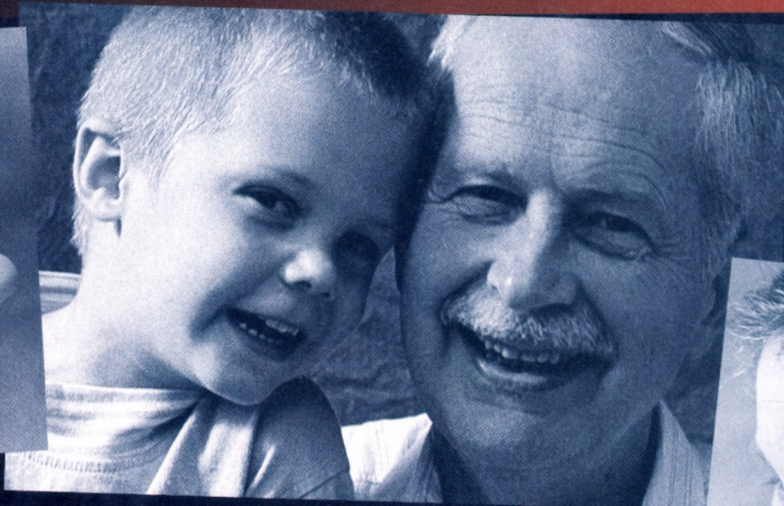
A Broadview véleménye szerint az európai piacon elsősorban az ágazat legjelentősebb cégeit szemelték ki házasságra. Ez azzal magyarázható, hogy a „kérők” megkülönböztetett figyelmet fordítottak a kritikus tömeg elérésére a nemzetközi versenyképesség erősítése érdekében. A bérelszámolás számítógépes feldolgozására szakosodott nagy amerikai számítógép-ipari szolgáltató vállalat, az ADP például 460 millió dollárt fordított a francia GSI bekebelezésére, amely ezen a területen Franciaországban a listavezető.

Megvásárolt tapasztalatok

A Broadview elemzése szerint az információtechnológiai világpiacon számos fúziós ügyletet a technológiai váltás gyorsuló üteme erőszakolt ki. A cég szerint napjainkban az információtechnológia területén a termékfejlesztés sok esetben tovább tart, mint a termék életciklusa. Ennek következtében sok vállalat számára fontos az új technikát, technológiát képviselő cégek felvásárlása. Fontos szempont az is, hogy a felvásárlással jelentős összeg takarítható meg a kutatás és a fejlesztés területén, különösen abban az esetben, ha a bekebelezés, illetve a fúzió tárgya olyan vállalat, amely egyrészt jelentős kutatási és fejlesztési bázissal, másrészt pedig új, korábban sok pénzt felemésztő termékekkel rendelkezik.

Az információtechnológiai ágazaton belül a legaktívabb felvásárlási és fúziós tevékenység a szoftverek és a szoftverszolgáltatások területén volt tapasztalható 1995-ben. Ebben az üzletágban tavaly 356 ügyletre került sor 6,5 milliárd dollár értékben.

MI A KAPCSOLAT?



A kapcsolat ügyfeleink között: a mosoly. Ami pedig mögötte van: több tízezer sikeres hívás naponta, minőségi szolgáltatások, nonstop ügyfélszolgálat, folyamatos fejlesztés. Minden munkatársunk azért dolgozik, hogy a WESTEL 900-ügyfelek elégedettek legyenek. Maradéktalanul.



A tapasztalatok szerint különösen kelendő felvásárlási célpontok azok a vállalatok, amelyek szoros kapcsolatban állnak az Internettel. A jól ismert brit Unipalm-csoportot például az amerikai UUNet Technologies vásárolta fel. Népszerű célpontok az átviteltechnológia (ISDN) területén tevékenykedő cégek is. 1995-ben 11 európai ISDN-specialista vállalatot vásároltak fel amerikai cégek, amelyeknek szükségük volt az európai gyakorlatára és tapasztalataira ezen a területen is.

1995-ben a 20 legnagyobb értékű európai információtechnológiai tranzakció 70 százalékánál a felvásárló vállalat külföldi volt. Az összes európai tranzakció – amelyek egyenkénti értéke legalább 20 millió dollár volt – esetében a bekebelező, illetve a fúziót kezdeményező vállalatok több mint fele volt külföldi.

G. Gy.



Mobilizált űrháború

A világ vezető távközlési társaságai nagy versenyt folytatnak a mobilkészülékeken lebonyolított hívások és beszélgetések, valamint az adatok műholdas piacáért. A tervek szerint e szolgáltatás világméretben 2000 táján lesz elérhető. A technikai feltételek megteremtésére, a szolgáltatások bevezetésére a közelmúltban több konzorcium szerveződött. Ezek a szövetségek nemcsak az idővel futnak versenyt, hanem nagy küzdelmet folytatnak az űrtávközléshez szükséges nagy értékű beruházási megbízások megszerzéséért is.

Ismeretes, hogy az analóg és a digitális celluláris mobiltelefonok használatát nagymértékben befolyásolják a földrajzi adottságok. A távolságok áthidalása jelenleg földi állomások és műholdak bonyolult összekapcsolásával történik. A hívások többszöri átadása, továbbítása jelenleg több közvetítőrendszeren keresztül folyik, s ezek nem garantálják a mobilkészülék használói számára a világméretű lefedettséget.

Forradalmi változást hoz a mobiltelefonóriában, ha néhány esztendőn belül a hordozható készülékek műholdon keresztül teremthetnek majd egymással közvetlen kapcsolatot.

Konzorciumok szerveződnek

A hatalmas beruházási igény és a hosszabb távon várható nagy nyereség számos vállalatot késztetett arra, hogy beszálljon a mobil űrbizniszbe a berendezésgyártás, az űripár és a távközlés területéről. Nem véletlen, hogy az új szolgáltatásban részt venni kívánó vállalatok konzorciumokba szerveződtek, ezzel ugyanis egy-

résről megoszlanak a költségek, másrészt pedig gyorsul a fejlesztés is.

A nemzetközi felmérések szerint 2004-ben a közvetlen műholdas mobilelőfizetők 42 százalékát azok alkotják majd, akik földrajzi okok miatt jelenleg nem használják a földi, illetve kombinált mobilrendszereket. Az előfizetők 28 százaléka a közúti szállítási cégekből kerül majd ki, 15 százaléka pedig a rendszeresen külföldre utazókból, elsősorban az üzletemberekből. Ami az előfizetők várható földrajzi megoszlását illeti: az ázsiai-csendes-óceáni térség 38, Észak-Amerika 26, Nyugat-Európa 21, Latin-Amerika 10, Kelet-Európa 3, Afrika és a Közel-Kelet pedig 1 százalékos részesedést tudhat majd a magáénak.

Szakértők véleménye szerint a mobil űrtelefonía fejlesztési költségei 1,5 és 6,5 milliárd dollár között alakulnak attól függően, hogy az egyes konzorciumok milyen szolgáltatáscsomagot kínálnak majd az előfizetőknek. Jelenleg négy konzorcium dolgozik gőzerővel a szolgáltatás mielőbbi bevezetésén, szakértők szerint azonban a szolgáltatás csak 2-3 konzorciumnak lehet kifizető.

Felálltak a csapatok

A kész tervek szerint a műholdas mobilpiac telefonkészülékeinek mérete a jelenlegi maroktelefonokéval lesz azonos. A jelenlegi ismeretek szerint a tarifák kezdetben a mostaninál magasabbak lesznek, a hívások díja percenként 3 dollár körül fog alakulni. Érthető tehát, hogy a bevezetés utáni időszakban a konzorciumok először a vállalati előfizetőket veszik majd célba.

A kész tervek szerint a műholdas mobilpiac telefonkészülékeinek mérete a jelenlegi maroktelefonokéval lesz azonos. A jelenlegi ismeretek szerint a tarifák kezdetben a mostaninál magasabbak lesznek, a hívások díja percenként 3 dollár körül fog alakulni.

Az új piac minél nagyobb részének megszerzésére eddig négy konzorcium alakult, amelyek közül három amerikai. A Globalstar vállalkozásban a Loral, a Qualcomm, az Ellipsat, a Constellation Communications és az American Mobile Satellite Corporation vesz részt. Az amerikai TRW űripari óriásvállalat és a Teleglobe of Canada az Odyssey elnevezésű konzorciumot alkotja. Az Iridium nevű konzorcium vezető vállalata a Motorola. Az egyetlen európai résztvevő az Inmarsat-P konzorcium, amelyet az Inmarsat tengerészeti mesterséges hold konzorcium 38 tagja alapított. Az egyes konzorciumok anyagi erőforrásai eltérőek. Az Iridium például jelenleg 1,6 milliárd dollárral rendelkezik, s további 1,8 milliárdra számít költségek kibocsátásából. Az Iridium az úgynevezett Leo-rendszer kívánja használni, amelyet 60 mesterséges hold alkot majd, keringési magasságuk nem haladja meg a 10 kilométert. Szakértők véleménye szerint ez tűnik a legolcsóbb megoldásnak, ugyanakkor a viszonylag alacsony keringési magasság miatt a műholdak rövidebb életűek lesznek és több karbantartást igényelnek.

A Globalstar ugyancsak a Leo-rendszert választotta, s a szolgáltatásokat 48 műholddal szándékozik lebonyolítani. Mind az Iridium, mind pedig a Globalstar abban bíz, hogy rendszereik még az ezredforduló előtt működőképesek lesznek.

Az Odyssey és az Inmarsat-P műholdas rendszereiket magasabb pályán szándékoznak működtetni. Az európai konzorcium jelenleg 1,4 milliárd dollárral rendelkezik, s további 1,2 milliárd megszerzésére van jó kilátása. Az Inmarsat-P nemrégiben rendelt meg 12 távközlési műholdat 1,3 milliárd dollárért az amerikai Hughes Space and Communications vállalattól, s várható, hogy az ügylet részeként a Hughes is részt vesz a konzorciumban. (Az európai konzorcium rendszerének működtetéséhez a magasabb keringési pálya miatt csak 12 műholdra van szükség.)

Ahogy közeleg a mobilbeszélgetések lebonyolítására alkalmas műholdrendszerek felbocsátásának, a rendszerek üzembe helyezésének időpontja, úgy éleződik a verseny a konzorciumok között a további anyagi erőforrások megszerzéséért. Szakértők szerint a mobilúrháború után a berendezésgyártók háborújára lehet számítani, akik majd igyekeznek a készülékeket a legkisebb méretben, a leginkább kompatibilis formában és versenyképes áron előállítani. Jelenleg egy-egy mobil úrtelefon ára 9 ezer dollár, az ezredfordulón pedig 2200 dollár körül lesz. (1994 közepén a készülékár még meghaladta a 18 ezer dollárt...)

Az ágazat szakértői szerint nem kizárt, hogy a konzorciumok között még az ezredforduló előtt felvásárlásokra és összeolvadásokra kerül sor. Ugyanis már most – az üzletág beindítása előtt – túl sokan vannak a piacon, az ismert kereslet nem indokolja négy konzorcium létét. Ráadásul várhatóan nem

Szakértők szerint a mobilúrháború után a berendezésgyártók háborújára lehet számítani, akik majd igyekeznek a készülékeket a legkisebb méretben, a leginkább kompatibilis formában és versenyképes áron előállítani. Jelenleg egy-egy mobil úrtelefon ára 9 ezer dollár, az ezredfordulón pedig 2200 dollár körül lesz. (1994 közepén a készülékár még meghaladta a 18 ezer dollárt...)

10 ÉVE EGY KÉZBEN A BIZTONSÁG



– Ki vagy kik a tulajdonosai ennek a vállalkozásnak?

– A cég egyszemélyi tulajdonban van, tulajdonosa Turóczy Antal.

– Kérem, vázolja fel a vállalkozás rövid történetét!

– A cég 1986-ban alakult Nyugalom Kisszövetkezet néven, 6 fővel kezdte meg tevékenységét. Egyike az elsőként indult vagyonvédelmi vállalkozásoknak. Mára az egyik legnagyobb, több mint 1500 főt foglalkoztató vezető vagyonvédelmi részvénytársasággá nőtte ki magát. Az évek során országos hálózatot építettünk ki, területi igazgatóságunk minden megyében megtalálható.

– Mi jellemzi a részvénytársaság szakembergárdáját?

– Az rt. vezetése magasan kvalifikált, többéves tapasztalattal rendelkező szakemberekből áll. Munkatársainkkal szemben magas fókú szakmai követelményrendszert állítottunk fel, amely tulajdonképpen sikereink záloga.

– Milyen főbb területeken tevékenykednek?

– Fő profilunkba négy terület tartozik: a bankok és pénzüzetek őrzés védelme, a pénz- és értékszállítás, a vállalati, rendészeti tevékenység, valamint a technikai rendszerek telepítése.

– Megtudhatunk valamit az ügyfélkörükről?

– Elmondhatjuk, hogy a Magyarországon működő legnagyobb bankok és pénzüzetek jelentős hányadát cégünk őrzi. Emellett magas szinten látjuk el nagyobb üzemek és ipari vállalatok rendészeti feladatait is, és biztosítjuk a működésükhöz szükséges technikai feltételeket is.

– Várhatóak-e fejlesztések a közeljövőben?

– Idén adják át a vagyonvédelmi központi objektumokat, melyben értéktár, illetve pénzfeloldozó is elhelyezésre kerül. Itt kezd meg működését egy, az egész országot áthálózó riasztójelzéseket fogadni képes bevetésirányító központ, amely közvetlen összeköttetésben áll a területi igazgatóságokon felállított akciócsoportokkal.

– Minek tudható be a tíz év eredményessége?

– Azzal, hogy cégünk sikertörténete a partnereinkkel fennálló kölcsönös bizalom alapszik.



BIZALOM

Vagyonvédelmi Részvénytársaság

1082 Budapest, Baross u. 86. mfszt. 2.

Tel./fax: 210-4602, 210-4611

Tel.: 133-1399

Rádiótel.: 06-30/525-947, 06-30/524-013

mindegyik konzorciumnak sikerül majd előteremteni a szükséges anyagi eszközöket a starthoz.

Műholdas világtelefon

Vége néhány műholdat, vond be az ötletbe az amerikai, orosz, kínai, a japán, a brazil, a szaúd-arábiai matutvállalkozásokat vagy az államokat, szervezz nemzetközi konzorciumot, szerezz pénzt – a vállalkozás komolyságát bizonyítandó – zártkörű részvénykibocsátással, s máris új, globális szolgáltatással lehet előrukkolni a nemzetközi távközlési piacon.

Ez az Iridium-program, a világ egyik első műholdas mobil távközlési rendszere, amely néhány éve még ötlet volt csupán (copyright az amerikai Motorola), s ma már optimista prognózisok szerint egy-két éven belül megvalósulhat. A rendszer lényege: egymással, földi átjátszóállomásokkal és kézi készülékekkel is kommunikálni képes műholdas összeköttetés. Segítségével az egész világ lefedhető, s az előfizetők – tartózkodjanak a sivatagban, az óceánon, Mongólia kietlen részein vagy a brazil esőerdőkben – pillanatok alatt telefonos kapcsolatba léphetnek azzal,

A gyors információkért nemcsak

G. Gy. az üzletemberek, cégek hajlandók profitjukkal arányosan többet fizetni, hanem más területek – szolgáltatások – gazdái is. Ezzel együtt eldöntetlen ma még, hogy a celluláris rendszerek és a vezetékes hálózatok fejlődése s egyre nagyobb elterjedése nem tereli-e az olcsóbb árak irányába a versenyt.

akivel csak akarnak. A híradások egyelőre nem szólnak arról, hogy hadiipari, katonai-harcászati célokra mily módon lenne használható a rendszer, vagy hogy mennyiben lesz majd ezek „meghosszabbított karja”.

Mindenesetre a 66 műholdból álló hálózat első darabjainak űrbe telepítését – 780 kilométeres magasságban – 1997-re tervezi az Iridium Inc., a műholdas mobil távközlés kivitelezésére alakult nemzetközi konzorcium, amely a program indításához szükséges 1,6 milliárd dollárt 1994 őszére összegyűjtötte. A teljes beruházás összege ennek több mint kétszerese – vagy még több – lesz. McDonnell Douglas Delta II rakétával 5 műholdat, orosz Krunicev Proton rakétával 7-et, kínai – úgynevezett – Hosszú Menetelés II/C rakétával 2 műholdat bocsátanak fel az első lépcsőkben. A műholdak élettartama 5-6 év.

A nemzetközi konzorcium lelke, fővállalkozója, generálkivitelezője a Motorola. A nyolcvanas évek közepe felé fogant az ötlet, melyet gyors piacfelmérés, kutatás és a rendszertanulmány elkészítése követett – mintegy másfél száz millió dollárért. Fontos szempontja volt a globális rendszer kialakításának más rádiótelefon-hálózatokra történő rákapcsolhatósága.

Az elképzelés meglehetősen rövid idő alatt világszerte nagy érdeklődést váltott ki. A nemzetközi konzorcium tagjai sorában befektetőként, szállítóként igen sok ismert világcéget találunk – ilyen az antennagyártó Raytheon, a Lockheed Martin, amely a műholdak vázszerkezetét, a napelemeket és az áramellátó rendszert viszi a vállalkozásba, a Hewlett-Packard, a Siemens GSM, a Telesat Canada, IEX, de szerepet kért a programban az orosz állami Krunicev Kutató és Termelő Központ, a kínai Nagy Fal Ipari Rt., s mellettük számtalan dél-afrikai, koreai, tajvani, olasz, thaiföldi cég is.

A vállalkozás üzleti sikerének egyik kulcskérdése, mennyiért lehet majd a globáltelefonnal kommunikálni. A pillanatnyi számítások meglehetősen magas tarifával, percenként 2-3 dolláros díjjal kalkulálnak. Nyilván, akár a többi mobilrendszerénél, a kiegészítő szolgáltatások után is fizetni kell. Mégis, a Motorola szakemberei azzal érvelnek, hogy szolgáltatásukra lenne fizetőképes kereslet. Hiszen a gyors információkért nemcsak az üzletemberek, cégek hajlandók profitjukkal arányosan többet fizetni, hanem más területek – szolgáltatások – gazdái is. Ezzel együtt eldöntetlen ma még, hogy a celluláris rendszerek és a vezetékes hálózatok fejlődése s egyre nagyobb elterjedése nem tereli-e az olcsóbb árak irányába a versenyt. A másik tényező a lehetséges konkurencia, melyet az Iridium-program megálmodói nem hagyhatnak figyelmen kívül. Égi hálózatokat más társaságok is terveznek, s meg is szerezték már a szükséges engedélyeket: a validálásra a Földön kívül is szükség van.

Sz. M.



MOTOROLA URH ADÓ-VEVŐK

- Rádiókészülékek széles választékban
- Szaktanácsadás
- Tervezés – kivitelezés – engedélyeztetés – garanciával
- Bérlet rövid és hosszú távra
- Akkumulátorok, akkumulátorfelújítás
- Tartozékok, kiegészítők
- Immobilizerek
- Személyhívók



COMPORT kft

1113 Budapest,
Dávid Ferenc u. 3.
Telefon/fax:
06-1/166-8038

Cégvezetők és a kijárat

Az ipari országokban – főként az Egyesült Államokban – mind több szó esik a cégvezetők és a munkatudományi szakemberek körében arról, hogy mikor illik vagy kell a vezérigazgatónak vállalata éléről távoznia. Az önkéntes visszavonulásra csak kevesen képesek, hiszen a cég első számú embere rendszerint a munka megszállottja, valahol élete részévé vált a hatalom, a beosztással járó kiváltságok, s az esetleges önkéntes lelépés után kevesen találják meg helyüket a diétás életkörülmények közepette.

Az amerikai nagyvállalati vezérigazgatók körében végzett felmérés tanúsága szerint az első számú vezető piaci életciklusa tíz esztendő. Maguk a vezérigazgatók – a felmérés szerint a megkérdezettek több mint fele – 12 évnél is tovább maradnak, illetve maradnának szívesen székükben. (Más a helyzet a családi vállalatoknál, ahol a tulajdonos sok esetben fiatal korától élete végéig vezeti cégét. A néhai **Armand Hammer** például vagy fél évszázadon keresztül állt az Occidental Petroleum élén.)

A vezérigazgató optimális „tartóssága” kérdésével foglalkozó amerikai szakemberek egybehangzó véle-

A vezérigazgató optimális „tartóssága” kérdésével foglalkozó amerikai szakemberek egybehangzó véleménye szerint a vezérigazgatói széket általában nyolc év után elhagyni, ennyire tehető ugyanis a leghatékonyabb évek száma ebben a beosztásban.

ménye szerint a vezérigazgatói széket általában nyolc év után kellene otthagyni, ennyire tehető ugyanis a leghatékonyabb évek száma ebben a beosztásban. Az amerikai gyakorlat azt mutatja, hogy nagyvállalati vezérigazgatóknak 50 év körüli férfiakat és nőket neveznek ki. Csak keveseknek sikerül fiatalabb korban ezt a beosztást elérni. Az ötven év körüliek mögött már számos eredményes év áll, s kérdés, hogy még hány esztendőn át lehetnek produktívak és hatékonyak, mennyi ideig tudnak dinamikus irányítani, átszervezni, stratégiát váltani, ellenőrizni, munkatársakat lelkesíteni.

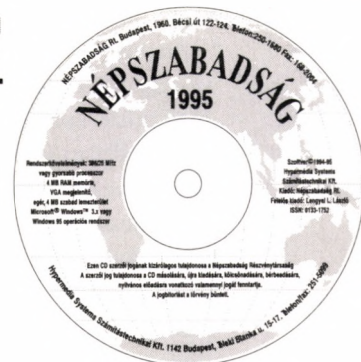
Fenn a csúcson

A nagyvállalat újonnan kinevezett vezérigazgatója gyorsan rádöbben, hogy számos dolog és körülmény megváltozott körülötte. Ezek közül talán a legfontosabb, hogy elérkezett pályája csúcsára, már nem kell küzdenie a ranglétrán való előrejutásért, egyszóval megkezdődik a végjáték. A vezérigazgató piaci életciklusából a vállalatnak csak a felfelé ívelő szakaszra van szüksége, amikor az értékesítés, a nyereség, valamint az osztalék folyamatosan növekszik.

