

Arthur Andersen: tőkefordulat előtt

A nyugat-európai vállalatok első számú befektetési célpontja jelenleg kontinensünk nyugati fele, de öt év múlva a vezető szerepet ezen a területen várhatóan Ázsia veszi át. Ez derül ki abból a reprezentatív felmérésből, amelyet az Arthur Andersen könyvvizsgáló és tanácsadó cég készített nemrégiben 320 multinacionális és más vállalatokban dolgozó felső vezető megkérdezésével.

A felmérés tanúsága szerint a nyugat-európai cégek számára befektetési szempontból az ázsiai régió fontosabb lesz mind Nyugat- és Kelet-Közép-Európánál, mind az Egyesült Államoknál. A topmenedzserek válaszi alapján a következő évezred elején a külföldi beruházások fő for-

mája a bekebelezés és a fúzió, valamint a közös vállalkozások alapítása lesz. Várhatóan visszaesik a meglévő külföldi üzemek bővítésének jelentősége, s ezzel párhuzamosan valószínűleg csökken a stratégiai szövetségek, az alvállalkozók és a beszállítók száma is.

Az elemzés alapján egyértelmű, hogy azoknak a tevékenységeknek van nagy jövőjük külföldön, amelyek közelebb állnak a fogyasztókhöz. Továbbra is uralkodó a disztribúciós, márkakereskedői hálózat, előtérbe kerül a kereskedelmi és a marketingtevékenység, az összeszerelés, a részegységgyártás, valamint a szervizelés a nyugat-európai vállalatok külföldi tevékenységében. Az alap kutatás, az adminisztráció, a

termékfejlesztés központja az anyacégek székhelye marad.

A felmérés szerint a külföldi befektetési döntések meghozatalakor a legfontosabb szempont a piaci növekedés, illetve a célország növekedési potenciálja lesz, s csak ezután következik a piaci méret, a profitkilátás, valamint a piac „hozzáférhetősége”.

A következő öt esztendőben a külföldre áramló működőtőke többsége a szolgáltatási szektorban, az autóiparban és a fogyasztási cikket gyártó ágazatokban keres majd a maga számára érvényesülést. Ugyancsak jelentős mennyiségű külföldi tőkére számíthat a vegy- és gyógyszeripar, valamint a kiskereskedelmi ágazat.

korlati bemutatása áll a középpontban. A rendezvény arra is szolgált, hogy befektetőket nyerjenek meg a tervek megvalósításához.



Csökken a munkaerő-kontingens. Öt évvel ezelőtt 14 ezer magyar munkás dolgozott Németországban, mostanra ez a szám 5800-ra csökkent. A német hatóságok – a magas munkanélküliségre hivatkozva – folyamatosan szűkítették a magyar állampolgárok munkavállalási keretét. Emiatt a magyar vállalkozók között szigorúbb feltételek alapján kell a német piacot „újrafelosztani” – mondta Kóji László, az ÉVOSZ főtájtára. Összehasonlításként: Magyarországon tavaly december 31-én 18 763 volt a legális munkavállalók létszáma.

Az Ipartner válaszol. A héten arról lehet érdeklődni, hogy milyen feltételekkel áruhatók élelmiszerek a közterületeken, hogyan kereskedjünk Romániával, és milyen támogatásokat lehet igényelni a gazdaságfejlesztési és kereskedelemfejlesztési programokhoz, kiállítási részvételekhez, prospektusok elkészítéséhez. Az Ipartner telefonszámain keddtől csütörtökig fogadják a hívásokat 14 és 16 óra között. A számok változatlanok: 269-3703 (16–17 óráig üzenetrögzítő), 111-9669 és 131-4375.

Kamarai melléklet: A Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara Elnöksége március 21-ére összehívta az V. Küldöttgyűlést. A testület – a többi köztestülettel együtt – a 1995. évi költségvetési törvény módosítását

jan érvényes minimálbér 50 százaléka. A tevékenységüket kezdő egyéni vállalkozóknak a minimálbér, illetve annak 50 százaléka után kellene a járulékot megfizetni. A társas vállalkozások személyesen közreműködő tagjánál pedig a személyes közreműködés alapján kiosztott jövedelem lenne a járulék alapja továbbra is, de itt is változott a minimum: szintén a tárgyhónapot megelőző hónap első napján érvényes minimálbér 50 százaléka után kellene a tb-jarulékot leróni. Mindez azt jelen-

Megnyílt a

A Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara új „szakosított” irodával bővítette szolgáltatásait: március 13-án nyílt meg a BKIK Közlekedési Szolgáltató Centruma. Az új létesítmény a főváros közlekedési ágazatában működő

Mannesmann új szerepben HALLÓ

97. sz. sz. sz.

