

VILÁGGAZDASÁGI KRISTÁLYGÖMB

Magyarország és a piacgazdaság útjára lépett többi kelet-európai állam számára igencsak fontos annak a világgazdasági környezetnek az ismerete, amely jelentős mértékben meghatározza az exportlehetőségeket és a részvételt a nemzetközi pénz- és hitelpiacokon. A kelet-európai térségbe beáramló működőtőke mennyisége sem független a fejlett ipari országok gazdasági helyzetétől. A 24 fejlett ipari országot tömörítő, párizsi székhelyű Gazdasági Együtműködési és Fejlesztési Szervezet, ismertebb nevén az OECD nemrégiben készítette el előrejelzését a világgazdaság várható alakulásáról 1992 végéig. Az előrejelzést irányítúként „használhatják” a hazai gazdasági, kereskedelmi, pénzügyi szakemberek s nem utolsósorban a vállalatok is.

Az OECD véleménye szerint az idei esztendő első hat hónapja igen kedvezőtlen volt a világgazdaság számára, utoljára 1982-ben volt hasonlóan lehangoló a helyzet. A fejlett ipari országok egy részét – Egyesült Államok, Kanada, Nagy-Britannia stb. – recesszió sújtotta, máshol pedig jelentősen lelassult a gazdaság és a termelés növekedése. A lassulás elsősorban a német, a francia és a japán gazdaságot érintette kedvezőtlenül, de a kisebb országokban sem volt rózsás a gazdasági helyzet.

NÖVEKEDÉS ELŐTT

A gazdasági visszaesés négy millió munkahely elvesztését jelentette, így a 24 országban a munkaképes lakosság 7 százaléka volt állástalan az esztendő közepén. Noha a második félévben már megindult a fellendülés, s a konjunktúra 1992-ben kiteljesedik, a munkanélküliség területén lényeges javulás jövőre sem várható. Az előrejelzés szerint a 24 ipari országban a jövő év közepén a munkanélküliek száma 28,5 millió lesz, négy millióval több, mint 1990-ben.

Derűsebb a kép magáról a gazdasági növekedésről. Az előrejelzés egyértel-

műen állítja: a második félévben a világgazdaság magára talál. 1990-ben a 24 ipari ország átlagos gazdasági növekedése 2,6 százalék volt, ez az idei esztendőre 1,1 százalékra mérséklődött. 1992-ben viszont 2,9 százalék lesz. Minden jel arra mutat tehát, hogy a fejlett ipari országok túl vannak a nehezen, a termelés ismét emelkedik, várhatóan számottevően bővül majd az export és az import. Növekedni fog a vállalatok profitja, amely egyúttal élénkebb külföldi tőkekihelyezési tevékenységet is lehetővé tesz. Persze a tőke nem szentimentális, csak oda áramlik, ahol kedvező nyereségre és politikai stabilitásra számíthat.

A viszonylag enyhe recesszió és lassulás után tehát szolid gazdasági növekedésre lehet számítani, de az OECD igencsak óvatos. Felhívja a kormányok figyelmét, hogy ne lazítsanak a pénzügyi szigoron. Hiba volna a fellendülést a kamatok túlzott csökkentésével, valamint a pénzellátás bővítésével serkenteni. Mindkét akció ugyanis komoly veszéllyel: az infláció bővülésével járhat. A kibontakozó gazdasági fellendülést az infláció megbéníthatja, sőt egy újabb recessziót is előidézhet. Nem véletlen, hogy a fejlett ipari országok pénzügyminisztériumai és központi bankjai igen óvatos és az országok kö-

zött összehangolt monetáris politikát folytatnak. Az OECD óvatosságra inti a költségvetések készítőit is: a vezető gazdasági hatalmak többségének költségvetése deficitese, s jelenleg nem áll rendelkezésre a nemzetközi pénzpiacokon annyi szabad pénz, amennyi elég lenne a növekvő költségvetési hiányok finanszírozására. Az OECD arra figyelmeztet, hogy a fejlett országokban a gazdasági fellendülés nem járhat együtt a költségvetési hiány számottevő növekedésével, mert az további eladósodáshoz vezethet az egész világon. (Érdeemes megjegyezni, hogy a világ első számú adósa az Egyesült Államok: külföldi adósságai meghaladják a 400 milliárd dollárt, az idei pénzügyi évben pedig a költségvetés várható hiánya 275 milliárd dollár körül lesz.) Az OECD takarékosagra inti a kormányokat a jövő évi költségvetés összeállításakor. Egyúttal felhívja a figyelmüket arra is, hogy kövessenek el mindent a nemzetközi kereskedelem akadályainak további lebontása érdekében.

SZÁZALÉKTÉRKÉP

A világgazdaság meghatározó tényezője továbbra is az Egyesült Államok. A



A HUNGAROCAMION A KÖZÚTI ÁRUSZÁLLÍTÁS TELJES PALETTÁJÁN KÍNÁLJA SZOLGÁLTATÁSAIT!

- számítógéppel koordinált fuvarirányítási rendszer
- darabáru-fuvarozás (gyűjtőforgalom) Európa és a Közel-Kelet 20 országának 46 városában
- speciális szerelvények – közülük mintegy 400 hűtőszerelvény
- túlsúlyos vagy túlméretes darabok szállítása
- konténerszállító alvázak
- különleges szolgáltatások
- széles körű speditóri kapcsolatok

A HUNGAROCAMION az Ön megbízható partnere a nemzetközi közúti árufuvarozásban!
Forduljon hozzánk bizalommal, vegye igénybe a nemzetközi közúti árufuvarozás minden ágában nagy gyakorlattal és magas szintű szakmai ismeretekkel rendelkező szakembereink tudását!



Nemzetközi Autóközlekedési Vállalat

H-1442 Budapest, Pf.: 108 · telefon: 157-3811 · telefax: 157-3011 · telex: 22-5489, 22-5455

GNP az óceán túlsó partján jövőre várhatóan 3,1 százalékkal fog növekedni az idei 0,2 százalékos csökkenés után. Gyorsul a japán gazdaság növekedése, az OECD szerint a szigetországban az idei 3,5 százalékos GNP-bővülést 1992-ben 4 százalékos követi. A magyar gazdaság számára kiemelten fontos a német konjunktúra. A volt NDK gazdaságának beillesztési nehézségei miatt jövőre is a megszokottnál lassabb lesz a gazdasági növekedés Németországban. Az idén a német gazdaság az előrejelzés szerint 2,6, 1992-ben 2,2 százalékkal növekszik. Várhatóan növekedni fog Németországban a következő 18 hónapban az infláció is. Ezt az egyesülés kiadásai miatt megemelt adók és a munkaerőköltségek emelkedése idézi elő. E gondok ellenére a német gazdaság szilárd marad, s folytatja a több éve tartó exportoffenzívát. Várhatóan bővül az import is, e szempontból nem lesz akadálya a magyar termékek piacra jutásának.

Véget ér a recesszió Nagy-Britanniában is, ahol az előrejelzés szerint idén még a GNP 1,8 százalékkal csökken, jövőre azonban már 1,6 százalékos gazdasági növekedést várnak. Olaszország – amely a magyar termékeknek ugyancsak fontos felvevőpiaca – az idei szerényebb gazdasági teljesítmény után jövőre jelentősebb fellendüléssel számolhat, a gazdasági növekedés megközelíti majd a 3 százalékot.

KELET FÉNYEI ÉS ÁRNYAI

Gazdasági jelentésében az OECD külön foglalkozik a kelet-európai államokkal. A Szovjetunióval kapcsolatban megállapítja, hogy ott elsősorban a gazdasági zűrzavar nehezíti meg az előrejelzést. Megítélése szerint az anyagi alapok is hiányoznak a gazdaság radikális átalakításához. Miközben a fejlett ipari államokban a gazdasági növekedés gyorsulni fog, a Szovjetunió a gazdasági válság további mélyülésére számíthat. Jó esetben idén 5 százalékkal csökken a bruttó nemzeti termék, jövőre azonban a GNP-zsugorodás minden bizonnyal meghaladja majd a 10 százalékot, s valószínűleg folytatódik a szovjet gazdaság széthullása is. Kevésbé kedvezőtlen képet fest az OECD a kelet-európai térség többi országáról, elsősorban Magyarországról, Csehszlovákiáról és Lengyelor-

szágról. Ezek az államok – a párizsi szervezet előrejelzései szerint – rövid távon kénytelenek szembenézni és megküzdeni a központi tervezésről a piacgazdaságra való átállás fájdalmival. A térség három államában – ahol a reformok a leginkább előrehaladtak – azonban már tapasztalhatók az OECD közgazdászai szerint optimizmusra okot adó jelek. Ilyen folyamat, hogy a mind jobban erőre kapó magán-gazdaság egyre nagyobb mértékben képes pótolni a visszaesést. A szovjet és a KGST-piac látványos összeomlása az idei esztendő közepéig kisebb kárt okozott a kelet-európai „hármak” gazdaságában a vártnál. Ennek az az oka, hogy a kibontakozó magánipar és a versenyképesen talpon maradt állami vállalatok a gazdasági kényszer hatására rugalmasan módosították termékszerkeztüket, és jó marketingtevékenységgel piacot is találtak ezeknek az árucnak. Mindez persze nem változtat azon, hogy a konvertibilis valutában történő elszámolásra való áttérés és a belső pénzügyi gondok szétzilálták a volt KGST-országok egymással folytatott kereskedelmét.

NINCS RECEPT

Az OECD előrejelzése természetesen csak a várható főbb tendenciákra, irányzatokra tudja felhívni a figyelmet. A diagnózis mellé nem ad, nem is adhat receptet az egyes országok gazdasági vezetői számára. Annyi azonban bizonyos, hogy a konjunktúra megizmosodása nem a véletlen műve, hanem nagyon is tudatos – sok esetben összehangolt – gazdaságpolitika eredménye. Ma már egyetlen ország sem engedheti meg magának azt a luxust, hogy eltekintsen az öt körülvevő világ-gazdasági környezettől és irányzatoktól. Sokszorosan igaz ez a megállapítás azokra a vállalatokra, amelyek a hazai mellett a külföldi piacokra is termelnek, s amelyek léte nem kis mértékben attól függ, milyen gyorsan és rugalmasan tudnak alkalmazkodni a változó piaci követelményekhez és igényekhez.