A szakértők az első számú vezetők működését három szakaszra osztják: a tevékenység kezdetére, a konszolidálódásra és a hanyatlásra. Az első szakaszban az

NÉPSZABADSÁG CD-ROM: A KORSZERŰ ARCHÍVUM

AZ ELSŐ ÖNÁLLÓ, EGÉSZ ÉVFOLYAMOS SAJTÓ CD-ROM MAGYARORSZÁGON 1995 ÖSSZES NÉPSZABADSÁG-CIKKÉVEL



Megvásárolható a Népszabadság ügyfélszolgálati irodáiban: 1085 Budapest, Blaha Lujza tér 3. (tel.: 138-2369, fax: 138-4431)
1034 Budapest, Bécsi út 122-124. (tel.: 250-1680/380, 381, 382)

Megrendelhető faxon és levélben: Sajtóinformatikai Kft. 1960 Budapest, tel.: 250-1680/175, fax: 168-2004

Megrendelőlap

Megrendelem

- az 1995. évi Népszabadság CD-ROM-ot.....példányban, 11 900 Ft + áfa/példány áron.
 az 1994. II. félévi Népszabadság CD-ROM-ot.....példányban, 5900 Ft + áfa/példány áron.

A fizetés módja:

- banki átutalás. Kérem, hogy a megrendésemnek megfelelő összegről küldjenek számlát.
Bankszámlaszám:.....
 postai befizetés. Kérem, hogy a megrendésemnek megfelelő összegről küldjenek csekket.

Befizetését követően postafordultával elküldjük Önnek a megrendelt lemezeket. A Népszabadság a postaköltséget átvállalja!

- Kérem, hogy a Népszabadság CD-ROM-ról küldjenek tájékoztatót.

Név: _____

Cím: _____

Telefon: _____

Fax: _____

újonnan kinevezett cégfőnök számára a legfontosabb feladat az iránta érzett bizalom felkeltése és erősítése. Bizonyítani kell, sikerekre van szüksége, hatalmi bázist kell teremtenie a cégnél. Meg kell szereznie az igazgatóság támogatását céljai megvalósításához, munkatársait illetően pedig a tisztelet, az elismerés és a lojalitás mielőbbi megszerzése a legfontosabb cél.

A tapasztalatok szerint a vezérigazgató ebben a szakaszban a legfogékonyabb az új ötletek, elgondolások iránt. Hajlandó tanulni, igyekszik minél több gyakorlatra szert tenni, valósággal magába szívja a céget. Gyakran teszi fel magának a kérdést: mit várnak el tőlem a kinevezőim, milyen változtatásokra van szükség a vállalatnál, mi az, ami rosszul megy?

A kinevezést követő első szakaszban a cégen belül igyekszik mielőbb kiépíteni szövetségi rendszerét, a vállalaton kívül pedig hozzálát a hálózat (networking) létrehozásához. Előfordulhat, hogy az új főnök teljesítménye ekkor még nem felel meg a reményeknek, különösen, ha kívülről érkezett a vállalathoz. Ebben a szakaszban a vezérnek sokat kell tanulnia, részletesen meg kell ismerkednie a vállalattal, ki kell építenie ellenőrzési rendszerét, s ki kell választania kulcsembereit. Ez az az időszak, amikor a vezér nyakig van munkával, életében ez kerül előtérbe, valósággal szárnyal. Általában ilyenkor még minden jól megy, beosztott vezetői elkötelezettei az általa szabott irányoknak, jó a kapcsolat az igazgatósággal, s teljes a bizalom irányában.

Amennyiben az első szakasz nem így alakul, az új vezérigazgató könnyen az utcán találhatja magát. A statisztikák tanúsága szerint az Egyesült Államokban a nagyvállalati vezérigazgatók 10 százalékától már az első esztendőben megválnak. Korkedvezményes nyugdíjbavonulási lehetőséget kínáltak fel nemrégiben többek között **Robert Stempelnek**, a General Motors első emberének, **John Akersnek**, az IBM és **James Robinsonnak**, az American Express vezérigazgatójának. A nem hatékonyan működő vezérigazgatókkal szemben az igazgatótanácsok általában türelmetlenek, és gyorsan kimondják az elbocsátó szép üzenetet.

A hatalmi bázis kiépítése után a vezérigazgató abba a helyzetbe kerül, hogy elképzeléseit megvalósítsa. Ez már a második szakasz, amikor a vezér mindinkább egy-egy kérdéskörre, területre összpontosít. Ebben a szakaszban nagy szerepet kap az előző évtizedekből származó rutin. A konszolidáció szakaszában alapvetően új kezdeményezések már nem jönnek a vezértől, s számára megszűnik az újat alkotás izgalma. Nagy változások már nincsenek a vállalatnál, inkább finomhangolás folyik.

Milyen tünetek utalnak arra, hogy a vezérigazgató elérte karrierciklusának ezt a szakaszát? Fontos jelzés, hogy a vállalat termékportfóliójában már nincsenek

változások, meglevő vásárlóinak körét nem kívánja bővíteni, s nincs friss vér a cégben. A felsővezetői kar elfáradt, nem képes a megújulásra, s minden kritika nélkül követi a vezérigazgatói irányvonalat. Ugyancsak fontos jelzés, hogy a vállalat nagy készpénzállománnyal rendelkezik, amit azt mutatja, hogy a topvezetésnek nincsenek ötletei a pénz hatékony felhasználására.

A kezdődő hanyatlás

Gyakorlatilag ekkor kezdődik a vezérigazgató piaci életciklusának harmadik, már erősen lefelé ívelő szakasza. Türelmetlen, nem hallgatja meg mások véleményét, minden kérdésben csak neki lehet igaza, nem tűri az ellenkezést stb. Egyre inkább unja a munkáját, véget ért a varázslat, a korábbi szakaszok alkotó izgalma. Mind kevésbé tud és hajlandó alkalmazkodni a külső környezet változásaihoz és követelményeihez. (**Henry Fordot**, a híres T-modell gyártóját a szakemberek gyakran hozzák fel negatív példaként. A tömegautó ötlete és megvalósítása kirívó volt, de Henry Ford egyszerűen nem vett tudomást a piaci követelmények alakulásáról. Az autón 1908 és 1927 között semmit sem változtatott.)

A harmadik szakaszban számos vezérigazgató úgy érzi, eljött az idő, hogy új elfoglaltságot keressen önmaga számára. Persze ezt az érzést csak kevesen merik környezetüknek bevallani, s ennek is köszönhető, hogy az esetek többségében nem könnyű a végjáték.

A főnökök többsége rabja lesz a rivaldafénynek, s könnyebb kimondani, mint megcselekedni, hogy elérkezett a távozás ideje. Ennek a harmadik szakaszban egyébként sok esetben igen kedvezőtlen hatásai vannak a vállalatra, számos esetben ilyenkor kerül csődbe a cég. Ebben a szakaszban több forgatókönyv valósulhat meg. A vezérigazgatók egy része az egyes témákhoz és a székéhez görcsösen ragaszkodik, visszautasítja és tagadja, hogy változnak az idők és a körülmények. Mások viszont egyre inkább távol tartják magukat a cég napi működésétől, tevékenységétől. Érzik ugyan az agytorna szükségességét, de a megszokott rutintól nem tudnak szabadulni. Mind több időt töltenek távol az irodájuktól, érdeklődésük egyre inkább a külsőségek felé fordul. Ilyenkor kerül előtérbe például a vállalati repülőgép vásárlása, különleges események szervezése, szponzorálása.

Nem ritka, hogy ebben a szakaszban a vezérigazgatók egy része kockázatos vállalkozásokba, például cégfelvásárlásokba és fúziókba fog. Ezt a szakaszt még az jellemzi, hogy a vezérigazgató a birodalomépítés érdekében a vállalat anyagi erőforrásait haszontalan célokra kezdi fordítani. Mások hatalmas pénzeket költenek művészeti és sportesemények szponzorálására.



A főnökök többsége rabja lesz a rivaldafénynek, s könnyebb kimondani, mint megcselekedni, hogy elérkezett a távozás ideje.



Optimális esetnek tekinthető, ha a vezérigazgató maga ismeri fel a hanyatlást, s levonja ebből a következtetéseket.

Ez mindaddig nem is baj, amíg a ráfordítások nem mennek az üzletmenet rovására. A legendás **Lee Iacocca** például akkor állt a New York-i Szabadság-szobor restaurálását szolgáló pénzgyűjtő akció élére, s akkor kezdett kacérkodni az USA elnökjelöltségének gondolatával, amikor a Chrysler szinte élethalál-küzdelmet folytatott a talponmaradásért. Az ötletek jók voltak, csak időzítésük volt helytelen, hiszen joggal merül fel a kérdés: ki foglalkozik a Chrysler napi üzletmenetével? Érdemes megjegyezni, hogy a hanyatlás szakasza számottevően felgyorsulhat, ha az igazgatóság nem látja el kellő gondossággal áttekintési, ellenőrzési feladatait.

A tisztas távozás

Optimális esetnek tekinthető, ha a vezérigazgató maga ismeri fel a hanyatlást, s levonja ebből a következtetéseket. Az azonnali távozásra kevesen képesek, inkább keresik a tisztas kijáratú utvonalakat. Ennek egyik formája az úgynevezett generációs útvonat, amely a cégnél a folyamatosságot biztosítja. Arról van szó, hogy egyes hanyatló vezérigazgatók – amolyan mentorként – a fiatalabb vezetőkre ruházzák a kockázatvállalást és a döntést. Ez a módszer elvezethet az utód kiválasztódásához. S amikor a következő generáció kész az uralkodásra, a megújulni nem képes vezérigazgató átadja a vezetést, majd pedig tisztességgel, egyenes gerinccel távozik. Számos nyugdíjba vonult vezérigazgató az élet – számára – új szféráit fedezi fel: a családot, a hobbit, a nagypapaságot. Sokan társadalmi szervezetekben, kuratóriumokban, lakóhelyi közösségekben találnak maguknak elfoglaltságot, mások pedig lappangó művészi hajlamaikat élik ki. Az sem ritka, hogy a nyugdíjas vezér újraházasodik, s nála jóval fiatalabb, úgynevezett trófeahölgyet vesz el feleségül.

A nagyszerű kizsilipelés példáját **Thomas Watson** szolgáltatta az USA-ban. 1970-ig Watson 15 esztendőt töltött el az IBM vezérigazgatói székében. (A céget édesapja alapította.) Az akkor 57 esztendőes Watson már vezetői éve idején más életről álmodozott: szeretett volna helikoptert és repülőgépet vezetni, szafarira járni, messzi tengereken vitorlázni, hegyet mászni, s több időt tölteni családjával. Watson 1970-ben enyhébb szívpanaszokkal kórházba került, s az IBM vezetését ideiglenesen át kellett adnia. Orvosai és családja a nyugdíjba vonulást javasolta. Watson felismerte, hogy valóban emelt fővel távozhat az IBM éléről, s 1971 júniusában átadta lemondólevelét az igazgatóságnak.

A volt IBM-vezér azóta repülőgépet vezet, Grönlandig vitorlázott, több igazgatóságnak a tagja. **Jimmy Carter** elnök 1979-ben moszkvai nagykövetté nevezte ki. (Az Egyesült Államokban az IBM-vezér számára ez nyugodt állás!!!) 1980-ban így írt: „Sokat profitáltam az elmúlt tíz évből, s szerencsés is voltam. Egészségem helyreállt, kalandos utazásaim voltak, s a jó családi hírnevet sok társadalmi munkával öregbítettem. Ha cégemnél megvártam volna a rendes nyugdíjazást, bizonyára sokkal szegényebb lett volna az életem.”

Természetesen nem hagyható figyelmen kívül, hogy az ipari országokban a vezérigazgatók többsége menedzseri pályafutása során számottevő tőkét akkumulált. A korai nyugdíjba vonulás tehát általában nem jelent egzisztenciális problémát. A nyugati nagyvállalati vezérigazgatók többsége a harmadik szakaszban nem az anyagiak miatt ragaszkodik görcsösen székéhez. Nagy felelősség hárul az igazgatótanácsra, amely a részvényesek érdekeit képviselve nem lehet lágy szívű a fénykorát már túlélte vezérrel. S ilyen esetekben nem számítanak az összeköttetések, a sógorság-komasság. Ami minősít, az a teljesítmény.

Gonda György

A műemlékvédelem kilátásai

Kiszolgáltató kastélyok

A tulajdonviszonyok átalakulása érzékenyen érintette a több mint tízezer műemlék épületet is. 1988–89-ben még hatezer védett ingatlanunk volt állami tulajdonban. Jelenleg a legnagyobb tulajdonosok az egyházak és az önkormányzatok. A körülmények normalizálását szolgáló műemlékvédelmi törvény már 1989 óta formálódik, de a javaslat csak az idei esztendő második felében kerül a parlament elé.



Az értékvédelemhez a tulajdonosi jogokat korlátozni kell, s ezt csak törvénnyel lehet szabályozni – véli dr. Gyurkó János, az Országos Műemlékvédelmi Hivatal elnökhelyettese. A hivatal már elkészítette a Környezetvédelmi és Területfejlesztési, illetve a Művelődési és Közoktatási Minisztérium számára a műemlékvédelemről szóló törvény tervezetét, amely alapjaiban a korábbi rendeletekre épül, ám az elmúlt évek privatizációs hulláma jó néhány kiegészítést is szükségessé tett.

Az állami tulajdonban levő műemlékek száma jelenleg 2–3 ezerre becsülhető, amelyből 275 kiemelkedő történeti és kulturális értékű műemlék és műemlékegyüttes az államé. Ezek a kincstári vagyon részei, és forgalomképtelenek. Nyilván nem adható el például a budai királyi palota, az Országház, a Pesti Vigadó, a Képzőművészeti Főiskola, a Vajdahunyad vára, a mezőhegyesi ménesközpont épületegyüttese, a nagy múzeumok, paloták vagy éppen a nagyvárosnyi Kínizsi-vár romjai.

Újszerű finanszírozás

Míg 1992 előtt adó-, hitel- és vámkedvezményekkel támogatták a műemlék-felújításokat, 1992-ben eltörölték a 25 százalékos áfa-kedvezményt. Gyurkó János szerint műemlékeink fenntartásához évi 2 milliárd forintra lenne szükség, ehhez képest a költségvetésből csupán 7–800 millió jut, s remény sincs arra, hogy ez az összeg rövid időn belül emelkedik. Korábban a műemlékvédelmi hatóságok évtizedekig jól működő trükköket alkalmaztak. A '30-as években a Szent Ist-



ván-évforduló adott jó alkalmat az állami támogatók emelésére, amit később, a második világháború után is érvényesítettek, s még a hetvenes években is szép sikereket értek el a műemlék-rekonstrukció terén. A millicentenárium ilyen szempontból a millennium halvány visszfényének sem tekinthető, de – véli Gyurkó János – az érintett minisztériumok és önkormányzatok legalább a száz évvel ezelőtt létrehozott épületek állagmegóvására gondot fordíthatnának. Van azonban remény a helyzet javulására. Az egyre apadó anyagi források pótlására került a törvénytervezetbe a Műemlékvédelmi Alap (MA) létrehozásáról szóló fejezet. Az MA-t – szól a tervezet – a Központi Környezetvédelmi Alap elkülönített részeként kell működtetni, a műemlékvédelmi és a hozzá kapcsolódó kulturális tevékenység támogatására. A bevételeket – a központi költségvetés mellett – a műemlékvédelmi bíróság 60 százaléka, az állami tulajdonú műemlékek eladásából származó bevételek 25 százaléka, magánszemélyek és szervezetek önkéntes befizetései, illetve a kormány által jóváhagyott mértékű hitel adja majd. A szakemberek bizakodóak: ha az MA működőképesnek bizonyul, a műemlékvédelemre fordítható összeg megkésztetésére számítanak.

Kastélyvédő egyesület ♦ A magyarországi kastélyok, kúriák kulturális-idegenforgalmi hasznosítására tavaly áprilisban idegenforgalmi, műemlékvédő, természetvédő és gazdasági szervezetek egyesületet hoztak létre. A Kastélyainkért Egyesület célja – egyebek mellett – szakmai és érdekvédelmi tevékenységgel támogatni a kastélyok, kúriák tulajdonosait, elősegíteni ezeknek a történeti épületeknek a helyreállítását és méltó hasznosítását, hozzájárulni a helyreállított ingatlanok bemutatásához, feltárni és népszerűsíteni a felújításra váró kastélyok hasznosítási lehetőségeit. ♦ Az Országos Műemlékvédelmi Hivatal támogatását is bíró egyesületnek tagja lehet minden olyan szervezet és magyar, illetve külföldi magánszemély, aki vállalja a megfogalmazott célokat, s az alapszabályban rögzítettekben a reá háruló kötelezettségeket.

Ideiglenes védelem – értékarányos bírság

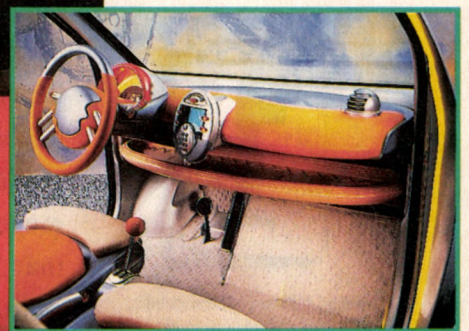
Nemrégiben egy budai építkezés során török korigazsámi alapjaira bukkantak. Egy hétvégén az építési vállalkozó az egészet szétverte. Másfél év felfüggesztett börtönbüntetéssel és pénzbírsággal megúszta.

Ilyen esetekben – ha a parlament a beterjesztett törvényjavaslatot elfogadja – a műemléki védelemre javasolt ingatlant, illetve területet a hatóság egyéves időtartamra ideiglenes védelem alá helyezi, s ez idő alatt a munkálatok engedélyezéséhez a műemlékvédelmi hatóság hozzájárulása szükséges.



Két év múlva megvehetjük

Piacra készül a Smart



**A Mazdásoknak a levegő nyújt biztonságot:
A Mazda 323 F kétoldali, amerikai légzsákkal felár nélkül,
de megkettőzött levegőmennyiséggel.**

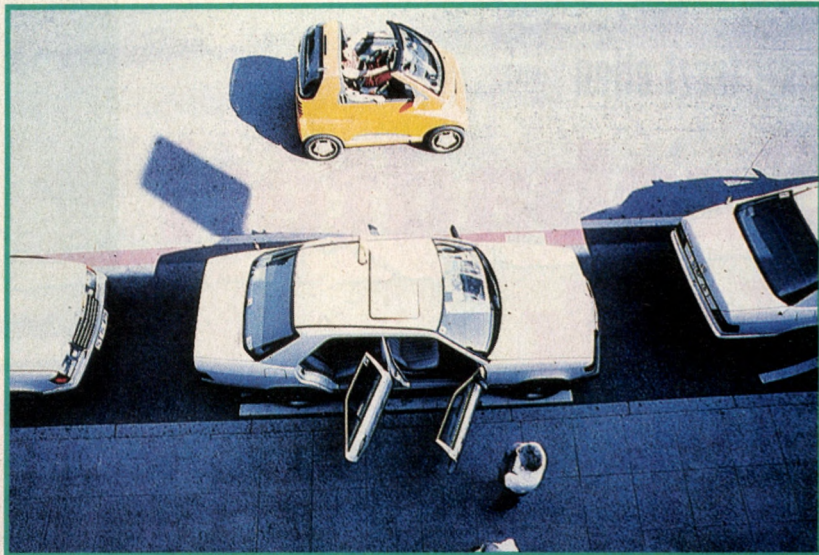


Július 1-től vámpótlécsökkentést,
amit a Mazda már most
megelőlegez Önnek.

Mi jobb egy légzsáknál? Két légzsák. És mi jobb két légzsáknál? A kétoldali amerikai légzsák kétszeres biztonsággal. Így a legjobb: ha a lehető leggyorsabban biztosítja magát a Mazda 323 F-fel. Hiszen a július elsejei vámpótlécsökkentést a Mazda már most megelőlegezte Önnek. A Mazda 323 F 1.5i alapváltozata egyébként már 2.799.000 forintért, a full extrás kivitel (léghűtő, ABS, indításgátló, stb.) 3.550.000 forintért kapható. Aki ezt nem használja ki, később joggal sóhajthat: Ha én Mazda lennék...

