

ÉS PIACOK

Mamut-beruházások a GM-nél

A General Motors nemrégiben bejelentette, hogy a következő öt esztendőben – az Észak-Amerikán kívüli piaci részesedés növelése érdekében – 14,5 milliárd dolláros beruházási programot szándékozik megvalósítani. A statisztikák szerint ez az összeg mintegy 30 százalékkal haladja meg azt a sumrát, amelyet a GM az elmúlt fél évtizedben fordított tevékenysége bővítésére, termékfejlesztésre és új gyárak létrehozására Észak-Amerikán kívül.

Szakértők szerint a 14,5 milliárd dollár meglehetősen nagy összeg ahhoz képest, hogy a vállalatbirodalom a tavalyi év első felében a külföldi értékesítésből mindössze 341 millió dollár nettó profitra tett szert. (Tavaly a GM az Egyesült Államokban 4,8, külföldön pedig 3,2 millió járművet értékesített.) A jelenlegi kedvezőtlen gazdasági kilátások ellenére a detroiti cég vezetése bízik az ázsiai és latin-amerikai piacok megerősödésében és fel-futásában.

A General Motors jelenleg tíz helyen gyárt járműveket Latin-Amerikában, ahol tavaly sikerült megszereznie a helyi gépkocsipiac 19,5 százalékát. Az idei év első felében a GM piaci részesedése már elérte a 21 százalékot 300 ezer eladott autójaival.

Louis R. Hughes, a GM nemzetközi részlegének elnöke szerint az ázsiai és a csendes-óceáni térség piaca a következő tíz évben összesen 7 millió gépkocsival növekszik. Ebben a térségben a GM jelenleg 4 százalékos részesedéssel rendelkezik, amit öt év alatt 10 százalékosra szándékozik növelni. A cél elérésére az elmúlt öt esztendőben a General Motors 2,5 milliárd dollárt fektetett be a térségben. A külföldi eladások döntő része azonban ma még Európára jut: a GM 35 milliárd dolláros nemzetközi forgalmából Európa részesedése eléri a 24 milliárd dollárt.

SS-100-80

AUTÓK ÉS

márítva



FOTÓ: EURÓPA MOBIL ARCHÍV

teljesítménnyel. A klasszikus stílusú német terepjáró további újdonsága az a szerkezet, amit a szakma csak „röptében kapcsolóként” emleget. Ennek a lényege, hogy az összkerékmeghajtást 100 km/óra sebességig egyetlen gombnyomással, menet közben lehet bekapcsolni. Első ízben jelent meg az Opel dzsipjeinél (a V6-os és a DTI motorizáltságúaknál) opcióként az automata váltómű is, ami a terepezést tovább könnyítik.

Az Opel dzsippek rendkívül nehéz terepen megrendezett első tesztvezetése során valamennyi változat kitűnőre vizsgázott. Általános volt az a szakmai vélemény, hogy miközben az utazási komfort jelentősen javult, az úgynevezett akadályleküzdő képesség is fokozódott. A Sport változat 216 milliméteres, a „vagon” 215 milliméteres szabad magasságával félméteres gázlókon is simán átjut,

Volvo-búcsú Kanadától

98. 10.
29.

A Volvo autógyár nemrégiben hozott döntése értelmében decemberben bezárják a cég Halifaxban működő üzemét, amely már 35 éve szerel össze személykocsikat. A svéd vállalat ezzel a döntéssel kilép az úgynevezett amerikai–kanadai autóegyezményből, amely mindazon külföldi gyártók részére vámmentességet biztosít, amelyek az illető üzemben legalább annyi gépkocsit gyártanak, amennyit otthon is eladnak. Az intézkedés nem érinti a Volvo kanadai buszgyárait.

A Volvo személykocsik kanadai összeszerelésének beszüntetésével a leányvállalat 233 alkalmazottja veszíti el állását. Ők tavaly mintegy 8 ezer S70-es és V70-es modellt szereltek össze a Svédországból érkező alkatrészekből. Kanadában tavaly egyébként 1,39 millió személyautót értékesítettek.

A kiváló minőség
Keresse fel má

COOL

KOCSIS ÉS TÁRSA KFT **BAJA**
• M3 AUTÓ-KERESKEDELMI
KFT **DEBRECEN-JÓZSA**, TEL
AUTÓKERESKEDELMI KFT
KOTO AUTÓHÁZ KFT **KAPOS**
KFT **MISKOLC**, TEL.: 06 46 31
PÉCS, TEL.: 06 72 325 553 • T
TEL.: 06 99320 660 • TOYOTA
TEL.: 06 22 337 589 • AUTÓFÓ
VESZPRÉM, TEL.: 06 88 427 0

Nagy nyereségek az USA autóiparában

Az Egyesült Államok második legnagyobb autógyára, a Ford nyeresége 10 százalékkal nőtt a harmadik negyedévben, s elérte a rekordnak számító egymilliárd dollárt. A profit annak ellenére növekedett, hogy a forgalom 36,1-ről 32,6 milliárd dollárra csökkent, az értékesített járművek száma pedig 1,59-ről 1,48 millió egységre esett vissza. A Ford-csoport észak-amerikai leányvállalata egymaga 900 millió dolláros nyereséget ért el, szemben az egy évvel ezelőtti regisztrált 620 millióval.

Dél-Amerikában a Ford a harmadik negyedévben a tavalyi 133 millió dolláros nyereséggel szemben idén 44 millió dolláros veszteséget könyvelhetett el. Ennek oka – a cégvezetés és a szakértők egybehangzó véleménye szerint – mindenekelőtt a brazil piac drámai visszaesése volt. Az előrejelzések szerint nem valószínű, hogy a Ford dél-amerikai gyárai az idei esztendőt nyereséggel zárják majd.

Európában a Ford a harmadik negyedévet 273 millió dolláros veszteséggel zárta, míg egy évvel korábban a veszteség 147 millió dollár volt. Ezt a vállalatbirodalom elsősorban az Escort modell kifutásával és a helyébe lépő Focus bevezetésével magyarázza.

A Ford gazdasági igazgatója úgy véli, hogy a brazil autópiac még jövőre is nyomott lesz. Észak-Amerikában és Európában viszont a konjunktúra legkevesebb 2000-ig tart, ami az alacsony kamatoknak, illetve a töretlen vásárlói bizalomnak köszönhető.

Nagyszerű eredménnyel zárta a harmadik negyedévet a Chrysler. A profit 682 millió dollár volt, s ez az összeg rekordnak számít, másrésztől 55 százalékkal haladja meg az egy évvel korábbit. A harmadik legnagyobb amerikai autógyár a harmadik negyedévben 13,2-ről 15 milliárd dollárra növelte forgalmát, az értékesített autók száma pedig 605-ről 673 ezerre nőtt.

Elemzők véleménye szerint a Chrysler kiváló eredménye

főleg az új modellek kedvező piaci fogadtatásának, valamint a meglehetősen drasztikus költségcsökkentő intézkedéseknek köszönhető. A termelés és az értékesítés területén a harmadik negyedévben összesen 300 millió dollár megtakarítást sikerült elérni.

Robert Eaton cégelnök szerint igen fontos a Chrysler számára, hogy kínálati palettája nemcsak megújult, hanem folyamatosan és rugalmasan követi a vásárlói igényeket is. A cég modelljei közül – az értékesítési statisztikák tanúsága szerint – különösen népszerű az új Jeep Grand Cherokee, a Dodge Durango, a Ram Quad Cab és a 300M. A vállalat stabilitása szempontjából igen fontos, hogy szeptember végére a Chrysler tőketartalékai az egy évvel ezelőtti 6,9-ről 9,6 milliárd dollárra növekedtek.

Miközben a Ford és a Chrysler kimagasló harmadik negyedévet zárt, a General Motors teljesítményére ugyanabban a negyedévben a nyári sztrájk kedvezőtlen hatást gyakorolt. Az összesen 1,2 milliárd dollár veszteséggel járó munkabeszüntetések, valamint egy alkatrészgyártó leányvállalat értékesítésével kapcsolatban keletkezett veszteség miatt a világ első számú autógyártója a harmadik negyedévet 809 millió dollár negatívummal zárta.

A GM árbevétele a harmadik negyedévben 34,4 milliárd dollár volt, vagyis 5,6 milliárdal kevesebb, mint az előző három hónapban. Az USA-n kívüli piacokon a General Motors 1997 harmadik negyedében 560 millió dollár nyereséget ért el, idén ez az összeg viszont nem haladta meg a 341 milliót. Különösen jól szerepelt a General Motors külföldi piacai közül Európában, ahol továbbra is tart az autóipari konjunktúra. A GM európai nyeresége a harmadik negyedévben elérte az 50 millió dollárt, ami mintegy két és félszerese az előző év azonos időszakában regisztrált profitnak.



Szövetségre lépett a GM és a Suzuki

98. évt. 8.

Nagy jelentőségű stratégiai szövetséget kötött egymással szeptember második felében a General Motors és a Suzuki Motors. Az ügylet azért is figyelemre méltó, mert a világ második legnagyobb autógyártója akkor határozott el nagy volumenű befektetést Ázsiában, amikor a többi vezető cég sorra vizsgálja felül a régió országaival kialakított, illetve tervezett üzleti kapcsolatait. Elég példaként arra utalni, hogy a Ford letett arról a korábbi szándékáról, hogy többségi tulajdont szerezzen az igencsak megroggyant Kia autógyárban.

A GM mintegy 42,3 milliárd jent (315 millió dollár) „fecskenedezett” a Suzukiba, amelynek erőssége a kompakt és a kisautó-kategória. Egyébként ezen kategóriák iránt várható a fizetőképes kereslet növekedése a jövőben Ázsiában. A stratégiai szövetség nagy előnye, hogy ötvözi a két autógyártó egymást kiegészítő erősségeit, mégpedig éppen egy olyan időszakban, amikor az autóipar szinte minden szereplője számára kiemelten fontossá vált a globális szövetségek létrehozása.

Az egyik ismert iparági elemző szerint a Suzukinak szüksége volt egy nagy testvérre, de ez nem kerülhetett ki a többi japán autógyártó közül. A GM és a Suzuki hosszú múltra visszatekintő kapcsolatainak fényében logikus lépés történt: a két cég egymásnak természetes partnere. A Suzuki tavaly 1179 milliárd jen forgalom mellett 9,53 milliárd jen nettó nyereséget ért el. A cég véleménye szerint a stratégiai szövetséget nem pénzügyi nehézségek miatt hozta létre, a tárgyalások még akkor kezdődtek, amikor a Daimler-Benz és a Chrysler összeolvadási szándékát nyilvánosságra hozták.

A stratégiai szövetség a meglévő közös vállalkozásokra épít, s kiterjed Európára, Kanadára és Dél-Amerikára. Annak ellenére, hogy a tőkeinjekció nyomán a GM lesz a Suzuki legnagyobb részvényese, az amerikai cég egyetlen képviselőt sem delegál az igazgatótanácsba. A Suzuki menedzsmentje tehát érintetlen marad; a japán cég nem lesz része a GM-családnak, amely magába foglalja az Opelt, a Saabot, az ausztráliai

Holdent, valamint az Isuzut. Ez utóbbi japán személykocsi- és teherautógyárban a General Motors 37,4 százalék tulajdoni hányaddal rendelkezik. Elemzők egybehangzó véleménye szerint a Suzuki számára nagy önállóságot biztosító megállapodás nyomán a japán autógyár a jelenleginél jóval erősebb piaci pozíciókat építhet ki Európában és Dél-Amerikában, s tovább bővítheti jelenlétét az ázsiai piacokon.

A stratégiai szövetség tervei szerint a GM alkatrészeket és részegységeket szállít a Suzukinak, a japán cég cserébe pedig rendelkezésre bocsátja tapasztalatait a kiskocsi és az egyéb kis méretű, 660 köbcentiméteres motorral rendelkező járművek területén. Az ügylet számottevően megerősítette a General Motors pozícióit az ázsiai csendes-óceáni térségben. Ismeretes, hogy a GM szoros kapcsolatban áll a Daewooval is, s az Opel-kocsikat már Thaiföldön és Ausztráliában is értékesítik. A térségben a GM számára jelenleg a Suzuki a legfontosabb helyi partner, s az sem elhanyagolható szempont, hogy a japán autógyártó működési költségei jóval alacsonyabbak a GM-énél. Jack Smith, a General Motors elnöke nemrégiben célul tűzte ki, hogy belátható időn belül az eladásokban az ázsiai térség részesedése megkétszereződik, vagyis 5-ről 10 százalékra növekszik.

A Suzuki viszont az idén 2 százalékos keresletcsökkenéssel számol, s ez elsősorban a japán gazdaság átmenetileg válságos helyzetének tudható be. A General Motors és a Suzuki már tárgyalásokat kezdett két, kifejezetten az ázsiai piacra szánt jármű fejlesztéséről. Az egyik modell városi kisautó, a másik pedig egy könnyű mezőgazdasági jármű lesz.

A GM számításai szerint a vállalkozás csak viszonylag hosszú idő múlva lesz nyereséges, az ázsiai autópiac ugyanis egyelőre nem kerül ki a hullámvölgyből. Hosszú távon azonban az új stratégiai szövetség kedvező piaci pozíciókra számíthat Ázsiában, amelyet elemzők a jövő legdinamikusabban bővülő autópiacának tartanak.

85-ös FIAT Uno 1,3 DS, 380 ezerért. Mindkét autón alaposan meglátszott a használat és a gondozás hiánya. Nem is kellett szakember ahhoz, hogy megállapíthassuk, melyik alkatrészt vagy karosszériaelemet kell majd cserélni.

Most múlt tízéves a FIAT Uno 1,3 D – állította sokadik tulajdonosa –, és

féktárcsát és betét, azonban állapotvi jövőre már a harn következik. Úgy g költenénk hatszáz körültekintés nem

Heti árszondá

A Magyarországon működő márkaképviseletek újautó-árai mostanában olyan rövid életűek, hogy ember legyen a talpán, aki elmondhatja, naprakészen ismeri az összeset. Az árakat ugyanis nemcsak a devizaárfolyamok és a forintleértékelések mozgatják, de maguk a gyárak is.

Mellékletünk megpróbálja hétről hétre követni a piaci tarifákat, természetesen márkák szerinti bontásban, de hely hiányában nem tudunk mindig teljes listát közölni.

A táblázatunkban szereplő aktuális árakról annyit, hogy ezek a vámot, az áfát, valamint az illetéket tartalmazták. Szondánkkal ezen a héten a Suzuki legújabb árait vettük célba.

Típus

Swift 1,0 GA
Swift 1,0 GL
Swift 1,0 GLX
Swift 1,3 GC
Swift 1,3 GLX
Swift 1,3 GL
Swift 1,3 GLX
Swift 1,6 GX
Vitara 1,6 JLX
Vitara 1,6 JLX
Grand Vitara 2,0
Grand Vitara 2,5 V6
Baleno 1,6 GLX
Baleno Wagon 1,6 GLX
Baleno Wagon 1,8 GTX
Wagon R 1,2 GL
Jimny 2WD
Jimny 4WD



HONDA

Felkészült a télre



**Honda CR-V
Real-time 4WD**

98. 9. 30.

Toyota-többség a Daihatsuban

Japán első számú autógyártója, a Toyota bejelentette, hogy 34,5-ről 51,2 százalékra növelte tulajdoni hányadát a kiskocsik előállításában jelentős tapasztalatokkal rendelkező Daihatsu autógyárban. Ez az első eset, hogy japán cég többségi tulajdont szerez egy másik japán autóiipari vállalkozásban. A tulajdoni hányad növelésére részvényvásárlás útján került sor: a Toyota 37,1 milliárd jen összegű Daihatsu-papírt szerzett meg. A gyors

döntésben fontos szerepet játszottak a világ autóiiparában felgyorsult fúziós folyamatok, mindenekelőtt a Chrysler és a Daimler-Benz tavasszal bejelentett összeolvadása, amelyvel a páros méretét tekintve közelebb került a világ harmadik legnagyobb autógyártójaként számon tartott Toyotához.

Az autóiipari ágazat elemzőinek véleménye szerint a Daihatsu beolvasztásával a Toyota várhatóan képes lesz

tovább csökkenteni a termelési költségeket, ami számottevő előnyt jelenthet az éles piaci versenyben. Hírek szerint a Daihatsu önálló arculatát a Toyota a jövőben is meg akarja őrizni, és a cég tervezési és gyártási előnyeit a most fejlesztendő Toyota-modelleknél már kamatoztatni fogja. Szakértők szerint a Toyota legutóbbi modelljeinek (Starlet és Tercel) piaci sikere – mindenekelőtt Európában – elmaradt a vá-

rakozásoktól. Emiatt a cég vezetése a Daihatsu beolvasztásából származó szinergiaelőnyeit már a legújabb, franciaországi beruházás során szeretné kiaknázni.