Gonda György

Új, előnyös ajánlat:

a VÁLLALKOZÓK VAGYONBIZTOSÍTÁSA

Ez az összetett biztosítás EGY SZERZŐDÉSEN belül anyagi védelmet jelent:

- elemi károk,
- felelősségbiztosítás,
- betöréses lopás és rablás,
- belföldi szállítmánybiztosítás és üveg-törés esetén.

Megkérhető a Garancia Biztosító Rt. képviseleti és ügyfélszolgálati irodáiban, valamint a hitel nyújtó pénzintézeteknél:

- OTP
- Magyar Hitel Bank Rt.
- OKHB ipari és

kereskedelmi fősztálya
(Budapest V., Tanács krt. 20.)



HÁZTARTÁSI ÉS
SZÓRAKOZTATÓELEKTRONIKAI
SZAKÜZLET
1072 BUDAPEST, KLAUZÁL TÉR 1.
TEL.: 22-4006 FAX: 122-7480

A **SHARP**
világhírű termékeivel
új életformát vezetünk be!

Az őszi BNV-n (szeptember 20–29-ig)
az „A” pavilon 111/d standján
mutatjuk be a legmodernebb

**SZÓRAKOZTATÓELEKTRONIKAI
KÉSZÜLÉKEK**

színes TV-k, videomagnók, music-centerek,
hordozható rádió- magnók, walkmenek,
autórádiók, videokamerák – és

MIKROHULLÁMÚ SÜTŐK
gazdag választékát.

Ha valamelyik készülék megnyerte tetszését,
a „Járműipari szabaderületen”
meg is vásárolhatja!

Ügyanitt kóstolóval egybekötött
mikrosütő bemutató!

Vásári meglepetések!

VAT-vita

Az egységes belső nyugat-európai piac megvalósítási feladatainál – ugye, emlékszünk: 1992. december 31-re tervezzük – számos kérdést érintettünk már sorozatunk eddigi részeiben: szó esett a fizikai akadályok elhárításáról (minden nemzeti határon történő ellenőrzés megszüntetéséről, a mennyiségi korlátozások közösségi szintű alkalmazásáról, a biztonsági, környezeti, egészségügyi előírások egységesítéséről); beszéltünk a technikai akadályok felszámolásáról (a nemzeti szabványok és termékekre vonatkozó előírások egységesítéséről illetőleg kölcsönös elismeréséről), az állami piacok megnyitásáról, az egész szolgáltatási szféra liberalizálásáról; az egységes pénz felé vezető úton a bankügyek terén is beálló teljes, tökéletes liberalizálásról, az „igazi” konvertibilitásról.

Nem tudunk viszont eljutni még az úgynevezett *fiskális akadályok felszámolásának* kérdésköréhez, ami pedig szintén roppant fontos és ráadásul a belső piaci egységesítés *rendkívül nehéz feladata*. Teljesen nyilvánvaló, hogy ha különböző országok között eltérő adókat és szubvenciókat (támogatásokat) alkalmaznak a hazai termelésben, akkor az ily módon folytatott gyakorlat rendkívüli módon képes befolyásolni a versenyfeltételeket, hiszen az adók és támogatások megváltoztatják a termékek költségeit. Éppen ezért az ún. „Fehér Könyv” (1985) egyik fő mondanivalója a közvetett adózásban, tehát a forgalmi adóztatásban követett gyakorlat egységesítése: ez nemcsak az adóztatás egyszerűsítését, nemcsak a kettős adóztatás minden formájának felszámolását szolgálja, hanem az adókulcsok (adóterhek) harmonizálásának is a programja. Ez a program voltaképpen már az 1970-es évek elején megkezdődött, amikor az akkori tagországok mindegyike fokozatosan áttért a *hozzáadott érték szerinti adózás* (VAT) rendszerére. (Itt kell megjegyeznünk azonnal, hogy hazánk is ezt a rendszert vette át Nyugat-Európából az 1980-as évtized végén végrehajtott adóreform keretében, ami nemcsak miszerintünk, de a brüsszeli szakértők szerint is teljesen Európa-konform lépés volt már akkor; más kérdés a kulcsok mértéke!) A hozzáadott érték utáni adóztatás lényege – amint az eléggé közismert –, hogy képes a halmozódások kiküszöbölésére, vagyis amikor egy termék a nyersanyagtól halad a teljes végtermékké válás útján, mindig csak az ún. hozzáadott értéket, tehát az adott, új fázis amortizációját és munkadíjait veszi adóalapnak, konzekvensen kihagyva az adóztatásból a már beleépített anyagot, az előző teljesítményt. A lényeg tehát, hogy minden fázis csakis a maga teljesítménye után adózik. Erre a modern, nem kumulált rendszerre az EK-országok tehát a 70-es évtizedben már áttértek, ugyanakkor azonban *az alkalmazott adókulcsok országonként jelentős eltéréseket mutatnak, és más az alkalmazott ráták száma is*. Példának okáért Franciaországban, Belgiumban öt-hat ráta volt érvényben, míg például Nagy-Britanniában vagy Dániában – né-



hány igen kivételezett terméktől eltekintve, melyek 0 adókulcsosak – mindössze egyetlen egységes ráta létezik. Az egyik országban 15 százalékos, a másikban 22 százalékos. Sok országban bizonyos szociális megfontolásból sok a kedvezményezett termék 5-7 százalékos körüli rátával, míg – éppen ezt egyensúlyozandó – egyáltalán nem ritkák a magas ráták más termékekre (például Olaszországban 38 százalékos, Görögországban 36 százalékos).

A *jövőben*, a bizottság javaslata szerint *két sávot* fognak alkalmazni minden közösségi tagországban. Az *alacsony* – főként szociális indíttatású – *adókulcs 4-9 százalék közé esne*, míg a termékek zömére a bizottság egy *14 és a 20 százalék közé eső* számot javasol, vagyis ekkora sávban szóródhatnak a forgalmi adókulcsok. (Szakértők és tapasztalatok szerint 5 százalékos lehet a forgalmi adóterhekben meglévő különbség egy-egy országon belül az egyes termékekre nézve anélkül, hogy az a versenyt zavarná.)

Ez a forgalmiadó-egységesítés óriási *viták* forrása – nem véletlenül. Emlékezzünk csak vissza, ugyanez volt a helyzet akkor, amikor a vámuniót hozták létre 1958 és 1968 között. Képzeld el, milyen lelkes lehet mondjuk az angol kormány az adóegységesítés végrehajtásánál, amikor Angliában a termékek mintegy 30 százaléka kivételezett (az élelmiszerek, könyvek, gyermekruhák), ami azt jelenti, hogy ezekre egyáltalán nincs forgalmi adó. Mármost egy Angliában bevezetendő 4 százalékos forgalmi adó is jelentős

áremelkedések forrása lehet a fogyasztónál, vagyis társadalmi feszültségeket okozhat. Olyan országokban pedig, ahol az általános adókulcs magas volt (például Olaszországban és másutt is), amennyiben a 14-20 százalékos „teteje” valósulna meg, azaz 20 százalékos lenne a magasabbik forgalmi adókulcs – ez a maximum, ennél magasabbat a Közösségből való kilépés, kizárás kockáztatása nélkül nem lehet majd alkalmazni sehol –, nos ez a 20 százalékosra való csökkenés is óriási költségvetési bevételi forráskiesést hoz magával, ami megint csak számos konfliktus, finanszírozási probléma oka lesz. Ugyanilyen nagyok a régi különbségek az ún. fogyasztási adók körében is, ami szintén közvetett és szintén forgalmi adó, csak tudjuk, ezek az egyes termékekre kivetett extra magas adók (szeszes italok, üzemanyagok). Vannak országok, ahol a borra, sörre gyakorlatilag nincs adó (Olaszország, Franciaország, Spanyolország, Portugália), ugyanakkor más országokban egészen fantasztikus adótartalmúak az említett italok. A bizottság egyébként egy igen alacsony 0,17 ECU/liter értékű forgalmi adót javasol ezen a téren, ami egyeseknek így is nagy drágulás, más országoknak viszont nemcsak egészségügyi-szociális, de jelentős költségvetési probléma is lehet. Ugyanígy különbözők az üzemanyag- (benzin) adótartalmak is.

Minden szakértő egyetért abban – s a jelen helyzet is azt mutatja –, hogy az egységes belső piac megteremtésének egyik legnehezebb vagy éppen a legnehezebb feladata éppen a fiskális harmonizálás, a VAT-ráták összehangolása lesz. Mindenesetre ezeket a rátákat nekünk is követnünk kell az alkalmazásban.

(Folytatjuk)



Garai Katalin

PROFIT

A Magyar Hírlap a TV2 és az MHB
befektetési tanácsadója

91.9.23.



PARTNER A VÁLLALKOZÁSBAN!

A Magyar Hitel Bank Rt. megalapítása óta kiemelt fontosságot tulajdonít a külföldi befektetések és a működő tőke bevonásának elősegítésére. Az eddigi tapasztalatok alapján bankunk — a magyar kereskedelmi bankok közül elsőként — bevezetett egy új kereskedelmi és befektetést elősegítő szolgáltatást, amelynek neve: TIPS (Trade and Investment Promotion Services) — ismertette a relációs és marketingigazgatóság vezetője, dr. GONDA GYÖRGY az üzletágat. — A TIPS banktechnikában, külkereskedelemben, vegyes vállalatok alapításában jártas szakemberei készséggel állnak rendelkezésre a következő szolgáltatásokkal:

- Hozzásegítjük vállalatát ahhoz, hogy megtalálja elképzeléseihez a legmegfelelőbb külföldi partnert.
- Kiterjedt kapcsolati rendszerünkön keresztül eljuttatjuk együttműködési elképzeléseiket a szóba jöhető külföldi befektetőkhöz.
- Tájékoztatást nyújtunk a külföldi partnereinktől beérkezett és adatbankunkban tárolt üzleti érdeklődésekről, ajánlatokról és javaslatokról.
- Aktívan közreműködünk a speciális külkereskedelmi ügyletek, finanszírozási formák kialakításában.