BUDAPEST: MAZDA MOTOR HUNGARY, 1194 Hofherr A. u. 38-40., Tel.: 282-6566 Fax: 282-9767 AUTO FOCUS GM, XV. M3 autóp. 12. km, Tel./Fax: 160-1270 AUTÓ-ÓBUDA KFT., 1037 Vörösvári u. 123., Tel./Fax: 168-9620 PROFI BT., 1131 Reitter F. u. 164. Tel./Fax: 129-6087 SZABÓ GÉZA, 1163 Batsányi J. u. 47., Tel./fax: 403-0212 AJKA: EYKO KFT., 8400 Hársfa u. 7., Tel.: 88/311-637 BALASSAGYARMAT: GÁL és FIAI KFT., 2660 Kóvári u. 6/a., Tel./Fax: 35/314-355 BÉKÉSCSABA: AUTÓ-EXPANZIÓ KFT., Dobozi u. 108. Tel.: 20/262-223 Fax: 66/441-345 CEGLÉD: ZAKAR és TÁRSA, 2700 4. sz. Főút 69. km Tel./Fax: 53/313-133 DEBRECEN: AUTO-TOLDY CENTER 4030 Mikepércsi u. 160-162. Tel./Fax: 52/314-162 EGER: AGRIA-CAR, 3301 Kistályai u. 28., Tel./fax: 36/320-222 GYŐR: SILVER MOTOR KFT., 9028 Fehérvári u. 75., Tel./Fax: 96/419-087 KAKASD: HILCZ és FIA KFT., 7122 Kossuth u. 8/0., Tel./Fax: 74/431-825 KAPOSVÁR: TÓTH és Tsa KFT., 7400 Damjanich u. 98., Tel./Fax: 82/421-421 KECSKEMÉT: DAKÓ TIBOR, 6000 Mindszenti u. 2., Tel.: 76/485-715 MISKOLC: ROWING KFT., 3547 Repülőtéri u. 3. Tel./Fax: 46/351-866 NYÍREGYHÁZA: EURO-GATE KFT., 4400 Debreceni u. 318/A., Tel.: 42/490-026 SOPRON: POLIKRÓM KFT. 9400 Győri út 48. Tel./fax: 99/324-567 SZEGED: MAZ-DU BT., 6727 Bajai u. 2/A., Bemutatóterem: 6720 Feketesas u. 28., Tel./Fax: 62/326-555 SZÉKESFEHÉRVÁR: AUTÓ-FODOR, 8000 Balatoni út 19., Tel./Fax: 22/340-150 SZIGETSZENTMIKLÓS-LAKIHEGY: LAKIHEGY KFT., 2315 Lakihegyi u. 2., Tel./Fax: 24/368-781 SZOLNOK: ZAKAR és TÁRSA KFT. 5000 Magyar u. 7. Tel./Fax: 56/422-557 SZOMBATHELY: QUADROTA KFT., 9700 Vörösmarty u. 9., Tel./Fax: 94/325-678 ZALAEGERSZEG: AUTÓ PÉTER KFT., 8900 Balatoni u. 3/A., Tel./Fax: 92/325-339

mazda
HA ÉN MAZDA LENNÉK



Gőzerővel folynak a Mercedes és a svájci SMH-csoport közös vállalkozásában készülő Smart kiskocsik piaci bevezetésének előkészületei Európában. Ismeretes, hogy a Mercedes és a Swatch órák gyártója MC Micro Compact Car AG néven vegyes vállalatot alapított városi miniautó gyártására. A kocsikat a most épülő franciaországi Hambachban gyártják majd 1998-tól. A tervek szerint az értékesítés 1998 márciusában kezdődik, s a kiskocsi ára 15 és 20 ezer márka között lesz. Kezdetben a Smartot turbófeltöltésű motorral látják majd el, az ezredforduló után szó lehet az elektromos és a hibrid üzemelésű kocsik gyártásáról is.

A gyártási folyamat meglehetősen egyszerű lesz: egy-egy Smartot 12 modulból szerelnek össze öt óra alatt. Azonban nemcsak a gyártás, hanem az európai kereskedelmi hálózat kialakítása, megszervezése is számos újdonsággal jár. Ez már az ideai esztendő első felében megkezdődik.

Az első lépcsőben a kontinensen száz márkakereskedést hoznak létre, amelyek a McDonald's éttermi lánchoz hasonló franchise formában működnek majd. Egy-egy márkakereskedő felségterülete akkora lesz, hogy kezdetben évi ezer, 2001-től pedig évi 1300 Smartot értékesíthessen. Az MC cég tervei szerint a cég az első öt év után minden regionális márkakereskedő évi forgalma meghaladja majd a 25 millió márkát, árrése pedig 16 százalék lesz. A vegyes vállalat azzal számol,

hogy a felfutás utáni időszakban bruttó nyeresége az éves forgalom 15 százaléka körül alakul majd.

A marketingterv második lépcsője Nagy-Britanniára, a többi jobbkormányos országra, valamint az Egyesült Államokra vonatkozik. Egyelőre azonban nem ismert a második lépcső megvalósításának időzítése.

Az első lépcsőben az MC előnyben részesíti a Mercedes meglévő márkakereskedőit, de más vállalkozók is bekapcsolódhatnak a Smart-hálózatba.

A dealerekre egységes és szigorú szabványok vonatkoznak a bemutatótermek kialakítására és az ügyfélkezelésre vonatkozóan egyaránt. Amennyiben nem tesznek eleget ezeknek az előírásoknak, elvesztik franchise-jogukat. Újdonság, hogy a márkakereskedők minden eladott új és használt Smart után 100, illetve 80 márka franchise-díjat fizetnek majd az MC-nek a központi marketingtevékenység támogatására.

Az MC Car jelenleg 80 főt foglalkoztat a bieli központban és 170-et a renningeni műszaki főhadiszálláson, de 1998-tól mindkét központban 200-ra emelkedik az alkalmazottak száma. A hambachi gyárban a dolgozók száma a termelés felfutása után kétezer körül alakul majd.

Az MC Car a tervek szerint 700 millió márkát fordít kutatásra és fejlesztésre, beszállítói pedig ugyancsak 700 millió márkával járulnak hozzá az új gyár felszereléséhez. Az új márkakereskedők az MC Carnak a fejlesztés

és a marketing finanszírozására mintegy 50 ezer svájci frankot fizetnek majd.

A márkakereskedéseket az ISO 9001-es szabvány szerint építik meg, területük egységesen ötezer négyzetméter lesz. Az MC Car szerint az ideális márkakereskedés zöldmezős beruházás az elővárosi bevásárlóközpontok közelében. Az egyes márkakereskedéseknek 1400 négyzetméter fedett területtel s a használt kocsik számára 500 négyzetméter nyitott területtel kell rendelkezniük. Az érdeklődők és vásárlók 1500 négyzetméteres parkolót vehetnek igénybe. Minden regionális Smart-kereskedés kezdetben 15, 2001 után pedig 20 dolgozót foglalkoztathat. Minden márkakereskedőnek az MC elvárásai szerint két információs irodát kell felségterületén nyitnia: egyet repülőtéren vagy vasútállomáson, egyet pedig valamelyik városi bevásárlóközpontban.

Az MC Car szerint a 2,5 méter hosszú és 1,5 méter széles Smart élettartama hat esztendő lesz. 2000-től a cég megkezdi azon egységcsomagok árusítását, amelyeket a kocsi tulajdonosok az egyes panelek cseréjére használhatnak. Többek között cserélhető lesz a fémváz műanyag borítása, az ülések, az ajtó- és műszerpanelek.

A vegyes vállalat minikocsijait a városi közlekedés gondjainak enyhítésére szánja, s egyelőre nem tervezi a más célokat is szolgáló Smartok gyártását, vagyis meg kíván maradni a minikategóriánál.

Gonda György

FIAT

S.P.Q.R. KÉT PERCNYIRE A BLAHÁTÓL

Az egyetlen Fiat-bemutatóterem, ahová kocsi nélkül is percek alatt eljuthat a város bármely pontjáról.

S.P.Q.R. Hitelre, kamatmentesen

Kamatmentes hitelakcióinkkal alacsony havi törlesztőrészek mellett, nehézség nélkül fizetheti ki gépkocsiját.

S.P.Q.R. Kulcsrakészen, felár nélkül

Kimélje magát a felesleges kiadásoktól, mi átvállaljuk a forgalombaahelyezés költségeit, s Ön kulcsrakész állapotban, egyévi kötelező felelősségbiztosítással veheti át gépkocsiját.



S . P . Q . R . 1085 Budapest, József krt. 35. Tel./fax: 133-9764, 113-3286, 133-3322

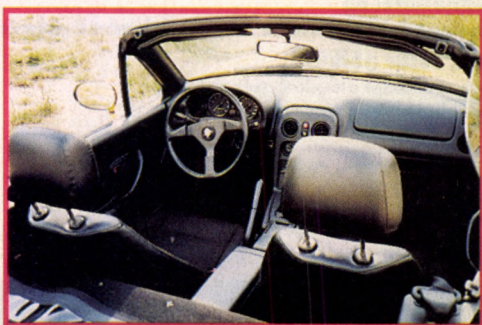
Teszt teszt ellen

Szabadtéri játék

Ha nyár, akkor kabrió, sőt roadster, hiszen az „igazi autósoknak” nem elég a tető egyszerű kinyitása, ő a földközeli száguldás élményére vágyik. Jóllehet az autógyárak egyre inkább a megbízható zártságra, a tökéletes utasvédelemre és a maradéktalan komfortra összpontosítanak, a palettán azért felfedezhető néhány klasszikus játékszer is. Nálunk a Mazda és a FIAT kínál ilyen. Az MX5 és a Barchetta igazi nyári csecsebecse, igényes technikával megfűszerezve.



FOTÓ: TAR ANDRÁS



A Mazda MX5 története úgy kezdődik, akárcsak gyermekeink kedvenc kitalálódija: Amerikából jöttem. Hét évvel ezelőtt az USA-ban kezdték árusítani a klasszikus Lotus Elanra hasonlító MX5-ösöket Miata néven, és a hirosimai kiskocsi akkora sikert aratott, hogy évente százszázalékos növekedést adtak el belőle. Tavaly a Mazda módosította az aprócska sikerautó gyártási programját, és kihozott egy olcsóbb, 1600 köbcentiméteres, 90 lóerős változatot is, határozottan az európai piac igényeihez szabva. Az MX5-ös citromsárgára fényezett karosszériájával a Mazda magyar kínálatába Yellow néven gurult be, mondhatni elfogadható áron, hiszen annyiba kerül, mint egy jobb középkategóriájú szedán.

Szép forma, harmonikus vonalvezetés jellemzi a modernnek egyáltalán nem nevezhető karosszériát. Nem a szakállas konstrukciónak talált ki. Ez egy klasszikus kétüléses, a konstrukció összes előnyével és hátrányával együtt. Nem kényelmes például bekászálódni az alacsonyan elhelyezett ülésekre, de ha már benne van az ember, remek pozícióban élvezheti, hogy a hátsó fele alatt tíz centiméternyire surrog a

beton. A kellően döntött szélvédő csak annyira tereli el a támadó légáramlatot, hogy elviselhetővé tegye a vezetést, egyébként a szél szabadon cibálja az üstökünket. Egyszerű, de praktikus a jól bélelt „rongytető” kinyitása is, három mozdulattal túl vagyunk az egészen, és még csak ki sem kell szállni a kocsiból. Természetesen a védőhuzat felpatentolása már babrabb munka, no, de ezzel ritkábban él az ember.

A szépen formált kocsiszekrény harmóniáján az egyedüli sebet a kinyitott fényszóró ejti. Az úgynevezett bukófény nemcsak ódivatúak, de kinyitott állapotban megnövelik a légellenállást is, és láthatóan rezegnek. Egyébként a karosszérián is érezhető, hogy nem a legutolsó tervezői elvárások szerint formázták: rossz úton rezonál és hajlamos az elcsavarodásra. Természetesen aki sima betonon „roadsterezik” az MX5-tel, az csak a kocsi napos oldalát élvezzi: a 90 lóerős négyhengeres motor 10 másodperc alatt gyorsul százra, szinte minden fordulati tartományban dinamikus, a sportosra hangolt kipufogók pedig még akusztikus élménnyel is megörvendeztetik a vezetőt. A klasszikus elrendezésű kiskocsi (ormotor és hátsókerék-meghajtás) remekül viselkedik az



Az autólopásra szakosodott bandák ugyanis képesek arra, hogy a kiszemelt autó közelében különleges készülékkel várakozva rögzítsék a kocsi tulajdonosának leadott riasztót nyitó jelzését.

tolvajok felderítésére. Javítani szeretnék az autók okmányainak hamisítás elleni védelmét is.

A szomorú tény azonban egyelőre az, hogy autónkra legjobb, ha magunk igyekszünk minél körültekintőbben vigyázni. Az új gépkocsik több mint 90 százalékat már riasztóval vagy lopáságtólóval hozzák forgalomba. A legújabb fejlesztések közé tartozik az immobiliser, valamint az ugró kódos távkapcsolású riasztó, amely drága, de hatásos megoldásnak látszik. Ezek a rendszerek egyébként 50 százalékkal kerülnek többre a hagyományos távirányítású készülékeknel, egyetlen előnyük pedig, hogy minden egyes zárás követően új – előre betáplált – kódra áll át a jeladó és az autóra épített vevőegység. Időnként azonban ez az új megoldás roppant hatásos lehet a tolvajok ellen. Az autólopásra szakosodott bandák ugyanis képesek arra, hogy a kiszemelt autó közelében különleges készülékkel várakozva rögzítsék a kocsi tulajdonosának leadott riasztót nyitó jelzését. Ezután ugyanezen a frekvencián ugyanezt a kódot leadva már minden vészjelzés (kábelevágás vagy hasonló procedúra) nélkül vihetik is az autót.

Az immobiliser lényege: az ezzel ellátott autónál a motor csak a rendszerhez tartozó kulccsal indítható el. Indításkor ilyen esetben komplett blokkolási rendszert

szabadítunk fel. A legegyszerűbb típus is legalább három, a jobbak hat ponton bénítják meg az autót, kezdve a gyújtástól az indítómotoron át például az üzemanyagrendszerig. Vagyis hiába török fel az autót, utcai körülmények között órákig is eltart kiiktatni a mesterséges kábelszakadások sorát. Persze a szállítóeszközzel kieső helyre (például zárt garázsba) vitt autónál a rendszer feloldása bár nem kis időbe kerül és számítástechnikai szaktudást is igényel, nyilvánvalóan előbb-utóbb egyáltalán nem lehetetlen a profi autótolvajok számára.

B. V. J.

Kátyúban a Lloyd's

A világ legnagyobb biztosítási piaca, a Lloyd's of London évtizedünk eddig eltelt részében egyik válságból a másikba bukácsolt, s ezekben a hónapokban dől el, hogy sikerül-e talpon maradnia. A jelek szerint igen, így továbbra is fennmarad a világ talán legpatinásabb biztosítási piaca. Nem cégről, hanem piacról van szó, hiszen a Lloyd's-ot 34 ezer tag – az úgynevezett Nevek – alkotja. A Nevek – amelyek többszáz szindikátusba szerveződtek – teljes vagyonukkal felelnek, illetve vállalnak felelősséget a Lloyd's kötelezettségeiért. A Nevek a világ szinte minden országában megtalálhatók, az Egyesült Államokban például 2700 a számuk. Az elmúlt 5-6 esztendőben valóságos háború tört ki a Nevek és a londoni székhelyű Lloyd's között. Az ellentéteket az váltotta ki, hogy a korábban többnyire nyereséges Lloyd's az elmúlt öt esztendőben 12 milliárd dolláros veszteséget volt kénytelen elszenvedni. A halmozódó deficitet a nagy biztosítási értékű ügyletek, illetve károk megszorodása, nevezetesen az Egyesült Államokban pusztító hurrikánok, a sorozatos természeti katasztrófák, illetve az azbesztgyártó vállalatok kártérítési kötelezettségének ugrásszerű növekedése váltotta ki.

A kifizetett hatalmas kártérítések miatt a Nevek döntő többsége nehéz helyzetbe került. Sokan közülük csődbe mentek, néhányan öngyilkosságot követtek el. Többségük viszont kártérítési pert indított a biztosítási piac ellen, mondván, hogy az nem tett meg mindent a veszteségek mérséklése érdekében.

A Lloyd's – érthető módon – igyekezett peren kívül egyezségre jutni a Nevekkel. Tette ezt egyrészt azért, hogy megőrizze az egész világot behálózó Neveket, s így ne omoljon össze a biztosítási piac, másrészt pedig azért, mert az esetleges bírósági eljárás kimenetele kétesnek tűnt számára. Hosszas tárgyalások és egyeztetések után május közepén a Lloyd's 3,5 milliárd fontot (5,25 milliárd dollár) kínált fel a tagjainak annak reményében, hogy sikerül fenntartania a

Ha átnézzük a Bánhida Biztonsági és Információs Iroda néhány statisztikai kimutatását, amely az általa őrzött épületekről szól, bizonyos érdekes adatokra bukkanhatunk. Egy év alatt három objektumban majdnem négyezer olyan tárgyat vettek el az odalátogató ügyfelektől, amelyek a „veszélyes eszköz” kategóriába tartoznak. Pedig valójában hétköznapi használati tárgyak – például borotvák, csavarhúzó, ollók. Ami azonban ennél is meglepőbb, az a több száz maroklófegyver és éles lőszer, több ezer gáz-spray és kés.

Zagroczy Zsolt, a Bánhida Kft. ügyvezető igazgatója szerint minden olyan helyen, ahol ügyfél, csomag, illetve levélforgalom van, hasznos lehet technikai eszközökkel felszerelt rendészeti szolgálatot igénybe venni. A tapasztalat mondatja ezt vele, hiszen 1987-ben magáncégként alakult vállalkozása 1989 szeptembere óta nyújt vagyonvédelmi és rendészeti szolgáltatásokat partnereinek. Embereik képzettsége, szakmai tapasztalata és a kiválogatás módszere lehetővé teszi, hogy fejlett technikai eszköz-

A BIZTONSÁG ÁRA

zökkel és a megfelelő módon és stílusban végezzenek el rendészeti feladatokat, portaszolgálat ellátásától kezdve egészen a közintézmények komplett felügyeletéig.

Zagroczy úr példaként említi a bombariadókat, amelyek a megfelelő biztonsági feltételek kiépítése mellett nem zavarják meg egy cég vagy intézmény életét. Saját praxisából tud olyan esetet mondani, amikor egyetlen napon három bombariadó is volt ugyanazon a helyen, mégsem került sor az épület kiürítésére.

Az ügyvezető igazgató szerint a biztonsági szolgálat megválasztásánál legtöbbször sajnós az ár dönt, ami a megbízó részéről nem vall előrelátó gondolkodásra. A Bánhida Biztonsági és Információs Iroda nem állítja magáról, hogy a legolcsóbb a piacon, viszont minőségi szolgáltatást nyújt. Emberei csomagellenőrző

röntgenberendezések, fém- és fegyverkereső kapuk, kézi fémkeresők és egyéb elektronikus eszközök kezeléséhez értenek, mint például videós megfigyelőrendszer, személy- és gépjármű-beléptető rendszer stb. Ezenkívül egyenruhát, fegyvert, lőkiképzést és tűzserzési kiképzést kapnak a kft.-től. És ami szintén fontos: megfelelő modorban, szolgálatkészen bánnak az ügyfelekkel, ugyanakkor erélyesen és határozottan, ami nem is olyan egyszerű feladat, amilyennek látszik. Továbbá a cég alapelvei közé tartozik, hogy egyetlen emberrel nem is vállalnak el munkát, hiszen egy embert könnyű meglepni. Mindezek a tényezők együtt határozzák meg a Bánhida Biztonsági és Információs Iroda ár-színvonalát. Zagroczy Zsolt szerint nem könnyű olyan embereket találni, akik az összes szempontnak meg-

felelnek, és hosszú távon képesek is ilyen feltételek mellett dolgozni.

Csak írásos felkérést, illetve megbízást fogadnak el, és az ajánlat megtétele előtt személyesen ellenőrzik a helyszínt, ahol majd dolgozniuk kell. Ezután megteszik ajánlatukat, és csak akkor dolgozzák ki a biztonságtechnikai tervet, ha már megegyezés született a megrendelővel. Korábbi tapasztalataik szerint ugyanis több megbízó csak azért kért ajánlatot, hogy ingyen biztonságtechnikai tervhez jusson.

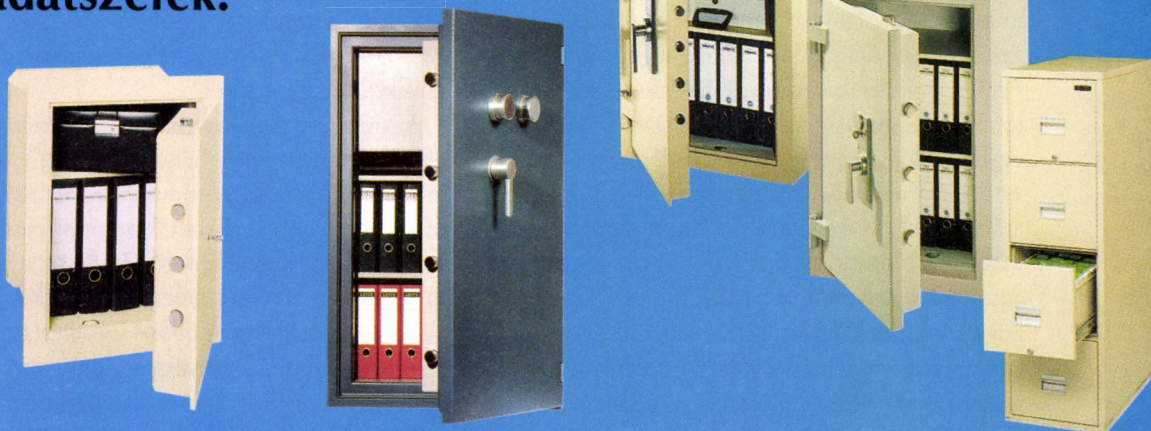
A kft. bizonyos szempontból megelőzte korát: kezdettől fogva rendelkezik azzal a felelősségbiztosítással, amelyet csak nemrég tettek kötelezővé a biztonságtechnikai cégek számára. Az iroda célja ugyanis az, hogy a megrendelő biztonságban legyen, és ha bármilyen kár éri, az megtérítésre kerüljön. Ettől függetlenül ezt a kártérítési formát még soha nem kellett igénybe venniük.

A Bánhida Biztonsági és Információs Iroda tagja a Magyar Biztonságvédelmi Egyesületnek és alapító tagja a Magyar Detektív Szövetségnek.

J. Gy.

Hogy értékeit biztonságban tudja!

- értékőrző szekrények,
- tűzálló irattárolók,
- adatszéfek.



1131 Budapest, Reitter F. u. 132.

Telefon: 12-98-432, 149-83-96

Fax: 12-89-434



MULTISAFE®

Vagyonvédelmi Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.

világ legrégebbi biztosítási piacát. Az ajánlatól a Nevek, illetve a szindikátusok összel döntenek, képviselők azonban elfogadhatónak tartják a több menetben feltornázott összeget.

A Lloyd's megmentésére kidolgozott terv értelmében az 1993 előtt keletkezett kárfizetési kötelezettségeket viszontbiztosítás formájában egy újonnan létrehozandó cég, az Equitas veszi majd át. Ezzel a lépéssel a piac megszabadulhat jelenlegi terheinek többségétől. (Érdeemes megjegyezni, hogy a Lloyd's gazdálkodásának mérlege rendszeresen hároméves késéssel jelenik meg. Ennek az az oka, hogy egy év kárainak teljes körű „befutása” ennyi időt vesz igénybe. 1996-ban például a Lloyd's könyvvizsgálói az 1993-as mérleget hitelesítik, jövőre pedig az 1994. évit. Ennek ellenére a Lloyd's már az adott év végén fő vonalaiban ismeri gazdálkodásának alakulását.)