A március 31-én befejeződött pénzügyi évben a Daihatsu 738 milliárd jen (egy dollár mintegy 142 jen) forgalom mellett 13,45 milliárd jen adózás előtti nyereséget ért el. Ez a profit mintegy 31 százalékkal marad el az egy évvel korábban regisztrálttól.

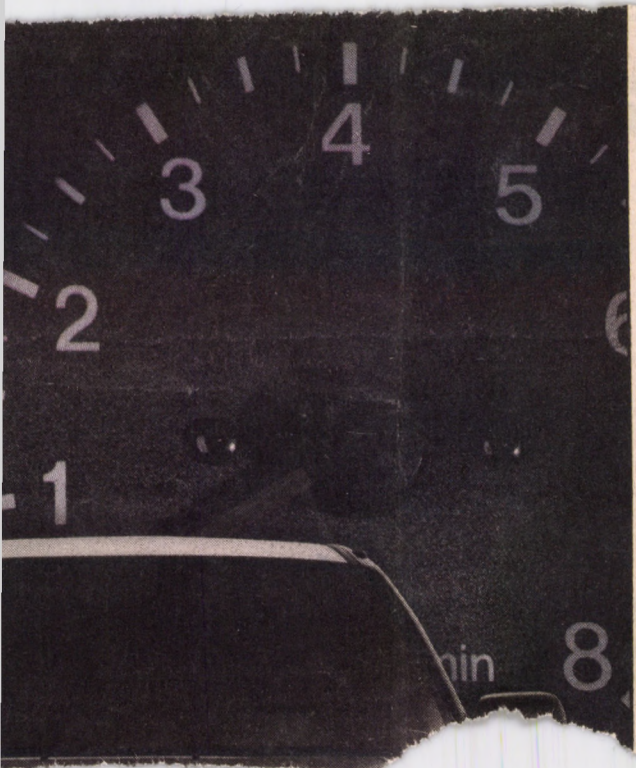
A folyó pénzügyi évre a Daihatsu 760 milliárd jen árbevétel és 12 milliárd jen bruttó nyereséget irányzott elő.

Szakértők szerint nem kizárt, hogy a Toyota akár ebben az évben, de legkésőbb a jövő esztendő elején – a jelenlegi 20,1 százalékos részesedését kiegészítve – a Hino Motors teherautógyárban is többségi tulajdoni hányadot fog szerezni.

Magyar Hírlap • G. Gy
1998. X. 1.

MAGYAR HÍRLAP TESZT: NISSAN ALMERA 1.6

nyugalom b



szigorú környezet-
védelmi előírásokat teljesít-
sék, takarékos üzeműek le-
gyenek, ugyanakkor a dina-
mikus haladást, illetve az egy
feltöltéssel megtehető út
hosszát tekintve egyenérté-
kűek legyenek a belső égésű
motorral hajtott autókkal.

A Toyota esetében a gya-
korlati megvalósítás már
olyan szintre jutott, hogy az
elmúlt év őszén történt be-
mutatása óta megkezdték a
Prius elnevezésű hibridhajtá-
sú személyautó sorozatgyár-
tását, Japánban már jó ideje
árujják is az autót, sőt a na-
pokban megindult az európai

zínmotor által leadott teje-
sítményt a gázpedál állásától,
az autó pillanatnyi sebessé-
gétől, valamint az akkumulá-
tor töltöttségétől függően ad-
ja át a kerekeket hajtó tenge-
lyekre és a generátornak. Ez
utóbbi látja el azután az át-
alakított villamos energiával
a villanymotort és az akku-
mulátort.

A hibridhajtás felsorolt
elemeinek közreműködésé-
vel ötféle üzemmódot lehet-
séges. Lassú haladáskor, in-
duláskor vagy enyhe emelke-
désen kizárólag az akkumulá-
torról táplált villanymotor
hajtja a kerekeket. Normál

megindulás egy például a
változtatható szelepvezérlés
– ugyancsak elősegítik az
üzemanyag-fogyasztás mér-
séklését. A tervezők különle-
ges hangsúlyt helyeztek a
belső súrlódás csökkentésé-
re. Tekintettel arra, hogy a
motor fordulatszámát per-
centként 4000-re korlátozták,
a kisebb mechanikai igény-
bevétel következtében ki-
sebb méretű és könnyebb
alkatrészek beépítésére nyílt
lehetőség, ami szintén hozzá-
járul a kedvező fogyasztá-
shoz.

• Deák János

Új, sportos formában a Seat Toledo

Kiszivárogtatott hírek a Chrysler–Daimler-Benz együttműködésről

Mercedes M-osztály Grazból

Pontos részleteket még mindig nem lehet tudni a Chrysler–Mercedes egyesüléséről, de néhány érdekes hír már kiszivárgott.

A Daimler-Benz a közel-múltban bejelentette, hogy új terepjáróját, az M-osztályt Ausztriában is gyártani szándékozik, mégpedig egy olyan üzemben, amely szoros kapcsolatban áll a Chryslerrel. Ismeretes, hogy a Daimler-Benz és a Chrysler tavasszal összeolvadási szándékáról adott tájékoztatást, valamint, hogy a Chrysler Grazban is gyártja a Voyagert, illetve itt szeretnének helyet biztosítani az új Cherokee gyártósorának is. A Mercedes az M-osztályú kocsikat tavaly kezdte gyártani új amerikai üzemben. Mind az USA-ban, mind pedig Nyugat-Európában hosszasan kell várakozni az autóra, a kereslet ugyanis



FOTÓ: EURÓPA MOBIL-ARCHÍV

jócskán meghaladja a kapacitásokat. Az ausztriai gyártás beindítása éppen azt a célt szolgálja, hogy a bővülő ter-

melés nyomán számottevően csökkenjen a várakozási idő. A kocsikat a Steyr-Daimler-Puch (SDP) grazi gyárában

állítják majd elő. A korábbi állami vállalat jelenleg a kanadai Magna többségi tulajdonában van. A Daimler és a

Chrysler szoros együttműködést tervez az anyagbeszerzés és a logisztika területén az M-osztály ausztriai gyártásában. Egyébként tavaly január óta a Tuscaloosa-i (Alabama állam) üzemben több mint 60 ezer M-osztályú kocsit szereltek össze. A 300 millió dolláros beruházással épült gyár kapacitását nemrégiben bővítették évi 65-ről 80 ezer egységre, s a kapacitás növelése mintegy 40 millió dollárba került.

Ausztriában a termelés a tervek szerint a jövő év közepén indul majd be, s Grazban évi 30 ezer Mercedest állítanak majd elő. A Mercedes-Benz egyébként 1979 óta áll szoros kapcsolatban az SPD-vel, amely többek között az E-osztály négykerék-meghajtású változatát is gyártja.

MŰSZAKI SZEMINÁRIUM 184.

Aktív ülések

ehasonlító táblázat

	Évjárat	Ár (E Ft)
ara 1,3	88	360
	89	360
1,5	87	300
1,1	87	450
D	91	710
	87	420
t 1,3	81	300
RD 1,9	87	580
0	82	360
1,5	91	740
05 GRD	85	540
)	92	650
05 1,6	84	470
1,3 DS	85	380
1	79	270
5 D	82	240
3	86	560
arlet 1,3	86	480
1,3 D	87	440
1,6 D	85	260
1,3	84	540
Sunny 1,3	85	400
AT 126	87	180
"	87	700

Statisztikák bizonyítják, hogy minden egyes napon legalább százezer új járművel és tíz technikai újdonsággal gazdagodik az autós világ, vagyis a moderngépkocsi-ismereteinket is jócskán megelőzi. Rovatunk ezt a lemaradást kívánja csökkenteni.

Ha végiggondoljuk, hányféle követelményt kell egyszerre teljesítenie egy korszerű autó ülésének, hamar rájöhethetünk, hogy ma már egy ilyen látszólag egyszerű szerkezet is komoly műszaki alkotás, és jelentős kutató-fejlesztő munka húzódik meg annak háttérében, hogy kényelmesen és biztonságosan üljünk az autóban, s hosszú úton se fáradjunk el túl hamar.

Az üléseknek először is megfelelő méretűeknek kell lenniük (ennek biztosítása nem is olyan egyszerű, ha belegondolunk, hogy eltérő ma-



nok esetében, amelyeket elsődlegesen a hosszú utak kényelmes, zavartalan megtételére terveztek.

Nem véletlen, hogy a luxuslimuzinok két vezető gyártója, a Mercedes és a BMW szinte egy időben vezetett be egy új fogalmat és vele a hozzá tartozó műszaki megoldást: ez nem más, mint az aktív ülés. Az ortopédiai szakemberek közrműködésével kidolgozott rendszer menet közben változtathatja az ülés jellemzőit, késleltetve a háttizomzat görcsös megfeszülését, zsidbadását, ezáltal lassítva az elfáradást. A Mercedes ezt úgy oldotta meg, hogy az ülésbe összesen hét légkamrát építettek be. Ezek nyomása részben a vezető igényeinek megfelelően állítható be, a csípő feletti kamra nyomása pedig gombnyomásra pulzálva változik: 10 másodperc alatt 100

Rekordévre számít az Audi autógyár

Az idei év első felét a Volkswagen-csoporthoz tartozó Audi 804 millió márkás adózás előtti nyereséggel zárta, ami 64 százalékos profitnövekedést jelent. Ezzel az eredménnyel az Audi Európa leggyorsabban fejlődő autóipari cégeinek sorába tartozik. A profitnövekedés nagymértékben köszönhető annak, hogy az Audi új luxusmodelljei iránt világszerte nagy kereslet mutatkozik. Ez a megállapítás annak ellenére igaz, hogy az első félévben a cég eladásai Németországban és Japánban csökkentek. Kiemelkedően növekedett viszont az értékesítés Franciaországban és Spanyolországban.

Franz Josep Paefgen cégelnök szerint idén az Audi valószínűleg rekordforgalmat és nyereséget ér majd el: az értékesítés várhatóan eléri a 25 milliárd márkát, míg 1977-

ben a cég forgalma 22,4 milliárd márká, nyeresége pedig 1,11 milliárd márká volt.

Az első félévben az Audi értékesítési bevétele 27 százalékkal volt több, mint egy évvel korábban. Az eladások a legnagyobb mértékben Nyugat-Európában nőttek, míg Ázsiában – a gazdasági válság miatt – 15-20 százalékkal esett vissza a forgalom. Idén hat hónap alatt az USA-ban 20410 Audit adtak el, 19,9 százalékkal többet, mint egy évvel korábban. Mindent összevetve: az év első felében az Audi csaknem 304 ezer kocsit értékesített, s ez 10 százalékos növekedésnek felel meg.

Mint a VW-csoport tagja, az Audi részese és hasznélvezője a Ferdinand Piech cégelnök által kezdeményezett, elsősorban a költségek csökkentését szolgáló úgynevezett platformprogramnak.

Ennek az a lényege, hogy azonos alapra többféle modell karosszériái és egyéb tartozékai épülnek. A cég számára további jelentős presztíznövekedéssel jár, hogy a VW megvásárolta a Lamborghini, amely az ingolstadt-i székhelyű Audi irányítása és ellenőrzése alá kerül.

Az idei év eddig eltelt részében Németország vezető autógyártói – többek között a VW, a BMW, a Mercedes-Benz és a Porsche – kedvező üzletmenetről adtak számot, ami több okra vezethető vissza. Ezek közül érdemes megemlíteni a világszerte bővülő keresletet a német kocsik iránt, az érintett autógyárak sikeres új modelljeit, valamint azt a tény, hogy a márká a dollárral szemben relatív gyenge, így kedvezőek az export feltételei.

KÓDOK ÉS JELENTÉSEI

GTJ: gépkocsik teljes körű javítása, GÁ: garanciális átvizsgálás, ZK: zöld kártya, MV: műszaki vizsga, AK: autó kölcsönzés, BÜ: biztosítási ügyintézés, KSZ: kipufogók szerelése,

TJT: teherautók javítása 8 t-ig, RSZ: riasztó szerelés, VHSZ: vonóhorog szerelés, KAJ: karambolos autók javítása, AÉ: alkatrész értékesítés, ÁV: állapot vizsgálat, FB: futómű beállítás, DMD: dízel motordiagnosztika, KV: korrózió védelem, GSZ: gumi szerelés, HL: hitel és lízing lehetőség, SZSZ: szélvédők szerelése, AHR: autó hifi rádió, HKE: hitelkártya elfogadása, AKOZ: autó kozmetika.

A kódolt hirdetések tel./faxon is megrendelhetők: Tel.: 210-0050/267 Magyar Hírlap — Autóbörze.

SZERVIZEK ÉS SZOLGÁLTATÁSOK

PEUGEOT CITY

hivatalos márkaszerviz



PEUGEOT

1134 Budapest, Dózsa György út 61.
Tel.: 320-9004, 350-6205, 239-3940.
Nyitva tartás: 7.30 – 16.30 óráig.

Szolgáltatások: GTJ, MV, BÜ, KAJ, AÉ.

SUZUKI BUDAÖRS



2040 Budaörs, Forrás u. 1.
Tel.: (06-60) 319-118, 118-118, 212-1669, (06-23) 416-854,
(06-23) 416-855

Nyitva tartás: H–P: 7–18 óráig
Szolgáltatások: GJK, GÁ, ZK, MV, BÜ, RSZ, VHSZ, KAJ, FB,
HL, AHR.
Speciál: Autómentés.

SOLYMÁRON – OPEL WAGLER



Opel márkakereskedés

2083 Solyvár, Mátyás kir. u. 45.
Tel.: (06-60) 361-222, (06-26) 360-179
Nyitva tartás: H–P: 8–17 óráig



H-K: 210-0050/2

PORSCHE INTER-AUTO BUDA



Porsche Buda

Telephely: 1117 Budapest,
Prielle K. u. 45.
Telefon: 204-4070,
Fax: 204-4071.

AUDI A4 1.6. TSZ: 2, ÜM:
b, CCM: 1595, GYÉ: 1997.
KM: 31 000, SZ: zöld MF,
K%: 90, G%: 90, MV: 2000,
EX: AC, R, jobboldali air-
beck, Á: 4 699 000.

SEAT TOLEDO 1,6 SE.
TSZ: 2, ÜM: b, CCM: 1598,
GYÉ: 1997., KM: 23 000,
SZ: fehér, K%: 90, G%: 90,
MÉ: 2000., EX: légzsákok,
RM, Á: 2 500 000.

SKODA FELICIA LX. TSZ: 2,
ÜM: b, CCM: 1289, GYÉ:
1997., KM: 26 000, SZ: fehér,
K%: 90, G%: 90, MÉ: 2000.,
EX: RM, Á: 1 519 000.

VW GOLF 1,6 100 LE ABT

ÜM: b, CCM: 1400,
1991. 12., KM: 80 000
kék, K%: 90, G%: 70,
2000., EX: EA, KZ, R,
lámpa, Á: 870 000.

PEUGEOT CITY



PEUGEOT

Telephely: 1134 Bp
Dózsa György út 61
Tel./fax: 350-6204

PEUGEOT 206. TSZ:
ÜM: b, CCM: 1124, C
1999., KM: 0, SZ: vák
ható, K%: 100, G%:
MÉ: 3 év, EX: rend
szerint, Á: 2 150 000 F

PEUGEOT 106 Classi
TSZ: 0, ÜM: b, CCM:
GYÉ: 1998., KM: 0, S
hír, K%: 100, G%: 100
3 év, EX: gyári, Á: 1 799
PEUGEOT 306 1,4 5 a.
0, ÜM: b, CCM: 1360,
1998., KM: 0, SZ: feh

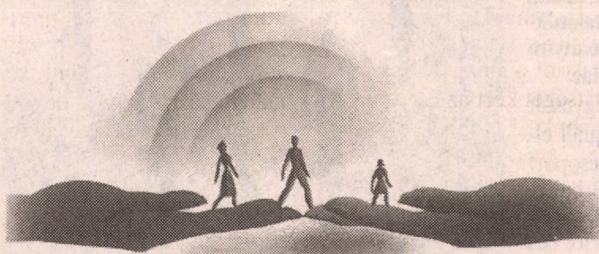
Vízkereszt vagy amit akarnak...