Németország egyik legnagyobb ipari birodalma, a Mannesmann-csoport a tervek szerint hamarosan megjelenik a piacon olyan, úgynevezett többmódozatú digitális telefonszolgáltatással, amely kombinálja a mobil- és a vezetékes hálózatokat. Az új szolgáltatás – amely hírek szerint Németországban a jövő esztendőben indul meg – nyomán az előfizetők ugyanazt a készüléket használhatják lakásukban vagy munkahelyükön vezeték nélküli telefonként, máshol pedig mobilként. A következő öt évben a Mannesmann 3-4 milliárd márkát szándékozik invesztálni a távközlési ágazatba, amely 1998 elején válik teljesen liberalizálttá. A tervezett új szolgáltatás területén a Mannesmannnak versenyeznie kell majd a British Telecommunications és a müncheni Viag alkotta vegyes vállalattal, a Viag Interkommal. Szakértők véleménye szerint a terv megvalósításában a Mannesmann jóval előbbre tart versenytársánál. Köszönheti ezt annak is, hogy D2 nevű digitális mobilhálózatát – amely a legnagyobb Németországban – 2,7 millió előfizető veszi igénybe. Az új szolgáltatás olyan berendezéseket használ majd, amelyek megfelelnek a DECT európai digitális és a GSM sztenderdnek is. A több módozatban működő készülékeket már gyártják a jelentősebb elektronikai cégek. Szakértők véleménye szerint a Mannesmann arra fog törekedni, hogy új szolgáltatásának első sorban a nagy forgalmat lebonyolító vállalati ügyfeleket nyerje meg, de az igazgatóság távközlésért felelős tagja szerint nem hanyagolják majd el az egyéni előfizetőket sem. A szakma nem számít arra, hogy a Mannesmann egyesül a Mannesmann Mobilfunk, valamint a Mannesmann Arcor céggel. Az előbbi a D2 hálózatot üzemelteti, az utóbbi pedig a vezetékes telefóniában érdekelt. Az Arcor részvényeinek 49,8 százalékát az a Mannesmann vezette konzorcium tartja a kezében, amelynek tagja az amerikai Airtouch és az AT & T, valamint a Unisource szövetség is. A részvények 50,2 százalékának a német vasúttársaság, a Deutsche Bahn a tulajdonosa. Ami a Mobilfunk tulajdonosi szerkezetét illeti: a Mannesmann tulajdoni hányada 65 százalék, az AirTouch részesedése pedig 35 százalék. A Mannesmann arra törekszik, hogy távközlési érdekeltségei és szolgáltatásai között szinergikus kapcsolatot hozzon létre. Ez az ágazat tavaly 947 millió márka működési nyereséget ért el, egy évvel korábban pedig 464 millió márka volt a profit. Az óriásvállalat távközlési üzletágának nyeresége jócskán ellensúlyozza azt a veszteséget, amely a cég gépipari, acélcsőgyártási és kereskedelmi üzletágában keletkezett.

sok már megkezdődtek az amerikai AT & T-vel, azzal a vállalattal, amellyel az olasz szolgáltató már korábban szövetséget kötött a brazil piac meghódítására.

Az olasz szolgáltató, amely egy ideje a spanyol piacon is lehetőségek után kutat, nemrégiben csatlakozott ahhoz a konzorciumhoz, amelynek élén az Endesa, a legnagyobb spanyol energiaszolgáltató, valamint a harmadik legnagyobb belföldi elektromos mű, a Union Fenosa áll. A konzorcium indul a Retevisónra kiírt pályázaton, amely a Telefónica után hamarosan a második legnagyobb telekommunikációs szolgáltatóvá

be. Az elkövetkező három évre szóló tervek azonban azt sugallják, a Stet valószínűleg megvált Sirti nevű telekommunikációs hálózat-tervező leányvállalatától, miközben igyekszik rávenni a Siemenst, hogy további részesedést szerezzen közös vegyes vállalatukban, a telekommunikációs berendezéseket gyártó Italtelben. Mindezek a lépések jól illusztrálják: a legtöbb telekommunikációs vállalathoz hasonlóan a Stetnek is az a legfőbb törekvése, hogy a jövőben alaptevékenységére összpontosítson és minél felkészültebben nézzen elébe a jövő januártól induló versenynek.

Spanyolország

Házastársat váltott a Telefónica

Továbbra is nagy hullámokat kavar a Telefónica áprilisi döntése, miszerint kiszáll a több kisebb európai szolgáltatót tömörítő Unisource csoportból.

A Telefónica belépett a British Telecommunications és az amerikai MCI Concert néven létrehozott stratégiai szövetségébe. A spanyol kormány nemrégiben nyilvános-

Mindkét lépés azt a támadást készíti elő, amelyet a Telefónica a latin-amerikai piacon tervez a riválisok ellen. Ha elképzelése bevalik, a Tisa jelenleg 17 százalékos hozzá-

A mérleg nyelve

Az Európa Bizottság februárban hagyta jóvá a portugál kormánynak azt a javaslatát, hogy több más országgal együtt a portugál telekommunikációs piac teljes liberalizációját is halasszák 2000-re, vagyis két évvel későbbre az eredeti – és az európai unióbeli országok többségére nézve kötelező erejű – határidőnél.

A legtöbb telekommunikációs szolgáltatóhoz hasonlóan a Portugal Telecom is stratégiai szövetségek létrehozásával készült az európai piacok megnyitására. A kapcsolatteremtések egyik legfontosabb eredménye az a részvéncsere-egyezség volt, amelyet a spanyol Telefónicával kötött. Az országos portugál szolgáltató az utóbbi években nagymértékben modernizálta szolgáltatásainak minőségét, hálózatának méretét pedig megduplázta, aminek köszönhetően az országban ma minden 100 lakosra 38,5 telefonvonal jut.