Az Equitas létrehozásának költségei elérik az egy-milliárd fontot, s ez az összeg a Neveket terheli. A tervek szerint a korábbi ötezerrel tízezerre emelkedik azon Nevek száma, akik pénzt kapnak a pertől való ellátásért. Az Equitas elsősorban a több milliárd font értékű amerikai azbeszt- és környezetszennyezési kártérítési ügyeket veszi át, illetve áll majd jót ezekért bizonyos mértékig a Nevek helyett.

A Lloyd's of London története 1688-ig nyúlik vissza, amikor Edward Lloyd kávéházat vásárolt a lon-

doni Tower Streeten. Ebben a kávéházban sorra kötöttek üzleteket bankárok, kereskedők és a tengerhajózási cégek. Egy idő múlva a kávéház törzsvendégei közé tartoztak azok a biztosítók, akik a tengeri hajókra és azok rakományaira vállaltak biztosítást. 1734-től a Lloyd's rendszeresen megjelenteti a List című kiadványt, amely a tengerjárók mozgásáról és a hajózással kapcsolatos üzleti hírekről tájékoztatot és tájékoztat.

A kávéházban tevékenykedő biztosítók később szövetségre léptek, s tevékenységüket 1774-ben áthelyezték a királyi tőzsde épületébe. Onnan 1928-ban költöztek át a Leadenhall Streetre, az új székház pedig 1957-ben nyílt meg a Lime Streeten. Az épület földszinti nagytermében több száz éves hajóharang áll, amelyet minden tengeri és természeti katasztrófa után még ma is megkongatnak. Sokáig úgy tűnt, hogy a Lloyd's kénytelen lesz önmagáért megkongatni a harangot, mert a csőd szinte elkerülhetetlennek látszott. A jelek szerint azonban az „önharangozás” elmarad, hiszen várhatóan sikerül – nem kis anyagi áldozatok árán – megegyezni a Nevekkal, a biztosítási piac tehát fennmarad. Kétségetlen, hogy a világ és a biztosítási szakma nehezen tudná nélkülözni a már sok vihart átverszelt világméretű biztosítási piacot, a Lloyd's of Londont.

Gonda György

A Lloyd's of London története 1688-ig nyúlik vissza, amikor Edward Lloyd kávéházat vásárolt a londoni Tower Streeten. Egy idő múlva a kávéház törzsvendégei közé tartoztak azok a biztosítók, akik a tengeri hajókra és azok rakományaira vállaltak biztosítást.



TIR Biztosító Egyesület 1052 Budapest, Semmelweis u. 10. • Telefon/fax: 266-6397

A Magyarországi TIR Felelősség- és Szakmai Biztosító Egyesület többek között taglétszámának jelentős bővülésén keresztül tapasztalja, hogy a fuvarozók biztosítási szolgáltatások iránti igénye folyamatosan növekszik. Az elmúlt másfél hónap alatt mintegy 200 új taggal gyarapodott az Egyesület tagjainak tábora.

– *Hogyan tud az Egyesület a növekvő elvárásoknak megfelelni?* – tettük fel a kérdést Gálffy Alice-nak, az Egyesület Intézőbizottsága elnökének.

– A Biztosító Egyesületet 1993 decemberében a fuvarozók közössége hozta létre, a nonprofit jelleg lehetőségei miatt egyesületi formában meghatározva a tulajdonosi közösséget – mondta el az elnök.

Ezen társasági formához a mai napig ragaszkodunk, mivel így szolgáltatásainkban kedvezőbb feltételeket vagy biztosítási díjakat tudunk meghatározni tagjaink számára. A Biztosítót eredetileg a TIR-igazolványok felhasználásából eredő felelősség biztosíthatóságának igénye hívta létre. Az induláskor főként a nemzetközi fuvarozást végzők jelentkeztek tagjaink sorába, mára azonban a belföldi piacon működők számára is érdemes tagságunkat választani. Tagjaink száma ma már eléri a 2200-at, összetételüket tekintve a legkülönbözőbb méretű fuvarozást végző szervezetek tartoznak köztük, az egy járművel rendelkező vállalkozásoktól a legnagyobb hazai cégekig, a

legjelentősebb részt a 30–50 gépkocsival rendelkező társaságok jelentik. A tagdíjunk egy egységesen megállapított és jelképes, évi 2000 Ft-os összeg, amely a biztosítási szolgáltatások igénybevételének lehetőségére jogosít.

A tavaly októberi Közgyűlésünk módosította az Egyesület Alapszabályát, amely a tevékenységi kör folyamatos bővítését teszi lehetővé. A tevékenységünk alapja a már említett TIR-igazolvány felhasználói felelősségbiztosítása, ellenben a Közgyűlés óta több új, a tagság igényeinek megfelelő biztosítási módozatot dolgoztunk ki, amelyek tekintetében az Egyesület versenyképességét a tagságának nyújtott kedvezményes szolgáltatások biztosítják.

– A fejlesztői munka kezdetén a már meglévő biztosításokat helyeztük új alapokra, és júliusra már öt újdonsült konstrukcióval képviseljük magunkat – ismertette a biztosítási lehetőségeket Csizsán Zoltán, a Biztosító Vezetési Tanácsadójának igazgatója. Az év első felében szinte havonta jelentkeztünk új módozattal, és a fejlesztési tevékenység azóta sem szünetel. A TIR-igazolvány-felhasználói felelősségbiztosításánál többek között elkészítettük a magas kockázatú árakra vonatkozó biztosítási konstrukciót, és bevezettük a Bonus-Malus rendszert. Kidolgoztuk a Nemzetközi Közüti Áru fuvarozói – az úgynevezett CMR – felelősségbiztosítást, amely az ezen a téren eddig nem alkalmazott díj-visszatérítési lehetőségeket tartalmaz.

Fejlesztői munkánk eredményeként bevezettük a fuvarozók anyagi kártérítési kötelezettségeit csökkentő, nemzetközi és belföldi hatályú Fuvarozói Felelősségbiztosítási módozatot, valamint a gépjárművezetők és hivatalos kiküldetés teljesítők betegség és baleset-biztosítást, amelynek vonzereje, hogy a külföldön sürgősségi orvosi ellátásra vagy kórházi kezelésre szoruló alkalmazottak ápolási költségeit a Biztosító megtéríti. Nem közvetlen szolgáltatásként, ellenben a Biztosító anyagi és erkölcsi támogatásával és ajánlásával ez év májusában megalakult a TIR Önkéntes Kölcsönös Kiegészítő Nyugdíjpénztár, amely takarékos gazdálkodásával és biztonságos befektetéseivel igyekszik tagjaink érdekét szolgálni. A Nyugdíjpénztár tevékenységéhez kapcsolódó terveink között szerepel egy, az ideiglenes fizetési nehézségeket áthidaló és ezzel egyetemben a nyugdíjpénztári tagság folyamatoságát fenntartó biztosítási rendszer felállítása. Terveink szerint a július 1-jével induló Vámügynöki Felelősségbiztosítás az előzőekhez hasonló sikereket tudhat majd magának, hiszen ezen önálló, új szakmai felelősségbiztosítási lehetőséggel elsőként jelenünk meg a hazai biztosítási piacon.

– *Tervezik-e a szolgáltatások további bővítését?*

– A tagság javaslata alapján már dolgozunk a szállítmányozói felelősségbiztosítás új rendszerének kialakításán. Általános célunk,

hogy a fuvarozói, szállítmányozói és vámuügynöki, valamint az ezekhez kapcsolódó szakmák képviselői egy helyen találják meg valamennyi felmerülő biztosítási igényükre a megfelelő megoldást. Minden, a tagság részéről jelentkező ötletet megvizsgálunk a kivitelezhetőség oldaláról, és az adott kritériumokat teljesítő elképzelések irányában megindul a fejlesztői gépezet, ami azt jelenti, hogy a lehetőségek száma gyakorlatilag végtelen.

Az idei év egyik legfontosabb feladata az országos hálózat kiépítése, amelyhez a második félévben a területi irodák létesítésével kezdünk hozzá. Jelenleg a TIR Biztosító Ügyfélszolgálatán, a Vezetési Tanácsadó értékesíti hálózat rendszerén keresztül, illetőleg a TIR Felelősségbiztosítás tekintetében az MKFE négy regionális irodájában juthatnak a biztosítási konstrukciókhoz tagjaink.

– *Milyen előnyökre számíthatnak a tagok a TIR Biztosítónál?*

– A Biztosító közvetlenül és közvetett szolgáltatásainak teljes területén rugalmas és emberközpontú ügyintézését tapasztalhatnak. Kifejezetten törekszünk a tagság tapasztalataira épített és valós biztonságot nyújtó biztosítási módozatok, valamint egyéb szolgáltatások kialakítására, folyamatos fejlesztésére és művelésére. Igyekszünk pontos és naprakész biztosítási és fuvarozás szakmai tájékoztatással és a hétköznapi problémáiban tanácsadással szolgálni.

A véderők jogosítványa

A rendőrségi törvény szerint a vagyonvédelmi őrök, testőrök és magánnyomozók engedélyeinek kiadása és tevékenységük ellenőrzése a rendőrség feladata. A rendőrkapitányságok egyébként önállóan köthetnek megállapodást vagyonvédelmi szervezetekkel. A kapcsolatteremtés megvalósulhat a technikai, védelmi rendszerek területén, de jelentheti a szabadidős rendőrök foglalkoztatását is. A rendőrök viszont csak parancsnokuk hozzájárulásával vállalhatnak – sokak által még így is megkérdőjelezetten – pluszmunkát. A rend hivatalos őrrei vagyonvédő cégeknél ellenőrzött és engedélyezett módon, saját szakterületükönél maradván juthatnak jövedelemkiegészítéshez.

A kapitányságok és az egyes cégek közötti információáramlás persze fontos szerepet kaphat a bűnmegelőzésben, de néhány szakértő szerint ennek jótéményénél sokkal károsabb hatású lehet az anyagi érdekelttség alapján kialakuló összefonódás egyes va-



gyonvédelmi cégek és területi kapitányságok között. A rendőrség ráadásul, bár vállalkozásszerűen nem végezhet vagyonvédelmi tevékenységet, eseti megállapodás alapján azonban elláthatja szállítmányok kíséretét, sportrendezvények biztosítását. Mindezt pedig nemegyszer szintén adott cégekkel együtt teszi.

Lőfegyverrel a magánbiztosítási szervezetek mint jogi személyek rendelkezhetnek. A cégnek saját széfjében kell őriznie a fegyvereket, és csak a szolgálat idejére (például pénzkíséret) adhatja ki azokat a megfelelő engedéllyel rendelkező dolgozóknak. A fegyverviselési engedélyek megszerzéséhez a bejelentkezés és az illeték befizetése után orvosi vizsgálat és tanfolyam elvégzése szükséges. Ezután a rendőrök által kontrollált vizsga következik.

A vagyonvédelmi vállalkozók tevékenységének szabályozási igénye már régebben felmerült. Tavaly nyáron végre megjelent az a kormányrendelet, amely ezt szolgálta (volna). A szakma azonban viharos ellenkezéssel fogadta az ebben szereplő előírásokat. A legnagyobb felháborodást a kötelezővé tett, igen drága tanfolyamok és vizsgák rendszere váltotta ki. Az érintettek elismerik, hogy a biztonsági őrök szakmai, jogi felkészítése valóban nagyon fontos, de vitatják a most elvárt jogközpontú képzés szükségességét. A biztonsági őrök a tanfolyam elvégzése során kénytelenek olyan alapos jogi ismeretekre szert tenni, amit akár a kezdő jogászok is megirigyelhetnek.

A kötelező tanfolyam 300 órá, amelynek díja 15 és százezer forint között van. A jellemző számítások szerint 35 ezer forint. Ezt a kiadást növeli még a 20 ezer forintos vizsgaköltség. A vagyonvédelmi alkalmazottaknak tehát az egész ügylet minimum ötvétezer forintba kerül, kivéve, ha a kiadást saját cégük átvállalja. Ezt azonban csak a tehetősebb társaságok tehetik meg, a kisebbek aligha. Ők legfeljebb kölcsönt nyújtanak dolgozóiknak a képzés költségének kifizetéséhez. A vizsga letétele persze a cégeknek is érdeke, hiszen a szabályozás szerint e nélkül nem foglalkozhatnak biztonsági őrökkel.

A vagyonvédelmi vállalkozások a kormányrendelet ellentmondásainak kiküszöbölésére az Alkotmánybírósághoz fordultak. A drága és felesleges ismeretekkel terhelt (de szakmai képesítést nem adó) tanfolyam előírása mellett a cégeknek más kifogásai is akadnak. A rendelkezés – állítják – a rendőrséget például olyan betekintési joggal ruházta fel, amely alkotmányos kifogásokat vethet fel. Jelenleg ugyanis a hatóságok minden további nélkül hozzáférhetnek a vállalkozások magánjogi szerződéséhez.

Az érintettek el szeretnék érni, ha már speciális képzésen esnek át az alkalmazottak, a vagyonvédelmi munka külön szakmának számítson. Ezenkívül azt vallják, hogy a jogalkotóknak nagyobb figyelmet kellene fordítaniuk arra, hogy kik is a vállalkozás tulajdo-

A Deutsche Bank „forradalma”

Új csillag van feltűnőben a patinás befektetési bankok viszonylag zárt üzletágában: a Deutsche Bank.

(Leánybankját a közelmúltban nyitotta meg

Budapest, Figyelő, 1996/26.) A pénzügyi tevékenységeit megtartva

hagyományos banki tevékenységeit megtartva

nemrégiben nagy fába vágta a fejszét: be akar törni

a befektetési bankok világotlistájának élvonalába.

Pénzügyi szakemberek véleménye szerint a világ befektetési banki piacát a következő évszázadban néhány óriás-pénzügyi uralja majd, tehát ebben az ágazatban is erőteljes koncentráció kezdődött. Hilmar Kopper, a Deutsche első számú vezetője szerint a befektetési banki üzletágban bankja Németországban egyértelműen az élvonalhoz tartozik, globális összefüggésben azonban még távol van ettől a pozíciótól.

1994-ben a Deutsche Bank adózás előtti nyeresége 30 százalékkal csökkent, s nem haladta meg a 2,3 milliárd dollárt. Tavaly némileg javult az eredmény, a bank az 1995-ös esztendő 2,4 milliárd dollár bruttó profittal zárta. A nettó kamattörlesztés 4,5 százalékkal csökkent, saját tőkéjének megtérülési rátája pedig 8,1 százalék volt, jóval alacsonyabb az amerikai versenytársakénál. Visszaesésről tanúskodik a bank részvényei árfolyamának alakulása is. 1994 januárjában 58 dollár volt egy Deutsche-részvény árfolyama, a tavalyi esztendő végén viszont nem haladta meg a 45 dollárt. Az idei év első negyedének végén 49 dollár volt az árfolyam, s ez Kopper szerint a piac pozitív választ tükrözi a nemrégiben megindult banki reformokra.

A Deutsche vezetése számára egyértelmű, hogy a bank számára már a hazai piac sem olyan „biztonságos”, mint korábban volt. Arról van szó, hogy az amerikai befektetési bankok mind jobban veszélyeztetik a Deutsche otthoni pozícióit, s mind nagyobb részt hasítanak ki maguk-

nak a német piacból. Dollárban számolva az amerikai versenytársak bonyolították le a német cégek külföldi kötvénykibocsátásainak 20 százalékát, a cégfelvásárlási és összeolvadási üzletágban pedig az amerikai és a brit befektetési bankok 70 százalékos részesedésre tettek szert a német piacon. Ezek a statisztikák arra ébresztették rá a Deutsché, hogy agresszívabb piaci versenyt kell folytatnia ebben az üzletágban.

1989-ben a Deutsche Bank bekebelezte a patinás, megalapozott és igen széles ügyfélkörrel rendelkező brit Morgan Grenfell bankot. Abban az időben a német bank élén a karizmatikus Alfred Herrhausen állt, akit a felvásárlási ügylet aláírása után három nappal terroristák öltek meg. Ezzel a Deutsche „igazi” bekapcsolódása a globális befektetési banki üzletágba késedelmet szenvedett, s a Morgan Grenfell a tavalyi év közepéig egyedül folytatta további tevékenységét.

1995 júliusában a Deutsche egyesítette befektetési és kereskedelmi banki tevékenységét, s megalakult a Deutsche Morgan Grenfell (DMG). Ezzel valóságos forradalom vette kezdetét a Deutsche Banknál, amely már 800 külföldi fiókkal rendelkezik. A bankvezetés azt a célt tűzte ki, hogy a Deutsche Európában uralkodó szerephez jusson a befektetési banki piacon, a nemzetközi küzdőtérben pedig az elsők közé tartozzék.

Hilmar Kopper egy merész lépéssel „áttelepítette” a Deutsche befektetési banki tevékenységgel foglalkozó vezetőit Londonba, a

DMG-hez. Ezzel párhuzamosan a bankvezetés szinte példa nélküli jogkört testált a DMG-re, amelynek élére Michael Dobsont nevezte ki. Dobson 23 esztendőt töltött el különböző beosztásokban a Morgan Grenfellnél. Az új vezérigazgató hatalmas lendülettel látott munkához, szinte az egész szakma elámulat stábépítési módszereitől. Fél év leforgása alatt mintegy 60 értékpapír-piaci szakembert csábított át az S. G. Warburgtól, s több tucat tőkepiaci és egyéb szakembert „hozott át” a Merrill Lynchtól, a Citibanktól és a J. P. Morgantól. Kopper szerint Dobson kiváló munkát végzett, ugyanis „tény, hogy ilyen típusú szakembereket Németországban nem lehet találni”.

Az agresszív terjeszkedésért és a módszerekért meglehetősen sok támadás éri a Deutsché odahaza is mind a szakma, mind pedig a sajtó részéről. A bankvezetést többek között azzal vádolják, hogy saját embereire nem fordít elegendő figyelmet, közülük mind többet bocsát el, ugyanakkor a vezetés átcuszik a britek

furti fizetései jócskán elmaradnak a londoni és a New Yorki mögött.

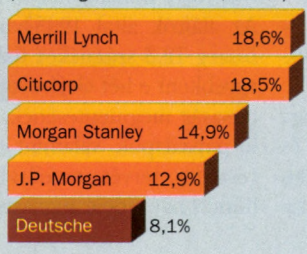
A Deutschenál uralkodó „forradalmi” hangulat ellenére Kopper és Dobson szerint az új agresszív módszerek nyomán belátható időn belül sikerül vezető szerepet elérni Európában, Ázsiában pedig tekintélyt kivívni a befektetési banki üzletágban. Azzal is tisztában vannak, hogy a Deutsche hálózata nem teljes egy megalapozott észak-amerikai jelenlét nélkül. Richard B. Fisher, a Morgan Stanley csoport elnöke a Fortune magazinnak elmondta, hogy véleménye szerint a befektetési banki üzletágban az amerikaiak előnye világméretben szinte behozhatatlan. A közelítésre azonban csak akkor lehet reménye a Deutschenak – vagy más pénzügyi intézménynek –, ha felvásárlással vagy más módon megveti a lábát az USA-ban. Az sem hagyható azonban figyelmen kívül – állítja Fisher –, hogy a befektetési banki „műfajban” az amerikai cégek egyre erősebbek, tehát mélyül a szakadék a versenytársak számára.

A Deutsche természetesen az Egyesült Államokban is próbálkozik „talajfogással”. Tavaly nyáron a Morgan Stanley egyik vezetőjét, Carter McClellandot bízták meg a DMG amerikai tevékenységének irányításával. Az elmúlt hónapokban a Deutsche szép sikereket ért el az amerikai tőke- és pénzpiacra. Szakértők véleménye szerint azonban addig a Deutsche nem játszhat jelentős szerepet az amerikai befektetési banki piacon, ameddig nem vásárol fel egy ottani neves céget a szakmából.

Kopper szerint belátható időn belül erre nem kerülhet sor, a Deutsche számára ugyanis jelenleg mások a prioritások. „Jelenleg szeretnének bekerülni a legjobbak, s nem a legnagyobbak közé.” Ezt a realista álláspontot az amerikaiak is „visszaigazolják”. A szakma amerikai szakértői szerint a Deutsche befektetési banki tevékenysége igencsak feljövőben van, s jó reménye van arra, hogy a koncentrációs folyamat során bekerüljön a toplista tízes élcsoportjába.

JÖVEVÉNY A KLUBBAN

A Deutsche és globális riválisai (Tőke megtérülési mutatók, 1995.)



kezebe. A legnagyobb feszültséget azonban a hagyományos (lassan mozgó, bürokratikus, konszenzusos döntéseken alapuló stb.) német banki és vállalati, valamint a DMG által képviselt korszerű vezetési, döntéshozatali kultúra közötti különbség okozza. A DMG tevékenysége és módszerei – állítják a Deutsche német versenytársai – a Deutsche Banknál hosszú ideje dolgozó munkatársak körében dühöt és ellenszenvet váltanak ki, s nem igazán örülnek annak sem, hogy angol főnökség alá kerüljenek. Ugyancsak visszatetszést vált ki a német alkalmazottak körében, hogy a bank frank-

GONDA GYÖRGY

Időtálló „nevek”

Öt nehéz esztendő után a most nyilvánosságra hozott adatok szerint több mint egymilliárd fontos nyereséggel zárta 1993-at Lloyd's biztosító. A szabályok értelmében hároméves késéssel publikálják a mérlegadatokat, de az előrejelzések szerint 1994-ben 1 milliárd, 1995-ben 882 milliárd fontos nyereségre számítanak a nagy múltú társaságnál.

A több mint 300 éves biztosítótársaság élére 1993 elején új elnököt neveztek ki. A 64 éves David Rowlandot ma nagyon sokan a Lloyd's megmentőjének titulálják, hiszen vezetésével elkerülte a csődöt az 1987 és '92 között 8 milliárd font veszteséget felhalmozó biztosító.