A SAKK IS BEFEKTETÉS

A PROFIT stúdióvendége volt dr. Kunos Péter, az AGROBANK Rt. elnök-vezérigazgatója, a sakszövetség elnöke. Információjából megtudtuk, hogy az idei sakk Európa-bajnokság rendezését azért pályáztuk meg, mert a jugoszláviai események lehetetlenné tették az eredeti helyszín igénybevételét. Fontos, hogy mikor ezen a bajnokságon a három balti állam — mint sakknagy hatalom — önálló csapatokkal képviselteti magát, Európának és a világnak bizonyítani tudjuk, hogy a fegyverdörgéstől hangos Délvidék ellenére hazánk a „béke szigete”.

A két hétig tartó esemény kitűnő reklámlehetőséget biztosít a szponzoroknak, akik bővebb felvilágosítást Ambrus Zoltán főtájkártól a Néphadsereg u. 10-ben kaphatnak.

A beszélgetésből a befektetők azt is megtudhatták, hogy részvényt, üzletrészt venni csak az adóalap harminc százalékáig érdemes — hiszen ezt lehet csak leírni —, és a további pénzeket vagy nagy értékű ingatlanokba, vagy könnyen mobilizálható garzonlakásokba érdemes investálni.

Természetesen az AGROBANK betét- és letéti jegyei a 35 fiókban és irodában mindig a biztos profitra vágyók rendelkezésére állnak.



KAKAS-HÁLÓZAT

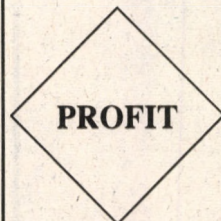
Práger György, a FALU-TV műsorának főszerkesztője a kis befektetőknek ajánlotta a KAKAS-HÁLÓZAT-ot, amelynek bárki tagja lehet, ha vállalja, hogy valamelyik termékét vagy szolgáltatását rendszeres időközönként 20—50 százalékkal kínálja. Elvük, hogy ne csak árú legyen, hanem eladás, ne készletezzenek, inkább kedvezményekkel támogatva forgassák a pénzt a vállalkozók. Október elsején a Fater Nagykerrel közösen Újpesten két piacon alma-, hagyma-, burgonyaakciót, október 4—6-án a Dózsa György úton 80 üzlettel Tarka-Barka vásárt szerveznek.



ÉRTEKTŐZSDE

A Kontrax Irodatechnikai Kft. négy évvel ezelőtt indult 80 ezer forintos alaptőkével. A gyors, töretlen felfutás, az üzlethálózat és szolgáltatás kibővítése a piaci igényeknek megfelelően végül is oda vezetett, hogy a Kontrax, vállalva a tőzsdei megjelenéshez kötött nyilvánosságot és megmérettetést, részvénykibocsátásra szánta el tavasszal magát.

— Az üzletmenetel bebizonyította, hogy a fejlődéshez mind több és több forgótőkére volt szükségünk és a bevételek egy részét a magas hitelkamatok emésztették fel — mondta EMÖRI GÁBOR igazgató. — A részvénykibocsátással tehát készpénzhez lehetett jutni, ez esetben 500 millió forinthez. Akik bíztak bennünk, nem csalódtak, hiszen a kibocsátási ár 20 000 forintjával szemben most cca. 23 800 forint körül mozog a tőzsdei árfolyamunk. Megtanultuk azt is, hogy a híreknek pénzértéke van, ezért a bennünk bízóknak azt mondhatom, hogy a Kontrax október 11-én egy újabb bejelentéssel kívánja pozícióit erősíteni.



KÖNYVAJÁNLAT

Sárközy Tamás: **A privatizáció joga Magyarországon.** A szerző könyvében ismerteti a privatizáció eddigi történetét, a gyakorlati nehézségeket, fejlesztési elképzeléseket. A könyv befejező fejezetében egy olyan átfogó törvényjavaslat elképzelését vázolja fel, amely valóban piacgazdasági körülményeket teremtene a magyar állami és magánszektor részére egyaránt.



„HITEL”-RE VAN SZÜKSÉGÜNK!

A Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó már több mint egy évtizede folyamatosan „piacon tartja” a Hitelt, s vele testvérköteteit, a Világot és a Stádiumot is. A Hitel varázsát azonban mi sem mutatja jobban, mint az, hogy — az említett másik két műtől eltérően — újabb és újabb kiadásai szinte pillanatok alatt elkelnek. Ennek csak az lehet a magyarázata, hogy a Hitel mondanivalója immár több mint másfél évszázada és ma is aktuális. **Gróf Széchenyi István:** Hitel, 272 oldal, kötve 260 Ft, bőrkötés 880 Ft.

**ÉN ÉS AZ RC.
HOLNAP A
VÁSÁRBAN IS
OTT LESZÜNK!**



**EREDETI AMERIKAI
KONCENTRÁTUMBÓL GYÁRTJA:
A SZÖVETKEZETI SÖRGYÁR Rt.
MARTFÚ**



Kebelügyek Amerikában

Némi túlzással egy újfajta „iparág” van kialakulóban az USA-ban, amely a bírósági ítéletek tanúsága szerint meglehetősen jól jövedelmez a panaszosoknak.

A munkahelyi szexuális zaklatásról van szó, amely feltehetőleg a világ összes üzemében és irodájában úgyszólván mindennapos.

Forradalom zajlott le az elmúlt két évtizedben az amerikai munkahelyeken. Míg a hatvanas évek elején az amerikai nők mindössze egynegyedének volt állása, ma már az amerikai nőtársadalom több mint 60 százaléka dolgozik. Az úgynevezett egyenlő lehetőségek törvénye a munkahelyeken sem ismer el semmiféle hátrányos megkülönböztetést a munkavállalók között.

Más kérdés persze, hogy az amerikai cégek vezetői között viszonylag kevés a nő, s a női munkavállalók jövedelme 20-25 százalékkal elmarad az azonos munkát végző férfikollégáikétól.

Az amerikai munkahelyeken is számos alkalmi viszony, szerelem szövődik, a partnerek azonban ezt igyekeznek a legnagyobb titokban tartani. A főnökség ugyanis nem örül a szexuális kapcsolatoknak és a „love story”-knak, s ha valami kipattan, akkor jön az áthelyezés vagy a választás felajánlása. Házaspárok ugyan dolgozhatnak alkalmazottként ugyanannál a cégnél, de csak más részlegen.

Az amerikai vállalat nem ismer kegyelmet, ha munkatársáról kiderül, hogy közelebbi viszonyba került valamelyik versenytárs fontosabb beosztású dolgozójával. Az IBM kutatólaboratóriumának egyik női munkatársa és a Hewlett-Packard egyik közepvezetője közötti szerelmi kapcsolat nem maradt sokáig titokban. Az IBM illetékes vezetői habozás nélkül válaszüte elé állították a hölgyet: vagy megszakítja a kapcsolata

tát a konkurencia munkatársával, vagy távozik a cégtől. A hölgy az utóbbit választotta, cége pedig gáláns végkielégítésben részesítette.

Egy országos felmérés tanúsága szerint az amerikai munkahelyeken minden második nő évente legalább háromszor kap ajánlatot főnökétől vagy valamelyik munkatársától. Ennél jóval gyakrabban hangzanak el szaftos megjegyzések a kolléganők idomaira, domborulatainak „minőségére”, vélt szexuális viselkedésére és képességeire. A vágyakozó és próbálkozó kollégák gyakran tesznek pornográf rajzokat és képeket a nődolgozók íróasztalára, munkagépére, s mind jobban terjed az elektronikus ajánlattétel is. Ma már az amerikai munkahelyeken mindennapos a számítógép, amelyek reggeli bekapcsolásakor sok esetben meglepetés éri a hölgyeket. A rájuk kitértő „vadász” férfiak obszcén szoftvereket készítenek és csempésznek be a gépbe. S a feladó neve csak elvétve szerepel a különleges programon, hiszen a névmegjelölés már bizonyíték... Gyakran panaszkodnak az amerikai nők arra is, hogy otthoni üzenetrögzítőjükön is sok az ismerős hangoktól származó ajánlat.

A munkahelyi légkörrel foglalkozó kutatók felmérései szerint az amerikai nők döntő többsége igyekszik tudomást sem venni a neki szóló nyílt vagy burkolt ajánlatokról.

Sok viszont azoknak a hölgyeknek a száma, akik a szexuális zaklatások miatt panaszt tesznek a főnöküknél, aki köteles

kivizsgálni azt. Amennyiben egyértelműen sikerül azonosítani a zaklatót, nem marad el a büntetés: jó esetben a nyilvános bocsánatkérés, de gyakori a fegyelmi és az elbocsátás is. A „tettesek” többségének kiléte azonban homályban marad, a zaklatások ugyanis ritkán történnek tanúk előtt.

Zokon veszik a hölgyek, és bírósághoz fordulnak az őket ért inzultus miatt, miután cégükönél nem sikerült elégtételt kapniuk. Az amerikai bírósági gyakorlat szerint szexuális zaklatásnak tekintendő a keblekre vagy a tomporra tett megjegyzés. 1986-ban az USA bíróságai 4400 szexuális zaklatási perrel foglalkoztak, tavaly ezek száma már megközelítette a hatezretet. Az ítéletek döntő többsége a felperes hölgyeknek ad igazat, s jelentős kártérítést (10-100 ezer dollárt) ítél meg számukra, amelyet vagy a bizonyított elkövető, vagy a cég köteles megfizetni. Miután a szexuális zaklatások száma meredeken növekszik az USA-ban, a Bush-kormányzat olyan törvénytervezetet kíván a törvényhozás elé terjeszteni, amely 150 ezer dollárra emelné a kártérítés felső határát.

Ítélet helyett a szexuális zaklatási esetek számának csökkenését az amerikai közvélemény inkább a vállalati magatartás keményedésétől várja. A cégek újabban külön tanfolyamokat szerveznek munkatársaik részére az illedelmes munkahelyi viselkedésről, a férfiak és a nők elvárt munkahelyi együttéléséről, valamint a zaklatások várható munkajogi és pénzügyi következményeiről. Terjedőben van az a gyakorlat, hogy az alkalmazottakkal magatartási nyilatkozatot íratnak alá. S ez nemcsak a férfi dolgozókra vonatkozik, hanem a hölgyekre is!

Korlátlan a zaklatások lehetősége és eszköztára. Ezért a vállalati Amerikára vár – s nem elsősorban a bíróságokra – a feladat, hogy ezt a termelést is egyre inkább érintő kérdést kellő szigorral és felvilágosítással megoldja. Azt viszont megakadályozni nem tudja, hogy a kipattant „ügyeken” a munkahelyi közösség jókat ne csámcsogjon.