Áldás nélkül: oldás és kötés

A tanácsadó üzletág birodalmi, a Big Six házasságot bejelentő cégei még nem kapták meg a frigyhez, az amerikai versenyhatóság és a brüsszeli bizottság áldását, a hírek szerint erre az 1998-as év közepéig nem is nagyon lehet számítani. A gyakorlatban a jelek szerint a birodalmak áldás nélkül is készek a nászra. Ugyanakkor az 1998-as év első szenciója volt, hogy a Big Six élén álló Arthur Andersen, amely jó egy éve jelentette be, hogy kettéválasztja tanácsadói és könyvvizsgáló üzletágát, majd váratlanul visszalépett a tervtől, mégis elszánta magát a válásra. A vízkereszttel kezdődő üzleti év tehát sorozatos meglepetésekkel indult.

Az 1998-as év első napján lépett életbe a Price Waterhouse és a Coopers and Lybrand fúziója, amelyet a két cég üzletársai tavaly novemberben elsöprő többséggel jóváhagytak. A tervek szerint a két könyvvizsgáló és tanácsadási vállalatbirodalom „tartalmi” egyesülése a világ több mint 120 országában legalább egy évet vesz igénybe, s a nagy feltűnést keltett vállalati frigyhez – amelynek nyilvánosságra hozatala után egy hónappal a KPMG és az Ernst and Young is összeolvadási szándékot jelentett be – még szükséges az amerikai, a nyugat-európai és a japán versenyhatóságok jóváhagyása.

A Price és a Coopers fúziójából létrejövő szupercég vezérigazgatója az 52. életévében járó, New York-i születésű Jim Schiro lesz, aki az egyesülés előtt ugyanezt a posztot töltötte be a Price Waterhouse-nál. Schiro 1961 óta dolgozik a Price Waterhouse-nál és azóta számos multinacionális óriásvállalatot tudhat saját ügyfelei között. Kiváló üzletembernek tartják, aki – munkatársai és ügyfelei szerint – olyan értékesítési képességekkel rendelkezik, hogy a vele való beszélge-



FORRÁS: OUTLOOK, ANDERSEN CONSULTING'S MAGAZINE

tés után szinte nem lehet nem mondani az ajánlott szolgáltatásokra.

Jim Schiro elkötelezett híve – a Financial Times szerint amolyan természetes evangélistája – a fúzióknak. Az összeolvadt cég elnökét a Coopers and Lybrand adja Nick Moore személyében. Schiróra vár az a nem kis feladat, hogy „összefésülje” és irányítsa a két világcéget. Az összecsiszolóidási időszakban ráadásul az ügyfelek nem vehetik észre a fúzió mindennapjait, ami a vezérigazgató véleménye szerint a vállalat belső ügye, így az ügyfelek szempontjából is zökkenőmentesnek kell lennie.

Az elmúlt üzleti évben a Price díjbevétele meghaladja az ötmilliárd dollárt, a Cooper-sé pedig elérte a 6,8 milliárdot. 1996-ban a Coopers bevételei-

nek 53 százaléka az auditálási és könyvelési tevékenységből származott, a Price-nál ez az arány 47 százalék volt. A Price Waterhouse díjbevételeiből a vezetési tanácsadás, valamint az adótanácsadás részesedése 20, illetve 23 százalék volt, ugyanezek az ágazatok a Coopersnél 19, illetve 17 százalékot képviseltek.

A régi-új vezérigazgató szerint egyik fő feladata az, hogy a partnerek és a munkatársak az összeolvadt cégnél is jól érezzék magukat. A Price és a Coopers fúziója azon kevés ilyen jellegű ügyletek sorába tartozik, ahol nem lesz létszám-csökkentés, sőt további szakemberfelvételekre van szükség. Schiro úgy látja, hogy a 135 ezres szakemberi létszámot bővíteni kell, mert „nem rendelkezünk elégséges szellemi tőkével”.

Az Andersen Consulting tanácsadó cég valószínűleg készül könyvvizsgáló testvérvállalatától, az Arthur Andersentől. A világ legnagyobb könyvvizsgáló és tanácsadó csoportjánál, az Andersen Worldwide-nál a két üzletágat 1989 óta készülnek szétválasztani. Jelenleg az Andersen-csoport áll a hagyományos „Nagy Hatok” ligájának élén, s ezt a pozíciót akkor is megőrizhetné, ha a szektorban javasolt fúziók megvalósulnának. A Nagy Hatokból négy ugyanis fuzionálni készül.

Az Andersen Worldwide két cége – azonban, úgy tűnik, szembefordult a megafúziós trenddel, és valószínűleg akár. Lépésükre magyarázatként szolgálhat az, hogy a tanácsadás jóval jövedelmezőbbnek bizonyult, mint a hagyományos könyvviteli feladatok. Másrészt az Arthur Andersen szolgáltatásainak körét nemrég több újdonsággal, például tanácsadással is kibővítette, vagyis betört a testvérvállalat piacára. Egyes források szerint a cég jelenleg több mint 500 millió dollárt keres tanácsadással.

A válasz valószínűleg csak hónapok múlva érezheti majd hatását a Nagy Hatok szektorában, és nemcsak az Andersen Worldwide pozícióját sodorhatja veszélybe, de megnehezítheti a Nagy Hatok fuzionálni készülő tagjainak helyzetét is.

V. A.

Az egyesülés előtt Schiro úgy tervezte, hogy a Price díjbevétele 2000-ben eléri majd a 12 milliárd dollárt, s most egy olyan óriáscég élére került, amelynek díjbevétele már 1997-ben elérte ezt az összeget. A vezérigazgató úgy látja, hogy a volt Nagy Hat két egyesülő cége évente legkevesebb 20 százalékkal növeli majd bevételeit. A derűlátásra jó oka van a vezérigazgatóknak, hiszen mindkét cég patinás világmárkaügyletek tömegével rendelkezik szerzte a világon. Ráadásul a könyvvizsgálói szakma reneszánszát éli, az auditszolgáltatások iránt különösen a feltörekvő országok gazdaságában növekszik gázatlan mértékben az igény. Elsősorban Kínában, Oroszországban, Indiában és Latin-Amerikában, ahol sorra jelennek meg a multinacionális vállalatok, valamint mind nagyobb számban születnek hazai óriáscégek. S tudvalevő, hogy a nemzetközi porondon auditált mérleg nélkül nem igen lehet labdába rúgni. Emellett az audit ma már nemcsak könyvvizsgálást jelent, hanem üzleti tanácsadást is.

Nem kétséges azonban, hogy a következő esztendőben a világ vezető könyvvizsgáló és tanácsadási cégeinek hajtómotorja a vezetési, stratégiai és informatikai tanácsadás lesz. A tanácsadási üzletág díjbevételeinek növekedése a volt Nagy Hatnál évi 30 százalék körül alakul, s az előrejelzések további nagy ívű növekedést jósolnak ezen a területen.

Jim Schiro a tavaly ősszel bejelentett fúziót nagyszerűen „adta el” mind saját munkatársainak, mind pedig az ügyfeleknek. A „jókedvű integrátorra” további nagy feladatok várnak, hiszen a következő hónapok feladata lesz a fúzió megvalósítása, amelynek Schiro lesz a karmestere.

• G. Gy.

XXI. század: a globális bankok korszaka

Mathrani és az ING hídjai

Az ING Barings multinacionális bank új vezérigazgatója az indiai származású Arjun Mathrani. Üzleti körökben úgy vélekednek, hogy önmagában az a tény, hogy a holland-angol eredetű, kontinenseken átvitelő érdekeltségeket építő bankcsoport élére indiai születésű bankár került, ázsiai, észak- és közép-amerikai tapasztalatokkal, önmagában jó példa arra, mennyire globálissá vált a nemzetközi tőkepiac.

Arjun Mathrani egyébként az Egyesült Államokból – a Chase Manhattannal eltöltött 28 év után – került az ING-csoport élére. A hollandiai központú ING bankház azzal bízta meg, hogy felügyelje nemzetközi bankügyleteinek integrációs és fejlesztési programját.

E csoport tagjai közé tartozik immár a nagy múltú angol Barings kereskedelmi bank is, amelyet az 1995-ös összeomlás után egyetlen fontért szerzett meg az ING.

Az ING Baringsnek több mint 8700 alkalmazottja van a világ 54 országában. Az ING 1991-ben alakult a legnagyobb holland biztosítótársaság, a Nationale-Nederlanden és az ország harmadik legnagyobb bankja, az NMB Postbank fúzióját követően.

A kívülről érkezett Arjun Mathrani a legjobb pillanatban kamatoztathatja a tehetségét a cégnél. Marinus Minderhond, az ING Barings elnöke szerint Mathrani „a legkitűnőbb hídépítők egyike”, és ilyen emberre éppen most van a legnagyobb szükség, amikor az ING nemzetközi fiókvállalatokkal is rendelkező holland intézményből európai elkötelezettségű, multinacionális pénzügyi csoporttá kíván előlépni.

Az ING elnöke szemében Mathranit nemcsak a Chase-nél elért sikerei teszik



ideális vezetővé, hanem személyes tulajdonságai is: érzékenysége, kitartása és humorérzéke.

Az 53 éves bankár pályafutása valóban impozáns. A hitelágazatban eltöltött latin-amerikai, ázsiai és európai évek után a Chase-nél a globális aktívkezeléssel megbízott ügyvezető vezérigazgatói feladatkört látta el, de ezen túlmenően ő volt a cég pénzügyi vezetője és vállalati pénztárosa is. A Chase és a Chemical Bank 1995-ös egyesítése után fontos szerepet töltött be a két cég integrációjában.

„A Chase története és a személyes tapasztalataim mind egy irányba mutatnak: a globális bankok korszaka felé. A legfontosabb kérdés, hogyan lehet különböző kultúrák összeolvadásával egyetlen harmonikus egységet teremteni – vallja Mathrani.

– Emlékszem egy bizonyos alkalomra Caracasban, amikor legalább tizenhárom ember ült egy asztalnál és mindegyikük más-más nemzetiségű volt. Sajnos a Chase a hetvenes években mégis internacionálisabb szellemiséggel rendelkezett, mint a nyolcvanas években. Ez nem tudatos döntés eredménye volt, csak egyre kevesebben maradtunk, akik ezt az irányzatot képviseltük.”

A Chase felső vezetésének egyetlen másik nem amerikai születésű tagja, Mathrani elődje a pénzügyi vezetői poszton Michael Kruse egyetért ezzel a véleménnyel. „A Chemicalal való egyesülés után kevesebb olyan ember maradt a felső vezetésben, akik valódi nemzetközi tapasztalatokkal rendelkeztek. Akik csak Londonban állomásoztak előzőleg, azokat természetesen nem sorolhatom közéjük.”

London Mathrani pályafutásának valóban csak egyik állomása volt. A kíváncsiság hamar Latin-Amerikába vonzotta, ahol hitelügyletekkel foglalkozott, vezető beosztásban. Három másik bankot képviselő társával nap mint nap leültek, szó szerint azzal a céllal, hogy Brazília pénzügyeit menedzseljék. „Egyik nap a JP Morgan munkatársával, és a brazil nemzeti bank elnökével benn ültünk a pénzügyminiszter szobájában, előttünk pedig az asztalon kiterítve egy lepedőnyi kézírásos lap, rajta Brazília elkövetkező két hétre vonatkozó készpénzforgalma. Akkor valóban napról napra kellett intéznünk az ügyeket.”

Mathranit nem hatja meg túlzottan az 1762-ben alapított Barings legendás múltja. Nem csoda, hisz a Chase-t is 1799-ben alapították. Úgy véli, az örökség nem minden, hiszen ma már mindkét cég globálisan tevékenykedik.

„Az ING ellenkező irányból közelíti meg a globalizáció kérdését, mint a többiek – mondja azonban Mathrani. – A fejlődő piacokról igyekszik betörni a hagyományos piacokra. Az ING, amely rendkívül erős hazai üzleti bázissal rendelkezik, most legfőképp Európában igyekszik megvetni a lábát. Ezt bizonyítja legutóbbi lépése, a Banque Bruxelles Lambert megszerzése is. A cég azonban már fontolgatja az amerikai piac meghódítását is – lásd a Furman Selz nevű Wall Street-i bróker-cég felvásárlását. A kép még nem teljes, de a legfontosabb építőkövek már a helyükre kerültek” – vallja optimistán új munkahelyének jövőjéről Arjun Mathrani.

Az ING csoport négy fő intézményből – ING Bank Rt., ING Baring Rt., Nationale-Nederlanden Magyarországi Biztosító Rt. és ING Vagyonkezelő Rt. – áll hazánkban.

Az 1991-ben alapított ING Bank Részvénytársaság az első száz százalékban külföldi tulajdonú bank volt Magyarországon. Az első öt évben ügyfelei nagyvállalatok voltak, majd 1996 márciusától, a Dunabank megvásárlását követően lakossági üzletággal bővítették szolgáltatásaikat. A bank multinacionális cégek itthoni leányvállalatainak és közepes, illetve nagyméretű magyar vállalatoknak a partnere. Sikereik között tartják számon a Pannon GSM számára nyújtott 175 millió dollár értékű szindikátusi hitel szervezését, s azt a szerződést is, melyet a CEDEL nemzetközi elszámolóházzal és a Keler Rt.-vel kötöttek, melynek alapján az ING Bank Magyarországon kizárólagos pénzforgalmi elszámolója külföldi befektetők itthoni értékpapírügyleteinek.

A Nationale-Nederlanden biztosító szintén 1991-ben alakult, s az életbiztosítások területén tavaly átvette a piacvezető pozíciót; részesedése ebben az üzletágban megközelíti a negyven százalékot, s háromszázharmincöt ezer szerződést mondhat magáénak. A gyors növekedést úgy magyarázzák, hogy az életbiztosítási piacra a megfelelő helyen, időben, a helyes eladási stratégiával léptek be, s kínálatuk találkozott a magyar lakosság igényeivel. A nemrég bevezetett nyugdíjbiztosítások után idén egy újabb rokon terület, az egészségbiztosítási konstrukciók kialakítását tervezik.

I. Y. G.

• Z. M.

Újabb BMW Amerikából?

Az idei esztendőben a BMW 200 millió dollárt fordít Észak-Karolinában fekvő amerikai üzemének bővítésére. A termelőkapacitások szélesítése a spartanburgi gyárban azt szolgálja, hogy a BMW megkezdhesse egy sportmodell gyártását az óceán túlsó oldalán. Ezzel az USA-ban a bajor cég kapacitása megközelíti az évi 100 ezer darabot. Hírek szerint a sportautó gyártására vonatkozó döntés meghozatala hónapokat vett igénybe, s egyúttal korszakhatárt is jelent a BMW stratégiájában. Arról van szó, hogy ez idáig a BMW távol tartotta magát a virágzó sportkocsi-üzletágtól arra hivatkozva, hogy ebben a piaci kategóriában a brit Land Rover leányvállalatán keresztül képviselheti magát.

Szakértők szerint a BMW döntését valószínűleg az is befolyásolta, hogy hatalmas sikert aratott a Mercedes USA-ban gyártott M osztá-



FOTO: TAR ANDRÁS

lyú járműve, amelyet tavaly szeptember óta állítanak elő. A Mercedes-Benz a közelmúltban jelentette be, hogy a nagy kereslet nyomán évi

60-ról 80 ezerre emeli az M osztályú kocsik gyártását. A BMW egyébként tavaly 122 ezer autót értékesített az Egyesült Államokban, 16

százalékkal többet, mint egy évvel korábban.

Noha a BMW amerikai leánycégenek elnöke, Heinrich Heitmann nem közölt

részleteket a jövőre piacra kerülő új sportkocsiról, szakértők tudni vélik, hogy az a meglévő sportmodell és a Land Rover terepjáróinak keveréke lesz, bár találgatásokra ad okot az idei Detroiti Autósalonon bemutatott Z 007-es sportmodell is, ami – mondhatni – színtiszta amerikai autó. Az idei spartanburgi beruházása megerősíti majd a BMW pozícióját az USA-ban termelő európai autógyárak körében. A vállalat a spartanburgi zöldmezős BMW-üzemet 600 millió dolláros beruházással hozta létre, s további 200 milliót fektetett be a Z3 modell gyártására, ami talán itt, az óceánon túl foga a legjobban.

Ott hamarosan autóvezetői oktatási központ is léte-sül, valamint „BMW Akadémia” nyílik az alkalmazottak és a márkakereskedők oktatására és továbbképzésére.

ók és Piacok

SZERKESZTI: TAR ANDRÁS

icento

ét olaszul



felszereltségű modellbe, illetve az elődből is népszerű Sportingba építik be.