„Harminc-ötven évvel ezelőtti amerikai szerződések, az 1987 és '92 közötti váratlanul sok természeti katasztrófa, valamint jó néhány nem kellő gondossággal megkötött viszontbiztosítási ügylet okán került a szakadék szélére”, a Lloyd's nyilatkozta David Rowland, a párizsi Le Monde-nak.

A biztosító sajátos garanciarendszerében a gazdag befektetők a főszereplők, akik a nevükkel, az aláírásukkal korlátlan vagyoni felelősséget vállalnak a szindikátusok által garantált ügyletekért. Ma 160 szindikátusra épül a Lloyd's, a nevek száma 12 ezer. A krízis előtt 1988-ban 34 ezer név – underwriter – tömörült 410 szindikátusba.

1985-ben az emberek tülekedtek, hogy aláírók lehessenek intézményüknél, és a bankok is erre bátorítottak minden pénzembert, anélkül, hogy a kockáza-

tokra figyelmeztettek volna. Az újonnan jötteknek nem volt elegendő hely a már működő szindikátusokban, ezért újabb és újabb ilyen csoportok jöttek létre. Ezek irányítói már kevésbé voltak kompetensek, többek között ez is magyarázza az amerikai piac hatalmas veszteségeit – magyarázta az elnök, aki hangsúlyozta, hogy a jövőben sokszoros figyelmet fordítanak majd a nevek kockázattal kapcsolatos tájékoztatására.

Annak ellenére, hogy az elmúlt időszak veszteségei súlyos vagyoni károkat okoztak a „nevek”-nek, ez utóbbiak többsége továbbra is jó befektetésnek tartja a biztosítót, amely 1993-ban a világ légbiztosításainak 26, és a tengerhajózással kapcsolatos ügyletek 15 százalékát uralta. 1996-ban a Lloyd's biztosítási kapacitása 9,99 milliárd fontot tesz ki, jövőre ez az előrejelzések szerint 10,17 milliárd fontra növekszik.

Az aláírók által 1993-ban befektetett összeg 12,3 százalékot fialt. A „nevek” egyébként e hét elején kapták kézhez a társaság megmentésének, a különböző új pénzalapok, valamint a kártalanítás részletes tervét, amellyel kapcsolatos döntés határideje augusztus 28.

Világ-mikronómia

□ **Romániában terjeszkedik az Electrolux.** A világ egyik legnagyobb háztartási készülékgyártó cége több mint százezer embert foglalkoztat 60 országban. A csoport forgalma tavaly meghaladta a 16 milliárd dollárt. Mint azt a napokban bejelentették, az Electrolux, amely egy évvel ezelőtt kereskedelmi kirendeltséget hozott létre Romániában, most megvásárolta a háztartási gépekkel kereskedő Eastrade Internationalt.

□ **Bankot vett az USA-ban az ABN-AMRO.** A holland pénzintézet amerikai leányvállalata megvásárolta a chicagói Columbia National Bankot, amely az észak-amerikai régió huszadik legnagyobb bankja.

□ **Új társulás a svájci telekommunikációs piacon.** Felkészülve az 1998-as piacliberalizá-

lásra, hat svájci elektromos szolgáltató vállalat közös társaságot létesített, amely a tervek szerint beszáll a telekommunikációs piaci versenybe. A Dix névre keresztelt részvénytársaság még az idén egy nagy nemzetközi tapasztalatokkal rendelkező külföldi partnerrel egyesíti erejét, annak érdekében, hogy jobb pozíciókat szerezzen a liberalizált svájci piacon.

□ **Végleges a CLT és az UFA egyesülése.** A napokban a belga-luxemburgi Audofina és a német Bertelsmann aláírta a CLT (Compagnie Luxembourgoise de Telediffusion) és az UFA Film und Fernseh fúzióját véglegesítő megállapodást. Ezzel Európa legnagyobb audiovizuális vállalata jön létre luxemburgi székhellyel. A CLT-UFA akkor kezdheti meg működését, ha az EU brüsszeli bizottsága jóváhagyja az egyesülést.

□ **Jóváhagyták a részvényesek a Metro fúziót.**

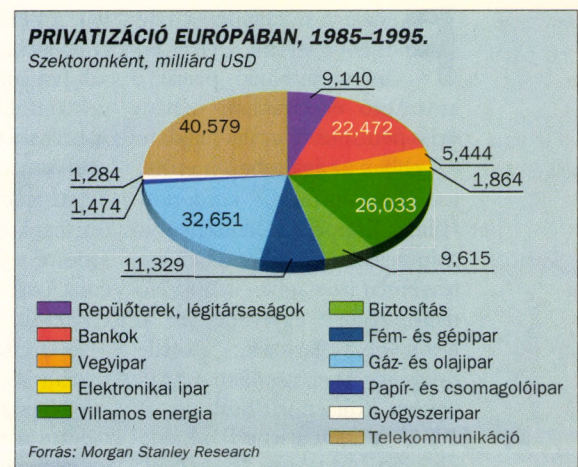
A svájci Metro AG egy vállalatba vonja össze németországi érdekeltségeit, a Deutsche SB-Kaufot, az Asko Deutsche Kaufhaust és a Kaufhof Holdingot, valamint a Metro áruházláncot. A svájci anyavállalatnak 57 százalékos érdekeltsége lesz az egyesült cégben, amely 175 ezer alkalmazottat foglalkoztat Németországban. A tervek szerint a forgalom jövőre 65, 1998-ban pedig 76 milliárd márka lesz.

□ **Veszteséges a plizeni Skoda Művek.** Csehország legnagyobb gépipari konszernje 1995-ben 26 milliárd koronás forgalom mellett 453 millió koronás nyereséget ért el, idén azonban várhatóan veszteséges lesz. Az adózás előtti veszteség 166 millió koronára rúg, miután az auditáló cég javaslatára mintegy 550 millió tartalékot képeztek a kétes kintlévőségek kompenzálására.

Gyorsuló folyamat

Az ezredfordulóig mintegy 250–300 milliárd dollár értékű privatizációt hajtanak végre Európában. A magánosítás a kontinens GDP-jének mintegy 1,2–1,5 százalékát érinti – állítják a Morgan Stanley szakértői.

Az amerikai befektetési bank közelmúltban publikált elemzése szerint Nagy-Britanniában és Hollandiában fekeződik a folyamat, a privatizáció éllovasa Franciaország, Olaszország, Németország lesz a következő néhány évben. 1985 és 1995 között az európai magánosítás mérlege 186 milliárd dollárt jelzett, ezen belül egyedül Nagy-Britanniában közel 97 milliárd dollárt tettek ki a lebonyolított tranzakciók. A szektorokat vizsgálva legsikeresebb a telekommunikáció volt: 40,6 milliárd dollárt tettek ki az ügyletek. Az energiaiparban 32,7 milliárd dollár értékű vállalkozás



került magánkézbe. 1987 volt a legsikeresebb esztendő az említett időszakban, akkor privatizálták részben az osztrák OMV-t, a brit repülőtereket, a British Airways-t, a Rolls-Royce-t, a Paribas-t, és a Suez többek között.

A Morgan Stanley előrejelzése szerint az ezredfordulóig megvalósuló privatizációk elsősorban a bankszektort, a telekommunikációt, a szállítást és a szolgáltatási szektort érintik majd.



A nem távoli jövőben a mobiltelefonok műholdak láncolatán létesítenek majd egymással hang- és nagy sebességű adatátviteli kapcsolatot.

A mobilvilág sikertörténete

Évezredünk vége távközlési forradalmának egyik legnagyobb sikertörténete a mobiltelefonia. A statisztikák tanúsága szerint 1995 végén a világon 86 millióan rendelkeztek mobiltelefon-készülékekkel, illetve -előfizetéssel. Jól jelzi a maroktelefon-piac már-már hihetetlen növekedését, hogy tavaly a piacbővülés 60 százalékos volt. S a jelek szerint a mobiltelefonia „körhintája” egyre nagyobb sebességre kapcsol: az előrejelzések arról tanúskodnak, hogy 2000-ben 350 millió lesz a mobiltelefon-előfizetők száma.

A mobil távközlés a telefonkészülékek mellett többek között felöleli a személyhívó készülékeket, valamint azokat a berendezéseket, amelyek nagy sebességű adatátvitelre képesek. Szakértők egybehangzó véleménye szerint az iparág sztárja és hajtómotorja a cellatelefon marad a következő évtizedekben is.

Szédületes bevételnövekedés

A cellatelefonia feltalálója, az amerikai A. T. and T. 1984-ben kivonult az üzletágból, mert akkor úgy vélte, hogy a piac túlságosan kicsi lesz a nyereségség eléréséhez. Időközben az amerikai vállalatbirodalom belátta tévedését, s ma már nagy üzletet lát

a mobiltelefoniaiban: a cég 11,5 milliárd dollárért megvásárolta az ágazat másik úttörő vállalatát, a McCaw Cellulart, s a bekebelezés nyomán az A. T. and T. az USA mobiltelefonia-piacának listavezetője lett.

Világszerte gyors ütemben növekszik a szolgáltatói üzletág is. A mobiltelefon-szolgáltatók bevétele egy esztendő alatt Nagy-Britanniában 62, Dániában 84, Portugáliában pedig 106 százalékkal növekedett. A távközlési iparra szakosodott egyik amerikai tanácsadó cég szerint a szolgáltatók a világon a következő esztendőben átlagosan évi 30 százalékos bevételnövekedéssel számolhatnak a mobiltelefonia üzletágban. A mind több célra felhasználható, hordozható telefonkészülékek gyártói számára ugyancsak hatalmas üzletet hozott a „mobiltelefon-robbanás”. A telefonkészülékek és alapállomások legfontosabb gyártói az amerikai Motorola, a svéd Ericsson és a finn Nokia. E három vállalat összesen 70 százalékos részesedéssel rendelkezik a mobiltelefon-készülékek világpiacán. (Biztos jele a kiváló konjunktúrának, hogy mindhárom cég részvényeinek árfolyama folyamatosan emelkedik.)

Telefonéség

A gyártóágazat zászlóshajója az Ericsson, amelynek részesedése a világ mobiltelefonberendezés-piacán meghaladja a 10 százalékot. A svéd vállalat 1996 első negyedévében 14 százalékkal növelte forgalmát, amely elérte a 22,6 milliárd koronát. Ebből a mobilüzletág részesedése 13,9 milliárd korona volt. A rendelkezésszám az év első három hónapjában 11 százalékkal bővült, összege 28,7 milliárd korona volt. Jól bizonyítja a vállalat sikerét, hogy az első negyedévben 1,55 milliárd korona (227 millió dollár) nyereséget ért el, mintegy 25 százalékkal többet, mint egy évvel korábban.

Visszatérve a mobiltelefonia általános „világára”: amíg a hordozható telefonok mérete folyamatosan csökken, addig „tudásuk”, felhasználhatóságuk köre bővül. Kiegészítő berendezésekkel csatlakoztathatók telefaxhoz, számítógéphez, szörfözhetnek az Interneten. S a nem távoli jövőben a mobiltelefonok műholdak láncolatán létesítenek majd egymással hang- és nagy sebességű adatátviteli kapcsolatot.

A telefonszolgáltatók, a berendezések gyártói számos piacutató intézettel rendszeresen szondáztatják a piacot, mérik a telefonsűrűséget. Ez utóbbi tekintetében kiemelkedő sebességgel bővül az előfizetők száma Kelet-Európában. Térségünkben ez az irányzat több tényezővel magyarázható. Egyrésztől meglehetősen alacsony a hagyományos (vezetékes) telefonok sűrűsége.

zetni, s közben még olcsón adni a szolgáltatást. Az igény nagyságát mutatja, hogy ennek ellenére két év után a Westel GSM-előfizetők száma a hírek szerint meghaladja a 200 ezret, a Pannon GSM is súrolja a 100 ezres számot, a régi, analóg Westelnél is mintegy 70 ezer előfizetőt tartanak nyilván. Ez annyit jelent, hogy a mintegy 2 millió vonalra becsült magyar telefonpiacból a mobiltelefonok több mint 350 ezer vonalra szereztek maguknak előfizetőt. Ez még akkor is nagy szám, ha sok helyen még a vezetékes telefon hiányában élnek a mobil nyújtotta lehetőséggel. De a felmérések azt mutatják, hogy igazában már a vezetékes – nyilvános – hálózat fejlesztése se akadályozza a mobilok térhódítását, s csak azért, mert valaki nyilvános telefonhoz jut, nem mond le a mobil nyújtotta előjogairól sem. Legfeljebb kevesebbet használja a készüléket, amelynek hatása előbb vagy utóbb új stratégiai, üzletpolitikai problémát jelent a tulajdonosok és a mobilhálózatok menedzsmentje számára.

Am a gigantic software monster nevet – világszerre – nem az előfizetők minden régióban folyamatosan növekvő száma miatt érdemelte ki a mobiltelefonia. Lenyűgöző és félelmetes azért lett a mozgó világ, mert a számítástechnikának, a telefóniának, az információs csatornáknak azon a szupersztrádján tört az élre, amelyet korábban egyedül a PC-vezeté-

kes telefon-kábelcsatornák összeköttetésében tekintettek reálisnak. De az a mobiltelefon, amely egyetlen gombnyomásra átalakítható számítógéppé – ez volt a Nokia idei hannoveri robbantása –, amely közvetlenül kapcsolatba hozható az Internettel vagy bármelyik másik, információkat továbbító műholdal, amely éppen úgy alkalmas házhoz szállítani a banking szolgáltatást, sőt, akár a miniméretű multimédiát, már nagyon veszélyes ellenfele lett a klasszikus telefóniának. S ma már az is természetes, hogy nem kell megmaradni a miniméreteknél. Az Ericsson, amely változatlanul a mobiltelefonia világpiacát vezető cég, egyetlen fémlappal összekapcsolja a mobiltelefont a PC-vel, s ezzel az összeköttetéssel máris versenyképes bármilyen kábelcsatornával vagy televíziós megjelenítési formával. Az a fejlesztés pedig, amely a mobilvilágot a multi kód segítségével összekapcsolja, gyakorlatilag eldönti a továbblépés kérdését is. A 450-es és 900-as analóg, a GSM és a legmodernebb 1,8 gigaherzes rendszer nem állítja választási, döntési kényszer elé az előfizetőket, hanem lehetővé teszi, hogy az egész mobilvilág együttesen felkészüljön a még nagyobb szabású térhódításra. Ami nem csekélység, ha az előfizető szó szerinti és átvitt értelemben egyaránt elmondhatja: markában tartja a világot.

Lenyűgöző és félelmetes azért lett a mozgó világ, mert a számítástechnikának, a telefóniának, az információs csatornáknak azon a szupersztrádján tört az élre, amelyet korábban egyedül a PC-vezetékes telefon-kábelcsatornák összeköttetésében tekintettek reálisnak.

Bán Zsuzsa

Az ISDN hatékonyabb és gazdaságosabb

ISDN: négy betű – vagy inkább négy szó rövidítése –, ami egy olyan technológiát rejt, amely az 1993-ban bevezetett, Európa-szerte egységes szabványok alapján százféle módon alakítja át az elkövetkező évek, évtizedek globális telekommunikációját. A Matáv által nyújtott – magyarul – Integrált Szolgáltatású Digitális Hálózatnak nevezett szolgáltatás hétköznapi nyelvre lefordítva azt garantálja, hogy a megrendelő ugyanazon a hálózaton, akár egyidejűleg is, többféle tevékenységet végezhet – például telefonálhat és faxolhat, képtelefonálhat vagy az Interneten barangolhat. Vagyis az ISDN egyfelől korszerűsített, nagy kapacitású telefonrendszert, másfelől könnyen használható, az üzleti kommunikációban fontos szolgáltatást nyújtó, nagy sebességű adatátvitelt biztosít.

Népszerű felhasználási területek

Az egyik legnépszerűbb felhasználási terület az úgynevezett közvetlen alközponti beválasztás, amely a bonyolult elnevezés ellenére rendkívül egyszerű és hasznos szolgáltatást takar. Segítségével az adott munkahely főközpontjához csatlakozó alközpontok mindegyike önálló fővonali hívószámot kap, és így kívülről közvetlenül hívható.

Az ISDN révén a számítógépes állományok továbbítása is rendkívül leegyszerűsödik, hiszen a szolgáltatás megrendelői nemcsak egyéni használható számítógéppel csatlakozhatnak a rendszerhez, hanem helyi számítógépes hálózattal is. A csatlakozást biztosító számítógép garanciája, hogy az ISDN-en keresztül megszerezhető információk az egész hálózatra eljussanak, és az egyes munkahelyeken összeállított információk is elérjenek a külső célpontra. Az ilyenfajta felhasználási mód tipikus példáját a pénzügyintézetek és az általuk üzemeltetett bankautomaták közötti összeköttetések adják. Nemcsak a bankok élvezhetik viszont a hasznát annak, hogy a Matáv Rt. várhatóan 1997. I. negyedévével DATEX-P hálózati összeköttetést is biztosítja az ISDN felhasználói számára. Ez főként a rövid üzenetek továbbítása esetén jelent költséghatékony megoldást.

Időt és pénzt takarít meg

Különösen a nagyobb – és főként külföldi – faxforgalmat lebonyolító felhasználóknak jelent előnyt az az ISDN-hez kapcsolódó, továbbfejlesztett technológia, amely nemcsak hogy a korábbiaknál lényegesen gyorsabb, hanem egyben jobb – a lézernyomtatóhoz hasonló minőséget produkáló – átvitelt biztosít.

Az idő és a pénz megtakarítása még ennél is nagyobb mértékben biztosított a videokonferenciák lehetőségének megteremtésével. Megrendelésével a világ legkülönbözőbb területein tartózkodó üzletemberek egyszerre konzultálhatnak egymással úgy, hogy nem csak egymás hangját, hanem arcát, gesztusát is láthatják. Ez pedig nemcsak felgyorsítja az ügyintéztést, de a hosszadalmas és rendkívül költséges utazásoktól is megkíméli a felhasználókat.

Az újfajta technikai megoldások persze csak akkor érnek valamit, ha az üzleti partnerek mindegyike képes az újfajta kommunikációra. Az ISDN esetében ma már ez is egyre kevésbé lehet akadály, hiszen a szükséges technikai eszközök – például telefonok, számítógépmódulok, G 4-es fax – egytől egyig beszerezhetők Magyarországon, ahol a Matáv Rt. a szolgáltatás elterjesztését is meghatározó feladatának tekinti. Ennek megfelelően Budapest szinte teljes területe mellett ma már Sopronban, Győrben, Nagykanizsán, Kecskeméten, Debrecenben és Miskolcon is elérhetők az ISDN előnyei. Az ideig esztendő végéig pedig – hogy a legfontosabb állomáshe-lyeket említsük – Szombathely, Zalaezerszeg, Keszthely, Székesfehérvár, Kaposvár, Pécs, Biatorbágy és Tatabánya térségében lehet előfizetni az ISDN szolgáltatásaira.

Nemzetközi kapcsolatok

Az ISDN szabványai szerint ma már Európától Japánig, az USA-tól Ausztráliáig szinte az üzleti világ minden fontos pontján élnek a rendszerek. A Matáv Rt. Közép-Kelet-Európában elsőként teremtette meg az ISDN-csatlakozás lehetőségét és azóta folyamatosan bővíti belföldi hálózatát és külföldi kapcsolatrendszerét. Ennek megfelelően az előfizetők ISDN-kapcsolatot létesítve már manapság is elérhetik legfontosabb üzleti partnereiket. A Matáv Rt. ugyanis Ausztriával, Belgiummal, Hollandiával, Dániával, Németországgal, Olaszországgal, Svédországgal, Svájcjal és az USA-val is megteremtette már az ISDN-kapcsolat lehetőségét, és emellett a további fejlesztésekről is folyamatosan gondoskodik.

ge, régiókban tehát nagy a „telefonéség”. Másrészt viszont a piacgazdasági átmenet nyomán a volt szocialista országok többségében számottevően megélenkült az üzleti élet, amelynek elengedhetetlen „kelléke” a korszerű távközlés. A mobiltelefonok térségünkben jelentős segítséget nyújtanak az egyes országokban nagy számban tartózkodó külföldi üzletembereknek, valamint a gyakran úton lévő hazai üzletembereknek is.

Békés egymás mellett élés

A mobiltelefonia szédületes fejlődése szinte összeszűgíti a világot. Gyakorlatilag megszűnnek a távolságok, s mindenki mindenhol – amennyiben akarja –, elérhető. A cégstatisztikák azt mutatják, hogy a mobiltelefonába befektetett jelentős összegek viszonylag rövid idő alatt megtérülnek, tehát ebbe az ágazatba – egyelőre – érdemes befektetni. Arra azonban nem lehet számítani, hogy átveszi a hagyományos telefónia szerepét, hiszen ez utóbbi területén is olyan forradalmi változások (száloptika, digitális átvitel stb.) történnek, amelyek nyomán ez az ágazat is újjászületik. A hagyományos és a mobiltelefonia tehát békésen él együtt, s kiválóan kiegészítik egymást.

G. Gy.

Határtalan lehetőség

A rádiótelefonok pillanatok alatt mindennapjaink részévé váltak, most már az Internet is itt dörömböl az ajtókon – és közben a korábban csak kémfilmekből vagy az Öbölháború szomorú valóságából ismert kommunikációs csúcstechnológia is elérhetővé válik az üzleti élet számára.

Ilyen például a GPS műholdas helymeghatározó rendszer, melynek segítségével megállapíthatjuk pontos földrajzi helyzetünket, haladási irányunkat és sebességünket. Az Inmarsat műholdas rendszer pedig kiválóan alkalmas nagy megbízhatóságú és sebességű beszéd- és adatkommunikációra a Föld bármely pontjáról.

A Guards Kft.-nél ez a technológia már a mindennapok valósága. A cég 1993-ban alakult, és kezdetben kizárólag Pannon GSM telefonok értékesítésével foglalkozott. Hatvan üzletből álló országos terjesztői hálózatuk a Pannon értékesítésének olyan jelentős részét adja, hogy 1995-ben kiemelt disztribútorrá váltak. Emellett pedig komplett távközlési megoldásokat tudnak kínálni megrendelőiknek, szinte bármilyen igény kielégítésére.