Gonda György

F I A T U N O - M

Kébelügyek
Amerikában



LEO BURNETT
BUDAPEST

Iroda Adat



A konjunktúrában a bankok – érthető módon

– szinte nyakló nélkül nyújtották a hiteleket az ingatlanvásárlóknak és az építetőknek.

A hetvenes években az Egyesült Államokban a pénzintézetek 300 milliárd dollár hitelt adtak ingatlanvásárlásra és nem lakáscélú építkezésre, az elmúlt évtizedben viszont a kölcsönök értéke már elérte az 1000 milliárd dollárt.

LIMES – HÁROMSZOR

A Limes Ingatlanforgalmazó Rt. 1985-ben alakult, egy tervezővállalat és egy bank szakembereinek összefogásával. Magyarországon akkoriban még korántsem számított megszokott vállalkozásnak ez a tevékenység.

– Meg kellett küzdenünk a kialakultlan piac minden nehézségével, és meg kellett teremteni a saját üzleti filozófiánkat – mondja Szabó Lajos, a Limes Rt. ügyvezető igazgatója. – Mindeddig nem panaszkodhattunk, cégünk évről évre növekedett, 1989 óta már mint magyar-osztrák vegyes vállalat működik. Megvetettük lábunkat az ingatlanpiacon, rengeteg tapasztalatra tettünk szert. Árbevételünk a múlt évben meghaladta a 108 millió forintot, nyereségünk is ennek arányában emelkedett. Üzleti filozófiánk alapja a *nagy forgalom, kis haszon elve*. Sikereinkben minden bizonnyal nagy szerepe van

annak is, hogy megbízható, kiváló szakemberekkel dolgozunk, akik nemcsak alkalmazottak, hanem a részvények jelentős részének tulajdonosai is.

A Limes Rt. három fő tevékenysége: *ingatlanközvetítés* – ez a legnagyobb és legeredményesebb üzletág. A második az *ingatlanérték-becslés*, amelyet fémjelez például a Richard Ellis cég számára készített, 1200 ingatlant tartalmazó értékbecslés (DTEI). Eddig egyébként az Állami Vagyonügynökség is elfogadott minden általuk készített értékelést. A harmadik fő üzletáguk a *Lakossági Iroda*, amely a múlt évben Budapesten mintegy 1200 állami lakás értékesítését bonyolította le.

Ezekon kívül 1990-ben több új vállalkozásba fogtak, különböző, az alaptevékenységhez kapcsolódó szolgáltatásokat végző kft.-ket alapítottak, többségi tulajdonnal.

Az alaphelyzet a következő: az állam mint tulajdonos, vagyonának kezelését rábízta a tanácsokra (ma önkormányzatok), azok pedig bérbe adták a vállalatoknak. Gyakorlatilag azonban a vállalat viselkedett tulajdonosként: az irodaépületeivel, székházaival azt csinált, amit akart, átépítette, bérbe adta, eladta... Ha értékesítette, bármilyen formában, a bevétel öt illete, az IKV az általában csak alacsonyan megállapított „lakbérre” tartott igényt.

Gyakorlatilag az államnak nem származott semmiféle bevétele abból a jelentős vagyonból, amelyet az irodaházi ingatlanok piacra dobása jelentett. Az Állami Vagyonügynökség éppen ezt megelégedve egy huszárvágással „visszaállamosította” az idei év tavaszán a legjobb helyen lévő vállalati székházakat, szám szerint 16-ot. Az érintettek – főként külkereskedelmi vállalatok – vagy megfizetik az egekig emelt bérleti díjakat, vagy kiköltöznek. A meccs még tart.

Hervadás és aranyláz

Miközben Magyarországon – különösen Budapesten – a nem lakáscélokat szolgáló ingatlanok ára, valamint az iroda- és üzlethelyiségek bérleti díja csillagászati magasságokba emelkedik, a fejlett ipari országok többségében látványosan összehajlott a nyolcvanas években még virágzó ingatlanpiac. Az ágazat szakemberei nem sok jóra számítanak.

NYAKLÓ NÉLKÜL

A nyolcvanas években ingatlanépítési láz söpört végig az Egyesült Államokon, amelyet elsősorban az igen kedvező gazdasági konjunktúra táplált. Tízezer-

számra alakultak új vállalatok, a tartós fellendülés hatására a meglévő cégek pedig gyorsan terjeszkedtek. Az elmúlt évtized kezdetén indult be az USA-ban a bevásárlóközpont-komplexumok tömeges építése. A keresletbővülés hatására számottevően emelkedtek az ingatlanárak és az új létesítmények bérleti költségei.

A konjunktúrában a bankok – érthető módon – szinte nyakló nélkül nyújtották a hiteleket az ingatlanvásárlóknak és az építetőknek. A hetvenes években az Egyesült Államokban a pénzintézetek 300 milliárd dollár hitelt adtak ingatlanvásárlásra és nem lakáscélú építkezésre,

EAST-WEST CENTER

Egy hónappal a tervezett idő előtt már augusztusban beköltözhetővé vált a legújabb budapesti üzletközpont, amelyet a Kelet-Nyugat Ingatlanfejlesztő Rt. épített. Többségi tulajdonosa, a svéd Skanska építőipari konszern, Skandinávia legnagyobb építési vállalkozása nem véletlenül jelent meg – az egykori szocialista országok közül először – Magyarországon.

A beruházás megvalósítására létrehozott részvénytársaságot 1989-ben jegyezték be, az alapítás után 20 hónappal megnyílt az East-West Center, a Rákóczi út és a Múzeum körút sarkán.

Dr. Mester Irén ügyvezetőigazgató-helyettes:

– Az építkezés fővállalkozója a Skanska volt, az alvállalkozók többsége is külföldi cégek közül került ki. Csupán néhány magyar vállalat működött közre beszállítóként.

A beruházás 90 millió DM-be került: mindenütt a legjobb minőségű anyagokat használták fel a *Zalaváry Lajos* Ybl-díjas főépítész által megálmodott, nyolcszintes épületben. A külső képében impozáns üzletház belül is különleges. Egy nyitott és egy zárt belső udvart ölel körül, panorámaliftjéből a Gellért-hegyig ellátni. A közös helyiségben, a konferenciateremben,

a folyosókon, pihenőkben, a VIP-bárban skandináv stílus, egyszerűen elegáns berendezés uralkodik. Említésre méltó az üzletház biztonsági rendszere, amely világszínvonalú igényeket elégít ki. Tökéletes a hő- és hangszigetelés is, ami a városközpontban lévő épületnél ugyancsak nem mellékes szempont. Az üzletemberek parkolási gondjain a mintegy kétszáz gépkocsi őrzésére alkalmas kétszintes föld alatti garázs segít.

A reprezentatív üzletházban minden hely elkel. Földszintjén üzletek nyílnak, egyebek közt a *Burger King* étterme. A bérlők között pedig nem kisebbek, mint a Panasonic, a Marubeni, a Toyota, a Gold Star találhatók, számos bank, légitársaság és többek közt a Reuter Hírügynökség is az épület lakója lesz.

Az irodahelyiségekről a bérlők a maguk ízlése szerint gondoskodnak. Kivéve azokat a cégeket, amelyek a PEDUS Office nyújtotta irodai szolgáltatásokat veszik igénybe. A Peter Dussmann GmbH linzi leányvállalata ugyanis 33 irodányi területet kibérelt az East-West Centertől. Saját standardja szerint rendezte be a nyugat-európai igényeket kielégítő irodahelyiségeket, amelyeket a felszereltségnek és a szolgáltatási színvonalnak megfelelő, *meglehetősen magas áron* értékesít.

Iroda Adat



A szükség hozta magával, hogy nagy kereslet alakult ki az irodává alakítható lakások iránt.

Az állami (tanácsi) lakások privatizálása előtt azonban csak az öröklakások jöhetnek számításba erre a célra.

Ez önmagában is leszűkíti a lehetőségeket, másrészt csak bizonyos méretű és típusú cégek számára jelent megoldást.



East-West Center – szemben az Astoriával

FOTÓ: PÁLFFY GYÖRGY

az elmúlt évtizedben viszont a kölcsönök értéke már elérte az 1000 milliárd dollárt. Csak 1986 és 1988 között a bankok évi 200 milliárd dollár hitelt folyósítottak az ingatlan- és az építési biznisz számára! A nyolcvanas években 10 százalékkal bővült az USA beépített ingatlanállománya (ez 1,2 milliárd négyzetméter beépített új területet jelent).

Az építkezési láz kedvező állapotot teremtett az építő- és építőanyag-ipar számára, s jótékonyan hatott a foglalkoztatottságra is. A nyolcvanas évek végén és évtizedünk kezdetén azonban mind nyilvánvalóbbá vált, hogy a túlkínálat nem szüntethető meg. Ráadásul a gazdasági tevékenység az USA-ban mind jobban „kihűlt”, s végül beköszöntött a recesszió. Mintegy másfél millió fehér galléros hivatalnokot bocsátottak el, s csökkent az irodahelyiségek iránti igény. A lakosság csökkenő fogyasztása miatt több tízezer kisebb-nagyobb cég volt kénytelen csődöt jelenteni, ami üzleteinek, irodáinak, üzemeinek eladásával, illetve a bérlet felmondásával járt.

SPIRÁL LEFELE

A kereslet tovább csökkent a túlkínálati piacon, s ennek az lett az eredménye, hogy számottevően (az elmúlt két esztendőben 10-40 százalékkal) estek a telekárak, az üzlet- és irodabérleti díjak. Egyre több irodaépület és irodahelyiség áll üresen, még csökkentett áron sem könnyű bérletet találni. Az ingatlantulajdonosoknak viszont fizetniük kell a bankkölcsönt, a pénzintézetek nincsenek tekintettel a „leült” piacra. Hitel hitelt követ, s ez még a jobbik eset. Az irodaház- és üzlethelyiség-tulajdonosok nem elhanyagolható része csődbe jutott, s nem tudja visszafizetni a bankoknak tartozásait. A statisztikák tanúsága szerint az amerikai bankoknak csak 1990-ben 7,6 milliárd dollár behajthatatlan követelést kellett leírniuk az ingatlan- és építési kölcsönökből, a kétes kinnlevőségek összege pedig meghaladta a 45 milliárd dollárt.