Jövő hónapra tervezik a Portugal Telecom egy újabb részvéncsomagjának eladását, aminek következtében az állam jelenlegi 51 százalékos

részese 25 százalékra csökken a szolgáltatóban. A telekommunikációs vállalat a privatizáció révén szorosabbra fonhatja kapcsolatát nemzetközi szövetségeseivel, hiszen részvényeinek 3,5 százalékát a Telefónica, 1 százalékát a BT, míg 0,5 százalékát az MCI fogja megvásárolni.

Portugália megkezdte egy második országos szolgáltató kiépítését is, ami véget vet a Portugal Telecomnak a telekommunikációs infrastruktúra és alapszolgáltatások felett gyakorolt monopóliumának. A kormány másik célja, hogy hazai piacon elejét vegye a külföldi riválisok korlátlan terjeszkedésének.

Az új vezetékes szolgáltató két legfőbb tagja az Electricidade de Portugal országos

elektromos művek és a Caminhos de Ferro Portugueses állami vasúttársaság. A partnerek közt ott találhatjuk a Transgás gázszolgáltatót és a Brisa autópálya-üzemeltetőt is. Míg az új telekommunikációs szolgáltató többségi tulajdonosa az állam lesz, kisebbségi részesedést a privát szektorban működő cégek is szerezhetnek a vállalatban.

Portugáliában a rádiótelefonok, az adatátvitel és a személyi hívórendszerek piacán már megkezdődött a korlátozott verseny. A jelenleg működő két rádiótelefon-társaság, a Telecomunicacoes Móveis Nacionais – a Portugal Telecom csoport része – és az amerikai AirTouch irányítása alatt álló Telecel 1989-ben, illetve 1992-ben kezdte meg tevékenységét.

Mindkét csoport a Global System for Mobile Communications (GSM) technológiát alkalmazza. A portugál lakosságnak jelenleg 6,7 százaléka fizet elő mobiltelefonra, de elemzők szerint ez az arány 15-20 százalékra növekedhet az ezredfordulóra.

Portugália különös jelentőségét az adja a telekommunikációs szolgáltatóknak, hogy a mérleg nyelvének szerepét töltheti be.



StarTAC

ROLA

Terjeszkedik a WorldCom

97. szept.

HALLÓ

Távközlési szakértők egybehangzó véleménye szerint az amerikai WorldCom telefontársaság rövid időn belül a világ egyik vezető Internet-szolgáltatója lesz, hiszen az elmúlt egy évben a számítógépes világhálózat infrastruktúrájának jelentős részét vonta felvásárlásokkal ellenőrzése alá. Szeptember elején a WorldCom felvásárolta a CompuServe nagy sebességű hálózatok építésével foglalkozó részlegét, néhány nappal később pedig bekebelezte az America Online (AOL) internetes leánycégét, az ANS Communicationst is. Ez utóbbi akvizíció 400 új nagyvállalati felhasználót jelent a dinamikusan bővülő WorldCom számára. Az ismételten megeléknült felvásárlási tevékenység csak közbülső állomása egy folyamatnak: a WorldCom 1997-ben 14,4 milliárd dollárért megvett egy helyi telefontársaságot, az MFS Communicationst, s megszerezte a UUNet Technologies vállalatot is, amely az egyik legnagyobb Internet-gerinchálózatot üzemelteti. Az elmúlt tíz esztendőben a WorldCom csaknem ötven felvásárlást hajtott végre a távközlési ágazatban, s a cég elnök-vezérigazgatója szerint az akvizíciók folytatódnak. A UUNet bekebelezése azért volt fontos a WorldCom számára, mert ez a cég biztosítja a Microsoft online szolgálata, a Microsoft Network számára az infrastruktúrát. A Microsoft mellett a UUNet most újabb hatalmas bevételforrásra tette rá a kezét: az AOL a közelmúltban kötött ötéves szerződést a WorldCommal, amelynek keretében ügyfelei a távközlési vállalat vonalait fogják használni a hálózati szolgáltatások igénybevételére. A WorldCom ilyenformán a világ két legnagyobb üzleti hálózati szolgáltatóját tudhatja ügyfelei között.



Megüzlet Vietnamban

HALLÓ
97. sept.

A vietnami állami távközlési vállalat (VNPT) 870 millió dollár értékben kötött szerződéseket a France Télécommal, a japán NTT Internationallal és a brit Cable and Wireless-szel az ország távközlési rendszerének korszerűsítésére. A szerződéssorozat része annak a törekvésnek, amely bővíteni és fejleszteni akarja Vietnam telefonellátottságát. (Jól jellemzi a helyzetet, hogy az elmúlt évtized közepén az országot mindössze kilenc nemzetközi vonal kötötte össze a külvilággal...) A három nyugati cég és a VNPT a tervek szerint 1,3 millió vezetékes vonalat létesít Hanoiban és Ho Shi Minh Városban. A várakozások szerint egy 300 millió dolláros szerződéssel hamarosan az ausztrál Telstra is „beszáll” a vietnami telefonfejlesztésbe. A japán Nissho Iwai, a Sumitomo, a Tomen Corp. és az Itochu kereskedőházak részt vesznek a korszerűsítés és a bővítés finanszírozásában, valamint a berendezések egy részének szállításában.



Karcsúsít a Bezeq

HALLO
97. sept.