Talán a legjobb példa rá a Hungarocamion számára kiépítés alatt álló flottavezénylő rendszer, amely a GPS és az Inmarsat előnyeit egyesítve ad igen részletes információt a cég központjának és a sofőröknek egyaránt. A központban számítógép képernyőjén pontosan követhető, hol tartózkodnak a kocsik, milyen irányba, milyen sebességgel haladnak, vagy például milyen hőmérsékletű a hűtött kamionban szállított áru. A sofőrök pedig a kocsiban elhe-

A távközlési privatizáció idei első számú sztárja a Deutsche Telekom (DT), amelynek magánosítása novemberben kezdődik.

Cégek a piacon

A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD) legújabb felmérése szerint idén a világ privatizációs bevételei várhatóan minden rekordot megdöntenek, s a kormányok a magánosításból összesen mintegy 85 milliárd dollár bevételhez juthatnak. Ebből az összegből a német állami távközlési óriáscég, a Deutsche Telekom idén kezdődő privatizációja 10 milliárd dollárt képvisel.

A világ távközlési ágazatában egyébként évtizedünkben privatizációs hullám vette kezdetét, aminek következtében növekszik a koncentráció az iparágban. Különösen megélenkült a távközlési privatizációs tevékenység Latin-Amerikában és Kelet-Európában. Térségünkben a távközlés magánosításában és liberalizálásában Magyarország a vezető szerep, miután a Matávban az Ameritech és a Deutsche Telekom alkotta MagyarCom konzorcium jelentős többségi részesedéssel rendelkezik. A másik úttörő ország térségünkben Csehország, ahol a nemzeti távközlési vállalat, az SPT részvényeinek 27 százalékaért tavaly nyáron egy holland–svájci konzorcium 1,45 milliárd dollárt fizetett.

A távközlési privatizáció idei első számú sztárja a Deutsche Telekom (DT), amelynek magánosítása novemberben kezdődik. A hatalmas vállalat értékét je-

lyezett terminál segítségével üzeneteket fogadhatnak vagy küldhetnek a központba. A GPS egy 24 műholdból álló rendszer, amelyek naponta két alkalommal kerülnek meg Földünket. Bolygónk egy adott pontjáról a nap bármelyik szakaszában egyszerre öt látható belőlük. A Guards Kft. által forgalmazott Magellán terminálok segítségével számos szolgáltatásukat vehetjük igénybe. A legegyszerűbb berendezés is kiírja a képernyőre pontos tartózkodási helyünket (a szélességi és hosszúsági fokokat), sőt, elnavigál bennünket egy ismert ponthoz. Haladás közben is bekapcsolva tarthatjuk, rögzíthetjük útvonalunkat, bizonyos kiemelt fontosságú pontokat – a legkomplexebb készülékekkel akár ezret is. Ez a terminál arra is alkalmas, hogy a tárolt adatokat PC-re vigye, ahol feldolgozásra kerülhet pl. térképészeti célokkal. A felvett adatbázis birtokában olyan emberre is rá tudjuk bízni egy terület bejárását, aki még so-

sem járt azelőtt az adott környéken. A Magellán terminálok között találunk speciálisan hajósoknak vagy repülősöknek készített változatokat is. Egyes készülékekbe pedig térkép adatbázissal felruházott cartridge-ot helyezhetünk, hogy a navigáció még könnyebb legyen.

A Guards Kft. partnere az Inmarsat nevű nemzetközi szervezetnek is, amely 67 tagországot és nagy távközlési vállalatot egyesít, és négy műholdat működtet. Jelenleg ez az egyetlen olyan műholdas rendszer a világon, amely a bolygón bárhol elérhető. Az 1979 óta működő rendszer már többször bizonyította a megbízhatóságát, például olyan katasztrófa sújtotta területeken, ahol minden más kommunikációs hálózat megsérült vagy megsemmisült. A Mobile Telesystems Inc. által gyártott terminálok

telepítése egyszerű és gyors: mindössze néhány perc kell hozzá. A berendezések 600 bps és 64 kbps közötti adatátviteli sebességgel rendelkeznek, beszéd- és faxátvitelre egyaránt alkalmasak, földi nyilvános távközlési állomásról is hívhatóak – és akad köztük olyan, amelyik kívülről megtevesztésig hasonlít egy aktatáskára.

A Guards Kft. a hagyományos URH-technológiát sem hanyagolja el. Breiter Gábor, a cég ügyvezetője szerint ez a technika reneszánszát éli Nyugat-Európában, és már a magyar cégek is kezdenek ráébredni, hogy egy adott városban belül a cég belső kommunikációjának megoldására jóval olcsóbb az URH-hálózat, mint a rádiótelefon – és legalább annyira hatékony.

Fotó: Láng-Mitliczky András



lentősen növeli, hogy az elmúlt két esztendőben igazi „világjátékos” lett, s a világ mintegy 15 országában fontos érdekeltségekkel, nagy értékű tulajdoni hányadokkal rendelkezik hagyományos- és mobiltelefon-cégekben.

A tervek szerint a DT további 29 országban szeretné tulajdoni hányaddal megvetni a lábát. Kelet-Európa mellett az első számú célpont Ázsia, amely az előrejelzések szerint 2010-ben a világ GDP-jének 35 százalékát állítja majd elő. (Érdemes megjegyezni, hogy jelenleg a DT 25-50 százalékos részesedéssel rendelkezik indonéz, malajziai, Fülöp-szigeteki, thaiföldi, valamint kazahsztáni telefontársaságokban.

A DT nem akarván lemaradni a távközlés globalizálásában, stratégiai szövetséget hozott létre Global One néven az ugyancsak részleges magánosítás előtt álló France Télécommal, valamint az amerikai Sprint telekommunikációs vállalatbirodalommal. A stratégiai szövetség célja a multinacionális cégek világméretű „kiszolgálása”, amely a telefónián kívül többek között magában foglalja az adatátvitelt és a videokonferencia szolgáltatást. A Global One fontos részét képezi a DT stratégiájának. A nemzetköziesedés ellenére mindhárom résztvevő önálló vállalati politikával rendelkezik, erőforrásaikat azonban világméretben egyesítik egyrészt az ügyfelek minél teljesebb ki-



A vállalati stratégia fontos eleme, hogy mind a privatizáció előtt, mind pedig annak kezdete után dinamikusán bővítse bel- és külföldi portfólióját, ennek nyomán ugyanis tovább nő a cég vonzereje.

szolgálása érdekében, másrészt a nyereség és a piaci részesedés növelésére. (Érdemes megjegyezni, hogy más távközlési társaságok is létrehozta világméretű stratégiai szövetségeket, amelynek következtében megkezdődött a világ távközlési piacának újrafelosztása, s az ágazati részesedési háború soha nem látott méreteket ölt évtizedünk második felében.

A DT és partnerei azt tervezik, hogy a Global One-t ázsiai partnerekkel is kiegészítik majd a következő években. Annyi már bizonyos, hogy a „hármak” elsőnek egy japán partnert szeretnének megnyerni az együttműködésnek. A távolabbi tervek között szerepel, hogy a Global One telefonkártyákat bocsát ki, bekapcsolódik a szórakoztatóiparba, s mobilszolgáltatások értékesítésével is foglalkozik majd. Szakértők szerint a szolgáltatások bővítésére azért van szükség, mert a vállalati ügyfeleknek nyújtott távközlési „műfajok” nem kellően nyereségesek.

Miközben a DT gőzerővel terjeszkedik a világban, Németországban nem örvend a legjobb hírnévnek. A Financial Times szerint a DT hazai szolgáltatásai meglehetősen drágák, és minőségük sok kívánnivalót hagy. Nem véletlen, hogy a cégvezetés egyik fő célkitűzése a vállalat hazai hírnevének javítása, lehetőleg a privatizáció kezdete előtt. (Ismeretes, hogy a részleges magánosítás keretében a DT részvényeit fokozatosan „engedik rá” a tőzsdére novembertől.) A 210 ezer dolgozót foglalkoztató Deutsche Telekom – amely a hírek szerint számottevő mennyiségű készpénztartalékkal rendelkezik –, külföldön népszerűbb, mint idehaza. Számos külföldi cég szeretne partneri kapcsolatra lépni a DT-vel.

Egy londoni ágazati elemző cég szerint néhány éve a DT szinte a „futottak még” kategóriába tartozott, ma viszont az iparág legtekintélyesebb vállalatai sorába tartozik. A szakma nagyra értékeli, hogy a DT rövid idő alatt „újrakábelte” a volt NDK-t, s a munkálatok költségei elérték az 50 milliárd (!) márkát.

A vállalati stratégia fontos eleme, hogy mind a privatizáció előtt, mind pedig annak kezdete után dinamikusán bővítse bel- és külföldi portfólióját, ennek nyomán ugyanis tovább nő a cég vonzereje.

Ma még pontosan nem tudható, hogy mekkora lesz az érdeklődés a DT magánosítása iránt. A piackutatók szerint kelendőek és népszerűek lesznek a cég részvényei. Nagy kérdés az árfolyam, amelynek – egyes szakértők véleménye szerint – nem tesz majd jót a világon tapasztalható privatizációs túlkínálat. Az egyéni és az intézményi befektetők ugyanis hatalmas ajánlatból választhatnak célpontokat pénzük fialtatására, s a bőséges kínálat általában nem az árfelhajtás irányába hat. A német óriásvállalat azonban – az előzetes információk szerint – valószínűleg a privatizációs „csemegék” sorába fog majd tartozni.

Gonda György



MOTOROLA URH ADÓ-VEVŐK

- Rádiókészülékek széles választékban
- Szaktanácsadás
- Tervezés – kivitelezés – engedélyeztetés – garanciával
- Bérlet rövid és hosszú távra
- Akkumulátorok, akkumulátorfrissítés
- Távfelügyeleti rendszerek
- Tartozékok, kiegészítők
- Immobilizerek
- Személyhívók



COMPORT kft

1113 Budapest,
Dávid Ferenc u. 3.
Telefon/fax:
06-1/166-8038

- erőteljesebben kifejezett csoportérdek,
- több lehetőség a csoport saját fontossági sorrendje szerinti tevékenységek megvalósítására,
- határozottabb kifejezése a csoport többtől való különbözőségének.

Az egymástól való függőség erősítését szolgálják a következők:

- a szervezet érdekeinek mint egésznek a hangsúlyozása,
- a tapasztalatok kölcsönös, folyamatos és intenzív cseréje azért, hogy az egymástól való tanulás mindennapos lehessen,
- az összetartozás érzésének erősítése,
- a közös megoldások keresésének hangsúlyozása konszenzuson keresztül,
- központi szolgáltatások az egyes csoportok számára,
- a vezetési képességek fejlesztésének központi támogatása, biztonsági háló létrehozása az egyéni kockázatvállalás bátorítása érdekében.

A döntő kérdés:
a csoportok közötti mely kapcsolatok azok, amelyek inkább együttműködést mutatnak, és melyek inkább a saját érdekek kifejezői?

A szervezeti egységek/csoportok nagyobb függetlensége számos területen viszonylag gyorsan elérhető: nagyon fontos szerep jut itt azoknak az autonóm vezetőknek, akik képesek közvetlenül, önállóan reagálni a piac igényeire. A szervezetet olyan egységekből kell felépíteni, amelyek mentén elkülöníthető termékcsoportok/szolgáltatások találhatók, önálló felelősségi körrel, esetleg önálló bevételi/eredményességi követelményekkel, önálló ügyfélkörrel stb.

A szervezeti egységek túlzott önállóságának kiegyensúlyozása érdekében egyes szervezetekben szokásos, hogy a menedzsment tagjait bizonyos mértékű szervezeten belüli horizontális helyváltoztatások elé állítják, aminek következtében a más területen szerzett eltérő vezetési tapasztalatok segítenek a szervezetet egészként kezelni.

Japán példa mutatja, hogyan lehet az egyes csoportok közötti versenyszellemet a társaság egésze szempontjából kamatoztatni: a szokásos negyedéves ösz-

szegző nem í tekezl éves t soroltá közös fontos járulás

Az ó ször és szólalá kezlet szen a: rül a se rülni. / zótti v a csop függős

Az e zótti e rendez getlen kultúr: egyens juk öki a terve az egyo legyen

Vanni:

Annak zés utá ménye mind a állnak. vannak legaláb zói kö: változá szereple vagy a mációv egyáltal van.

Az e meg tő rengete nek me sainak i – a kén: Ez – po kú köm szer üg: szabads:

Új szó a válságra ♦ A nyolcvanas évek második fele óta az amerikai vállalatok szótárából szinte eltűnt a válság szó. No, nem azért, mert a tengerentúli vállalatokat nagy ívben elkerülné a válság, hanem azt igyekeznek megelőzni, illetve más kifejezésekkel illetni. Az amerikai cégek döntő többsége felismerte, hogy versenyképességét, nyereségességét csak akkor őrizheti meg, ha folyamatosan alkalmazkodik a piaci kihívásokhoz. Ráébredtek: érdemes előre kiszámítani az ágazat és a piac, valamint a versenytársak helyzetének jövőbeli változásait. E vállalatvezetési filozófiának megfelelően az Egyesült Államokban a cégek immáron jó évtizede folyamatos fogyókúra, átszervezés, karcsúsítás és reorganizáció alatt állnak. A vezetési tanácsadási szakma szinte minden esztendőben új csodaszavakat és módszereket talál ki a cégek számára a kondícióban tartás érdekében. Reengineering, downsizing, rightsizing, outsourcing – ezek a bűvös szavak és módszerek, amelyek angolul is leginkább az átszervezést, a karcsúsítást és az egyes tevékenységek kihelyezését jelentik. Az amerikai egyetemeken és főiskolákon természetesen fontos helyet foglal el a tantárgyak és a tudományok sorában a válságkezelés. Ezt a műfajt azonban csak a tankönyvből nem lehet megtanulni, jelentős gyakorlatra pedig csak a mindennapok során lehet szert tenni. Érdemes ismételt hangsúlyozni, hogy a nehéz helyzetbe került vállalatoknál ma nem divat válságot kezelni a szó hagyományos értelmében. A cégek talpra állítására szerződött sztármenedzserek inkább átszerveznek, karcsúsítanak stb. Valójában persze válságmenedzselésről van szó, természetesen a huszadik század végének teljes fegyvertárával. A Kodak, az IBM, a General Motors, a Ford, a Chrysler, a Compaq, a hadiipari cégek és a többi világszerte ismert amerikai vállalat az elmúlt tíz esztendőben (is) többször került kritikus helyzetbe, amit leginkább a részvényárfolyamok zuhanása fejezett ki. Ez persze csak következménye volt a versenyképesség romlásának és a nyereség csökkenésének. De ilyen helyzetbe nemcsak a jól ismert óriásvállalatok, hanem a kis- és közepes méretű cégek is gyakran jutottak és jutnak. A folyamatos átszervezésekkel és fogyókúrával a nagyobb bajok általában elkerülhetők, de számos kivételes helyzet adódik a piaci pozíció hirtelen változása nyomán. Ilyen esetben gőzerővel beindul a másként nevezett válságkezelés. A recept szerint először lecserélik a felsővezetés néhány tagját, majd pedig – a krízisközelségbe jutott cég anyagi helyzetétől függően – új vezetőket szegődtetnek. Lehetőleg jól ismert sztármenedzsereket, akik már több céget újjáélesztettek. A cégválságok leküzdésével foglalkozó és nagy gyakorlattal rendelkező amerikai sztármenedzserek száma viszonylag kicsi, szolgálataikért hatalmas összegeket kérnek. Megtehetik, mert többségük kiváló referenciákkal rendelkezik, így egy-egy sztármenedzser alkalmazása néhány esztendőn át kifizetődő befektetés a rászoruló vállalatok számára. A válságmenedzserek pedig amolyan vándorszínészek, akiket nem köt a céghűség, de nagy vonzerőt jelent számukra az újabb és újabb kihívás. Sokan közülük már nem is a hatalmas javadalmazásért, hanem a siker érzéséért vállalnak újabb megbízást. A neves válságmenedzserek általában teljhatalmat kérnek és kapnak az igazgatóságtól. Stratégiát dolgoznak ki az adott cég megmentésére és feljavítására. A gondos elemzőmunka után a végrehajtás szakasza kezdődik, amely több évig is eltarthat. Ennek során csökkentik a dolgozók számát, átszervezik a beszállítói kapcsolatokat, tevékenységeket és üzletágakat választanak le, illetve adnak el, s az alkalmazott – rendszerint hatásos – gyógyszerek felsorolását még hosszasan lehetne folytatni. A javuló eredményekből a válságmenedzser jócskán részesedik, hiszen díjazásának egy része sikerdíj, vagy szoros kapcsolatban áll a cég teljesítményével. A munka elvégzése után a sztármenedzser az esetek döntő többségében odébbáll, jöhet a következő feladat. S keresletben nincs hiány, hiszen az eredményes válságmenedzserek iránt nagy az érdeklődés, a cégek szinte egymásra licitálnak egy-egy sztár elnyeréséért.

Gonda György



Az átalakulás mozgatórugói

Az ezredforduló közeledtével a világ vezető autógyári vállalatbirodalmi a legújabb konstrukcióikkal már most igyekeznek megfelelni a jövő század követelményeinek. Miközben az amerikai, az európai, a japán és újabban a délkelet-ázsiai gyártók között gyilkos háború folyik a piaci részesedésért, az új modellek kidolgozásában szinte mindegyik autógyár azonos kaptafát követ. Széles a választék, bővül a kisautó-áradat, üzemanyag-takarékos megoldásokat alkalmaznak, minél több fémeket helyettesítenek műanyaggal, és törekszenek a maximális biztonságra. Kiemelkedően fontosak a környezetvédelmi szempontok is, s az sem elhanyagolható, hogy a kocsik alapfelszerelése minél több, korábban luxusnak tartott szolgáltatást – szervokormány, központi zár, klíma stb. – tartalmazzon.

A világ gépkocsi-értékesítéséről szóló statisztikák szerint az eladások döntő többsége a kis- és közepes méretű autókra összpontosul. Úgy tűnik, hogy az óceán túlsó partján is véget ért az országúti bárkák és cirkálók korszaka. Természetesen a nagy személyautóknak is van piaca, ezeket a modelleket azonban továbbra is elsősorban a gazdagabb réteg vásárolja előszeretettel.

A kicsik nagykorúsága

Az elmúlt esztendőben a FIAT, a VW, a Renault, az Opel, a Ford, a General Motors, a japán gyártók szinte mindegyike, valamint a dél-koreai Daewoo, Hyundai és a Kia is sorra jelentek és jelennek meg a piacon kisautóikkal, amelyek egyrésztől viszonylag sokat tudnak, másrésztől pedig kisebb gondot jelent velük a parkolás. Nem elhanyagolható szempont, hogy a kisautók általában olcsóbbak, s fenntartásuk is kevesebbe kerül. A kisautósodásból még olyan patinás luxusgyártó, mint a Mercedes sem akar kimaradni. A jövő esztendő végén kezdik meg a Smart elnevezésű kiskocsik gyártását Franciaországban és az Egyesült Államokban. A benzines, dízel, elektromos és egyes üzemelésű változatban készülő Smartokat a Mercedes és a Swatch órákat gyártó híres svájci óragyár kooperációban állítja majd elő. Hírek szerint a Mercedes-minőségű miniautók ára 15-20 ezer márka lesz. A Mercedes persze kicsinyíti a hagyományos luxusautó-kategóriában is: hamarosan megkezdődik az „A” modelles család gyártása, amely a méretek szempontjából is áttörést jelent a Mercedes történetében. Hasonló irányzatok figyelhetők meg a többi autógyárnál is, a piackutatások szerint ugyanis a követke-

és újrafeldolgozását. Ám még a fejlett ipari országokban is évtizedekig tarthat, míg az autótemetők roncshegyei eltűnnek, Magyarországon pedig, ahol a kocsik jó része erdőszélen és patakmederben végzi pályafutását, egyre súlyosbodó ökológiai károkat okoz e sajátos temetkezés.

Mivel az új követelményeknek megfelelő autók kifejlesztése dollártízmilliókat és éveket igénylő feladat, az autógyárak egységesítésre törekszenek – a típusok számának egyidejű növelésével. Ezt úgy érik el, hogy a „lemez alatti”, tehát nem látható részek közősek, például az alváz és futómű, valamint a szerelvények, mint a generátor, szervokormány vagy sebességváltó. A Ford Mondeo volt a „világautó” gondolat első képviselője, de ma már több autógyár is kihasználja a globalizálásban rejlő lehetőségeket. A Volkswagen például a saját nevében, Seatként vagy Skodaként kínál különböző árszínvonalú, de közös erőnyeret is hordozó típusokat.

A Nagy Autópályán, ha sebességkorlátozással is, de feltartóztathatatlanul hömpölyög az egyre duzzadó forgalom. Megállni rajta nem lehet – akkor sem, ha nem igazán tudjuk, hová vezet...

Karlovitz Kristóf

Mivel az új követelményeknek megfelelő autók kifejlesztése dollártízmilliókat és éveket igénylő feladat, az autógyárak egységesítésre törekszenek – a típusok számának egyidejű növelésével.

ző 10-15 esztendőben megcsappan majd a nagy kocsik kereslete.

Ugyanakkor az autóvásárlók nagy részénél új szokások tapasztalhatók. Növekszik a kereslet az úgynevezett egyterű járművek iránt, amelyeket korábban minibusznak neveztek. Az USA-ban például tavaly az autópiacnak ez a szegmense bővült a legdinamikusabban. Népszerűek az úgynevezett szabadidőkocsik is. Ebbe a kategóriába elsősorban a négykerék-meghajtású dzsipek tartoznak. Ez a kategória annyira népszerű, hogy a vállalatvezetők a státuszszimbólum-kocsikból mind Nyugat-Európában, mind pedig az Egyesült Államokban ezekbe a járművekbe szállnak át. Nem véletlen, hogy az autógyárak az autóiipari kiállításokon mind gyakrabban mutatnak be új egyterű és dzsipmodelleket. Ezek a kocsik luxuskényelmet nyújtanak, emellett többcélúak: a városi közlekedés mellett kiválóan alkalmasak kirándulásra, országjárásra.