Nem véletlen, hogy 1990-ben, valamint az ideiglenes eddig eltelt részében több száz amerikai bank jutott és jut csődbe, aminek első számú oka az ingatlanvásárlásra és az építkezésre nyújtott kölcsönök behajthatatlansága, illetve a késedelmes fizetés. A bankok ma már csak kivételes esetben és sok-sok garanciával körülbástyázva nyújtanak hitelt kereskedelmi jellegű ingatlanok vásárlására, illetve nem lakáscélú építkezésre. Az ingatlanpiac összeomlása természetesen magával rántotta az építő- és építőanyag-ipart, s jelentősen nőtt a két ágazatban a munkanélküliek száma. Noha az amerikai gazdaság kilábalóban van

a recesszióból, a túlkínálat miatt az évezred vége előtt nem lehet számítani a nyolcvanas évekhez hasonló építkezési konjunktúrára.

KIJÓZANODVA

Hasonló helyzet alakult ki a kereskedelmi ingatlanok piacán – Japán és Németország kivételével – a fejlett ipari országokban. Miután az elmúlt évtizedekben az államokban is gazdasági fellendülést hozott, mindenhol virágzott az ingatlanpiac és az építőipar. Az amerikaihoz hasonló túlkínálat azonban hamar kijózanította az építőipari beruházókat, a fejlesztőket és a bankokat. Különösen súlyos a helyzet Nagy-Britanniában, ahol az irodahelyiség-túlkínálat eléri a kétmillió négyzetmétert. Ez a terület csak bővülni fog, ugyanis további kétmillió négyzetméternyi irodaépület építése áll befejezés előtt. (Ezeket az irodaházakat még a kedvező konjunktúra idején kezdték el építeni.) Franciaországban 1984 és 1989 között az irodabérleti díjak 165 százalékkal növekedtek, érthető tehát, hogy néhány évvel ezelőtt a fejlesztők és a beruházók újabb hatalmas építkezésbe fogtak. Ugyanez a folyamat zajlott le Spanyolországban, Olaszországban, Belgiumban és Hollandiában. Csupán két fejlett országban virágzik változatlanul az ingatlanpiac: Japánban és Németországban nagy a kereslet az irodák és az üzlethelyiségek iránt, s az árak emelkednek.

IRÁNY KELET-EURÓPA

Amikor a nyugati országokban még virágzott a nem lakáscélú telkek és ingatlanok piaca, az a mondás járta, hogy három dolog szükséges a piaci sikerhez: legyen jó helyen az ingatlan, legyen jó helyen az ingatlan, és legyen jó helyen az ingatlan. Ma viszont az óceán mindkét partján az ingatlantulajdonosoknak, a beruházóknak és a fejlesztőknek három dologra van szükségük: likviditásra, likviditásra és likviditásra...

Nem véletlen, hogy mind az Egyesült Államokból, mind pedig kontinensünk nyugati feléről százával jönnek Magyarországra és a kelet-európai térség többi országába az ingatlant vásárolni szándékozók, valamint az építkezéseket finanszírozó és kivitelező vállalatok. A külföldi ingatlanpiaci beruházók valóságos aranylázyban élnek Kelet-Európában, megítélésük szerint ugyanis ebben a térségben a következő években nagy profitot kecsegtető irodaház-, szálloda-, bevásárlóközpont- és üzempépítkezésekre lehet számítani tömeges méretekben.

Gonda György

Iroda Adat



Az ingatlanpiac összeomlása természetesen magával rántotta az építő- és építőanyag-ipart, s jelentősen nőtt a két ágazatban a munkanélküliek száma. Noha az amerikai gazdaság kilábalóban van a recesszióból, a túlkínálat miatt az évezred vége előtt nem lehet számítani a nyolcvanas évekhez hasonló építkezési konjunktúrára.

IGÉNYHEZ AZ ESZKÖZ



*RICOH: egy világmárka,
amelyet Magyarországon
az Austroprint Kft. kínál Önnek.
Az Austroprint célja,
hogy minden irodában jelen
legyen a két legfontosabb:
a biztos teljesítmény és a kiváló minőség.*

*Ezt nyújtják Önnek
a RICOH fénymásolók.
Az Austroprint Kft. a
RICOH névhez méltó
szolgáltatásrendszert is kínálja
ügyfeleinek.*



Topreklám

AUSTROPrint
IRODAAUTOMATIZÁCIÓS KFT.

RICOH

A TÁGASABB VILÁG

Austroprint Kft. 1149 Budapest, Kövér Lajos u. 56. Tel.: 183-6503, 183-0799 Fax: 183-0921

Edzőcipők háborúja

Egy évtized alatt a világ egyik legdinamikusabban fejlődő üzletágává vált az edző- és szabadidőcipők gyártása. Az edzőcipők piacának robbanásszerű növekedésével ki-méletlen harc kezdődött a gyártók között a minél nagyobb piaci részesedés megszer-zéséért, valamint a vásárlók átcsábításáért.

A legnagyobb piaci csatákat a német Adidas, valamint az amerikai Nike és Reebok vívja egymással.

Sportruházati termékeik és edzőcipőik a világ legtöbb országában státusszimbólum-nak számítanak, s ennek megfelelően ala-kulnak az árak is. A piacon nagy mennyiség-ben jelenlévő márkátlan termékek leg több-ször ugyanannyit „tudnak”, mint márkás társaik, csak éppen 60-70 százalékkal ol-csőbbak. Ennek ellenére, a vásárlók többsé-ge ragaszkodik a patinás márkákhoz, az ol-csó edzőcipőket legfeljebb csak strapacélok-ra veszik meg.

TRÓNFOSTÁS

A sportruházat és az edzőcipők koronázat-lan királya hosszú éveken át az Adidas volt. A német cég – részvényeinek többsége ma már a francia *Bernard Tapie* tulajdona – kontinensünkön ugyan még őrzi vezető he-lyét, de csillaga leáldozóban van, az ameri-kai versenytársak agresszív piacpolitikája miatt. Tavaly az Adidas edzőcipők eladásá-ból Európában 870 millió dolláros, a Nike 500, a Reebok pedig 380 millió dollár bevé-telre tett szert.

Az Adidas és az ugyancsak német Puma elsősorban ott hibázott, hogy nem mérték fel kellő időben: a kilencvenes évek igazán nagy fogyasztói nem a profik, hanem a sportot hobbiszerűen űző fiatalok. Az elhibázott marketingstratégia miatt az Adidas és a Pu-ma elsősorban az amerikai piacról szorult és szorul ki látványosan. A német gyártók má-sik nagy hibája az volt, hogy a drága hazai teremléstől túl későn tértek át az olcsó ázsia-ira. (Amerikai versenytársaik termékeik 100 százalékát kezdettől fogva tajvani, indo-néziai, malajziai és Fülöp-szigeteki gyárak-ban állították elő.)

1990-ben a világon 16 milliárd dollár(!) értékben adtak el edzőcipőket. Ebből Euró-pa részesedése öt, az Egyesült Államoké pe-dig több mint nyolc milliárd dollár. A 80-as évek közepén még az Adidas volt a vezető márka az amerikai piacon, ahol részesedése jelenleg már nem haladja meg a hét százalé-kot. Az évente legkevesebb egy pár márkás edzőcipőt vásárló amerikaiak pénztárcáit elsősorban a Nike és a Reebok nyitogatja. A két nagyvállalat fej fej mellett küzdelmet folytat egymással. Jelenleg a Nike tudhatja magáénak a piac 25 százalékát, a Reebok

részaránya pedig 23 százalék. A két cég egyenként 300-300 különböző sport- és sza-badidőcipőt kínál, nincs tehát gond a válasz-tékkal.

REKLÁMCSATA

Az amerikai televízióban, újságokban, ma-gazinokban a Nike és a Reebok külön rek-lámháborút folytat egymással. Reklámki-adásaik évente megközelítik az 50 millió dollárt. A tét nem csekély: a piac minden egy százalékának megnyerése vagy elvesztése több tízmillió dollár többletbevételt, illetve bevételkiesést eredményez. Tavaly a Nike csak az USA-ban kétmilliárd dollár bevétel-re tett szert, a Reebok forgalma pedig meg-haladta az 1,6 milliárdot.

Mind a Nike, mind pedig a Reebok szinte hetente dobja piacra új modelljeit, amelye-ket mérnökök és orvosok csapata fejleszt ki a jól felszerelt céglaboratóriumokban. Hét-pecsétes titokként őrzik a kutatási, fejleszté-si és vizsgálati eredményeket, ennek el-lenére nem működnek rosszul az ipari kém-kedés csatornáit.

A nyolcvanas évek közepén az amerikai Reebok vezető szerepre tett szert. A Nike vá-laszul kifejlesztette a „látható légpárnás” modellt, a Nike Airt. Ennek különlegessége, hogy a cipő sarkába beépített légpárna egy kis ablakon át megtekinthető. Az eredmény nem is maradt el: az új „modellcsalád” segít-ségével a Nike hónapok alatt megszerezte a piaci elsőséget. (Érdemes megjegyezni, hogy a Nike Air legfontosabb paramétereit 186 sportoló a legkülönbözőbb terepeken 90 na-pon át vizsgálta.)

Nem késett sokáig a Reebok válasza: nagy sikerrel vezette be a piacra a Pump nevű modelljét, amely tulajdonképpen egy felfújható edzőcipő. Egy beépített pumpa segítségével lehet keményebbre vagy pu-hábbra „állítani” a cipőt, kinek-kinek íz-lése és kényelemérzete szerint. Termé-szetesen a Nike sem akart lemaradni a „pumpás” versenyben, s hamarosan ő is ha-sonló cipővel jelent meg a piacon. A Nike modellje, mivel a pumpát nem építették bele, könnyebb volt, mint a Reeboké, így a cég vezetői azt remélték, hogy a vevőknek majd az utóbbi tetszik jobban. A fogyasztói tesztek szerint azonban a vásárlók 20:1 arányban a Reebok mellett szavaztak.