A Cinquecentóhoz képest nemigen változtak az autó menettulajdonságai, viszont sokat javult a zajszigetelés, így mindkét motorral jóval csendesebb az utastér. A külső változások mellett legszembeötlőbb a műszerfal megújulása. Végre jól használható kapcsolókkal lehet szabályozni a fűtést, és a műszerfal sem hasonlít már a Pandáéra. Az egyetlen nagyméretű műszer egyébként a sebességet mutatja, míg a Sportingban a műszerfal közepére helyezték a fordulatszámérót.

A kormány formája is új, s ehhez kapcsolódik, hogy a

Focus és társai

A Ford új márkastratégiája



FOTÓ: EUROPA MOBIL - ARCHIV

Alapos nagytakarításra készül az európai Ford. A közeli napokban Kölnben bejelentették: a piac különféle szegmenseiben új kategóriákkal, új modellekkel és természetesen újabb motorokkal lépnek színre. Focus nevű középkategóriás kocsi-juk már bemutatkozott, ezenkívül további két új konstrukción is dolgoznak, miközben a közelmúlt egyik sikerkocsija, a Scorpio végleg eltűnik a palettáról. A közeljövő változásairól a Ford magyarországi vezérigazgatója, Mark Simpson adott

dellnek, ami, mint hallhattuk, egyelőre nem lép az Escort helyére. Az Escort ugyanis olyan jól megy a különböző piacokon, hogy gyártását még 2-3 évig fenntartják, a Focus pedig mellette mint választék-bővítő típus jelenik meg

Kértünk egy névjegyet

A Iacocca-legenda utóélete...

98.3
23

Az esztendő elején az 51 éves Tom Stallkamp lett a harmadik legnagyobb amerikai autógyár, a Chrysler elnöke. Stallkamp az óriáscégnél korábban alelnöki beosztásban a részegységek és alkatrészek beszerzéséért, illetve a beszállítók koordinálásáért volt felelős.

Előlépését kollégái szerint elsősorban annak köszönheti, hogy a költségcsökkentés érdekében „kifacsarta” a beszállítókat, hozzájárult azok termékei minőségének javításához, s emellett számos házon belül végzett tevékenységet szervezett ki (outsourcing) külső cégekhez. (Ismeretes, hogy az alkatrészek és részegységek árának alakulása korántsem közömbös, hiszen ezek alkotják egy autó termelői árának kétharmadát.)

Stallkamp a szakmában arról is híres, hogy a kooperációt a beszállítókkal sokkal magasabb szintre fejlesztette, mint a Chrysler versenytársai. Erőfeszítései nem kis mértékben járultak hozzá, hogy noha a Chrysler jóval kisebb a GM-nél és a Fordnál, nyeresége meghaladja azokét, s ugyanez jellemző a profitráta alakulására is.

A pennsylvaniai születésű Stallkamp – akinek az édesapja az erőművi berendezéseket gyártó Babcock and Wilcox főmérnöke volt – egy interjúban elmondta: a Chryslernél csapatmunka folyik, s ennek köszönheti az elnöki széket. Továbbra is azok maradnak a topmenedzsmentben, akik a csúcsra repítették a Chryslert, amelynek eredményei túlszárnyalják a legendás Lee Iacocciét is. Az elnök véleménye szerint személyesen sokat tett annak ér-

dekében, hogy felélessze és továbbfejlessze a Chryslernél a csapatmunkára alapozott vállalati kultúrát.

Az új elnök napi termelési kérdésekkel foglalkozik, a stratégiát, a kormányzati és a nemzetközi kapcsolatokat továbbra is Bob Eaton irányítja. A Chrysler csak akkor maradhat hosszabb távon is sikeres, ha markánsan megtudja magát különböztetni a GM-től és a Fordtól. „Nem követhetjük a tömeget, annál gyorsabbnak kell lennünk” – vélekedik a jövő sikerének egyik titkáról.

Stallkamp akkor lett a Chrysler elnöke, amikor a világ autóiipara nehéz esztendővel kényszerül szembenézni. Az ágazatot szerte a világon a túlkapacitás jellemzi: az előrejelzések szerint 2000 körül a világ autógyártási kapacitása évi 80 millió egység lesz, a fizetőképes kereslet viszont nem haladja meg majd az évi 60 milliót.

A Chryslernek nincsen oka az aggodalomra Stallkamp szerint, ugyanis számos új terméket rejteget még tarisznyájában. Kétségtelen viszont, hogy nem könnyű minden három hónapban új termékkel, illetve műszaki megoldással megjelenni a piacon. A detroiti autószalonon a Chrysler több új modellt és úgynevezett koncepcióautót mutatott be jelentős sikerrel. Stallkamp igencsak büszke arra, hogy cége kocsijai már az 1993-ban meghirdetett új stratégia megvalósulását tükrözik. Arról van szó, hogy a Chrysler már teljes modellciklusban „gondolkodik”, amely a megosztott gyártási platformon alapul.

• G. Gy.

Utazás: nyugati típusú autóbusszal.

Csatlakozási lehetőségek: Debrecen–Gyöngyös–Budapest (Hősök tere)–Veszprém–Rábfüzes.

Program:

1. nap: Indulás Nyíregyházáról reggel 5 órakor, szállás Klagenfurtban reggelivel.

2. nap: utazás rövid pihenőkkel, szállás Frejusban.

3. nap: Grasse–Fragonard, parfümgyár látogatása (kedvezményes vásárlási lehetőség). Cannes-i városlátogatás városi sétával: Óváros, Croisette sétány, Fesztivál Palota (külső), szabadprogram: fürdési lehetőség, esti varázs: kaszinólátogatással. Szállás.

4. nap: Marseille-i kirándulás, végig a „Corniche d'Or”-on (Arany Párkányút), vörös sziklák..., városnézés: Vioux-Port, hajókirándulás If szigetére – Monte Cristo várbörtönének belső látogatása. Utazás a város legmagasabb pontjára, a Notre Dame de la Garde bazilika látogatása – szabadprogram – szállás.

5. nap: Nizzai kirándulás – városnézés (autóbusszal). Óváros, a Phoenix-park megtekintése. Monaco – hercegi palota, Óceonográfiai Múzeum, Monte-Carlo – kaszinólátogatás. Késő délután indulás Magyarországra.

6. nap: Utazás folyamatosan – érkezés az indulás helyszínére.

Szolgáltatásaink: autóbusszos utazás, 1 éj Klagenfurtban 2–3 ágyas ifjúsági szálláshelyen, reggelivel, 3 éj Fréjusban Hotel Formula-1-ben 2–3 ágyas elhelyezéssel, kontinentális reggelivel (vacsera a helyszínen igényelhető), magyar nyelvű utaskísérő.

Időpontok: 1998. július 20–25., augusztus 25–30.

Részvételi díj: 44 990 Ft/fő.

Egyágyas felár: 12 000 Ft/fő (társítást vállalunk).

A részvételi díj belépőket nem tartalmaz. Várható belépők: 250 FRF.

ANGLIA–BENELUX ÁLLAMOK

(8 nap – kiutazás során tranzitszállással)

Utazás: nyugati típusú autóbusszal.

Csatlakozási lehetőségek: Debrecen, Gyöngyös, Budapest (Hősök tere), Győr.

Program:

1. nap: indulás 4 órakor Nyíregyházáról. Utazás, szállás Ausztriában, Henndorfban panziókban reggelivel.

2. nap: Utazás – luxemburgi városi séta, Alkotmány tér, kormányhivatalok megtekintése, szállás Brüsszelben.

3. nap: Reggeli után brüsszeli városnézés: Tőzsdepalota, Városháza, Céhek Háza, Atomium, Waterloo – Oroszlándomb, Napóleon csatavesztésének színhelye. Szállás Brüsszelben.

4. nap: Reggeli után utazás Londonba, Calais-átkelés a La Manche csatornán, Canterburyben a gótikus katedrális megtekintése. Továbbutazás Londonba, autóbusszos városnézés, szállás elfoglalása.

Tower, Szent Pál katedrális,... szállás Londonban.

6. nap: Reggeli – Dover, átkelés a La Manche csatornán – antwerpeni városnézés: Rubens-ház, Notre-Dame, Szent Jakab templom... szállás Brüsszelben.

7. nap: Reggeli, hágai városnézés, Királyi Palota, Béke Palota... Amszterdam – városnézés Nemzeti Múzeum vagy Van Gogh Múzeum, Főtér megtekintése, a csarnokok világa Anna Frank háza, Madame Tussaud Panoptikum. Indulás Magyarországra, folyamatos utazás, rövid pihenőkkel.

8. nap: Utazás, érkezés a csatlakozás, illetve az indulás helyszínére.

Szolgáltatásaink: autóbusszos utazás, elhelyezés panziókban, szállodákban (2–3 ágyas), reggeli, magyar nyelvű utaskísérő.

Időpontok: 1998. szeptember 1–8., október 13–20.

Részvételi díj: 79 990 Ft/fő.

Egyágyas felár: 15 000 Ft/fő (társítást vállalunk).

PÁRIZS–LOIRE MENTI KASTÉLYOK vagy DISNEYLAND

7 nap (kiutazás során osztrák szállással)

Utazás: nyugati típusú autóbusszal.

Csatlakozási lehetőségek: Debrecen–Gyöngyös–Budapest (Hősök tere)–Győr.

Program:

1. nap: Indulás Nyíregyházáról 4 órakor. Utazás Ausztrián át – szállás Ausztriában, Henndorfban, panziókban reggelivel.

2. nap: Utazás – érkezés Párizsba az esti órákban, szállodai helyfoglalás.

3. nap: reggeli. DISNEYLAND (Európa legnagyobb vidámparkjának látogatása) vagy LOIRE MENTI kirándulás. CHENONCEAU reneszánsz kastélyának belső látogatása a Cher folyó partján Medici Katalin emlékeivel (belépők kb. 40 FRF). AMBOISE – reneszánsz kastélyának belső látogatása, melynek kápolnájában Leonardo da Vinci hamvait őrzik (belépő kb. 40 FRF). CHAMBORD kastélyának és parkjának külső látogatása. Szállás.

4. nap: Reggeli. Párizsi városnézés: Pompidou Központ, Notre-Dame, Sainte-Chapelle, Louvre, Eiffel torony... Szállás Párizs külvárosában.

5. nap: Reggeli. Párizs városnézés: Invalidusok dómja (Napóleon sírja), Rodin Múzeum, Diadalív, Champs-Elysées, Montmartre, Sacré-Coeur, szállás.

6. nap: Reggeli. Versailles-i kirándulás, kastélylátogatás, Trianon. Délután indulás Magyarországra, utazás folyamatosan, rövid pihenőkkel.

7. nap: Utazás, érkezés a csatlakozás, ill. az indulás helyszínére.

Szolgáltatásaink: Autóbusszos utazás, 1 éj Ausztriában, Henndorfban panziókban 2–3 ágyas elhelyezéssel, reggelivel, 4 éj Párizs külvárosában (Hotel Formula-1) 2–3 ágyas

Veszteséges a Nissan

Az áprilisban kezdődött pénzügyi év első felében Japán második legnagyobb autógyára, a Nissan 33 milliárd jen (286 millió dollár) veszteséget volt kénytelen elkönyvelni. A negatív eredményt elsősorban az idézte elő, hogy a Nissan jelentős árfolyamvesztéset szenvedett el a tulajdonában lévő értékpapírok leértékelődése miatt. De nem hagyható az sem figyelmen kívül, hogy a belföldi piacon jelentősen csökken a gépkocsik iránti kereslet, a Nissan amerikai üzemeinek teljesítménye jócskán elmaradt a várakozásoktól, a cég adósságállománya viszonylag nagy, s egyre drágábban tud friss tőkéhez jutni. A cégvezetés azonnali költségcsökkentési programot hirdetett meg a veszteségek ellensúlyozására, illetve azok növekedésének megállítására.

A szeptember végén zárult első pénzügyi félévben a Nissan hazai értékesítése 435 ezer gépkocsi volt, az egy évvel korábbi 460 ezerrel szemben. A viszonylag alacsony szintű beruházási tevékenység is köz-

rejátszott abban, hogy a japán Nissan-gyárak termelése 760-ról 746 ezer egységre esett vissza. Ugyanebben az időszakban a külföldi értékesítés mintegy 15 ezerrel meghaladta az előrejelzett 330 ezres mennyiséget. A cég amerikai leányvállalatának alacsony volt a nyeresége az első félévben, az európai tevékenység viszont pozitív szaldóval zárult.

A kedvezőtlen eredmények nyomán egy hónap alatt a Nissan-részvények árfolyama egyharmaddal süllyedt, s október második felében 23 éves mélypontot ért el, dacára annak, hogy a cégmérleg már hat éve konszolidált nettó nyereséget mutat. A Nissan jelenleg nagyívű átszervezési programot hajt végre, amelynek keretében jócskán csökkenteni akarja adósságait, amelyek eléri a 2500 milliárd jent. A tervek szerint csak ennek nyomán 1000 milliárd jennel mérséklődnek a tartozások. A cég ugyanakkor több érdekltségét is el kívánja adni, így tárgyalásokat folytat a Daimler-Benzcel a Nissan Dieselben meglévő tulajdoni hányadának értékesítéséről is.

98.12.29.
A MELLÉKLETET SZERKESZTI:
TAR ANDRÁS

• Gonda György

6.32, 7.32 100-jános jótett
7.34 Főinform. 8.00-13.30 Műsorve-
zető: Albert Györgyi. 8.35 Főinform.
9.00 Megjavitjuk. 9.35 Útinform. 9.45
F. Nagy Angélica: Mit eszünk? 11.35

helyi Ferenc megyés püspöknei. Szó
és zene! – Pályájáról mesél Komjáthy
György, beszélgetőtársa: Wolf Péter.
Garfield és a 100 Folk Celsius.

Sház

Attila Színház (XIII.,
-9428) Liliomfi. **Kam-**
e 5. Tel.: 318-3725)
ny Színház (XI., Bartók
13-8994) 10.30: Cop-
ara Színház (VII., Ma-
-3122) Miért nem ma-
gyar Állami Operaház
22. Tel.: 353-0170)
Mikroszkóp Színpad
2-24. Tel.: 311-3322)
Nemzeti Színház
r tér. Tel.: 341-3849)
ly. Pesti Színház (V.,
557) 11.00 és 15.00:
Radnóti Színház (VI.,
: 321-0600) Zűrzava-
Éva Színház (IX., Üllői
18-9380) 10.00: A kis
0: Ádám és Éva kon-
ház (VI., Nagymező u.
19.00: Isten pénze. **Új**
y Ede u. 35. Tel.: 351-
5.00: Az ördög három
színház (I., Színház u.
9) Az úr katonái. **Vidám**
u. 18. Tel.: 331-1311)
ré. **Vígszínház** (XIII.,
14. Tel.: 329-2340)

Attila Színház (XIII., Váci út 63. Tel.: 340-
9428) 11.00: Hamupipőke, 19.00: A mi-
niszter félrelép. **Kamra** (V., Ferenciek tere
5. Tel.: 318-3725) Ványa bácsi. **Karinty**
Színház (XI., Bartók Béla út 130. Tel.: 203-
8994) Örült nők ketrece. **Katona József**
Színház (V., Petőfi Sándor u. 6. Tel.: 318-
3725) Az eltört korsó. **Kolibri Színház** (VI.,
Jókai tér 10. Tel.: 311-0870) 10.00: A kék
madár, 15.00: Nyílt Nap. **Madách Kamara**
Színház (VII., Madách tér 6. Tel.: 342-
3122) 20.00: Hofi – Élelem bére. **Magyar**
Állami Operaház (VI., Andrássy út 22.
Tel.: 353-0170) Az álarcosbál. **Merlin**
Színház (V., Gerlóczy u. 4. Tel.: 317-
9338) 11.00 és 15.00: Hetvenhét, 21.00:
Év vége. **Kamaraterem** 19.30: Holt lelkek.
Mikroszkóp Színpad (VI., Nagymező u.
22-24. Tel.: 311-3322) 19.30: Nyerünk
vagy nyelünk! **Nemzeti Színház** (VII., He-
vesi Sándor tér. Tel.: 341-3849) Balkáni
gerle. **Pesti Színház** (V., Váci u. 9. Tel.:
266-5557) 14.30: Kegyelem, 19.30: Mes-
terkurzus. **Radnóti Színház** (VI., Nagyme-
ző u. 11. Tel.: 321-0600) Iphigeneia Au-
liszban. **Ruttkai Éva Színház** (IX., Üllői út
45. III. em. Tel.: 218-9380) 10.00: A kis
gyufaáruslány, 19.00: A kaktusz virága.
Thália Színház (VI., Nagymező u. 22. Tel.:
331-0500) 14.30: Isten pénze. **Thália Stú-
dió** 14.30: Candide, 19.30: Mario és a va-
rázsló. **Új Színház** (VI., Paulay Ede u. 35.
Tel.: 351-1406) Az üvegcipő. **Újpest Szín-
ház** (IV., Tavasz u. 4. Ady Endre Művelő-

DÉK

ai Színház (Kossuth u.
14.00: A cigánybőr-
14.00: A cigánybőr-

Toyota-össztűz

az európai autópiacokra

98. 1. 15.