Ugyancsak új jelenség, hogy a világon nagy a kereslet a kisplató teherkocsik, az úgynevezett pick up autók iránt. Ez azzal magyarázható, hogy ebben a kategóriában az új modellek többcélúak, kényelmesek és nem túl drágák. Különösen nagy választékot kínálnak ezekből a kocsikból a kereskedők és a vidéken élő gazdálkodó családok számára a japán és az amerikai gyártók.

Az elektronikai forradalom egyik áldása, hogy az új kocsik döntő többségét ma már számítógép vezérli, s az elektronika kedvezően hat a fogyasztásra is. Az au-

A környezetvédelemben ugyancsak nagy verseny folyik a gyártók között. A katalitikus konverter ma már mindennapos tartozéka az új kocsiknak, a vegyi üzemek pedig sorra dobják piacra a környezetkímélő adalékanyagokat, olajokat és más kenőanyagokat.

tógyárak sorra jelennek meg kisfogyasztású kocsijaikkal, amelyek teljesítménye meglepően nagy. Kiszívtárgott hírek szerint a vezető autógyárak szinte mindegyike kifejlesztett már olyan motorcsaládokat, amelyek fogyasztása 100 kilométeren nem haladja meg a 3 litert. Az ilyen motorral ellátott személyautók azonban egyelőre nem kerülnek piacra – állítólag azért, mert az autógyárak nem akarnak rossz viszonyba kerülni a kőolaj-kitermelő és az üzemanyagforgalmazó cégekkel. A mainál is kisebb fogyasztású autók ugyanis nekik jelentős bevételkiesést okoznának, s ennek elkerülése érdekében állítólag a két szakma között hallgatólagos, titkos megállapodás kötött. Ezt persze mindenki tagadja, de mással nem igazán magyarázható, hogy a minifogyasztású motorokat nem építik be az autókba.

Az új PVC-Jaguárok

A korszerű személyautókba viszont mind több műanyagot építenek be. Itt nem úgynevezett Trabant-jelenségről van szó, hanem arról, hogy a műszaki forradalom nyomán olyan nagy szilárdságú, korszerű műanyagokat kísérleteztek ki, amelyek nagyobb biztonságot nyújtanak a fémnél. A vékonyabb lemezeket kiválóan ellensúlyozzák a műanyag alkatrészek és részegységek. A mai technikának megfelelő biztonságot szolgálják az ütközési energia nagy részét elnyelő műszaki megoldások, az ABS-fék, a légzsák és még tucatnyi újdonság, amelyek egy része az űrtechnikából került át az autóiiparba.

A környezetvédelemben ugyancsak nagy verseny folyik a gyártók között. A katalitikus konverter ma már mindennapos tartozéka az új kocsiknak, a vegyi üzemek pedig sorra dobják piacra a környezetkímélő adalékanyagokat, olajokat és más kenőanyagokat.

A modellválaszték állandó felfrissítése, az új műszaki megoldások hatalmas beruházásokat igényelnek a gyártóktól. Ebben a versenyben valóban csak a legnagyobbak maradhatnak talpon. Az elmúlt 10 esztendőben a világ autóiiparában nagyszámú felvásárlásra és összeolvadásra került sor, s ugyanez az irányzat jellemző az autógyártás háttérparára is. A kutatási és fejlesztési kapacitások, az erre fordított hatalmas összegek mind kevesebb gyártónál összpontosulnak. Egyre több cég köt a versenytársakkal stratégiai szövetséget egy-egy új modell kifejlesztésére, gyártására és forgalmazására. Az autóiiparban a huszadik század végén eddig nem tapasztalt koncentráció megy végbe.

A műszaki és árversenynek a vásárlók az egyértelmű nyertesei. A piacon ma a kereslet diktál, s az elmúlt években önmagukat számottevően karcsúsított legnagyobb autóiipari cégek kínálata és műszaki megoldása szinte minden évben megújulnak.

Gonda György

Akkugondok ♦ A gépkocsik évente több tízezer tonna veszélyes és egyéb hulladékot bocsátanak ki. A két és fél milliós hazai járműállomány átlagéletkora meghaladta a tíz évet. Rengeteg négykerékű végzi a roncsstelepeken, ahonnan a hulladékfeldolgozóknak vezet az utolsó útjuk. Az egykori MÉH vállalat több telephelyét a francia érdekeltségű ERECO Rt. vásárolta meg. A cég foglalkozik a gépkocsik újrahajósításával, igaz, csak a fém alkatrészeket, a karosszériát és a használt akkumulátorokat dolgozzák fel. – A főlaprított acéldarabokat, fém alkatrészeket kohókban újrahajósítják – mondta Palágyi Éva, az ERECO Rt. környezetvédelmi felelőse. – Gumiabroncsokkal és szélvédőkkel nem dolgozunk, ezért az autómaradványok már ezek nélkül érkeznek ide. Minőségbiztosító munkatársaink még azt is ellenőrzik, hogy a roncsok üzemanyagtankjaiban ne maradjon benzin vagy dízelolaj. A cég főlvásárolja a használt akkumulátorokat és külföldi feldolgozóknak exportálja azokat. Ezt a tevékenységet jelentősen bővíteni és fejleszteni szeretnék, és az egyik dunántúli önkormányzat hajlandóságot is mutat a feldolgozó üzem befogadására, így a környezetvédelmi jogszabályoknak megfelelően készül a hatástanulmány, és hamarosan egyeztetnek a helyi lakossággal is. – Társaságunk a legmodernebb csúcstechnológiát és berendezéseket kívánja Magyarországra telepíteni, meszesemenően betartva a környezetvédelmi előírásokat – közölte Palágyi Éva. – A több százmillió forintos beruházás eredményeként az akkumulátorbontó üzem az ország teljes használtakkumulátor-készletét képes lesz földolgozni.

Ünnepek – kicsit másként

Ügyfélparkik, kis ajándékok

A fejlett ipari országokban nincs általános séma arra, miként tölti idejét a vállalati vezetők többsége karácsony és szilveszter táján. Már csak azért sem, mert egyes országokban és cégeknél a pénzügyi év nem esik egybe a naptári évvel. Így decemberben elmarad az év végi hajrá, másutt pedig azért, mert a karácsony a legjelentősebb nem állami ünnep. Az Egyesült Államokban például a novemberi hálaadási ünnep a listavezető, Nagy-Britanniában pedig a karácsony második napja munkanap. Mindez persze nem jelenti azt, hogy az év utolsó két hete, illetve az új esztendő első hete szokványosan telne el a menedzserek számára.

Ahol a karácsony igazi ünnep, ott a cégek még az év utolsó napjaiban is lázasan dolgoznak: az éves terv teljesítéséhez minden napra szükség van. Számos vállalat már jó előre készül az esetleges év végi lazításra, vagyis előre ledolgozzák a két ünnep közé, valamint az új év első hetére eső munkanapokat. Mind elfogadottabb gyakorlat, hogy a fejlett országokban a cégek egy része december 20-a körül bezár, és tevékenységét csak január második hetében folytatja. Sok vállalat ezeket a napokat ajándékba adja dolgozóinak, tehát nem kell erre az időszakra szabadságot tartalékolniuk. Mások viszont a bezárás idejére kötelező szabadságtartalékolást írnak elő.

A nyugati országok többségében a vállalati menedzsment tudatosan készült az év utolsó napjaira. Bevett szokássá vált, hogy a vállalatvezetés megvendégeli a dolgozókat, s a nyereséges vállalatoknál karácsonyi járandóságnak számít a tizenharmadik havi fizetés. A részlegvezetők kisebb ajándékokkal kedveskednek munkatársaiknak, akik szintén megajándékozzák egymást apró figyelmességekkel.

Szívderítő látványt nyújtanak karácsony és szilveszter táján a vállalati irodák, amelyeket hangulatosan feldíszítenek, kiteszik a beérkezett üdvözlőlapokat. Számos vállalat gazdagon díszített karácsonyfát állít a székház bejáratánál, illetve az emeleteken.

A karácsonyra és a szilveszterre való „hivatalos” vállalati készülődés a cégek többségénél már nyáron megkezdődik. Megrendelik az üdvözlőlapokat, a fontosabb ügyfeleknek és partnereknek küldendő ajándékokat. Nyugaton már régen nem divat a hivatalos ajándékardat, ehelyett praktikus cégajándékok – például vállalati logóval ellátott művészeti album, szakkönyv, CD-lemez, töltőtoll, pezső stb. – készülnek. A kis értékű, de igen ízlésesen csomagolt ajándékok jellemzőek, hiszen a reprezentációs költségekkel mindenütt takarékoskodni kell. Már nem divat a naptárözön sem, ez alól talán a zsebnaptár és az előjegyzési napló, az agenda kivétel. Fali- és asztali naptárat kevés európai cég gyártat.

Nagy divatját éli viszont az ügyfélparkik. A nyugati vállalatok többsége ügyfeleit november vége és december 20-a között előkelő szállodákban látja vendégül. Az ügyfélparkik nemcsak dínomdánomot jelent, hanem rendszeresen hangversennyel, képkiallítással kötik egybe, egyszóval a kulináris örömek mellé kultúra is társul. Az ügyfélparkik kiváló alkalom arra, hogy a fontosabb ügyfelekkel már szó essék a következő



esztendő fontosabb megbízásairól, rendeléseiről, a további együttműködésről.

Számos vállalat karácsony előtt színházi előadással, hangversennyel kedveskedik ügyfeleinek, s az előadás után rendez állófogadást. Ilyenkor szokás némi aprósággal megköszönni a részvételt. Az apróság a legtöbb esetben valamiféle cégajándékot jelent.

A sikeres évzárás feltétele a gondosan összeállított ügyfél- és kapcsolati lista, a szép meghívó és a nem szokványos üdvözlőlappal. Nem kis feladat a címlisták állandó karbantartása, a jókívánságok és a meghívók időben történő postázása.

A nyugati cégek felső szintű vezetői zártkörű évücsüztatót is szoktak rendezni, ahol már szóba kerülnek a következő esztendő feladatai is. A vezetők közül aki csak teheti, a december 20-át követő két hetet családjával, barátaival tölti.

Akit nem köt munkahelyéhez az év vége, az már kora ősszel igyekszik az év végi programról gondoskodni. Az északi féltekén a menedzserek délre, többek között Olaszország déli részébe, Spanyolországba, Floridába, a karibi szigetekre utaznak. Sokan viszont inkább a téli sportokat részesítik előnyben, s nagy síturákon vesznek részt – sok alvással, olvasással és mókával egybekötve.

Az egész évben leterhelt vezető az esztendő vége táján kikapcsolódásra törekszik, s arra, hogy behozza az olvasási, barkácsolási, sportolási, családlátogatási, társasági elmaradásait. A sikeres cégek fedezik vezetőik téli üdülését, s a költségviselés természetesen a családtagokra is kitéjed. Ritkaság, hogy a cégvezetők és családtagjaik testületileg együtt mennek üdülni, tehát Nyugaton nem divat a menedzsment ünnepi „összetartása”.

A cégvezetők egy része családjá, barátai számára az utolsó pillanatban veszi, illetve rendeli meg az ajándékot. A nyugati országokban éppen erre a rétegre számítva tart nyitva az üzletek egy része karácsonykor is, hiszen a last minute shopperek jó bevételt hoznak a boltoknak.

Az úgynevezett munkaalkoholisták persze karácsony és szilveszter táján is „belopakodnak” munkahelyükre. Ilyenkor rendezgetik irataikat, szekrényeiket, behozzák az elmaradt munkákat. Ha nincsen dolguk, akkor egyszerűen „csak” bent vannak, mert egész évben így szokták meg, nem tudnak lazítani, kikapcsolódni. Különösen a japán és az amerikai vezetők körében növekedett meg az utóbbi években az ilyen „nyughatatlanok” száma.

A vezetők és a dolgozók döntő többsége azonban – ki-ki anyagi lehetőségei szerint – teljesen szokványosan tölti el az óév utolsó és az új esztendő első napjait. Arra persze ekkor is ügyelnek, hogy az ünnepek ne a túlévés és a túlivás jelentsék, hiszen az ipari országokban nem az étel és az ital adja meg elsősorban az év vége fényét.

Gonda György

Megadják a módját



Fontos a dolgozók motiválása, a csapatépítés, a céghez tartozás erősítése, aminek rendkívül szerencsés formája lehet egy hangulatos karácsonyi parti.



Íg korábban politikai töltésű ünnepekhez kötődtek a hazai vállalati összejövetelek, addig mára a karácsony és a szilveszter környéke a társaságok minden alkalmazottját megmozgató ünnepségek szezonja. A magukra valamit is adó – az üzleti partnerek számára külön fogadást celebráló – cégeknél nemcsak az idő, de a forma is megváltozott: a bécsi szeletet, dobostortát és kőbányai sört rafinált ételsorok, a vállalati étkezdéket az elegáns szállodák karácsonyi díszbe öltözött báltermei, a kaszinók épületei váltották fel.

A luxuskörülmények megteremtéséhez persze az is nagyban hozzájárul, hogy az effajta összejövetelek számláit költségként számolhatják el a társaságok. Az eseményeket lebonyolító éttermek, szállodák szakemberei nem szívesen beszélnek árakról, legfeljebb annyit mondanak, hogy a nagyobb létszámú rendezvények természetesen árengedményt élveznek.

Kozma Kálmán, a Gundel étterem igazgatója szerint hazánkban az új idők új szokásait a Magyarországon megtelepedő vegyesvállalatok honosították meg. Ezek a társaságok a kinti tapasztalatok alapján tudják, milyen fontos a dolgozók motiválása, a csapatépítés, a céghez tartozás erősítése, aminek rendkívül szerencsés formája lehet egy hangulatos karácsonyi parti. A jó példa hamarosan idehaza is követőkre talált, ezért a városligeti étteremben ma már fele arányban hazai tulajdonú társaságok rendezvényeit regisztrálják.

Időben kell helyet foglalni

A szakember tapasztalatai szerint az ilyen összejövetelek varázsa az, hogy egy-két órára jószereivel eltűnik a főnök-beosztotti viszony, az alkalmazottak és a cég vezetői egyaránt nagy izgalommal várják az év végi ünnepséget. Van olyan – főként üzletfeleknek szánt – rendezvény, ahol mindössze 20–30-ra tehető a meghívottak száma, ám olyan műsorral, tombolával színezett esemény is akad, amelyen legalább 300-an ünnepelnek együtt. Az esemény sikere természetesen nemcsak a megrendelő, hanem az étterem érdeke is. Kozma Kálmán szerint az emlékezetes partikról évekig mesélnek a résztvevők, akiknek emlékezetében a meghívó fél mellett a rendezvénynek otthont adó csapat munkája is megmarad. Ezért is vállalják olyan rendezvények megrendezését, mint amilyen a december eleji svéd parti, a skandináv ország kereskedelmi testületének Luca-napi összejövetele.

lék itthon kerül piacra. A Samsung úgy ítéli meg, hogy érdemes növelni a termelést, ezért jövőre már 400 ezer készülék gyártását tervezik. Ennek túlnyomó részét külföldre szánják, míg a hazai piacon 10-15 százalékkal szeretnék növelni eladásait. A kapacitás megduplázásához mintegy 1 milliárd forint beruházásra van szükség, aminek megvalósítását még idén befejezik. Így 1997-ben már két gyártósoron folyik majd a termelés. A Samsung más szórakoztatóelektronikai termék gyártását egyelőre nem tervezi.

L. I.

A kikapcsolódás világszerte üzlet

A huszadik század utolsó két évtizedének egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata a szórakoztatóelektronikai ipar, amely szinte naponta lepi meg újabb és újabb termékekkel a vásárlókat. Az ágazat robbanásszerű fejlődése nem kis mértékben járult hozzá ahhoz, hogy az emberek mindinkább otthon ülökké válnak, hiszen lakásukban ma már lassan a szórakoztatóelektronika minden áldása megtalálható. Az átalakult világ szokásaira jellemző, hogy az öironikus amerikaiak egyszerűen csak coach potatos-nak – vagyis szabad fordításban az ágyon ücsörgő krumplinak nevezik magukat.

Az újabb és újabb termékek megjelenésével egyre nehezebb meghatározni azt, hogy milyen termékeket ölel fel a szórakoztatóelektronika; a távközlés és a számítástechnika viharos gyorsaságú fejlődése ugyanis állandóan bővíti az árucikkek és szolgáltatások körét. A multimédia terjedése pedig olyan csodákra képes, amelyet alig képesek követni a gyártók. Mindebből az is következik, hogy az egyre újabb és tökéletesebb szórakoztatóelektronikai termékek „forgási sebessége” meglehetősen nagy, tehát a megfelelő fizetőképes kereslettel rendelkező piacokon – elsősorban a fejlett országokban – a háztartások gyakran cserélik le a 2-3 évvel ezelőtt még korszerűnek vélt – és hibátlanul működő – készülékeket újabb, a vásárlás pillanatában „mindentudónak” tűnő berendezésekre.

Chipforradalom után

Kezdetben a szórakoztatóelektronikai termékek köre viszonylag szűk volt: televíziós készülékek, rádiók, magnetofonok, lemezjátszók, valamint videokészülékek tartoznak ide. Az elmúlt 10-15 esztendőben a chipforradalom eredményeként több tucat új termékkel bővült és bővül az ágazat terméklistája. A teljesség igénye nélkül ebbe a kategóriába sorolható a hifitorony, a videóval egybeépített televíziós készülék, az

interaktív televíziózás, a műholdas és kábeltellevíziózással kapcsolatos készülékek sora, a CD-lemezjátszó, a családi videokamera, az elektronikus és film nélküli fényképezőgépek, a gyerekek és felnőttek által egyaránt kedvelt „nyomogató”, kijelzős kézi játékok, a hang- és képhordozók. Szakmai körökben nem eldöntött kérdés, hogy a többcélú személyi számítógépek is ebbe a kategóriába tartoznak-e.

A személyi számítógépek megfelelő szoftverek alkalmazásával – kikapcsolódási, szórakozási célokat is szolgálnak. Alkalmask többek között zeneszerzésre, távsakkozásra, grafikák készítésére, televíziós programok behívására, otthonról történő vásárlásra, levelezésre, játékprogramok futtatására, bank- és tőzsdei kapcsolatok létesítésére, elektronikus készült fényképek kivetítésére, s a sort még igen hosszan lehetne folytatni. Egyes szakértők szerint a személyi számítógépek nem, de a szórakozást, kikapcsolódást elősegítő és biztosító szoftverek már a szórakoztatóelektronikai termékek egyre bővülő családjába tartoznak. Joggal merül fel a kérdés, hogy szórakoztatóelektronikai termékek tekinthető-e a mobiltelefon, a fax, vagy mondjuk a személyi hívó. Erre a kérdésre ma nehéz egyértelmű választ adni, annyi azonban bizonyos, hogy e távközlési berendezések összehajósították a világot, s gyorsabbá, jobbá tették a személyi és a vállalati, valamint az intézményi kommunikációt.

A személyi számítógépek megfelelő szoftverek alkalmazásával – kikapcsolódási, szórakozási célokat is szolgálnak. Alkalmask többek között zeneszerzésre, távsakkozásra, grafikák készítésére, televíziós programok behívására, otthonról történő vásárlásra, levelezésre, játékprogramok futtatására.

REKLAM
Reprezentáció
Kommunikáció

Az Ön cége
életében is fontos szerepet
töltenek be ezek a fogalmak,

de van Önnek főállású szakembere ezeken a területeken?
Ha magas színvonalú szolgáltatást szeretne, forduljon cégcsoportunk speciálisaihoz.

Com Media
Com Media Kft.
1119 Budapest,
Andor u. 47-49.
Tel.: 463-5086, 87, 88
Fax: 2 059-792

- Rendezvényszervezés
- Marketing tanácsadás
- Interaktív információs szolgáltatások (Internet)

Sound Project
Sound Project Kft.
2046 Törökbálint
Pf. 81.
Tel.: 06 30 310-450
Fax: 06 23 338-087

- Hangtechnikai tervezés és kivitelezés (diszkók, előadótermek)
- Konferencia- és tolmácsrendszerek
- Belső számítógépes hálózatok (Intranet)

Phonoda
Phonoda Hang-Szertár
1038 Budapest
Ékszer u. 3.
Tel/Fax: 2 402-314

- Hangszerek és híradástechnikai termékek árusítása és kölcsönzése
- Bérhangosítás, igény szerint fellépőkkel együtt

Nézzünk farkasszemet!



Most végre találkozhatnak és szembenézhetnek egymással. Újjászületett és ereje teljében van. Rendkívül dinamikus és mindig a kalandot keresi. Mint Ön, aki vezet. Érti, hogy nyeregben van. A fák körvonalai szinte elmosódnak. A mozdulatok egymásra hangolódnak. Ez a ritmus, az erő, a szabadság, amit a kezében tart.



Mondeo. A szabad akarat.