Mind a Nike, mind pedig a Reebok egyre

jobban odafigyel az amerikai edzőcipőpiac új csillagára, a kaliforniai L. A. Gear cegre, amely ugyanezen a néven forgalmazza sport-ruházati termékeit és szabadidőcipőit. Az L. A. Gear nem veszélyezteti a két óriáscég pia-ci pozícióit, stabilan tartja azonban harma-dik helyét. Az 1985-ben alapított cég kollek-ciója elsősorban a tinédzsereket veszi célba – szédületes sikerrel: a Michael Jackson által reklámozott edzőcipők mind népszerűbbek.

A három vezető amerikai edzőcipőgyártó fontos piacnak tekinti Kelet-Európát, ahol egyelőre még az Adidas és a Puma az „úr”. Jól mutatja az amerikai cégek érdeklődését Kelet-Európa iránt, hogy sorra nyitnak üz-leteket, illetve üzlethálózatot a térségben. Magyarországon például már mindhárom amerikai edzőcipőgyártó rendelkezik szak-bolttal, illetve eladási hálózattal.

DOLLÁRMILLIÁRDOS TÉTEK

Az elmúlt két évtizedben a világ számos iparága kénytelen volt tudomásul venni, hogy nincsen verseny japánok nélkül. A szigetország vállalatjai nemcsak a gépkocsi-iparban, a szórakoztató-elektronikai termé-kek, a szerszámgépek stb. területén törek-szenek a világszerepre, hanem megcéloz-ták az edzőcipőipart, és -üzletágot is. Az Asics Tiger és a Mizumo cég tavaly összesen 1,9 milliárd dolláros forgalmat bonyolított le, s ezzel megszerezték a világranglistán az előkelő negyedik és ötödik helyet. (A vilá-g-ranglistán az amerikai „nagyokat” az Adi-das követi a harmadik helyen.) Márkák és termékeik még nem eléggé ismertek és beve-zetettek az USA-ban és Európában. A japán gyártók elsősorban Ázsiában tarolnak.

Számos példa mutatta meg az elmúlt év-tizedekben, hogy amihez a japán cégek hoz-záfognak, abból előbb-utóbb komoly ver-seny lesz. A jelenlegi listavezetők igyekez-nek felkészülni a japán áruözönre, amely igen jó minőségű és kedvező árfekvésű. Dol-lármilliárdok forognak kockán az edzőcipők (és gyártóik) háborújában, hiszen az előrejelzések szerint az ezredfordu-lóig a sport- és szabad-időcipők kereslete to-vábbra is jelentős mér-tékben bővül szerte a világon.



Gonda György

Nem véletlen, hogy nagy divatja van manapság a túlélési stratégiának. Kevés szó esik ugyanakkor arról, hogy éppen az ilyen helyzetek jelentenek kiváló alkalmat azoknak, akik megengedhetik maguknak a hosszú távú gondolkodást és cselekvést. Sajnos, a mai kis- és középvállalkozások jelentős része nem tartozik ebbe a kategóriába. Egyre több cég ismeri fel ugyanakkor, hogy a piaci pozíciók megtartása – ha alacsonyabb szinten is – olyan hosszú távú előnyökhöz juttatja őket, melyeknek egy későbbi, a gazdaság fellendülőben lévő szakaszában való fel-

kat. Elég a vegyes vállalati apport szabályozására gondolnunk: szép számú újonnan alakult vegyes vállalatnak volt sűrűn szüksége több tucat gépkocsira. S mit tesz isten: ezek a vállalatok a gépkocsi vám- és áfa nélküli szállítása után sora tönkrementek és feloszlottak, „kényszerűen” a szabadpiacon szabadulva meg feleslegessé vált nullkilométeres gépkocsijaiktól. Azt se hitte volna senki, hogy a magyarországi mozgáskorlátozottak anyagi helyzete tömegesen teszi lehetővé a Mercedesek, BMW-k és Porschék behozatalát.

séggel már tisztában is vagyunk a jövődó termékfejlesztési irányokkal.

A versenytársak tevékenységének figyelemmel kísérésére több hatékony és olcsó módszert is ajánlhatunk. A legkézenfekvőbb a hirdetések, szakmai publikációk folyamatos figyelemmel kísérése. A hirdetésekben igen érdekes és értékes információkat nyerhetünk a versenytársak áráira, termékskálájára, kapacitáskihasználására vonatkozóan, amikből már további következtetéseket is levonhatunk. A szakmai publikációkból megtudhatjuk, hogy konkurenciánk mennyi-



- Faipari vállalkozásba kezdek, hátha a kormány a Makoveczcel építteti fel az EXPO-t

BRENNER GYÖRGY rajza

használása lényeges piaci előnyöket terem majd számukra. Az így birtokolt piaci részesedés költségei ugyanis összehasonlíthatatlanul alacsonyabbak, mintha azokat a fellendülés szakaszában kellene megszerezni.

Nem érdektelen megvizsgálni, hogy egy anyagi és szellemi eszközökben nem bővelkedő vállalkozás hogyan tud olyan információkra szert tenni, melyek megbízható képet adnak a környezet változásairól. Természetesen más eszközöket kell alkalmaznunk a makro- és másokat a mikro-környezet vizsgálatakor.

A makrokörnyezet változásai a napi politikai és gazdasági sajtóból, a különböző közlönyökből nagy pontossággal figyelemmel kísérhetők. A jogszabályok tanulmányozása, a sebtében meghozott törvények kiskapui már eddig is sok vállalkozásnak hoztak csillagászati profito-

Nehezebb a dolgunk a mikrokörnyezet információival, hiszen minden vállalat érdeke, hogy helyzetét, jövődó akcióit, új termékeit hétpecsétes titokként őrizze mindaddig, amíg azok nyilvánosságra hozatalától nem származik üzleti előnye. Ennek ellenére nem ördögösség ezek nyomára bukanni. A legegyszerűbb, ha azt vizsgáljuk, hogy területünkön milyen kielégítetlen fogyasztói igények vannak, hiszen biztosak lehetünk benne, hogy ezeket valaki valamikor ki fogja elégíteni. A következő lépés annak vizsgálata, hogy az általunk is forgalmazott termékkel szemben milyen többletigényeket támasztanak, vagy a termék milyen pótlólagos szolgáltatás nyújtására lenne képes. Számolhatunk vele, hogy valaki valamikor tovább fogja fejleszteni a termékeket. Ha ezeket a kérdéseket pontosan meg tudjuk válaszolni, nagy valószínű-

re ismeri fel a piaci tendenciákat, és képes-e követni azokat.

Igen hatékony lehet a versenytársak munkatársaival való személyes kapcsolat is. Ebből a szempontból rendkívül hasznosak a szakmai szövetségek, szimpóziumok és egyéb rendezvények. Ne feledjük: az emberek a dicsekvésnél csak panaszkodni szeretnek jobban. Folyamatos információkhoz juthatunk, ha eladásal foglalkozó munkatársainknak feladatul szabjuk a piacon lévő változások figyelemmel kísérését. A fogyasztói igényekről számos következtetést vonhatunk le saját eladásaink adataiból is.

Nem kell tehát feltétlenül nagyobb összegeket költenünk információs rendszerünk kiépítésére, inkább arra vigyázzunk, hogy hatékonysága legyen kielégítő.

H. M.

Lassított AUTÓÖZÖN

Miközben a kelet-európai országok útjain egyre több a japán gépkocsi, a Közös Piacnak 18 hónapos keserves tárgyalások után sikerült megállapodnia Japánnal annak érdekében, hogy kontinensünk nyugati felének autógyártói lélegzethez jussanak. Az autópaktum fontos állomása annak a küzdelemnek, amelyet a világ vezető autóiipari hatalmai folytatnak a gépkocsi-özön lassítására, illetve a hazai autógyártók „áramvonalasítására”.

A szigetország autógyárai két évtized alatt több mint 30 százalékos részesedésre tettek szert a világ első számú autópiacán, az Egyesült Államokban. A „hódítás” nyomán számottevően átalakult és összezsugorodott az USA három nagy autóiipari vállalata, a General Motors, a Ford és a Chrysler. Noha a japán autógyártók több mint 10 esztendővel ezelőtt „önkéntes” exportkorlátozást vállaltak, s évente csak kétmillió gépkocsit szállítanak az USA-ba, az ott értékesített japán kocsik száma ennél jó-

val magasabb. Ennek az az oka, hogy a szigetország autóiiparái – megúván a Washingtonból érkező egyre veszélyesebb fenyegetéseket – az Egyesült Államok területén már több mint tíz gyártó- és összeszerelő üzemet létesítettek. Az USA-ban készült „japán” autók ellen nem lehet senkinek kifogása, hiszen a japán leánycégek ott új munkakalkákat teremtenek, s hazai anyagokat használnak fel. (Ráadásul az USA-ban gyártott kocsik után nem terheli őket importvám.)

Az amerikai autóiipar számára már az elmúlt évtized közepén egyértelmű volt, hogy középtávon elvesztette a csatát a japán versenytársakkal szemben, ezért át kell állnia korszerűbb és olcsóbb típusok gyártására. Noha a három detroitai nagyvállalat jelentősen átalakította termékszerkezetét, nem sikerült gátat vetniük a japán autóözönnek. Az átlagamerikai nem szentimentális. Hajlandó ugyan a hazai ipar támogatására, de csak abban az esetben, ha an-

nak termékei árban és minőségben jobbak az importénál.

Nyugat-Európa tanult az amerikai példából, és hosszú időn át igyekezett távol tartani a japán autóáradatot. Egy percre sem volt ugyanis kétséges, hogy az amerikai piac letarolása után az exportra berendezkedett japán gépkocsiipar Európát veszi célba. A Volkswagen, az Opel, a Peugeot, a Renault, a Fiat és a többiek egyetértettek abban, hogy valamilyen módon korlátozni kell a japán autók beáramlását a közös piaci tagországokba. 1987-ben Nyugat-Európában 11,1 millió új autó talált gazdára, ebből mintegy egymillió volt japán. Tavaly kontinensünk nyugati felén 12,1 millió új autót adtak el, ebből 1,2 millió viselte a Made in Japan feliratot. Öt ország – Nagy-Britannia, Franciaország, Olaszország, Spanyolország és Portugália – már néhány éve korlátozza a japán autók behozatalát. Piacukon a japán autók részesedése nem haladhatja meg az 1,5–5 százalékot. A Közös Piac töb-



Legkedvezőbb áron, egyedülálló garanciafeltételek!