Japán első számú gépkocsigyártója, a Toyota egyik legfontosabb célkitűzése piaci részesedésének 5 százalékra való emelése Európában. Yoshimi Inaba, az óriáscég Európáért felelős vezérigazgatója szerint ez a részesedés már elismerést vált ki. Ennek fényében a Toyota forgalma Nyugat-Európában távolról sem kielégítő – mondta nemrégiben Inaba: Európában a cég mindössze a piac 3 százalékát tudhatja a magáénak, miközben részesedése Ázsiában 30, az Egyesült Államokban pedig 20 százalékos.

A tavalyi év első felében a Toyota 44 százalékkal növelte Európába irányuló exportját, ugyanebben az időszakban kivitele az USA-ba 19 százalékkal bővült. A vállalat véleménye szerint számottevően növelheti az értékesítést a kiskocsik kategóriájában, valamint a sportkocsik és a haszonjárművek területén. Igen biztató a cég számá-

ra a Land Cruiser és a RAV4 európai bevezetésének nem várt sikere. 1997. első tíz hónapjában a Toyota Európában 23 ezer Land Cruisert és 22 ezer RAV4-est értékesített. Nem hagyja figyelmen kívül a japán cég az európai terjeszkedés során a kompakt modelleket sem. A Starletből 1996-ban 45 ezer egységet, egy évvel később 60 ezer darabot értékesítettek Európában. (Érdeemes megjegyezni, hogy az export bővülésében nem kis szerepet játszott a jen gyengülése.)

Időközben döntés született arról, hogy a Toyota második európai termelőüzeme Franciaországban épül fel. (Ismeretes, hogy a Toyota először Nagy-Britanniában telepedett le saját gyártással.) A döntést hosszú kiválasztási időszak előzte meg, amelynek során Magyarország is szóba került. Ma még nem tudható, hol is épül pontosan Franciaországban a Toyota-

gyár, annyi azonban bizonyos, hogy a beruházás értéke 3,5 milliárd frank lesz, s az üzem mintegy kétezer alkalmazottat foglalkoztat majd. A jövő évezred elejétől a franciaországi Toyota évi 100 ezer, kifejezetten az európai piacra tervezett kiskategóriás autót gyárt majd. Öt esztendővel később a kapacitásbővítés nyomán a tervek szerint megkétszereződik a termelés.

A Toyota a beruházás költségének 25 százalékáig kaphat támogatást francia közpénzekből, ebből az állami költségvetés 30 millió frankkal részesedik. A francia kormány – érthető módon – jelentős eredményként könyveli el a japán döntést. A pénzügyminiszter kiemelte, hogy a 39 órás munkahét négyórás csökkentésére vonatkozó tervek szemmel láthatóan nem riasztják el a külföldi beruházókat.

• G. Gy.

sau eijon a közlekedési kánaán, mert a hatalmas összegekből jut a fenntartásra, autópályákra, bekötőutakra. Az autós szíve máris gyorsabban ver, szinte látja, amint sereglenek a szorgos útépítők, a korszerű masinák, hogy végleg búcsút mondhassunk a kátyúknak, a rozoga hidaknak, keskeny, toldozott-foldozott betonkígyóknak.

Nem vitás, a benzinkutak környékén csupa vidám, jókedvű ember tolakszik majd, talán kicsit elégedetlenkedve is, hogy miért csak ennyivel emelték az üzemanyag járuléktartalmát, amikor az alig éri el a benzinár hatvan százalékát, de ebben már az áfa meg az ilyen-olyan adó is benne foglaltatik.

Petőfit némileg átigazítva mondhatnánk, sőt, követelhetnénk, utat nekünk, ezeret! Csak a pénztárcánk és a zsebünk üres kongását tudnánk valahogyan feledni.

B. T.

Stratus Cabrio 2,5 LX

Voyager 2,0 SE

Voyager 2,4 SE

Voyager 2,4 SE aut.

Voyager 2,5 TD SE

Voyager 3,3 LE aut.

Voyager 3,8 LE aut.

Grand Voyager 2,4 SE

Grand Voyager 2,4 SE aut.

Grand Voyager 2,5 TD SE

Grand Voyager 3,3 LE aut.

Grand Voyager 3,8 LE aut.

ASTRÁT VET VECTRÁT VI



Térségünkre koncentrál a Volvo

MH/Auto 98.1.22

Leif Johansson, a Volvo vezérigazgatója nemrégiben bejelentette, hogy cége a következő három évben számottevően fogja csökkenteni a beszállítói költségeket, karcsúsítja a vállalatvezetést, s évente 5 százalékkal növeli a termelékenységet. A lépésekre elsősorban azért kerül sor, mert a Volvo a világpiacon mind nagyobb versennyel kényszerül szembenézni, a piacok globalizálódnak, és folyamatos költségcsökkentés szükséges ahhoz, hogy egy-egy értékesített gépkocsi 5-7 százalékos nyereséget hozzon.

A vezérigazgató – aki tavaly

áprilisban „igazolt át” az Electroluxtól a Volvóhoz – azt is bejelentette, hogy a göteborgi nagyvállalat felgyorsítja az új modellek piacra kerülési idejét. A tervek szerint a hat Volvo-divízió mindegyike évente fog új termékkel megjelenni a piacon. Szó van arról is, hogy a döntési folyamatok lerövidítése és felgyorsítása érdekében egyharmaddal mekkurtítják a menedzsment létszámát.

A Volvo három legjelentősebb európai versenytársa a Daimler-Benz, az Audi és a BMW. A fokozott költségcsökkentés, valamint az új mo-

dellek gyorsabb piacra dobása éppen azt szolgálja, hogy a Volvo továbbra is erős versenytársa maradjon a három német vállalatnak.

Az új stratégia első tesztpróbájára idén kerül sor, amikor a Volvo útjára indítja új luxus szalonkocsiját. A gépkocsi kifejlesztése 30 milliárd svéd koronába került (3,8 milliárd dollár), s a tervek szerint az S90/V90 kategóriát váltja majd fel.

Johansson vezérigazgató szerint a Volvo éves bevételei 10 százalékkal gyarapodnak majd, s 2000-re elérik a 250 milliárd svéd koronát.

A Volvo növekedési és terjeszkedési stratégiájában nem foglal el központi helyet a zsu-gorodás, s nem várható az autóiipari üzletágban cégfelvásárlás sem. A vezérigazgató szerint a növekedés belülről jövő, tehát organikus lesz.

A cég terjeszkedésének két sarokköve Kelet-Európa és Ázsia. Az ázsiai kontinensen a Volvo értékesítése 2000-re a jelenlegi 16-ról 30 milliárd koronára növekszik, térségünkben pedig várhatóan meg-négyszereződik, s eléri majd a 15 milliárd koronát.

• Gonda György

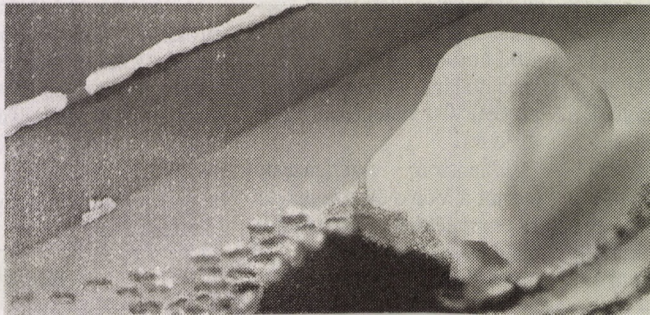
gy... napon túl gyógyulo
személyi sérüléssel járó követ-
kezménye, akkor csupán sza-

esetben szent...
szesei az egyébként is túlter-
helt rendőrséget értesíteni.

rendőrség, sem más utólag
úgysem tudja igazolni. Abban

síteni kell a legközelebbi
rendőrt.

MINDEN NAP JÓL INDUL!



Többségi Daewoo-tulajdon a SsangYongban

A Dél-Koreán végigsöpő gazdasági és pénzügyi válság sem akadályozta meg az ország negyedik legnagyobb ipari csoportját, a Daewoo-t abban, hogy 53,5 százalékos tulajdoni hányadot vásároljon és irányítása alá vonja a pénzügyi nehézségekkel küzdő SsangYong-csoport gépkocsigyártó részlegét. Erdemes megjegyezni, hogy a Daimler-Benz megtartja 2,4 százalékos részesedését. A vételár egyelőre nem ismert, annyi azonban bizonyos, hogy a Daewoo 2000 milliárd wont (1 dollár mintegy 1340 vonnal egyenlő) átvállal a SsangYong Motors összesen 3400 milliárd vonos adósságából.

A SsangYong-csoport már hosszabb ideje azon fáradozik, hogy reorganizációval rendbe tegye zilált pénzügyeit. A mentőakció keretében számos ingatlant értékesített, s a cég több hazai és külföldi érdekeltségét is eladta. A Dél-Korea hatodik legnagyobb autógyártójának számító SsangYong egyébként az után került komoly

pénzügyi válságba, hogy hitelből jelentős összegeket fektetett be a Daimler-Benzzel közösen kifejlesztett és 1997 októberétől gyártott luxusmodellekbe.

A Daewoo korábban az adósságokból kikeveredni ugyancsak nem tudó Kíát környékezte meg felvásárlási szándékával annak érdekében, hogy autókínálatát kiegészítse a Kia Motors modelleivel. Üzletet végül a Mercedes-motorokkal ellátott terepjáróiról és hatalmas szedánjairól ismert SsangYonggal kötött. A Daewoo Motor egyik vezetője szerint az új partner az eddig hiányzó minőségi áruval látja majd el a céget. Várható, hogy a SsangYong gyártmányai könnyebben találnak majd gazdára a Daewoo egész világra kiterjedő hálózatán keresztül.

Elemzők szerint a SsangYong-invesztícióval a Daewoo történetének legkockázatosabb befektetésére vállalkozott, hiszen nem világos, hogy az új többségi tulajdo-

nos miként finanszírozza majd az átvett adósságokat. Valószínűsíthető, hogy az anyacég a tartozásokat szétosztja majd a leányvállalatok között. Különben a Daewoo 1996-ban 4400 milliárd vonos forgalmat bonyolított le, adósságai pedig elérték a 4500 milliárd wont. A SsangYong Motor ugyanebben az esztendőben 1300 milliárd von értékben adott el járműveket, s ennek nyomán 228 milliárd von vesztesége keletkezett.

A SsangYong-járművek hazai értékesítésével kapcsolatban egyébként kissé visszás helyzet alakult ki. Közben a Daewoo Motor Kft. tervei szerint az értékesítés néhány hónapon belül saját hálózatán keresztül megkezdődik, a jelenlegi importőrnek, a veszprémi SsangYong Auto Hungarynek 2002-ig érvényes szerződése van a dél-koreaiakkal, s ennek megfelelően jelenleg is működik kiépített kereskedőhálózata.

PS. 1. 59

Piacról piacra Üzletkötés csak délután

A Fővárosi Autópiacra is korán kezdődött az idei évad, bár a szombati napokon egyelőre rosszabb a felhozatal; igaz, akkor is jelen vannak az idetelepült autókereskedők a maguk 400 körüli kínálatával. Egyébként a legutóbbi szombaton a szokásosnál is kevesebb autót hoztak fel a tulajdonosok, mint vasárnapokon. Ez azt a furcsa helyzetet teremtette, hogy a mérsékelt számú eladásra szánt jármű között jóval több volt az érdeklődő. Nyilván emiatt szánták rá magukat sokan, hogy vasárnap kihozzák az autót, hátha most jó pénzért elkel.

Így január harmadik vasárnapján már 2300 autót kínáltak Közép-Európa legnagyobb használtautó-piacán. Érdeklődő is volt, de amint a piac igazgatója, Nagy Sándor elmondta, üzletkötés csak a déli harangszó után születtek, addig minden vevő kivárt. Az első mustra alkalmával ugyanis a vevők zöme legfeljebb annyit mondott, hogy az irányára azért még majd visszatérünk. Az eladónak pedig ezt tudomásul kellett vennie, ha el akarta adni autóját, akkor kénytelen volt kivárni akár a délután két óráig.

Egyébként délelőtt 11 órakor azt tapasztaltuk, hogy a szabad piac területén sokkal több volt az érdeklődő, mint a kitelepült kereskedőknél, egyedül az Opel Tóth karámfájában nyüzsögtek sokan. Ami a kínálatot illeti, volt miben válogatni. A koromfekete Audi A4 Avant 1,9 TDi másfél évesen egy kereskedőnél várt

vevőre, de csak nézegették, mert ki tudja első látásra megmondani, hogy a húszszázret futott remekmű miért kerül „csak” 5 millió 190 ezerbe. De egyébként sem érdemes firtatni, ki miért akar szabadulni az autótól; a tulajdonos vagy igazat mond, vagy nem. A Ford KA első gazdája is csak 900 kilométert autózott a kis félgömbbel, nem is volt hibája a kocsinak, de hogy miért akarta 1 millió 780 ezerért eladni, azt nem sikerült meg tudnunk.

Csillogó autók százai vonultak fel – biztosak voltunk abban, hogy egyik-másikat rossz idő esetén ki sem hozták a garázsból. Például egy csodásan szép 155-ös Alfa Romeót kínált első gazdája, az 1,6-os 16 szelepes autón nem találtunk hibát. Ami persze nem is csoda, mert a '97-ben gyártott kocsik csak 9800 kilométert futott. Hárommillió-kétszáz ezres irányára pedig egészen elfogadhatónak tűnt.

Azután tanúi voltunk egy olyan árleszállításnak, amelyet eddig nem tapasztaltunk. Egy komolyan tűnő vevő kritikai észrevételei után a csodásan szép, 24 szelepes Mercedes 320-as tulajdonosa áthúta az árécudulán szereplő 5 millió 560 ezret és kijavította 4 millió 900 ezerre. De így sem lett több érdeklődő, pedig a félmillió ingedményen akár egy másik autót lehetett volna vásárolni.

• Zelman Ferenc

Ö

Típus

Honda
Honda
Honda
Honda
Honda
Suzuki
Opel Co
Opel As
BMW 3
Mazda 3
FIAT Un
Oper Co
VW Golf
Renault
Citroën
Renault
Merced
Honda
Ford K/
Audi A4
Honda
VW Gol
Suzuki
Renault
Opel Ka
Toyota
Alfa Rom
Daewoo
Toyota S
Wartburg

JOGKANYAR

Vitatható gondok

A Volvo lassítja terjeszkedését Ázsiában

97. 1. 29.

A délkelet-ázsiai országokon végigsöprő gazdasági és pénzügyi válság nyomán a Volvo úgy döntött, hogy több évvel elhalasztja terjeszkedési terveinek megvalósítását a térségben. A svéd óriáscég korábban több gyártóüzem létesítését tartotta kívánatosnak a régióban annak érdekében, hogy növelhesse piaci részesedését.

A Volvo véleménye szerint a megroggyant thaiföldi, malajziai, indonéz és Fülöp-szigeteki gazdaságnak legalább négy esztendőre van szüksége ahhoz, hogy kilábaljon a jelenlegi válságból. Erre az időszakra a Volvo a jelek szerint felfüggeszti befektetési terveit az érintett országokban. Egyébként az idei év első 10 hónapjában a Volvo értékesít

tése az említett négy országban mintegy 30 százalékkal csökkent, miközben tavaly 7850 kocsit adtak el, s ez a mennyiség mintegy 2 százalékat tette ki a vállalat teljes forgalmának.

A göteborgi székhelyű Volvónak jelenleg mind a négy országban működik összeszerelő üzeme, amelyek elsősorban a hazai igényeket elégítik ki. Korábban arról volt szó, hogy mind a négy üzemben számottevően bővítik (jelentős beruházások révén) a gyártókapacitást annak érdekében, hogy növelhessék a térség országaiba irányuló exportot. A Volvo szóvivője nemrégiben arról biztosította az érdekelt országokat, hogy a fejlesztési terveket nem vetették el, megvalósításuk azon-

ban az eredeti időpontokhoz képest késedelmet szenved.