Az izraeli állami távközlési vállalat, a Bezeq a közelmúltban drasztikus átszervezést és létszámcsökkentést jelentett be, amelynek keretében 1800 munkahely szűnik meg, vagyis a cég dolgozóinak 20 százalékát bocsátják el. A reorganizáció költségei elérik az 1,4 milliárd sékelt (399 millió dollár), s ennek következtében a Bezeq az idei esztendőt veszteséggel zárja majd. A tervek szerint a reorganizáció a jövő év közepén fejeződik be, s így lesz ideje felkészülni az állami távközlési társaságnak a piac 1999-re tervezett liberalizálására. (A tervek szerint 1999-ben szabaddá válik az izraeli távközlési piac mind a hazai, mind pedig a külföldi szolgáltatók számára.) 1996-ban a Bezeq 8,29 milliárd sékeles forgalom mellett 658 milliós adózás utáni nyereséget ért el. Az eredmény azért is figyelemre méltó, mert időközben megszűnt a Bezeq monopolhelyzete a nemzetközi telefonhívások területén, ráadásul a verseny következtében 70 százalékkal mérséklődtek a tarifák.



A Philips–Lucent páros HALLÓ 97. szft.

A holland Philips Electronics és az amerikai Lucent Technologies vezetése úgy döntött, hogy egyesítik a két vállalat távközlési végberendezési üzletágait és a kapcsolódó területeket. A Philips Consumer Communications nevű új vegyes vállalat várható forgalma évi 2,5 milliárd dollár körül alakul majd. A telefongyártás legnagyobb európai és amerikai cégének vállalkozása 12 ezer dolgozót foglalkoztat majd, s a „házasságba” a Philips 1,4, a Lucent pedig 1,1 milliárd dollárt visz be. (Ismeretes, hogy a Lucent az AT & T készülékgyártó cége volt, amely 1996-ban vált le az anyavállalatról.) Az ágazat szakértői és az érintett vállalatvezetők szerint az egyesülés révén erősödnek a Philips piaci pozíciói az Egyesült Államokban, a Lucent pedig a legnyereségesebb területre, az üzleti kommunikációs üzletágra koncentrálna figyelmét. A Lucent hálózati rendszerekkel, üzleti távközléssel és félvezetőgyártással foglalkozik, a végberendezésgyártás viszont szinte nyűg volt számára. A hálózati rendszerek üzletága évente 20 százalékkal növekszik. A Philips Európában élenjár a vezetékes és a vezeték nélküli telefonkészülékek gyártásában, míg a Lucent az USA-ban a telefonok és az üzenetrögzítők első számú gyártója. Az üzletágak összeolvadásával a világ negyedik legnagyobb végkészülékgyártó vállalata jön létre. Az új vegyes vállalat a leglassabban növekvő területeken a legerősebb, nevezetesen a vezetékes és a vezeték nélküli telefonok, valamint az üzenetrögzítők piacán. Az új cég komoly versenyt támaszt majd a mobilkészülékek és a hagyományos telefonok gyártóinak, elsősorban a Motorolának, a Nokiának, az Ericsonnak, az Alcatelnek, a Siemensnek és számos ázsiai gyártónak. A tervek szerint a Philips Consumer Communications saját maga fog kifejleszteni és gyártani új digitális és analóg cellatelefonokat, vezetékes és vezeték nélküli készülékeket, üzenetrögzítőket, televíziós telefonokat és személyi hívókat. A termékeket az egész világon Philips márkanév alatt értékesítik majd. A két vállalat tevékenysége szerencsésen kiegészíti egymást. A Philips – amely az egész világot átfogó értékesítési hálózattal rendelkezik – elsősorban a kiskereskedelmi értékesítésre fog összpontosítani, a Lucent pedig a vállalati ügyfelek számára véggez majd elsősorban készülékeladást. A Philips és a Lucent vegyes vállalata a jövőben nagy mértékben támaszkodik majd a Bell Laboratories kutatásaira és fejlesztéseire. Ismeretes, hogy a Bell Labs. a Lucent egyik leánycége, amely a világ legismertebb és legelismertebb távközlési kutató központja.

TELEFONRENESZANSZ

Az olasz politikai pártok hosszú huzavona után májusban végre elfogadták azt a műsorszórási törvényt, amely lehetővé teszi, hogy létrehozzák az országos telekommunikációs szolgáltatót, a Stet privatizálását.

.....

A Stet új elnöke, Guido Rossi a privatizáció előkészítési fázisában első lépésként sikeresen levezényelte a Stet állami tulajdonú telekommunikációs holding és legfőbb vezetőkes szolgáltatója, a Telecom Italia egyesülését. A fúzió révén az új elnök egyben azt is elérte, hogy a kormány eredetileg 61 százalékos többségi részvénytulajdonosa 50 százalék alá csökkenjen a telekommunikációs csoportban. Mivel a Stet előzőleg 64 százalékban volt tulajdonosa a Telecom Italianak, a két vállalat összeolvadása után az állami részvénytulajdon 44,7 százalékra apadt az új vállalatban.