L200 PICK UP 4WD

- Nehéz terepviszonyok ideális teherszállító járműve
- Dízelmotorral, összerék-meghajtással

MITSUBISHI L300 TRANSPORTER

- 6 személyes, vegyes használatú áruszállító
- Benzin és dízel változat
- Összerék-meghajtással is

MITSUBISHI CANTER

- Széles felépítmény-választék
- 3,5 és 7,5 t közötti össztömeg
- Cserélhető felépítmény
- 3-féle motor, 10-féle tengelytáv

**Mindhárom típusra garancia: három év vagy 100 000 km. Márkaszerviz, lízing.
DUNA INTERSERVICE Budapest III., Zay utca 24. Tel.: 188-9175, 168-6871**

A CÉL VÁLASZTJA AZ ESZKÖZT. MITSUBISHI



A légtérrelő lehetőségei

Kesjár-spoiler. Vajon a tragikus körülmények között meghalt fiatal, tehetséges autóversenyzőnek, Kesjár Csabának van-e köze hozzá?

– Van bizony – mondja *Kesjár Jánosné*. – Csaba a sógorom volt, s az üzletet tőle és apósomtól vettük át, amikor ő már nem tudta vezetni, mert a Schübel cégnél, a Forma-3-as kategóriában versenyzett, és minden energiáját, idejét erre fordította.

Kesjárék spoilerok, különféle idomok, lökhárítók, karosszéria-elemek készítésével, javításával foglalkoznak.

– Az üzletet még apósom alapította 1975-ben. Szabadalmát, a poliésztergyantából készült, üvegszál-erősítésű spoilerrel a Találmányi Hivatalban is jegyzik. Ide, az Almádi utcába nemrég költöztünk át a Thököly útról.

A spoilerok – légtérrelők – a kocsit vagy motor légtellenállását csökkentik, és elősegítik a biztonságosabb autózást. A spoilerrel „felöltöztetett” autó jobban tapad az úthoz, nem kap alá a levegő, ugyanakkor országúton 10 százalékos üzemanyag-megtakarítás is elérhető vele. A spoiler nagy előnye a rugalmasság. Szilárdságban vetekszik a fémmel, semminemű károsodást nem okoz az autóban. Kesjárék készítenek motorokhoz is spoilerket, plexivel kombinálva, továbbá sárvédőket, nyugati motorokhoz komplett „ruházatot”, amelyeknek az ára 14–19 ezer forint között mozog. (Ugyanez „kint” 1200–1400 márkába kerül.) Ezek a spoilerok védik a motorost esőtől, széltől, a hozzácsapódó apró bogaraktól. Hasonlóan praktikusak a motorok oldalán vagy hátulján elhelyezett tûradobozok, melyek csomagszállításra, futárszolgáltatásra alkalmasak – ezeket vákuumszíval készítenek.

– A szerszámainkat is magunk készítjük. Külföldi (nyugati) alapanyagból dolgozunk. Minden általunk gyártott alkatrész, elem kézi megmunkálással készül a mellettünk levő műhelyben – kapcsolódik beszélgetésünkbe a férj, *Kesjár János*. – Az elkövetkezendő időben szeretnénk keleti és nyugati gépkocsik lökhárítóit is gyártani. Míg például egy Nissan autó lökhárítójának a javítása – sérüléstől függően – 5–6 ezer forintba kerül, az új, gyári alkatrészért elkérnek 25–30 ezer forintot is. Mi ezt sokkal olcsóbban tudnánk előállítani. Régebben a mi tevékenységünknek nagyobb piaca volt. Az emberek anyagi helyzete nálunk is lemérhető – mondja Kesjár úr. – Ám a javítások iránti igény fellendült.

– csejtej –

GARÁZSLÍZING

A GarAgent részvénytársaság mindössze háromszázötven. Az évtizedekkel ezelőtt fejlődésnek indult autózásban rejülő üzleti lehetőségeket felismerve a Mogúrt és az Autóker „gründolta” a céget, amely sorozatos tőkeemelések után novemberben a tőzsdére megy. *Thaisz Kálmán* mérnök-közgazdász (50 éves) kezdetektől a vállalkozás vezetője:

– Megítélésünk szerint a magyar gépkocsialomány szükségyszerű, folyamatos korszerűsödése nem hagyhatja érintetlenül a „Csipkerózsika-álmát alvó” garázsipart sem. A már a magyarországi utakon is futó modern, nyugati gyártmányú gépkocsikat egyszerűen nem lehet rosszul felszerelt kis műhelyekben „buherálni”. A gépjármű-tulajdonosoknak jogos igényük, hogy a gyakran egymillió forint körüli vagy annál nagyobb értékű, komputerizált autójukat megfelelő színvonalon tartásuk karban. És a karbantartásban a hozzáértés és az állandó képzés mellett egyre inkább előtérbe kerül a prevenció, azaz időben felismerni a keletkező hibát, amelyhez a diagnosztika nélkülözhetetlen kellék. Egy készülékben lévő törvénytervezet keményen, európai normák szerint szabályozza majd a közúti gépjárművek mérgező gázkibocsátásának felső határát. Sorolhatnám tovább az érveket, de akinek van autója, az pontosan érti, miről beszélek, akinek pedig már ma is nagyon jó autója van, az az említett okok miatt külföldön szervizelteti a kocsiját.

– *Mi az oka annak, hogy a garázsipar, a szervizek nem ismerik fel a változtatás, a korszerűsítés szükségességét?*

– Talán sokan felismerték, vannak akik már léptek is, de mint a magyar gazdaság egészére, a garázsiparra is általában a tökeszegénység a jellemző. Ezen kívánunk segíteni azzal, hogy – az autós kisbefektetők bizalmára is számítva – tőzsdére visszük a cég papírjait és a befolyó pénzekből komplett, kulcsrakész lízingelhető szervizfajtaikat kínálunk a vállalkozóknak. De az előbbieket mellett kínálunk karosszéria-javításra, fényezésre és diagnosztikára tökéletesen felszerelt lízingelhető kisüzemi berendezéseket is. A vállalkozótól, a bankoktól eltérően a 20% előleg kivételével mi nem várunk különösebb fedezetet. A másik induló programunk országos szervizhálózat kiépítése, amivel szeretnénk elérni a nyugati színvonalat. Elvárjuk, hogy a szerviz betartsa a szigorú üzemi normákat, az ügyfélkezelés előírásait, mert egyébként nem jogosult a GarAgent-embléma viselésére. A szerviztulajdonos tehát független vállalkozó, aki meglehet, saját garázsát alakította műhellyé, de a garanciákat az nyújtja, hogy a háttérben egy nagy cég technológiai és alkatrészellátási támogatását élvezzi. Egy jól kidolgozott rendszerben évek alatt lehetőség van a kisüzem fokozatos fejlesztésére és egy korszerű, azonos szakmai színvonalat garantáló országos GarAgent javítóhálózat kialakítására. Ezért választottuk mottóul: a GarAgent a garancia!

– *Honnan szerezhetnek tudomást a vállalkozók a lízinglehetőség részleteiről?*

– Kisebbsajta kampányba kezdünk a közeljövőben, de akit már ma érdekel a lehetőség, az bátran telefonáljon!

– pusz –

bi tagállama nem korlátozta a japán autók piacra jutását, így az idei év elején a japán autógyártók a nyugat-európai piacon 11 százalékos részesedéssel rendelkeztek.

1993 elején megkezdődik az egységes nyugat-európai piac létrehozása, amely már nem tesz lehetővé behozatali korlátozásokat az autópiacon területén. Félő viszont, hogy megismétlődik az amerikai példa, a japán gépkocsigyártók ellepik a piacot. Ennek a helyzetnek az elkerülésére kezdődtek meg 1990 elején a tárgyalások Brüsszel és Tokió között.

Időközben a japán autógyárak az Egyesült Államokban már sikeresen alkalmazott „cselhez” folyamodtak. Sorra hozták és hozzák létre termelőüzemeiket a közös piaci tagországokban, elsősorban Nagy-Britanniában. (Az integrációs határokon belül gyártott és gyártandó gépkocsik ugyanis nem számítanak importnak, mennyiségüket nem lehet korlátozni.) A Nissan már évi 100 ezer autót gyárt Angliában, s már építi a gyárait a Toyota és a Honda is. Számítások szerint az évtized közepén csak Nagy-Britanniában 520 ezer autót gyártanak majd a japán leányvállalatok. A távolabbi elképzelések szerint az ezredfordulón már évi 1,2 millió japán autót készül a Közös Piac tagállamaiban, többek között Hollandiában és Spanyolországban.

A közös piaci-japán autóegyezményt mindkét fél győzelemként itéli meg. Brüsszel szerint a nyugat-európai autógyártóknak elegendő idő áll rendelkezésükre, hogy felkészüljenek a versenyre, Tokió pedig újabb exportlehetőségekhez jut. A megállapodás értelmében a japán autók részesedése a nyugat-európai autópiacon 2000-ben nem haladhatja meg a 16 százalékot. Ez a részesedés azonban csak a szigetországból behozott gépkocsikra vonatkozik, s nem foglalja magában a Közös Piac területén gyártott japán kocsikat.

Számítások szerint az ezredfordulón Nyugat-Európában 15,1 millió új autót adnak majd el, ebből a közvetlenül importált japán kocsik száma 1,23 millió darab lesz. A „házon belül” gyártott autókkal együtt a japán autópiacon piaci részesedése a közös piaci tagállamokban tehát megközelíti a 20 százalékot. (Egyelőre nem tudni, mekkora lesz majd a japán autópiacon részesedése az egész kontinensen, annyi azonban bizonyos, hogy Kelet-Európa fontos piac számukra. Ezt bizonyítja egyrészt a Suzuki-megállapodás Magyarországgal, másrészt pedig az a tény, hogy a japán autógyárak sorra nyitják le rakataikat, és építik ki szervizhálózatukat a kelet-európai térség országaiban.)

Az autópaktum értelmében a japán autóexport az idén és 1992-ben nem haladhatja meg az 1990. évi szintet. A megállapodás 1993. január elsején lép életbe, és hatálya 1999. december

31-ig tart. Japán arra is kötelezettséget vállal, hogy nem növeli autóexportját a megállapodás érvényességének ideje alatt abba az országba, amely jelenleg is korlátozza a behozatalt. Az export a nyugat-európai államok többségébe 1993 és 1999 vége között csak fokozatosan növekedhet, s a leányvállalatok kapacitása sem haladhatja meg az ezredfordulóra az 1,2 millió gépkocsit.