Hosszabb távon a Volvo igen nagy fantáziát lát a délkelet-ázsiai autópiacban. Rövid- és középtávon azonban számolni kell a Volvók iránti kereslet mérséklődésével, ami a gyártás visszafogásával is együtt jár. Ennek egyik első jele, hogy a Volvo legalább 2-3 hónapra felfüggesztette kocsijainak gyártását Thaiföldön, amely első számú piaca a régióban, de csökkentették a termelést a malajziai és a Fülöp-szigeteki gyárakban is. Arról azonban nem mondott le a svéd cég, hogy 1998 első hónapjaiban a malajziai gyár megkezdje az S40/V40 modell előállítását.

83 x 30

- IFA, IKARUS, RÁBA, SKODA, LIAZ, DAC és LAD
- Általános és típushoz kötött felszerelési, ké
- Autoápolási termékek
- GAZ, UAZ, ISUZU kisteherautók
- SUBARU gépkocsik

karossz
lökhárítók,

Bővült az európai autópia

Az európai autógyártók szövetségének legújabb adatai szerint tavaly Nyugat-Európában 4,8 százalékkal bővült az új személyautók értékesítése. A növekedés ugyan elmaradt az előző évben regisztrált 6,6 százaléktól, de így is felülmúlta a szakma várakozásait. Az új kocsik piacának bővülésében fontos szerepet kaptak azok az állami támogatások, amelyeket egyes kormányok nyújtottak a régi autójukat újra cserélő vásárlóknak.

Az új gépkocsik vásárlásának állami támogatása nyomán 1997-ben Olaszországban 39, Írországban 18,6, Görögországban 14,1, Spanyolországban pedig 11,1 százalékkal adtak el több autót, mint egy évvel korábban. Érdeemes megjegyezni, hogy Franciaországban – ahol éppen tavaly szüntették meg a központi kedvezményeket – 19,7 százalékkal esett vissza az értékesítés.

Nyugat-Európában tavaly összesen 13,4 millió új személyautó talált gazdára. Nem változott lényegesen a gyártók közötti erőviszony: a toplistát továbbra is a Volks-

wagen vezeti 17,2 százalékos piaci részesedéssel; a VW-csoport tavaly 2,3 millió új autót értékesített a kontinens nyugati felén. A lista második helyét a General Motors foglalta el, 1,6 millió eladott kocsija 12,1 százalékos – az előző évinél 0,4 százalékkal alacsonyabb – piaci részesedést biztosított a cégnek. Egy év alatt a FIAT 11,2-ről 11,9 százalékra növelte piaci részarányát, a torinói székhelyű autógyártó tavaly összesen 1,6 millió kocsit értékesített Nyugat-Európában.

A Peugeot/Citroën a piac 11,3, a Ford 11,2, a Renault pedig 9,9 százalékát tudhatta a magáénak. A BMW-csoport részesedése egy esztendő alatt 6,3-ról, 6,1 százalékra csökkent, a Mercedesé pedig 3,6-ról 3,7 százalékra bővült. A japán márkák piaci részesedése tavaly elérte a 11,6 százalékot, az előző évi 10,8 százalékkal szemben. Egyébként Nyugat-Európában tavaly összesen 1,55 millió japán kocsit értékesítettek, s egy év alatt a növekedés 12,4 százalékos volt. A japán márkák versenyét a Nissan nyerte 400 ezer darab-

bal, Toyotából 372 ezret, Hondából pedig 216 ezret adtak el. A legnagyobb piacbővülést a dél-koreai márkák könyvelhették el: autóikból 1997-ben 286 ezret sikerült értékesíteni. Ez a mennyiség csaknem 15 százalékkal több az előző évinél, s a dél-koreai kocsik részesedése már meghaladja a 2 százalékot.

Ami a piacokat illeti, a legtöbb új autót – szám szerint 3,5 millió egységet – Németországban értékesítették. Tavaly Olaszországban volt a második legjelentősebb autópia, ahol 2,4 millió új kocsit talált gazdára. Nagy-Britanniában 2,2, Franciaországban 1,7, Spanyolországban pedig 1 millió új kocsit vásároltak.

Autópiaci szakértők előrejelzése szerint idén Nyugat-Európában 2-3 százalékkal növekszik majd az új autók értékesítése. A prognózis meglehetősen óvatos, hiszen idén is több ország készül központi kedvezmények és támogatások nyújtására az új kocsik értékesítésének felállítására.

Piacról piacra

Autós zaci alakult

Igen, mert a tervek szerint a Fővárosi Autópiac területén kora tavasszal zálogház létesül. Az autós zálogházat alapító részvénytársaság egyébként már decemberben döntött, és azóta a területet is kijelölte a piac legmegfelelőbb helyén, mintegy ezer négyzetméteren. Ezt úgy kell átalakítani, hogy az ide leadott kocsikat teljes biztonságban tudhassák a tulajdonosok, hiszen a járművet épségben szeretnék visszaváltani. Erre természetesen szavatosságot nyújt a részvénytársaság. A zaciba egyébként nemcsak személygépkocsikat, hanem kishaszonjárműveket, sőt teherautókat is bevesznek. A márciusra tervezett nyitásnak semmi akadálya nincsen, az alaptőke biztosított, s az összes jogi feltétel adott.

De vajon lesz-e erre igény? – kérdeztük Nagy Sándort, a Fővárosi Autópiac igazgatóját. Megtudtuk: egy korábbi felmérés szerint az autósok és a helyszínen kereskedést folytató kft.-k és bt.-k is helyeselték az autós zaci létrehozását. Tehát igény van rá. Ha például egy autókereskedő nagy értékű autót akar megvásárolni, de nincs rá fedezete, bead akár két autót is a zaciba, megkapja érte a pénzt és már nyélbe is ütheti a boltot. Két-három hét után pedig lesz annyi pénze, hogy a zaciba beadott két kocsi-

ját kiváltsa. De a magánautós is kerülhet szorult helyzetbe, mégsem kell szeretett autójától értéke alatt megválni egy rossz piaci napon, hanem beadhatja azt a zaciba, pénzt kap érte és rendezni tudja kiadásait. Hogy ezt a szolgáltatást a zaci mennyiért végzi, arról még korai lenne beszélni.

A zálogházba az elképzelések szerint nem tíz-húsz, hanem akár száz autót is várnak – már az első hónapban. A forgalom azonban függ majd attól is, hogy az autótulajdonosok ki tudják-e váltani a járgányt, helyet adva újabbaknak. Persze ha tovább marad a zaciban a kocsi, nő a zálogdíj, de a megtérülés szempontjából előnyösebb a gyors forgás. S ha valaki végképp nem képes előteremteni a megfelelő összeget, természetesen jöhet az árverezés. Az elképzelések szerint tíznaponként kerülnének kalapács alá kocsik, s erről minden érdekelt értesítést kap.

És még egy újdonság: a biztonságot szolgálja, hogy a Fővárosi Autópiac három bejáratánál felszerelik a Falconrendszer kameráit, amelyek segítségével percek alatt kiszűrhető majd a lopott autó vagy a hamis rendszámmal érkező gépjármű.

• Zelman Ferenc

Ö

Típus

Mitsub
Opel K
Ford E
Ford O
Mazda
For Mo
Mazda
Peugee
Honda
Renaul
Opel K
BMW 3
Nissan
FIAT P
Toyota
Daihat
Renaul
Ford E
Daewoo
Fiat Pul
Opel K
Merced
Honda C
Peugeo
Ford Mc

A nagy Pumát Cougarnak

Noha a Ford Fiesta műszaki alapjaira épített kétajtós minisportkocsit, a Pumát még nem árulják, a Ford máris kirukolt egy másik újdonsággal. A



Jó évet zárt a Mercedes

98.2.12.

Az előzetes adatok szerint kedvezően zárta a tavalyi üzleti évet a Daimler-Benz-csoport autóiipari üzletága, a Mercedes Benz. A cég számára az sem okozott komolyabb problémát, hogy az A-osztályú kiskocsik értékesítését egy időre fel kellett függeszteni a stabilitással kapcsolatos műszaki gondok miatt. Jürgen Schrepp, a Mercedes Benz elnöke bejelentette, hogy a vállalat működési nyeresége a második félévben jócskán meghaladta a tavalyi év első felében regisztrált 1,85 milliárd márkát. 1996-ban ez 2,4 milliárd márka volt, s a várakozások szerint a tavalyi eredmény megközelíti majd a 3 milliárdot.

Tavaly mintegy 700 ezer személygépkocsi talált gazdára, egy évvel korábban 645 ezer Mercedest értékesítettek. A vállalat tavalyi árbevétele 14 százalékkal haladta meg az előző évit, s elérte az 52 milliárd márkát. Az A-kategóriával kapcsolatos mű-



FOTO: EUROPA MOBIL

szaki problémák tavaly 100, idén pedig 200 millió márka többletkiadást jelentenek a Mercedes számára.

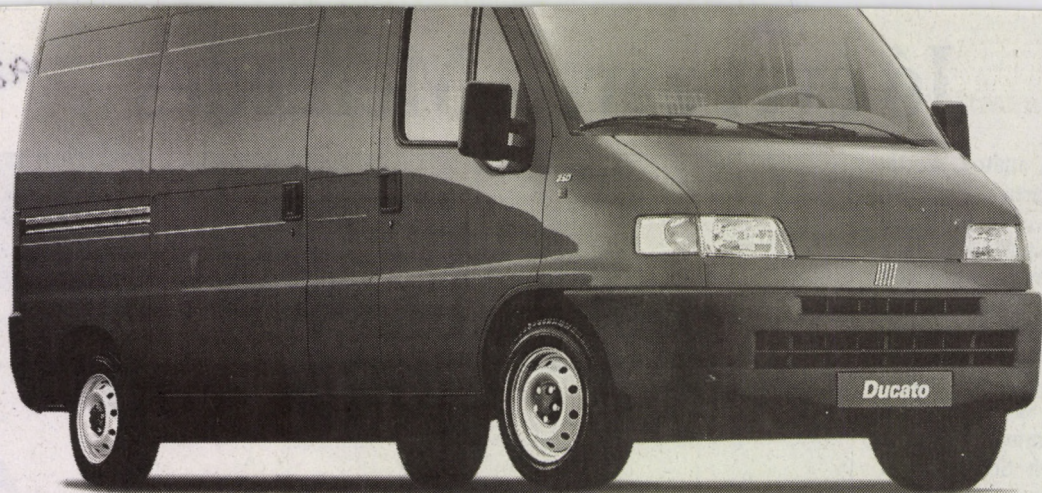
(Érdeemes megjegyezni, hogy a problémás kiskocsik újraforgalmazása februárban megkezdődött, miután számottevő mértékben növelték a kocsik stabilitását.) Bevé-

telkiesést okozott az is, hogy késik a svájci SMH-val kooperációban készülő Smart nevű városi kisautó piacra dobása is.

A Mercedes haszonjárműveket gyártó részlege tavaly 20 százalékkal növelte fogalmát, s bevételei elérték a 39 milliárd márkát. Míg 1996-

ban 348, tavaly már 400 ezer haszonjárművet értékesített a cég. Az előrejelzések szerint idén a Mercedes Benz 8,5 százalékkal növeli majd fogalmát, s hasonlóan a tavalyi évhez, 1998-ban is számottevő nyereségre számít.

• G. Gy.



MINDEN NAP EGY

Fortissimo '98

AJÁNDÉK



A Fiat Ducato nem csupán a legkorszerűbb európai tendenciáknak megfelelő, modern haszongépjármű, de nagyszerű befektetés is.

Rendkívül széles variálhatósága, kényelme és magas terhelhetőségi adatai mellett olyan előnyöket kínál, melyeknek nehéz ellenállni, de könnyű utánaszámolni:

- kedvező ár - alacsony fogyasztás - páratlanul kedvező finanszírozási

• **rendkívüli modellválaszték:**

platós, kombi, minibusz és furgon kategóriákban

• **2.0 benzines és 1.9, 2.5, 2.8 dízel vagy turbódízel motorokkal**

• **hasznos terhelhetőség: 1040 kg-tól**

Ázsiában erősít a BMW ^{98.2.} 12

Bernd Pischetsreider, a BMW elnöke nemrégiben bejelentette, hogy a patinás autógyár a jövőben – az eddigi 10 százalékhelyett – terelésének 25 százalékát szeretné az ázsiai piacon értékesíteni. A BMW vezetése úgy véli, hogy a délkelet-ázsiai gazdasági és pénzügyi válság átmeneti jelenség, amely nem fogja alapvetően megváltoztatni a térség gazdasági növekedésének irányzatát.

Az idei év első kilenc hónapjában a német autógyár a térségben (Japán kivételével) 21 százalékkal növelte értékesítését, az ázsiai szigetországban pedig 4 százalékkal bővültek eladásai. A cégvezetés szerint az 1997-es esztendő volt eddig a legsikeresebb a BMW számára Ázsiában. Még az átlagosnál is sikeresebbek voltak Indonéziában, ahol 47, Hong-

kongban pedig 32 százalékkal tudták növelni eladásait. (Érdemes megjegyezni, hogy Indonéziában piaci részesedésük már eléri a 10 százalékot.) Jó évet zárt a cég Kínában is, ahol egy esztendő alatt megháromszorozódott az eladott BMW-k száma: az előző évi 483-mal szemben 1514-re. A thaiöldi valutaválság következtében a BMW értékesítései 47 százalékkal estek vissza az országban, Dél-Koreában pedig 16 százalékos visszaesést regisztráltak.

A BMW tervei között továbbra is szerepel egy gyártóüzem létesítése a térségben, erre azonban addig kell várni, amíg a régió államai között a kereskedelmi akadályok nem szűnnek meg. Arról van szó, hogy a magas vármok miatt a térségben gyártott BMW-ket ugyanolyan

drágán szerezhetné be egyik ország a másiktól, mint ha a kocsikat Németországból importálná. Miután a térségben kissé megingott a politikai és gazdasági stabilitás, a BMW egyelőre kivár a befektetéssel, de távolról sincs szándékában attól elállni.

A német gépkocsigyár termékei Japánban erős importversennyel kényszerülnek megküzdeni. Ma a japán piac az importkocsik számára teljesen nyitott, így a BMW pozíciót a szigetországban a márkakereskedői hálózat bővítésével kívánja javítani. A cég elnöke tudja, hogy a külföldi kocsik számára a japán piac igencsak idő- és költségigényes, mindazonáltal az előrejelzések szerint az importautók 30 százalékos piaci részesedésre számíthatnak.

Dezagyott árak

5. 3. 11
5) Annyó a téli hideg sem enged februárban a hidegből, a használt autójukat korábban eladni szándékozók sem engednek az irányárból. Makacsul kitartanak, olyannyira, hogy azok, akik a Fővárosi Autópiacra nem tudtak túladni portékájukon, a Flóracoopra átgurulva sem változtattak az árcédulán. Beálltak a sorba, azzal a reménnyel, hogy majd itt – mivel kevesebben vannak – jó pénzért eladhatják a kocsit. Némelyeknek sikerült is.

A 601-es fehér Trabant tulajdonosa ugyanúgy 120 ezret kért a 87-es kétüteműért a fővárosi piacon, mint később a Flóracoopon, ahol hamarosan elkelt az autó. Az eladó és a vevő kölcsönös meglegedettségére.

Piaci körsétánk során feltűnt, hogy többen is megálltak egy-egy gépkocsinál, és alkudozni kezdtek. Ha a tulaj engedett az árból, az ér-

deklődő vette a telefont és átszólta a másik piacra, hogy mit talált. Ki gondolná, hogy mi mindenre jó egy mobiltelefon?

Ahol nagyobb csapat verődik össze, ott valami érdekesség van. Ilyenek a sérült, törött autók, amelyeket mindig többen vesznek körül. Azután beindul az okoskodás, a javítási költségek saccolása, meg hogy mit fizetett a biztosító. Az eladó persze már könnyű helyzetben van, s örülhet, mert a kárterítést már egy másik autóra költhette. A töröttért pedig annyit kér, amennyit akar. Például egy 90-es, 1,6-os, 16 szelepes Suzukiért 560 ezret akartak, s amikor az eladó megtudta, hogy egy karosszériás a vevő, nem engedett egy vasat sem az irányárból. Végül megegyeztek – bizonyára mindkettőjüknek megérte.

Jobb elején sérült a Mercedes 190, elég alaposan, de azért járóké-

pes maradt. Az é-
nát 650 ezerért v-
san Almera Seda
egy év alatt húsz-
túlról beleszalac-
látszott nagynak
költséges lesz a j-
És nem is lesz s-
korában – akkor
elemekkel pótol-
ket. A biztosító r-
lajdonos szerint
még kellene kap-
nért.