Az előkészítésében szintén döntő szerepet játszott a Stet nemzetközi kapcsolatainak megerősítése. Guido Rossi már a kezdetekben nyilvánvalóvá tette: fontosnak tartja, hogy cége stratégiai szövetségre lépjen valamelyik vezető nemzetközi telekommunikációs csoporttal. A tárgyalá-

lép elő Spanyolországban. A nemzetközi szárnyait bontogató olasz telekommunikációs vállalat áprilisban 8,4 milliárd schillingért 25 százalékos részesedést szerzett a Mobilkom Austriában, a nemsokára privatizálásra kerülő osztrák postai és telekommunikációs monopólium rádiótelefon-leányvállalatában. A Stet ezzel a lépéssel jelentősen hozzájárult ahhoz, hogy lendületesen és sikeresen fejlődő mobiltelefon-leányvállalata, a Telecom Italia Mobile (TIM) tovább terjeszkedhessen. Az Európa legnagyobb mobilszolgáltatójává előlépett TIM piaci értéke jelenleg 39 000 milliárd líra, előfizetőinek száma a 6 milliót is meghaladja, és a belföldi piac 88 százalékát kézben tartja.

Az olasz telekommunikációs csoport hosszú távú tervei között szerepel, hogy az állami műsorszóró hálózattal, a RAI-val közösen új multi-média-tevékenységeket indít

07.4.7.

Hamburgerpárbaj

Robert Lowes, a Burger King elnök-vezérigazgatója és a cégvezetés többi tagja erőteljes marketing- és hirdetési kampányba fogott egyrészt a piaci részesedés növelése, másrészt a hamburgervilág-cég hírnevének „felpolírozása” érdekében. Nemrégiben egy londoni sajtótájékoztatón Lowes bejelentette, hogy a pártatlan ízeleési tesztek eredményeként megállapítható: a Burger King hamburgerei a legjobbak a világon.

A különféle hamburgerek rangsorba állítása persze izlés dolga, az viszont tény, hogy a Burger King a gyorsétkeztetés világpiacon nem tudja megszorongatni az ágazat koronázatlan királyát, a McDonald'sot. Noha a Burger Kinget egy évvel korábban, 1954-ben alapították, mint a toplista vezető cégét, eredményei „csak” a biztos második helyre elegendők.

Az Egyesült Államokban a McDonald's tudhatja magának a hamburgerpiac 42,3 százalékát, a Burger King piaci részesedése nem haladja meg a 18,2 százalékot. (Érdemes megjegyezni, hogy a piacrészesedési rangsorban a harmadik helyen a Wendy's áll 10,7 százalékkal.) A McDonald's-birodalom összesen 20 ezer vendéglóval rendelkezik a vilá-

gon, bevételei pedig tavaly meghaladták a 30 milliárd dollárt. Az óriáscég 101 országban működtet vendéglőket, míg a Burger King 8700 gyorsbüféje 56 országban van jelen. A Burger tavalyi bevételei 9 milliárd dollár körül alakultak.

A tavalyi esztendőben – elsősorban Nagy-Britanniában – a Burger King számára nagy bevételkiesést jelentett a kergemarhakór. Lowes és csapata gyorsan reagált a marhahús-hamburgerek fogyasztásának zuhanására: a Burger King rövid időn belül megjelent a piacon a húsmentes szendvicssel, a Veggie Whopperrel. (Hasonlóan válaszolt a brit piac visszaesésére a McDonald's is.) Néhány hónap alatt a cég szigetországi bevételei elérték a korábbi szintet.

1988-ban a brit Grand Metropolitan megvásárolta a Burger King amerikai tulajdonosát, a Pillsbury céget. A nyolcvanas évek végén és évtizedünk elején a Burger King olyan új termékek, tevékenységek után nézett, amelyek kulcsot jelentettek volna a további növekedéshez. Három éven át tartó útkeresés után a menedzsment úgy döntött, hogy az új termékek helyett visszatérnek a gyorsétkezés négy, a vásárlók számára igen fontos alapelemé-

hez, nevezetesen a minőséghez, a tisztasághoz, az értékhez és a színvonalas kiszolgáláshoz.

Piaci helyzetének erősítése érdekében a Burger King számos intézkedést hozott. Csökkentette az árait, hirdetéseiben kiemelten hangsúlyozta a parázsos sütést. A következő lépcsőben a cég növelte a hamburgerek méretét, javította azok minőségét – áremelés nélkül. Lowes elnök-vezérigazgató beszüntette a franchise gyakorlatát, s ma már a Burger King csak saját tulajdonú vendéglőket épít. Lowes csak több mint egy éve került az óriáscég élére, de a kedvező változások máris láthatóak: tavaly az év első kilenc hónapjában 756 új gyorsétkezdét nyitott a Burger King, ezek egyharmadát az USA-n kívül. Nagy-Britanniában a cég megállapodott a Granada konszernnel 74 vendéglő mielőbbi felépítéséről az autósztádák mentén.

Az elnök-vezérigazgató nemrégiben a Financial Timesnak elmondta, hogy cég első számú gyengesége a viszonylag gyér nemzetközi jelenlét. Az Egyesült Államokon kívül 1800 Burger King működik, míg a McDonald's külföldön 8 ezer vendéglóval

rendelkezik. A közeljövőben a Burger King fel kívánja gyorsítani nemzetközi terjeszkedését, de nem él „országbúvóletben”. Arról van szó, hogy vendéglőinek számát elsősorban azoknak az országokban szándékozik számottevően bővíteni, ahol már jelen van, s a piaci kilátások is kedvezőek. A cég stratégiájában csak néhány ország szerepel új célpontként.