A nyugat-európai gyártók nem hagyhatják figyelmen kívül, hogy 2000-től „szabad lesz a gazda”, s a japán kocsik minden mennyiségi és értékkelkorlátozás nélkül kerülhetnek majd be az európai piacra. A nyugat-európai autógyártók számára néhány év áll rendelkezésre, hogy áramvonalasítsák önmagukat, hatékonyabbá tegyék a termelést, csökkentsék a költségeket, s olyan típusokkal jelenjenek meg a piacon, amelyek jó eséllyel veszik fel a versenyt a japán kocsikkal. Az elmúlt hónapokban több vezető nyugat-európai autógyár lépett egymással részvénycsere, kooperáció, közös fejlesztés és értékesítést stb. útján szorosabb együttműködésre. A szakemberek távolról sem tartják kizártnak, hogy az évezred végére csökken majd a nyugat-európai autógyártók száma, több cég ugyanis fúzióra készül. Valószínűleg beteljesedik Agnelinek, a Fiat elnökének 20 évvel ezelőtti jóslata: *„Az ezredfordulón Nyugat-Európában csak 5-6 autógyár marad majd állva.”*

Az autópiacon egyezmény aláírása után több autógyár nyilatkozott arról, miként kívánja fel- és kihasználni az ezredfordulóig tartó türelmi időt. A Fiat a következő öt évben megkészezi autópiacon beruházásait. A BMW tovább akarja csökkenteni termelési költségeit, s tovább kívánja javítani gyártmányai amúgy is magas minőségét.

Az amerikai példa intő jel az európai autópiacon számára: milyen közel is van már az ezredforduló. Az autópiacon rekonstrukcióra nincsen sok idő, hiszen egy-egy új modell kifejlesztése, gyártásba vétele több évet vesz igénybe. És senkinek sem lehet kétsége afelől, hogy a japán versenytársak számos meglepetést készítenek elő az ezredfordulóra, sőt már előtte is. Már megjelentek Nyugat-Európában a japán gyártmányú luxusautók – Acura, Lexus, Infiniti, Pegasus –, amelyek mind több fejtorést okoznak a hasonló kategóriákat gyártó Mercedesnek és BMW-nek. A tesztek tanúsága szerint a japán luxusautók műszaki paraméterei sok esetben felülmúlják a Mercedesét és a BMW-ét, az áruk pedig 20–40 százalékkal alacsonyabb. Újabb intő jel: a Mercedes és a BMW piaci részesedése egyre zsugorodik az Egyesült Államokban, s ezzel párhuzamosan a japán luxusautók eladási statisztikái minden korábbi rekordot megdöntenek.

Gonda György

KÉRDÉSEK – válaszok helyett

„Dzsungelháború”, „szürkeimportőrök”, „az autópiacon kalandorai”, „konjunkturnalovagok”, „sufnikereskedők” – a kifejezések méltatlannak arra, hogy kiejtsük a szánon a finom izléssel és ódon bútorokkal berendezett tágas irodában. Itt találkozhattunk három kitűnő jogásszal: dr. Antalffy Györggyel, dr. Réti Andrásossal és dr. Szeghő Miklóssal. Nagy tapasztalatú ügyvéd, parlamenti tanácsadó, híres autóversenyző!

– A kereskedelmi jog létező valami, még ha sok ellentmondás is van a paragrafusok között!

– A jog az autókerekedelemben érvényesíthetetlen, nincs kívül végrehajtani, betartatni a rendeleteket, szabályokat, törvényeket.

– Az államot csak a befolyt adók, vámok, illetékek érdeklik. Korábban a rendeletekkel kerékkötője volt minden vállalkozásnak, most túlzottan szabad kezét ad annak, aki ismeri a jogházakat. Az szabadon „rabol”.

– Hogyan lehetne rendet tartani 2500 autókerekedő tevékenysége körül?

– Kinek áll érdekében? – ezt kérdezi a nyomozó, ez az első kérdés, amikor bűnyűben eljárást indít a rendőrség.

– A vásárló és a vállalkozó érdekében kell rendet tenni, a törvényt érvényesíteni, ha autóval kereskedünk. De van-e erre mód, lehetőség?

– A csillag autósalonok mögött többnyire a márka garanciája áll. Egy multinacionális cég kidolgozott módszereket érvényesít az egész világon. Ezekkel nincs is különösebb gond, bár a márkaszervizek még nem tartják igazi piacnak Magyarországot. Itt vannak, jönnek, jelen akarnak lenni, vagy trambulni nekik ez az ország. Drágák, de biztonságot adnak. Ha egy márkás autó olcsó, ott baj van. Hallani olyat, hogy száz darab márkás gépkocsi áron alul eladó, akkor félni kell tőle, hogy ott állt a száz auto egy tengeri kikötő dokkjában egyik évig, kitéve az időjárásnak, erre már a gyártó garanciát nem vállal, rozsdás az auto, még ha 0 kilométeres is.

– El fognak hullani, akik nem tisztességesek!

– Hiába van fehér murvával felszórva az autóstépel, hiába lengenek zászlók a telep kerítésén, pilonjain, ha az auto, amit eladnak, ócska, selejtes, silány és főleg öreg!

– Miért nem csinálnak szerelőműhelyt, miért nem garázsból árulják autóikat? Miért nem vállalnak fél évi, egy évi garanciát autóikra, ha használtak is? Egy tapasztalt szakember tudja, mit kell megnézni egy használt autón, diagnosztikai műszerek is vannak, tapasztalat is van.

A polcok tele a hatályos magyar jogszabályokkal, egyéb szakkönyvekkel: erről esik szó.

– Ki tudja betartatni az 1990. évi LXXXVI. törvényt? Azt, ami „a tisztességtelen piaci magatartás tilalmáról” szól? Istenkáromlás ma Magyarországon ezt a törvényt emlegetni!

– Csak visszaélések vannak! Pereskedni nem is érdemes, nagyon ritka a per, nem tudunk róla, hogy lenne! Nagy céget nem perelnek, kicsit nem érdemes!

– Most zuhant a kereslet, hatalmas a kínálat. A főárost autóstépelek veszik körül. Majd tönkremennek! A tisztességes kereskedő megmarad!

Zimre Péter

AUTÓ & ÜZLET

Az összeállítást szerkesztette
Forró Tamás és Sós Péter János
Fotó: Kádár Kata, Kováts Zsolt
és Rózsavölgyi Gyöngyi

Tanácsadó és
Tőkehasznosító kft.

REÁLSZISZTÉMA

Lizing

**A LÍZING EGY MODERN
FINANSZÍROZÁSI ESZKÖZ, AZ ÖN
CSODAFEGYVERE AZ OPTIMÁLIS
EREDMÉNYÉRT VÍVOTT HARCBAN!**

AUTÓLÍZING ÉS INFORMÁCIÓS IRODA

1093 Budapest, Közraktár u. 12/b.
Tel./fax: 117-9895

ÁLTALÁNOS LÍZINGIRODA

1066 Budapest, Ó u. 35.
Tel./fax: 111-4888
Tel.: 111-5212

**GÉPEK, BERENDEZÉSEK, SZEMÉLY- ÉS HASZONGÉPJARMUVEK
LÍZINGSZORZOI ÉS A LÍZINGDIJAK FIZETÉSI ÜTEMEZÉSEI:**

Lizing- szorzó %	Fizetési időpontok és hányadok (lízingdíj %-os megoszlása)												
	8 napon belül	3. hó	6. hó	9. hó	12. hó	15. hó	18. hó	21. hó	24. hó	27. hó	30. hó	33. hó	36. hó
87-89	100												
95	80	5	5	5	5								
100	40	30	20	5	5								
106	30	17,5	17,5	17,5	17,5								
109	20	20	20	20	20								
109	40	10	10	10	10	10	10						
115	10		50		40								
115	30		24		23		23						
115	40		15		15		15		15				
120	20		27		26,5		26,5						
120	30		17,5		17,5		17,5		17,5				
120	40		12		12		12		12		12		
125	-	17	17	17	17	17	15						
125	20	10	10	10	10	10	10	10					
125	30		14		14		14		14			14	
125	40		10		10		10		10		10		10
130	-		34		33		33						
130	10	11,5	11,5	11,5	11,5	11	11	11	11				
130	30	6	6	6	6	6	6	6	6	5,5	5,5	5,5	5,5

Lízingszorzők vetítési alapja a bruttó beszerzési ár

EXTRA KEDVEZMÉNYEK!

Új autók (pl. Opel, Ford, Peugeot) lízingjénél 3-5 % pont kedvezmény, Opel Vectrák, Fordok rövid szállítási határidővel átvehetők.

Tanácsadó és
Tőkehasznosító kft.

REÁLSZISZTÉMA

Menedzset
Shop



ÚJ

SPECTRUM
Samsonite

A Spectrum utolérhetetlen kényelmet biztosít utazásai során. Az új Samsonite-terméket egyedülálló fék-rendszerrel szerelték fel. Eredeti bőröndkonceptió, amely kielégíti a luxus és a funkcionális igényeket.
GIUGIARO DESIGN SAMSONITE TECHNOLOGIA

WE NEVER CEASE TO AMAZE YOU.
SOHA NEM SZÜNÜNK MEG CSODÁLNI ÖNT!

A Samsonite MEGHATALMAZOTT MÁRKAKERESKEDŐJE!
Reprezentatív üzleteink az átlagosnál kedvezőbb árakkal várják!

AJÁNLATAINKBÓL:

- Samsonite-bőröndök, diplomata- és kézitáskák
- vállalati reklám- és ajándéktárgyak, cégfeliratozással is
- menedzserkalkulátorok, naptárak, a teljes OPTIMUM naptárcsalád
- írószerek, irodai kiegészítők
- gyakorlatias adózási, pénzügyi szakkönyvek, az APEH-Verzál-kiadványok teljes választéka

ÜZLETEINK:

Budapest IX., Ferenc krt. 3.
Tel./fax: 133-8303

Budapest V., Vámház (volt Tolbuchin) krt. 10.
Tel./fax: 117-4438