A Sony az idén volt ötvenéves, és a társaság ez idő alatt az egész világra kiterjedő tervező-, gyártó-, marketing- és kereskedelmi hálózatot épített ki. Európában 10 gyár, tucatnyi marketingközpont, hatalmas logisztikai bázis, teljes kiszolgáló szervizközpont található. Majd minden országban külön értékesítő vállalata működik. A Sony Group éves forgalma eléri a 40 milliárd USD-t, s ennek a hatalmas összegnek nagyjából egyharmada Európában keletkezik. Az összesített piac részesedése az öreg földrészen 17 százalék. A társaság 1992-ben alapította meg Magyarországon a Sony Music Entertainment Hungaryt, hogy egyebek mellett a Sony nemzetközi zenekiadói választékának magyarországi terjesztését, illetve gondozását végezze. ♦ Éppen három éve kezdte meg tevékenységét a Sony Europa Representativ Office, amely az elektronikai termékválaszték magyarországi forgalmazását segítette elő. A kedvező eredmények tették lehetővé, hogy 1994 elején megalakuljon a Sony Hungary Kereskedelmi és Szerviz Kft. Az indulás évében már jelentős, 8 százalékos piaci részesedést szereztek a szórakoztató- és multimédia-elektronikai piacon. Ebben az évben, 1996-ban több mint 6 milliárd forintos forgalomra számítanak, s piaci részesedésük mellett 20 százalék fölé emelkedhet. ♦ A magyar termékválasztékot meghatározza a tény, hogy egyrészt a tévé- és rádióstúdiókban megfelelő készülékekre van kereslet, másrészt korlátozza a rendkívül

szigorú bevizsgálási rend, mely igen megnehezíti a cégre igazán jellemző innovatív, korszerűséget jelentő, ám drága berendezések gazdaságos forgalmazását. Ennek ellenére nagyon széles termékpalettát kínálnak színes tévéből, kamerából, videomagnókból, audiotermekekből, hifiberendezésekből. Autós hifiből például több mint 200 termékféleséget és csaknem 100 féle „amatőr” és professzionális audios videokazettát forgalmaznak. ♦ A dél-koreai óriás, a Daewoo, 1974-ben alapította meg a Daewoo Electronicsot. Rendkívül gyors fejlődés után, idén a tervek szerint már 7 millió tévét gyártanak, s ezt az ezredfordulóra 11 millióra kívánják növelni. Jelenleg a Daewoo a 34. a legnagyobb vállalatok között, de 2000-re a lista első tíz helyezettje között szeretnének lenni. Piaci részesedésük a világ szórakoztató- és multimédia-piacán 4-5 százalékos, s ezt az arányt négy éven belül elképzeléseik szerint tízre emelik majd. Európában a dél-koreai vállalatbirodalom a piac 7-8 százalékát mondhatja a magáénak. ♦ A Daewoo három éve lépett színre Magyarországon. Akkor alapították a Daewoo Electronics Hungary Kft.-t. Az anyacég egyébként már 1988-ban is jelen volt a hazai piacon, melynek most 4-5 százalékát birtokolja. ♦ A Daewoo tévéket, videomagnókat, hordozható rádiókat, mini hifitornyokat, autós rádiós magnókat, CD-lejátszókat, hangszórókat, erősítőket, háztartási készülékeket gyárt.

♦ **Bihari Tamás**

A szórakoztatóelektronikai „alaptermékek” számtalan felhasználási céllal és változatban készülnek. Eleendő itt a különböző walkmanekre, a repülőgépekbe beszerelt videolejátszókra, a karra csatolható mini televíziós készülékekre és a különböző felszerelt-ségű fejhallgatócsodákra gondolni.

Gyökeres változáson ment keresztül az elmúlt években a moziipar is, amely lemaradóban volt az otthoni mozizással szemben. A korszerű filmkészítési eljárások, valamint az ultramodern moziberendezések elterjedése nyomán a moziipar ismét feljövőben van, a fejlett országokban ismét növekszik a filmszínházakba járók száma.

A világ szórakoztatóelektronikai ipara évente több száz milliárd dolláros bevételre tesz szert. A piacot gyártói oldalról a fokozott koncentráció jellemzi: az elmúlt esztendőben a szórakoztatóelektronikai iparban egymást követték a felvásárlások és az összeolvadások, s az előrejelzések szerint ennek a folyamatnak távolról sincs vége. A cégbekebelezések nyomán mind nagyobb vállalat- és márkabirodalmak jönnek létre, amelyek képesek átfogni az iparág egész vertikumát.

A szórakoztatóelektronikai termékek nemzetközi, minőségi piacát ma egyértelműen a japán gyártók uralják. Közülük is nagy piaci részesedéssel rendelkezik a Sony, a Matsushita, a Sanyo, a Panasonic, a Pioneer. Ugyanakkor az Egyesült Államokban egyre csökken a márkás termékeket gyártó cégek száma,

ami elsősorban annak tudható be, hogy a kiváló minőségű és kedvező árfekvésű japán termékek – a japán autókhoz hasonlóan – elárasztották és elárasztják az amerikai piacot. A talpon maradt tengerentúli gyártók közül a General Electricet és a Kodakot érdemes megemlíteni.

Ázsia is bekapcsolódott

Nyugat-Európában továbbra is jó hírnévnek örvendenek a Philips, a Siemens, a Bosch, a Thomson szórakoztatóelektronikai cikkek. Gőzerővel terjeszkednek a világpiacra a dél-koreai cégek, elsősorban a Daewoo, a Samsung és az LG (Lucky GoldStar). Dél-Korea az elmúlt öt-hét esztendőben szórakoztatóelektronikai világhatalommá vált, az említett cégek az ágazat termékeit kiváló minőségben és viszonylag alacsony áron exportálják, illetve állítják elő külföldön. Mindhárom óriásvállalat hatalmas beruházási tevékenységet fejt ki szerte a világon. Üzemeik több tucat országban termelnek, s az előrejelzések szerint húsz éven belül piaci részesedésben túl is szárnyalhatják a japán gyártókat.

Az ázsiai szigetország patinás szórakoztatóelektronikai termékeket gyártó vállalatai termelésük mind nagyobb részét helyezik ki külföldre, elsősorban az úgynevezett olcsó országokba. A Sony és a többiek számos üzemmel rendelkeznek Délkelet-Ázsiában (Szingapúr, Thaiföld, Malajzia, Fülöp-szigetek, Kína

A szórakoztatóelektronikai termékek nemzetközi, minőségi piacát ma egyértelműen a japán gyártók uralják.

AKCIÓ!!!

A listaárból 20% kedvezményt adunk minden könyvre!

AKCIÓ!!!

JOGI KÖNYVEK

Az öröklés joga	3200,-
Illetékjogszabályok	1900,-
Családjogi törvény	1900,-
Az alapítványok	1500,-
Szavatosság, jótállás, fogy. jogok	1700,-
Új munkajogi kézikönyv	3200,-
Az üzleti jog útikönyve	3900,-
Szerzői jog	1400,-
Franchise szerződés jogi aspektusai	3500,-
A szerződések joga	649,-
Termékfelelősségi előírások	2352,-

GAZDASÁGI KÖNYVEK

Hogyan kommunikáljunk tárgyaláskor	820,-
Áfa, szája, társasági adó	7500,-
Adózás A-tól Z-ig	3800,-
Devizakódex	4930,-
Vámkódex	4930,-
Társadalombiztosítási kézikönyv	5990,-
Számvitel A-tól Z-ig	3900,-
Kisvállalkozói kézikönyv	1800,-
Védjegyekről vállalkozóknak	1900,-
A kft.	400,-
Ügyintézési módszertan	319,-
Adótanácsok, legális trükkök	3920,-
Bt., gmk...	1680,-
Cégekatalógus 1996	20 720,-
A lízing	1500,-
Egyszeres könyvvitelt vezető	1850,-
Adókimélő tanácsok	2500,-
Adóellenőrzés, adóper	2500,-

SZÓTÁRAK, ADATTÁRAK

English for Business and Finance	1950,-
----------------------------------	--------

English for Law	3600,-
Magyar jogi kisszótár	1700,-
Orosz gazdasági szótár	2800,-
Étlapírás négy nyelven	500,-
Letter-writing for business	330,-
Jegyzékek könyve	4625,-
Angol külkereskedelmi szótár	1792,-

SOFTWARE, MŰSZAKI

Modemek	1500,-
Windows '95	1650,-

MARKETING, MANAGEMENT

Nemzetközi marketing	3800,-
Illem, etikett, protokoll	1900,-
Titkárnők kézikönyve	1500,-
Beszerezés management	1290,-
ISO 9000	1792,-
Marketing lexikon	5600,-
A-tól Z-ig	5600,-
Kereskedelmi marketing	2500,-

A fenti lista nem teljes, kérje ingyenes tájékoztatónkat a 209-3777, 209-3786 telefonon vagy a 185-4223 faxon.

CITY CONSULTING KFT.

A fenti áraból 20% kedvezményt adunk!

AKCIÓ!!!

A listaárból 20% kedvezményt adunk minden könyvre!

AKCIÓ!!!

stb.), Mexikóban és újabban Kelet- és Közép-Európában. A külföldi leánycégeknél a termelés és az összeszerelés szigorú ellenőrzés mellett történik, általában japán irányítással. Gyakorlatilag ma már nem lehet megkülönböztetni a Japánban, a Fülöp-szigeteken, vagy éppen Mexikóban gyártott Sony, Pioneer és egyéb márkát viselő termékeket. A dél-koreai cégek ezen a területen is a japán példát igyekeznek követni, hiszen Dél-Korea ma már nem tartozik az alacsony termelési költségű országok sorába.

Az ágazat elemzői szerint fejlődőben vannak a tajvani szórakoztatóelektronikai termékek, s érdemes Kínára is odafigyelni, ahol nagy léptekkel fejlődik a szórakoztatóelektronikai ipar – ma még elsősorban japán és nyugat-európai közreműködéssel. Szakértők szerint nem kizárt, hogy a nem távoli jövőben a szórakoztatóelektronikai termékek világgpiacán mind több eredeti kínai fejlesztésű áru jelenik meg, amelyek árban igencsak versenyképesek lesznek a „nagyágyúkkal” szemben.

Hasonlóan más iparágakhoz, a világgpiacot ezen a területen is elárasztják a silány minőségű szórakoztatóelektronikai termékek. Virágzik a hamisítás, a márkanévek jogosulatlan használata, a gyenge minőségű koptintás. Természetesen az ilyen olcsó, vagy annak tűnő termékeknek is megvan a maga vásárlói rétege, elsősorban azokban az országokban, ahol márkás, csúcstechnikát és -minőséget képviselő gyártmányokra ma még nincs fizetőképes kereslet. Az olcsó, silány minőséget képviselő szórakoztatóelektronikai termékek rövid életűek, javításuk, szervizelésük nem megoldott. Kétségtelen azonban, hogy az ipari országokon kívül igen nagy a kereslet irántuk.

A statisztikák tanúsága szerint a márkás szórakoztatóelektronikai árucikkek ára hosszabb távon csökken, s mind többek számára elérhető. A korszerű termelési rendszerek, a mikroelektronika gyors ütemű fejlődése, s nem utolsósorban a külföldi termelési helyezés az árak mérséklődését eredményezi. Természetesen ez nem igaz az ágazat legújabb termékeire, amelyek életciklusuk elején még meglehetősen drágák, az extraprofit-időszak után azonban már jelentős áresést szenvednek el. Fejlesztések, új termékek pedig mindig vannak, ami pedig 2-3 éve volt új, az ma már olcsóbban is megvásárolható.

Sikeress melléktermék

Jól jellemzi a szórakoztatóelektronikai ipar helyzetét az egyik „melléktermék”, a hanghordozók értékesítésének alakulása. 1996 első félévében a világon 16,24 milliárd dollárért értékesítettek, műsoros CD- és hagyományos lemezeket, valamint audiokazettát. Ez több mint 5 százalékos növekedésnek felel



Kis ország, kis játéktér

meg az előző év azonos időszakához képest. Az idei esztendő első hat hónapjában a világon összesen 1,25 milliárd darab műsoros hanghordozó talált gazdára. Erre az alágazatra is a koncentráció a jellemző. A hanghordozó-ipari világpiac nagy részét néhány kiadó – a japán Sony, a holland PolyGram, az angol EMI, a német Bertelsmann és az amerikai Time Warner – uralja.

Már szó volt arról, hogy a szórakoztatóelektronikai termékek gyártóinak sorában folytatódik a koncentráció. A kisebb cégek egyre kevésbé tudják megőrizni függetlenségüket, kénytelenek beolvadni valamelyik világvállalatba. Szakértők véleménye szerint 2020 körül a szórakoztatóelektronikai termékek világpiacát fél tucatnál nem több vállalatbirodalom uralja majd. Az előrejelzések pedig arról tanúskodnak, hogy az ágazat vezető cégei a következő években is kiváló konjunktúrával számolhatnak. A fejlett országok mellett a következő tíz évben számottevően megnövekszik majd a fizetőképes kereslet a minőségi elektronikai cikkek iránt az ázsiai régióban, Latin-Amerika egyes országaiban, valamint térségünkben.

A Közép-Kelet-Európára jellemző és várható helyzetet jól jellemzi a francia Thomson cég előrejelzése, amely szerint a régióban dinamikusan növekszik a szórakoztatóelektronikai készülékek eladott mennyisége. A tanulmány szerint a régióban a magyarok költenek a legtöbbet – háztartásonként évi 205 dollárt – szórakoztatóelektronikára. Színes televízióból 245 ezer, videomagnóból pedig 118 ezer talált 1995-ben gazdára Magyarországon, s jelentős mennyiségű hifiberendezést is értékesítettek. A Thomson szerint Magyarországon éppen a hifirendszerek értékesítése fog bővülni a legdinamikusabban a közeljövőben. A piac külföldi szereplői számára nem elhanyagolható jelzés, hogy a Thomson szerint a magyar szórakoztatóelektronikai termékek gyors piacvesztést kénytelenek elszenvedni: míg a hazai készülékek 1994-ben a piac 47 százalékát uralták, részesedésük egy esztendő alatt 30 százalékra csökkent...

A kisebb cégek egyre kevésbé tudják megőrizni függetlenségüket, kénytelenek beolvadni valamelyik világvállalatba. Szakértők véleménye szerint 2020 körül a szórakoztatóelektronikai termékek világpiacát fél tucatnál nem több vállalatbirodalom uralja majd.

A magyarországi játékipiac kis mérete miatt játékot szinte kizárólag a karácsony előtti vásárlási lázban lehet eladni; lassan a feledés homályába vesznek azok az idők, amikor húsvétkor a „nyuszi” játékot hozott a gyerekeknek. Az év nagy részére a pangás jellemző, ezért csak azok a cégek rúghatnak labdába, amelyek ki tudják „bekkelni” ezt a nyolc-tíz szűk hónapot, illetve több országban tudják értékesíteni termékeiket. A kis vásárlóerő miatt a magyar játégyártó cégek hátrányban vannak a multikkal szemben, mivel az esetek döntő többségében semmilyen tőke nem áll mögöttük, támogatást sem kapnak, és banki hitelt sem tudnak felvenni.

Multik uralma alatt

A kilencvenes évek elején a játékipiacon visszaszorultak a kis magyar gyártók – többségükben fajtékosok –, mivel ekkor már multinacionális cégek termékei uralták a boltok polcát – mondta **Sarlós Judit**, az idén negyedik alkalommal megrendezett Játékmustra szervezője. – Ezen cégek mögött komoly fejlesztési, kutatási háttér áll, termékeiket – társasjátékokat vagy más játékok ismertetőit – egyszerre több nyelvre lefordítva jelentetik meg. A nagy gyártókkal egy feltaláló vagy egy kis játékkészítő cég nemigen tudja felvenni a versenyt.

A magyar fejlesztésű játékok korábban nem csupán ezért nem tudtak elterjedni. A cégek döntő többsége ugyanis sokáig nem foglalkozott a játék egyik fontos elemével, a csomagolással. A magas előállítási költségek miatt a készítőik úgy gondolták, hogy legalább ezen spórolnak – állította Sarlós Judit. A tapasztalatok azonban éppen az ellenkezőjét mutatják: a vásárlásnál sok esetben a mellett a játék mellett döntenek, amelyiknek szebb a csomagolása, a kivitelezése. Ezt a tényt felismerve a játégyártók egy része mind nagyobb gondot fordít a színvonalas csomagolásra. Ez elengedhetetlen feltétele annak, hogy a terméket külföldön is értékesíteni tudják. Sarlós Judit véleménye szerint hosszú távon csak azok a gyártók tudnak talpon maradni, amelyek képesek kijutni más országok piacaira, mivel itthon a kis vásárlóerő miatt szinte lehetetlen a vállalkozás fennmaradásához elegendő színvonalas, de olcsó játékot eladni.

A feltalálók a hiányt keresik

A feltalálók többsége általában valamilyen más területről tévedt át a játékkészítés ingoványos talajára, a

Gonda György

vállalkozás fenntartásához szükséges tőke is rendszerint kívülről érkezik. A feltalálók általában azokon a területeken próbálkoznak, ahol hiány található. Nem véletlen, hogy a Rubik-kocka óta a magyar fejlesztések nagy részét a logikai játékok teszik ki. Ennél talán még nagyobb csoportot alkotnak a különböző fajtékok – a játék szövőszékektől az építőjátékokig, a puzzle-tól a dominóig. Akad olyan gyártó, aki ősi játékokat készít fából. Bár nem játékgyártók, érdemes megemlíteni azokat a szervezőket is, akik a külföldön fellelhető, Magyarországon kevésbé vagy egyáltalán nem ismert játékokat játszóházak keretében mutatják be itthon az érdeklődőknek.

Az idei Játékmustrán öt magyar játékot mutattak be, ezekre mind az jellemző, hogy kitörni próbálnak a magyar játékokat jellemző korlátok közül – mondta el Sarlós Judit. Az egyik itt bemutatott építőjáték, a Bolyongoló októberben került a boltokba, és a korábbi magyar fejlesztésű játékokkal ellentétben magas színvonalú csomagolásban, jó minőségű műanyagból készül. Érdekessége az is, hogy nem csak egy szimpla építőjátékról van szó: a végső cél olyan pályák kiépítése, amelyeken a különböző nagyságú golyók akadálytalanul legurulhatnak.

A golyópálya egy iparművész házaspár találmánya, a Játékmustrán részt vevő másik játék, a Kalandra fel Magyarországon! alapötlete pedig egy jogász fejből pattant ki. Az alacsony előállítási költséggel gyártott családi játék Magyarország domborzati térképén játszódik. A rendezvényen a logikai-kombinációs játékok hívei is találhattak maguknak magyar terméket: a Vándorló karikák nevű játék az olimpiai öt karikat jelképezi, ezeket kell térben és síkban kirakni.

A rendezvényre egy egyedülálló, már évek óta futó játéksorozat is eljött. Ez a játék a Csokitőzsde, amelyet feltalálója, **Dunai Attila** az ország különböző részeiben szervez meg rendszeresen. Maga a játék az értéktőzsde működését szimulálja, a végelszámolásnál a többségükben tinédzserkorú játékosok a megszerzett részvényeiket csokoládéra válthatják be. A játékot idén már a Budapesti Értéktőzsde is támogatja, szélesebb körben viszont csak akkor terjedhetne el, ha társasjáték formájában is meg tudnák valószínűsíteni az ötletet.

Nehéz a piacra kerülni

A magyar játékgyártókat a pénzhiány mellett az is sújtja, hogy az elmúlt években eltűnt az a játékboltláncolat, ahol szinte az összes játékot meg lehetett vásárolni. Annak ellenére igaz ez, hogy a régi Triálokban közel sem volt akkora a választék, mint manapság. Jelenleg viszont a kisvállalkozások járnak rosszul akkor is, amikor értékesíteni kéne a termékeket, mivel

csak néhány bolt vállalja, hogy kevésbé ismert játékokat is árusítson.

A Játékmustrát is elsősorban azért szervezték meg, mert a játékküzetek többségében nem lehet kipróbálni a játékokat, és a legtöbb boltban nem rendeztek be játéksarkot. A kétnapos kiállításon – amelyet idén november 9–10. között a Budapesti Kongresszusi Központban rendeztek meg – több száz játékot tesztelhetek le az érdeklődők. A látogatók a játékgyártók termékein kívül a gyermekújságokat, gyermekkönyveket, színes ceruzákat is megtekinthették és kipróbálhatták. A korábbi Játékmustrán készített felmérések szerint egyébként több felnőtt tekintette meg a rendezvényt, mint gyerek vagy család; egy-egy baráti társaság átlagosan 3 és fél órát töltött el a játékokkal. Az pedig kifejezetten jó hír, hogy az itt bemutatott játékok döntő részét a részt vevő cégek az arra rászoruló intézményeknek: óvodáknak, iskoláknak és kórházaknak ajánlják fel.

Mozsik Tibor



Egy értelmiségi családban a gyermekek nevelését szem előtt tartva nagyon szisztematikusan választják ki a játékokat, arra törekedve, hogy a készségfejlesztés és a kreativitás sohasse szoruljon háttérbe, ugyanakkor arra is ügyelnek, hogy a játékok színben és formában is megfelelő minőséget képviseljenek.

Több mint játék

Mutasd meg gyermeked játékát, és megmondom ki vagy! A régi mondás némiképp átalakított változata manapság igaz leginkább, akkor, amikor a játékgyártók és kereskedők kínálatában sohasem volt mennyiségű és minőségű játékszer található. Csakis a szülői stratégiától függ tehát, hogy szinte rögtön az elektronika birodalmába cseppen a gyermek, vagy a modern kor játékbirodalma előtt a hagyományos, olykor kevésbé látványos, ám a kreativitást igazán fejlesztő játékok öröme is megtapasztalhatja. A játékok szakértője, **Nádas László**, az ÁBN Design Stúdió vezető tervezője, az Iparművészeti Főiskola tanára, aki maga is foglalkozik játékok tervezésével, úgy látja, hogy nemcsak a gyerek vágyik a játékra, hanem a felnőtt is igényli azt.

– Tapasztalataim szerint a különféle típusú játékok iránti érdeklődést az emberek társadalomban elfoglalt helyzete is meghatározza – fejt ki Nádas László. – Egy értelmiségi családban a gyermekek nevelését szem előtt tartva nagyon szisztematikusan választják ki a játékokat, arra törekedve, hogy a készségfejlesztés és a kreativitás sohasse szoruljon háttérbe, ugyanakkor arra is ügyelnek, hogy a játékok színben és formában is megfelelő minőséget képviseljenek. Igaz, a játékvásárlást az anyagi helyzet is befolyásolja, de nemcsak a pénz, hanem az igény szint is sokat számít: nem újdonság, hogy számos családnál a gyerekek elhalmozása korántsem segíti elő a személyiségfejlődést. Az egész nap csak rohanó szülők egyébként is szívesen tudják le a gyereknevelést azzal, hogy kezükbe adják a tévé és a video távkapcsolóját, vagy leültetik őket a videojátékok elé.