Lowes szerint a gyakorlat azt mutatja, hogy a Burger King a világon mindenhol komoly versenytársa a McDonald'snak. Véleménye szerint nem igazán számít, hogy mind az USA-ban, mint pedig külföldön a Burger King jóval kisebb versenytársánál. Amennyiben az „örök második” színvonalasan dolgozik, s a fogyasztók elégedettségét fokozni tudja, „igen-igen sikeresek lehetünk a McDonald'ssal szemben”. Lowes szerint ezt a gyakorlatot a Burger King már magáévá tette és bizonyította az amerikai piacon; s külföldön is egyre több piac igazolja vissza a Burger erőfeszítéseit. Az elnök-vezérigazgató szerint cég számára a következő lépést a magas szolgáltatási szintnek az egész világra való kiterjesztése jelenti.

Játszmalabdák a piacon

A Financial Times üzleti iskolája (12.)

**Az igazi lehetőségeket a piaci játszótereken a legérde-
sebb keresgélni. A lehetősé-
get akkor „látjuk meg”, ha a
fogyasztók által végzett tevé-
kenységi formákban új, ér-
téktérítő és eddig fel nem
fedezett elemeket veszünk
észre. Egy marketinges szel-
lemű cég felismeri és kiak-
názza a „fogyasztói műkö-
dés” – a vevőkre vásárlás
előtt, alatt és után jellemző
tevékenységek – általános
szabályait, majd ezekre ala-
pozva egy-egy termék eladá-
sán túl, a termékkel kapcsola-
tba hozható szolgáltatá-
sok teljességének élményét
nyújtja ügyfeleinek.**

Az iskolánk lapjain már sokat emlegetett Richard Branson például kifigyelte, mit szeretne hazavinni Hongkongból az odautazó üzlet-emberek többsége: egy testre szabott öltönyt – rövid ott-tartózkodásuk alatt azonban nincs idejük ezzel foglalkozni. Ezért Branson bevezette a „fedélzeti szabászat” nevű szolgáltatást, ami abból áll, hogy már a repülőgépen mé-

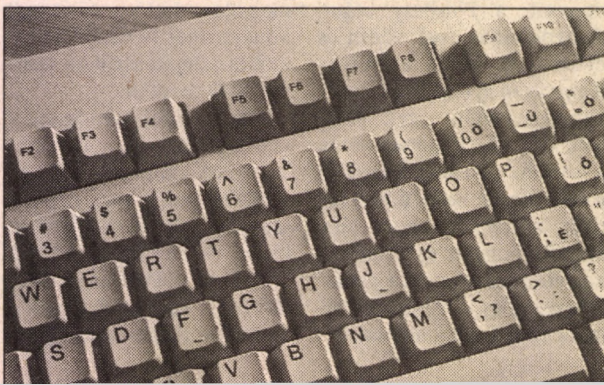
kor csak egyes termékekre koncentrált, nem pedig arra, mit csinálnak azokkal a vevők. Amíg a gépek fenntartása, szervizelése, hálózatba kapcsolása nem képezte szer- ves részét az óriásvállalat szolgáltatásainak, addig csak az árak és termékjellemzők versenyében elért eredményeire támaszkodhatott, de nem rendelkezett olyan bázis- kapcsolatokkal és információkkal, amelyek nélkül a termékfejlesztés, a stratégiai döntések újragondolása hiú ábránd. A marketing-gon- dolkodásmódban a vásárlók

már egyedi szabású farmert kínál az amerikai lányoknak, asszonyoknak. Az eladó leve- szti a méretet, beüti a számítógépbe és három hét múlva tíz dollár többletköltség fejében kézhez kapják a rájuk legpon- tosabban passzoló Levi'st.

A megelőző jellegű mar- ketingstratégia több annál, hogy megteszünk ezt-azt a vevőért, amikor az úgymond megkér rá. A lényeg sokkal inkább az, hogy a dolgokat együtt csináljuk a vevővel, sőt kitaláljuk a gondolatát. Hiszen maga a vevő az üzlet, az ő mindennapi életébe

– megnézi például: egy adott cégnél hogyan készítik szoft- verjük segítségével a vevőlis- tát. A fejlesztéseket aztán ezekre a megfigyelésekre alapozva hajtják végre, sok- kal biztosabb eredménnyel.

A vállalkozás átszervezését nemcsak a gazdaságosság vagy egy újonnan kifejlesztett technológia indokolhatja, ha- nem jó esetben az is, ha a fo- gyasztói működés egyes terü- leteiről érkező információk át- strukturálják a termékek és szolgáltatások kategóriáit. Ha valóban a vevő szükségleteire kívánjuk építeni vállalkozá- sunkat, fontos tanulságokkal jár az az alaptétel, hogy a vá- sárló holisztikusan reagál min- den üzleti tevékenységre, át- fogó megoldásokat vár problé- máira, és emellett cseppet sem érdekl, milyen a felépíté- se, működési mechanizmusa az őt kiszolgáló rendszernek. Ezért van az, hogy az igazán kreatív cégek nem pazarolják energiájukat az átszervezésekre. Ehelyett mindig arra töre- kednek, hogy – külső és belső



Valamivel több mint egy éve foglalta el a Hilton Hotels vállalatbirodalom vezérigazgatói székét Stephen Bollenbach, s új állásában már két óriásügylet fűződik a nevéhez. Az amerikai vállalati élet egyik legelismertebb és legsikeresebb pénzügyi vezetője hosszú csatában legyőzte az IZZ szabadidő-ipari ágazatát a Bally Entertainment kaszinóvállalatért folyó küzdelemben: a Hilton 3 milliárd dollárért vásárolta fel az ITT „orra elől” a Ballyt.