A kínálat a t-
folyamatosan bő-
irányárok miatt
nem az igazi. De
vallják az eladó-
500 forintos belé-
fizetni egy napo-
rül átgurulnak a

JOGKANYAR

Kinek jár vissza a lefoglalt

Terjeszkedik a FIAT 98. 2.

12

A Volga gépkocsikat gyártó Nyizsnyij Novgorod-i GAZ autógyár és a FIAT szerződést kötött egy vegyesvállalat alapításáról. A 850 millió dolláros beruházással megvalósuló Nyizsegorodmotorsz nevű cégben a GAZ és a FIAT 40-40 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik, a fennmaradó 20 százalék tulajdonosa pedig az Európai Újjáépítési és Fejlesztési Bank. A tervek szerint a vállalkozás kis- és középkategóriás FIAT-típusokat fog gyártani. A termelés az idei esztendő második felében kezdődik, s évi 150 ezer darabra fut majd fel. A beruházás nyomán Oroszországban 20 ezer új munkahely jön létre, s a költségvetés többlet-adóbevétele a terme-

lés teljes felfutása után meghaladja majd az évi 200 millió dollárt. Az orosz üzlettel szinte egy időben jelentette be a torinói óriásvállalat, hogy autógyárat épít az indiai Randsangaonban is, ahol évi 85 ezer gépkocsit állítanak majd elő, de szükség esetén a kapacitást 100 ezerre lehet növelni.

Előzetes adatok szerint a FIAT 1997-ben 2,8 millió személygépkocsit és kisteherautót értékesített a világon. Eladásai így 18 százalékkal haladták meg az előző évit. Folyamatosan növekszik részese-
dése az európai autópiacokon is, ahol tavaly novemberben már 12,6 százalékos részese-
dést tudhatott magáénak.

• G. Gy.

kat nagy számban érintik.
A még hatályos büntetőeljárás-
törvény értelmében a hatóság lefoglalja azt a dolgot, amely tárgyi bizonyítási eszköz, de a lefoglalást meg kell szüntetni, mihamarabb arra az eljárás érdekében nincs szükség. Ilyenkor a lefoglalt dol-

szeműen, arányos áron megvette) a rendőrség melyiknek adja ki a nyomozás befejezésekor, nemcsak azt a kérdést dönti el, hogy egy esetleges polgári peres ügy befejeződéséig melyikük lesz jogosult annak használatára, hanem meghatározza azt is, hogy ki-

PÉNZRŐL NEM B DE SZÁMOL



A Daewoo Kazahsztánban 98.2.

19.

A dél-koreai Daewoo-csoport 1,37 milliárd dollárért 40 százalékos érdekeltséget szerzett a kazah távközlési monopóliumban. A szerződés értelmében a Daewoo a vételáron felül egy 100 millió dolláros bónuszt is fizet a kormánynak, továbbá 2000-ig törleszti azt a 390 millió német márkás adósságot, amellyel a Kazahtelekom a KfW újjáépítési és fejlesztési banknak tartozik. Érdeemes megjegyezni, hogy ez az adósság komoly terhet jelentett a Kazahtelekom számára, a tavalyi 70 millió dolláros bruttó eredményéből 62 milliót a kamatok törlesztésére kellett fordítania. A szerződés rögzíti azt is, hogy a Daewoo az évtized végéig egymilliárd dollár értékű beruházást hajt végre a Kazahtelekomban. Ennek keretében korszerűsítik a vállalat berendezéseit, továbbá 2,3-ról 3,3 millióra növelik a vonalak számát a 16,7 millió lakosú országban, amelynek területe ötszöröse Franciaországénak. A fejlesztés révén Kazahsztán egyben csomóponttá is kíván válni Európa és Kelet-Ázsia között. 1996-ban a Kazahtelekom árbevétele félmilliárd dollár volt, s a tervek szerint ez az összeg az ezredfordulóig megkétszereződik. Ismeretes, hogy a kazah kormány tavaly a keretmegállapodásig jutott a Deutsche Telekommal a Kazahtelekom 49 százalékanak értékesítéséről és az irányítási jog átadásáról, ám az ügylet végül megbukott. A mostani szerződést viszont a kormány előnyösnek tartja. A Kazahtelekom elnöke szerint cége az idei esztendő végéig megjelenik a belföldi tőzsdén, a későbbiekben pedig nem kizártak a külföldi kibocsátások. A Kazahtelekom részleges privatizálására kiírt tenderen a Daewoo, többek között, a dél-koreai Hanwhát, a német西门st és az Alcatel Alsthom németországi részlegét, az Alcatel Selt utasította maga mögé.

Mes

**Vajon merre halad tovább a távközlés?
Az emberek a telefonhálózatok nyújtotta minden lehetőségre vevők lesznek, vagy megelégednek a beszélgetéssel?**

.....

Néhány óriás marad, vagy majd minden kapualjba berántja a járókelőt egy-egy távközlési társaság ügynöke, hogy csak velük érdemes megállapodni? Milyenek lesznek a fogyasztói igények, és hogyan reagál erre az ipar? Megsejthető-e, milyen változásokra számíthatunk a közeljövőben?

Az Andersen Consulting látókörébe régen bekerült a távközlés, s néhány éve globálissá szerveződött a cég

működésre, akkor az igényektől függően néhány vagy több tíz szakértő pár napra vagy hónapra a helyszínre utazik, hogy segítse a munkát. E gárda egyik magyar tagja volt két éven át a budapesti iroda távközlési menedzsere, Németh Tamás, aki elmondta, ma melyik területen igénylik leginkább a változtatást a vállalatok:

„A monopolhelyzetben lévő távközlési cégekre jellemző a generációk alatt kineve-

Óriások Dél-Afrikában

98.2.19

A dél-afrikai kormány értékesítette a tulajdonában lévő Telkom állami távközlési nagyvállalat részvényeinek 30 százalékát. Az 1,25 milliárd dolláros ügylet vevői oldalán az amerikai SBC International és a Telekom Malaysia alkotta konzorcium áll. A Telkom részleges magánosítása a legnagyobb privatizációs ügylet a Szaharától délre fekvő országok gazdaságának történetében. Távközlési szakértők egybehangzó véleménye szerint a Telkom részleges privatizációja legkevesebb 50 ezer új munkahelyet teremt a közeli jövőben. A Telkom egészének piaci értéke mintegy 4 milliárd dollár. A telefonársaság, a tervek szerint, korábbi fejlesztési programjának kétszeresét hajtja végre: a következő öt esztendőben 2,7 millió telefonvonalat létesít, s mintegy 120 ezer nyilvános telefonállomást helyez üzembe. Ugyanebben az időszakban 1,25 millió analóg vonalat vált fel digitálissal. A dél-afrikai távközlési piacon a kormány a Telkom számára öt évig biztosított kizárólagosságot, s a monopolhelyzet egy évvel meghosszabbítható abban az esetben, ha a részlegesen privatizált cég a negyedik év végére eléri célkitűzéseinek 90 százalékát. A konzorciális megállapodás értelmében az SBC 18, a Telekom Malaysia pedig 12 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik a dél-afrikai távközlési vállalatban. A kormány és a konzorcium szerződése pedig többek között azt szabályozza, hogy a vevők 5, az eladó pedig 10 igazgatót nevezhet ki a cégnél.

ezzel foglalkozó csoportja, mely rendelkezik egy gyorsan bevethető résszel. Ha bárhol a világon elindul egy-egy nagyobb program, melyben a céget is felkérlik közre-

lődt, nagyon jó technikai gárda, amely azonban egészen az utóbbi évekig a piac hiánya miatt nem egészült ki megfelelő, ügyfélközpontú gondolkodású marketing-

Kínálati sokk

■ Korábban elképzelhetetlen választék zúdult a telekommunikációval a magyar vállalatokra. A bőség zavara nem okoz-e újabb gondokat?

**PHILIPS MAGYARORSZÁG,
MÉSZÁROS ZOLTÁN ÜGYVEZETŐ IGAZGATÓ:**

Mivel a tökéletes, összehangolt munkához tökéletes és gyors kommunikáció szükséges, a Philips számítógépes hálózatra épített szoftvert használ, amin keresztül nem csak a levelezést intézzük, de fájlok küldésével a különböző telephelyeken tevékenykedő munkatársaink egy időben együtt tudnak dolgozni. Más kérdés persze, hogy az elektronikus úton küldött dokumentumokat mennyire fogadják el hitelesnek Magyarországon. Kétségtelen, hogy ha valaki ismeri a jelszót, amivel a rendszert használ-

A franciaországi Hambachban nemrégiben avatták fel a Mercedes-Benz és a svájci SMH óragyár közös autóiipari cégét, amely a Smart névre hallgató, mindössze 2,5 méter hosszú, kétüléses városi minikocsikat gyártja, a tervek szerint évi 200 ezer darabot. Az avatóünnepségen részt vett Helmut Kohl és Jacques Chirac is, de az „igazi” sztár Nicolas Hayek, az úgynevezett swatchmobil atyja volt.

A jelenleg 70 esztendőes Hayeket a nyolcvanas években ismerte meg a világ, amikor azt a feladatot kapta, hogy mentse meg, tartsa életben a svájci óraipart a japán versenytársakkal szemben. Hayek kitalálta a viszonylag olcsó és tetszetős, abban az időben eldobhatónak nevezett Swatch órákat, amelyekkel az SMH cég meghódította az egész világot. A svájci óraipar ma ismét virágzik, s eddig negyedmillió Swatch talált gazdára szerte a világon.

Hayek Bejrútban született, s a mérnök ma Svájc legismertebb üzleti hőse és showmanje. Imádják a nyilvánosságot, a szereplést, gyakran mutatkozik államfők, vezető üzletemberek és topmenökenek társaságában. Gianni Agnelli, Cindy Crawford és még megszámlálha-

Kértünk egy névjegyet 98. 2. 23. Órakerályból autófejedelem

tatlan világhíresség tartozik barátai körébe. A kiváló üzletember erőssége a marketing, véleménye szerint mindenre lehet vevőt találni, minden terméket fel lehet juttatni a világhírnév csúcsára, azonban mindehhez kiemelkedően jó marketingtevékenységre van szükség.

A sok műanyagot tartalmazó városi kisautó Hayek találmánya, amelyet néhány éve Európa első számú autógyártójának, a Volkswagennek adott el. Amikor a VW új főnöke, Ferdinand Piesch értesült az akkor előkészítés alatt álló közös projektről, nemet mondott, így találta meg az SMH új partnerét, a Mercedest. A zürichi Hayek Engineering tanácsadói cég olyan ügyfeleket tudhat a magáénak többek között, mint a VW, a BMW, a US Steel, a Nestlé és a Digital Equipment. Fontos azonban megjegyezni, hogy Hayek nem mérnöként, hanem üzletemberként lett sztár.

A Micro Compact Car (MCC) nevű vegyes vállalatban a Mercedes-Benz tulajdoni hányada 81, az SMH-é pedig 19 százalék. A svájci óragyártó nagyvállalat számára az autógyártás nem az első tevékenységdiverzifikálási „kirándulás”. Szoros együttműködést folytat például a Siemensszel vezeték nélküli telefonok gyártásában. Az MCC-projekt azonban az SMH számára az eddigi legdrágább és leginkább izgalmas kihívás.

Nicolas Hayek szilárd meggyőződése, hogy a világon hatalmas kereslet mutatkozik a Smart iránt. A már nem fiatal korban sztár üzletemberré lett Hayek véleményét osztja a Mercedes is, amely azt sem hagyta a stratégiai szövetség létesítésekor figyelmen kívül, hogy a Swatch a világ 30 legismertebb márkájának egyike. Hayek számára az is egyértelmű, hogy az európai autógyárak kénytelenek lesznek követni az SMH példáját, vagyis a talpon maradás érdekében sorra jelennek majd meg a piacon a vi-

szonylag alacsony árú minikocsikkal.

Autóiipari szakemberek gyakran kérdezik Hayektól, hogy az ötleten kívül mit visz az SMH a vegyes vállalati „házasságba”. Mindezekellett az eddig sikeresnek bizonyult marketingtudást és -módszereket. Nicolas Hayek nem pihen babérait, hanem vezető szerepet vállalt a Smart úgynevezett hibrid típusának kifejlesztésében. Arról van szó, hogy a Smart-család következő típusában egy robbanómotor elektromos áramot termel, ami meghajtja a kerekek mindegyikére felszerelt kicsiny motorokat.

Egy nyilatkozatában a sikeres üzletember nemrégiben rámutatott: a hibridkocsi nem az ő találmánya, hanem csapatmunka eredménye. De az SMH nélkül – hangsúlyozta – ez a típus sem születhetett volna meg.

Bírák szerint az MCC nem tud értékesíteni évi 200 ezer Smartot. Hayek – akit az SMH igazgatótanácsa korra ellenére szinte örökké a cég élén akar tudni – a borúlátó véleményeket azzal szereli le, hogy számtalanszor vezette már a Smartot, s gondos marketingmunka esetén semmiféle problémát nem jelent majd évi 200 ezer városi minit eladni.

Gonda György

jekt részét képező diákhitelprogram irányítása

- a diákhitelprogram kidolgozásának elősegítése és a megvalósítás nyomon követése, a menet közben adódó feladatok elvégzése
- a diákhitelprogram kidolgozásában érdekelt felek, pl. diákhitel munkacsoport, Pénzügyminisztérium, Művelődésügyi Minisztérium, Hallgatói Önkormányzat, hitelintézetek, a felállítandó Hitelgarancia Intézet és a felsőoktatási intézmények munkájának koordinálása
- a programfelelős az iroda igazgatójának tartozik felelősséggel

Pályázati feltételek:

- felsőfokú közgazdasági vagy pénzügyi végzettség
- a külföldi diákhitelprogramok szakértői szintű ismerete
- a magyar felsőoktatás helyzetének ismerete, különös tekintettel annak pénzügyi oldalára
- tapasztalat hitelprogramok menedzselésében
- középfokú angolnyelv-tudás
- vezetői tapasztalat

A pályázatokat a megjelenéstől számított három héten belül a **Felsőoktatási Világbanki Programiroda** címére (1065 Budapest, Révay utca 10. 210-es szoba, tel.: 269-1008) kell benyújtani.

Kérjük, a borítékra írják rá:

„Pályázat a Felsőoktatási Világbanki Programiroda diákhitel programfelelős tisztségére”.

MH 1554

jekt menedzsmentinformációs rendszerfejlesztés komponensének irányítása

- közreműködés a magyar felsőoktatás részére kidolgozandó országos információs stratégiában
- a menedzsmentinformációs rendszer fejlesztésével kapcsolatos közbeszerzések lebonyolítása
- a központilag biztosított felhasználói programokkal (pl. pénzügyi menedzsment) kapcsolatos feladatok ellátása
- a menedzsmentinformációs pályázatokkal kapcsolatos teendők ellátása
- a programfelelős az FVP igazgatójának tartozik felelősséggel

Pályázati feltételek:

- felsőfokú szakirányú végzettség
- tapasztalat információs rendszerek fejlesztésében
- magas szintű és naprakész információtechnológiai ismeretek
- jó szervező- és együttműködő készség
- középfokú angol nyelvvizsga

Előnyt jelent:

- részvétel felsőoktatási intézmények menedzsment információs rendszereinek a fejlesztésében
- informatikai projektek, beruházások menedzselésében szerzett tapasztalat
- közbeszerzési ismeretek, tapasztalat

A pályázatokat a megjelenéstől számított három héten belül a **Felsőoktatási Világbanki Programiroda** címére (1065 Budapest, Révay utca 10. 210-es szoba, tel.: 269-1008) kell benyújtani.

Kérjük, a borítékra írják rá:

„Pályázat a Felsőoktatási Világbanki Programiroda MIS tisztségére”.

MH 1553

s Piacok

SZERKESZTI: TAR ANDRÁS

A GM visszatér Dél-Afrikába

Amolyan gazdasági rehabilitálásnak is tekintheti Dél-Afrika a General Motors bejelentését, amely szerint a detroiti óriásvállalat megvásárolja a Delta Motors tulajdonának 49 százalékát. Az összeszerelő cég 1986-ban alakult, amikor a vállalatvezetés megvette a GM dél-afrikai leánycégét. A detroiti autógyár nem adott tájékoztatást a vételárról, azt azonban hangsúlyozta, hogy a szerződés értelmében opciója van további tulajdoni hányad vásárlására.

A General Motors egyik vezetője szerint az ügyletre azért került sor, mert a GM-re igen pozitív hatást gyakorolt a Dél-Afrikában tapasztalható politikai és gazdasági változássorozat, s emellett számottevő piacbővülésre is lehet számítani.