Ez az ügylet azonban csak főpróbáját jelentette annak a tranzakciónak, amelynek célpontja maga az ITT volt. Bollenbach vezetésével a Hilton 6,5 milliárd dollárért felvásárolja az ITT-t, s amennyiben az illetékes amerikai hatóságok jóváhagyják az ügyletet, létrejön a világ legnagyobb szálloda- és kaszinóipari vállalata. Az új cég egyesíti a Hilton és az ITT szállodáit szerte a világon, valamint a két kaszinóbirodalmat. (Ismeretes, hogy az ITT a Sheraton Szállodalánc tulajdonosa.)

Bollenbach ismerői számára a Hiltonnál vett repülőstart, a bekebelezések gyors nyélbeütése nem meglepő. Előző munkahelyén, a Walt Disneynél pénzügyi igazgatóként aktív részese

Kértünk egy névjegyet

Egy úr a Hiltonból

volt a világ egyik legnagyobb vállalati fúziójának, amelynek keretében a Walt Disney 19 milliárd dollárért magába olvasztotta a Capital Cities/ABC szórakoztatóipari birodalmat.

Bollenbach Kaliforniában született, s a Los Angeles-i egyetemen végzett pénzügyi szakon, ezután pedig vállalati vezetésből szerzett ugyanitt diplomát. De talán az egyetemen tanultaknál is többet köszönhet a legendás hajómágnásnak, Daniel Ludwignak. A világ egyik leggazdagabb emberének tartott Ludwig szállodákkal rendelkezett a karibi országokban, szénbányái voltak Ausztráliában, s szinte minden iparágban nagy értékű vállalatokat tudhatott a magáénak. Bollenbach 1968-tól 12 éven át dolgozott Ludwiggal, s a cégnél a pénzügyi menedzsment szinte minden lépcsőfokát végigjárta.

1986-ban „tette be” a lábát először Bollenbach a szabadidő- és a szórakoztatóipar területére. Pénzügyi igazgatója lett a Holiday Corporationnek, amely a Holiday Inn szállodalánc tu-

lajdonosa. azonnal hozzáállott a reorganizációhoz a cégnél, amelynek eredményeként két esztendő után a vállalat részvényeinek árfolyama 250 százalékkal (!) emelkedett. 1990-ben újabb kihívás várt a sztárpénzügyesre: csatlakozott az USA akkori ingatlankirályához, Donald Trumphoz, akinek akkor igencsak ragyogott a szerencsecsillaga. Két esztendőt töltött Trumpmal, segítve őt üzleti birodalmának átszervezésében.

A Trump-kitérő után Bollenbach visszatért a hotelszakmába: a Marriott szállodalánc pénzügyi igazgatója lett. Közreműködésével két részre „bontották le” a vállalatot, a Host Marriottra és a Marriott Internationalre. Bollenbach a Host Marriott vezérigazgatói székébe került. Ezután a Walt Disney következett. A nagy ívű karrier következő állomása a Hilton. Barron Hilton, a szállodalánc elnök-vezérigazgatója sikerrel környékezte meg a „nagy átszervezőt”. A Hilton történetében Bollenbach az első vezérigazgató, aki nem az alapító család

tagjai közül került ki. Ebben az is közrejátszott, hogy a vállalatnak „friss vérre” volt szüksége, ugyanis egy idő óta stratégia nélkül „evickélt”. Barron Hilton – aki a részvények mintegy 25 százalékanak tulajdonosa – korábban már kétszer ajánlotta eladásra a szállodaipari vállalatot, az ügylet azonban mindkét esetben meghiúsult, mert a jelentkező vevők nem kínáltak Hilton számára elfogadható vételárat.

Sokat árul el Bollenbach tehetségéről és szakmai hírnevéről, hogy mióta a Hilton élére került, a vállalat részvényeinek árfolyama 55 százalékkal emelkedett. Közeli ismerősei és munkatársai szerint különös érzéke van ahhoz, hogy nagyszerűen együtt dolgozzék az úgynevezett nehéz emberekkel. Személyisége teszi őt igen hatékonyá. Munkatársai szerint nem autokratikus vezető, hanem igen sokat ad mások véleményére. Pozitív tulajdonságait gyarapítja, hogy van türelme végighallgatni az emberek véleményét. Egyik ismerőse pedig azt árulta el róla a Financial Times hasábjain, hogy kiválóan bánik az emberekkel, s ez a tulajdonság „igencsak szokatlan valakinél, aki pénzügyi végzettséggel és háttérrel rendelkezik”.