A Delta Astra és Corsa modelleket szerel össze,

emellett Isuzu teherautókat és japán kisbuszokat is gyárt. A tervek szerint a GM szerte jelentős mértékben növelni a Delta termelékenységét. Az elképzelések között szerepel az is, hogy miután a Delta a GM értékesítési és ellátási hálózatának integráns része lesz, alkatrészeket, részegységeket és kész járműveket fog exportálni.

Szakértők egybehangzó véleménye szerint az ügylet része a GM terjeszkedési stratégiájának, amellel új kontinenseket céloz meg. Ismeretes, hogy a General Motors jelenleg autógyárat épít Argentínában, Lengyelországban, Thaiföldön és Kínában is, annak érdekében, hogy mind kedvezőbb piaci pozíciókra tegyen szert a fejlődő és az úgynevezett feltörekvő országokban.

Az értékesítést tekintve a Delta Motors Dél-Afrika

harmadik legnagyobb járműipari vállalata, amellyel a GM 1986 óta jónak mondható személyes és üzleti kapcsolatban állt.

Az amerikai autógyár ügyletére azután került sor, hogy több versenytársa is élénk beruházási tevékenységbe kezdett Dél-Afrikában. Az országban ezer lakosra 100-nál kevesebb autó jut, a hazai autógyártók száma viszont már eléri a hetet. Ezen cégek a korábbi években a magas importvámok miatt kiváló üzletmenettel büszkélkedhettek. A vámok jelentős mérséklődése azonban arra kényszeríti a hazai gyártókat, hogy szorosabbra fűzzék együttműködésüket azokkal a külföldi cégekkel, amelyek egyes modelljeit licencmegállapodás alapján gyártják, illetve szerelik össze.

A gépkocsikra kivetett importvám 1994-ben 125 száza-

lék volt, tavaly 60, 2002-re pedig 40 százalékra mérséklődik. Ez az irányzat számos külföldi autógyártót – többek közt a Volvót, a Saabot, a Daewoo-t, a Hyundai-t – arra ösztönzött, hogy márkakereskedés-hálózatot hozzon létre az országban. A gépkocsibevezéssel folyamatos növekedése ugyanakkor a hazai autóipari cégeket arra kényszerítette, hogy mielőbbi reorganizációt hajtsanak végre.

Hírek szerint a Toyota a következő öt évben összesen 287 millió dollárt investál a dél-afrikai autóiparban, a BMW pedig mintegy 250 millió dollárt költ korszerűsítésre és terjeszkedésre. A Nissan Diesel és a Mitsui pedig 20-30 millió dollárt fordít a Nissan South Africa leányvállalat korszerűsítésére és kapacitásának bővítésére.

Próbán a Renault Mégane TDi motorja

Takarékos megoldás

Nem oly régen mutatkozott be Magyarországon a Renault legújabb erőforrása, a közvetlen befecskendezéses turbódízel aggregát, amelynek ezúttal szenzációt ígérő fogyasztási adatait vettük nagytító alá.

A francia dízelmotorok mindig is híresek voltak megbízhatóságukról és hosszú élettartamukról. Az ilyen autók tulajdonosai viszont a kedvező üzemeltetési költségért cserébe szerényebb teljesítményt kaptak. A '80-as években azonban kezdett elterjedni a turbóval erősített dízelmotor, amelynek teljesítménye és menettulajdonsága közel azonos vagy akár jobb is lehet, mint egy hasonló hengerűrtartalmú benzinesé. A fejlődés következő lépése az előkamrás rendszerű dízelmotorok leváltása közvetlen befecskendezésűre, amely folyamatot ma is tart.

A Renault ugyan nem elsőként, ám az elsők között mutatta be új, közvetlen befecskendezéses turbódízel erőforrását, amelynek teljesítménye 100 lóerő. Az 1,9 literes, négyhengeres, hengerenként kétszelepes erőgép nyomatéka 200 Nm a főténgely percenkénti 2000-es fordulatanál. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy az autó már alacsony fordulatról is nagyon jól húz, de sajnos a turbólyukat a Renault mérnökei sem tudták teljesen kiküszöbölni, vagyis amikor a fordulatszámmerő megközelíti a 2000-es jelzést, az addig kissé lomhának érzett autó szinte katapultszerűen kezd el gyorsulni. A rántás – az egyébként már nem bowdenes, hanem elektronikus – gázpedál finom kezelésével persze könnyedén kiküszöbölhető. A Mégane TDi egyébként rugalmasságban és gyorsulásban is maga mögé

utasítja a vetélytársakat, ám a közvetlen befecskendezéses turbódízelek jellegzetes hangját a Renault-nak sem sikerült eltüntetnie.

A motor legnagyobb erőssége – a kedvező menettulajdonságok mellett – a szinte elképesztően alacsony fogyasztás. A sajtóanyag szerint a Renault motorjának fogyasztása folyamatos 90 kilométeres óránkénti sebesség mellett öt liter körül alakul. Persze nagyon kevés olyan autós van, aki képes ilyen önmegtartóztatásra, ráadásul a forgalmi helyzetek nem is igen teszik lehetővé az állandó sebességet.

Mi a Mégane-családból a Scénic és a Classic TDi változatot is kipróbáltuk, és az aggregát egyikben sem okozott csalódást. Csípős hidegek közepette, leginkább városi forgalomban, kevés autóúttal megtűzdelve, a Classicnál



száz kilométerre kivetítve 6,1, míg a Scénicnél 6,3 literes átlagfogyasztást mértünk. Ezek az eredmények önmagukért beszélnek, ám hozzá kell tenni, hogy ennél még kedvezőbb értéket is elérhettünk volna, ha csak a legkisebb fogyasztásra összpontosítunk. Am a célunk az volt, hogy egy átlagos autós vezetési stílusát

A Ford 98.2.27

Oroszországban


A világ második legnagyobb autógyártója, a Ford bejelentette, hogy 150 millió dolláros beruházással gépkocsigyártó közös vállalkozást hoz létre Szentpétervár közelében. A vegyesvállalati formában megvalósuló cég – amely a helyi és a regionális hatóságok jóváhagyását várja – a tervek szerint évi 25 ezer gépkocsit gyárt majd a beruházás első szakaszában, s a későbbiekben lehetőség lesz a kapacitás bővítésére.

A Ford kocsikat a Russz-kij Dízel gépipari vállalatcsoport területén gyártják majd. Ez az orosz vállalat egyébként dízelmotorokat is gyárt, bár nem az autóipar, hanem földmunkagépek és hajók számára. A tervek szerint a Ford és orosz partnere a nyáron fejezi majd be a tárgyalásokat, s azután kerülhet sor a szerződés megkötésére.

Az oroszországi terjeszkedés része a Ford Kelet- és Közép-Európára vonatkozó stratégiájának, amelynek keretében eddig Lengyelországban és Fehéroroszországban alapított összeszerelő-üzemet. Az oroszországi üzem a tervek szerint rendelkezni fog prés- és festőrész-

leggel is. A Ford az orosz piacon követi versenytársait, akik ugyancsak felismerték, hogy az országban mind nagyobb a fizetőképes kereslet a jó minőségű új kocsik iránt. A General Motors ugyancsak nemrégiben jelentette be, hogy gyárat épít a finn határ közelében, s nem kizárt a szorosabb együttműködés a Ladákat előállító AvtoVazal sem Togliattiban. Az elmúlt esztendő végén a FIAT közös vállalkozást hozott létre évi 150 ezer autó (elsősorban a Palio világautó) gyártására a GAZ-zal, a Renault pedig a moszkvai önkormányzattal folytat előrehaladott tárgyalásokat a Moszkvics-gyár felújításáról és autókínálatának bővítéséről.

Hírek szerint a Ford oroszországi gyárában az Escort típusokat gyártják majd. Most ezeket a Ford brit üzemében gyártják, s a jelenlegi modelleket 2000-ben váltják fel újakkal. Szakértők nem tartják kizártnak, hogy a Ford nemcsak a jelenlegi, hanem az új Escort-modellek gyártását is áttelepíti majd Oroszországba.



Tudják mi a közös a Chrysler új koncepcióautójában és egy műanyag üdítőüvegben? Hogy mindkettő azonos anyagból készült. Az egyszerűen csak PET-nek becézett műanyagból épített első autót a tavalyi frankfurti szalonon mutatta be a Chrysler, s most itt a folytatás.

Az autógyártás jövője több választás előtt áll. Az egyik útirányjelző táblán a PET felirat olvasható, amely nem más, mint annak az anyagnak a rövidítése, amelyből a műanyag

palackok is készülnek. A PET hivatalos neve polyethylen terephthalate, s az első belőle épített gépkocsit a Chrysler tavaly mutatta be az őszi frankfurti autókiállításon. Az új anyag lényege, hogy a belőle gyártott autó előállítási és gyártási költsége akár 80 százalékkal is alacsonyabb lehet egy hagyományos autóénál. Nemcsak a kedvezőbb árú alapanyag, hanem például a fényezés költségeinek jelentékeny részét is meg lehet így takarítani, a PET-ből gyártott

A Daewoo Motors Corporation é

Tisztázott k

A Daewoo Motor és a General Motors legújabb egyezményének bejelentése után sokan félreértelmezték a szerződést, s szárnyra kapott a hír, hogy a GM megveszi a Daewoo Motort, így annak magyarországi tevékenysége is megszakad. A cég budapesti vezérképvisellete cáfolja a feltevézéseket. Beleznay Zsolt marketingigazgató, tájékozt

meg. Az erre vonatkozó előkészítő tárgyalások régóta folytak, több mint egy évvel a koreai gazdasági és pénzügyi válság kirobbanása előtt kezdődtek el, tehát a történések között nincs összefüggés.

A GM és a Daewoo története egyébként a nem is túl távoli múltban egyszer már összekapcsolódott, hiszen 1992-ben a koreai cég a

A kockázatvállalás nagymestere

Újra nagy fába vágta fejszét a Sprint amerikai távközlési óriáscég elnöke, Bill Esrey. Egy tízmilliárd dolláros közös vállalkozás keretében a Sprint három kábeltelevíziós társasággal új vezeték nélküli országos távközlési hálózatot épít ki.

A nem kis kockázattal járó fejlesztés közeli befejezése után a Sprint ebben a „műfajban” az Egyesült Államok második legnagyobb cége lesz az AT & T után.

A nagy ívű projekt karmestere Bill Esrey, aki már a nyolcvanas években sikerrel levezényelt a Sprintnél egy hasonló nagyságrendű projektet. Ugyancsak nem kis kockázatot vállalva, a Sprint akkor építette ki az USA első száloptikás országos hálózatát, s ennek nyomán a cég a harmadik legnagyobb amerikai távolsági távközlési szolgáltatója lett. A kiválóan sikerült projekt nyo-

mán lett Esrey 1985-ben a Sprint vezérigazgatója, öt évvel később pedig elnöke.

Esrey nem titkolja, hogy egyik erőssége az ésszerű kockázatvállalás. Persze nem hazardőri alapon, hanem igen pontos számításokkal, hatásvizsgálattal és ágazati prognózisokkal alátámasztva hozza meg a nagy összegeket megmozgató döntéseit. Forráshiánytól nem kell tartania, hiszen tíz esztendő telt el a Wall Streeten, s nem is akár milyen beosztásban. Az egész világon ismert és elismert Dillon Read befektetési bank vezérigazgatója volt, tudja tehát, hogy tőkehiány nem létezik. Véleménye szerint „amennyiben sikerül egy olyan üzleti tervet elkészíteni, amelyben hisznek a befektetők és a hitelezők, a világ összes tőkéje rendelkezésre áll”.

Esrey édesapja az AT & T-nél dolgozott Kansas Cityben.

Bill Esrey ott járt középiskolába, s jelenleg ebből a városból irányítja az óriáscéget. Mint az amerikai távközlési cégek felsővezetőinek szinte mindegyike, ő is dolgozott az AT & T-nél. (Ismeretes, hogy korábban ez utóbbi vállalat uralta az amerikai távközlési piacot mindaddig, ameddig a versenyhatóság, megszüntetvén a cég monopóliumát, helyi és távolsági távközlési szolgáltatások nyújtására szakosodott cégekre „robbantotta szét” a piacot.)

Bill Esrey nemcsak a Wall Streeten, hanem az amerikai távközlési szakmában is tisztelt és elismert vezető. Több alkalommal próbálta meg elcsábítani a Sprint két legnagyobb versenytársa, az AT & T és az MCI. Esrey azonban maradt a Sprintnél, mert nagy kihívást jelent számára, hogy még sok izgalmas és be nem fejezett üzlet, fejlesztés vár rá

Kansas Cityben. A Sprint ugyanis nemcsak a távolsági és a vezeték nélküli üzletágban „utazik”.

Számos helyi telefontársaság tartozik a Sprint érdekeltségű körébe még ma is. Ez az üzletág azért is különösen „kedves” a Sprint számára, mert kezdetben önmaga is helyi telefontársaság volt. Esrey tervei között előkelő helyen szerepel továbbá helyi társaságok megvásárlása – gyengítendő a helyi Baby Bell cégek monopóliumát. De a Sprint nemcsak a hazai, hanem a nemzetközi pályákon is fontos tényező. A France Télécommal és a Deutsche Telekommal stratégiai szövetséget hozott létre. A hármas szövetség összecsiszolódásában, kezdeti működésében ugyan voltak gondok és problémák, ma már azonban egyre növekszik globális piaci részesedése.

Miért nem tanulunk Ne fogadj el tan

A tanulás drága mulatság. A modern gazdaság tudománya viszont aranyánál is többet ér egy korszerű vállalatnál. Hogyan lehet viszonylag olcsón, sok ismeretet elsajátítani? Ezért jött létre 1994-ben a Magyar Termelékenységi Központ (HPC) a magyar kormány megbízásából, és a japán kormány jelentős támogatásával. Vajon miért investál szellemi és anyagi tőkét a világ egyik gazdasági nagyhatalma egy Európához felzárkózni készülő országba, és miért nem vevők erre a magyar kis- és középvállalkozások? Többek között erről is beszélgettünk Veresegyházy Róberttel, a Magyar Termelékenységi Központ ügyvezető titkárával.

Termelékenységi központok csaknem minden európai országban működnek, de megtalálhatók a Távol-Keleten és a tengerentúlon is. Európában a második világháború után a Marshall-segély részeként jelentek meg először. Az akkori Európai Termelékenységi Ügynökség a Marshall-segély programjának befejezése után szövetséggé alakult át. A Mar-

shallségély nemcsak kész-
keket lehetett vásárolni, hanem egy másik, ma már feledésbe merült feladatot is ellátott; termelékenységi központok létrehozását szorgalmazta, és ennek részeként lehetővé tette, hogy az európai menedzserek kijuthassanak az Egyesült Államokba.

Magyarország megkésve bár, de nem későn e téren is felzárkózott a világ gazdaság-
hoz: 1994 óta működik a Ma-

gypont (HPC), nonprofit közalapítvány formájában. Létrejöttét a magyar kormány egyszeri 130 millió forinttal támogatta, a japán kormány pedig az eszközfelszereléshez járult hozzá. Éves költségvetésük 80 millió forint.

A termelékenységi központok a világon mindenütt állami támogatással működnek, bevételük a kiadásoknak általában kevesebb mint a felét fedezi. Fenntartásukhoz hozzájárulnak a szakszervezetek, kis részben a nagyvállalatok, illetve különféle nemzetközi projektek.

Ezzel szemben a Magyar Termelékenységi Központnak a japánokkal kötött szerződése 1999 végén lejár és nagyjából a tartalékok is addig elegendők. A HPC ugyanis nagyrészt saját indulótőkéje felé-

kaptak 30 millió forintot az IKIM-től, ám ez csak pillanatnyi elsősegély volt.

Pedig a HPC-re szüksége lenne a magyar gazdaságnak – véli Veresegyházy Róbert –, hiszen az általuk szervezett tréningek nem kevesebbre vállalkoznak, mint hogy a világon mindenütt elismert Japán gazdasági modell eszköztárát átadják a magyar vállalatvezetőknek, japán szakemberek közreműködésével – és nem utolsósorban méltányos összegért. Hiszen míg a nemzetközi tanácsadó cégek által kínált kurzusok akár napi 100 ezer, de a hazaiak is 15–30 ezer forintba kerülnek, addig a HPC tréningjeiért 10 ezer forint körüli összeget kell csak fizetni. Azonban úgy tűnik, a magyarországi kis- és középvállalkozások nem is sokallják.