G. Gy.

B) Forgóeszközök	620 511	D) Saját tőke	1 071 300
C) Aktív időbeli elhatárolások	961	E) Céltartalékok	8 146
		F) Kötelezettségek	414 593
		G) Passzív időbeli elhatárolások	22 669
Eszközök összesen:	902 788	Források összesen:	902 788

KLOSE Mohácsi Bútoripari Rt. igazgatósága

MH 4354

4031 Debrecen, Szoboszlói utca 50.

értesíti tisztelt partnereit,
hogy a társaság

1. számú bélyegzője 1997. április 17-én
elveszett, ezért a fenti időponttól

ÉRVÉNYTELEN.

4344 MH

A Maya Dívatkelemyomó Rt.

igazgatósága értesíti
részvényeseit, hogy az

1997. május 22-re összehívott
közgyűlés
nem kerül megtartásra.

A közgyűlés új időpontjának
meghatározását követően az
igazgatóság új hirdetményt tesz
közzé és a részvényeseket név-
re szóló meghívóval is értesíti a
közgyűlés új időpontjáról.

Maya Dívatkelemyomó Rt.
igazgatósága

MH 4358

DUNA TŐZSDEI Befektetési alap

Nettó eszközérték

1997. április 15-én:

108 698 606 Ft

Egy befektetési jegyre
számított érték: 10 856 Ft

MH 4340

A BÁCSVÍZ

Észak-Bács-Kiskun Megyei Vízművek Részvénytársaság

évi rendes közgyűlésének hirdetménye:

A társaság székhelye: 6000 Kecskemét, Izsáki út 13.

A közgyűlés időpontja: 1997. május 22. (csütörtök) 9 óra.

A közgyűlés helye: Kecskemét, Izsáki út 13. – BÁCSVÍZ Rt.
központi irodaház nagyterme.

A közgyűlés napirendi pontjai:

1. Az 1996. évi mérleg elfogadása.
2. Az új könyvvizsgáló választása pályázat alapján.
3. Az igazgatósággal kapcsolatos személyi kérdésekben való döntés.
4. Vezető tisztségviselő, felügyelő bizottsági tagok és könyvvizsgáló díjazásával kapcsolatos döntés.

A Gt. 268. § (3.) bek. szerint az Rt. vagyonára
és eredményére vonatkozóan az alábbi adatokat tesszük közzé:

Befektetett eszközök	3 573 205 E Ft
Forgóeszközök	528 971 E Ft
Aktív időbeli elhatárolások	66 469 E Ft
Eszközök (aktívák) összesen:	4 168 645 E Ft
Saját tőke	4 006 602 E Ft
Előző évek áthozott vesztesége	-20 430 E Ft
Mérleg szerinti eredmény	23 855 E Ft
Céltartalékok	21 329 E Ft
Kötelezettségek	115 902 E Ft
Passzív időbeli elhatárolások	24 812 E Ft
Források (passzívák) összesen	4 168 645 E Ft

A közgyűlésen való részvétel és a szavazás feltétele az, hogy a részvényesek a részvényeiket a közgyűlés előtt a közgyűlés helyén letétbe helyezik.

A közgyűlésen a szavazás szavazójegyekkel történik, amelyeket a szavazásra jogosultak a közgyűlés helyszínén vesznek át.

Ha a közgyűlés nem határozatképes, az 1997. május 22. napján 10 órára a Kecskemét, Izsáki út 13. alatti BÁCSVÍZ Rt. központi irodaház nagytermébe összehívott második közgyűlés az eredeti napirenden szereplő ügyekben a megjelentek számára tekintet nélkül határozatképes.

BÁCSVÍZ Rt. igazgatósága

MH 4345

latat F.a.
Énygyártó Vállalat F.a.

ker. Kispeszt Önkormányzat
t, összközműves és fűtéssel

zeit részben vagy egészben.

0-2000 Ft + ÁFA összegért

ére (titkárságára) 1997. május
gyanezen helyen és napon

nytárgyalás kezdő időpont-
lja, hogy az Áfa-val növelt
én a vételár 45 napon belül

kezdése szerint elővásárlási
ajánlattevőkre meghatáro-
ik. A hitelezői elővásárlási

ánítsa.

(1) 282-9568

Gerhard Randa vezérigazgató „vezényletével” a Bank Austria nemrégiben bekebelezte az ország második legnagyobb pénzügyintézetét, a Creditanstalt Bankve-reint. Osztrák méretekben bankóriás született, a meg-erősödött Bank Austria Eu-rópában azonban még nem tartozik a legnagyobbak so-rába. Ez persze mit sem von le az 52 esztendő Randa ér-demeiből, aki az elmúlt években a felvásárlások és egyesülések révén jócskán átrajzolta Ausztria bank-térképét.

A Harley-Davidson mo-torkerékpár-hívők sorába tartozó és a dzsesszért rajon-gó vezérigazgató Ausztria egyik legismertebb és legbe-folyásosabb üzletembere, közéleti személyisége. Elnö-ke a bécsi tőzsdének, s szá-mos osztrák óriáscég igazga-tóságának tagja. Tagja a kor-mányszóciáldemokrata pártnak, így nem jelent szá-mára nehézséget a lobbyzás a politikai vezetés köreiben sem. Munkaviszonyának el-ső 20 esztendejét a Zentral-sparkasse takarékpénztárnál töltötte, amelyet a bécsi vá-

Kértünk egy névjegyet

Bankelnök Harley-Davidsonon

97.5.5.

rosi önkormányzat alapított, s ma már része a Bank Aus-triának. Kilenc évvel ezelőtt munkahelyet váltott, s a Cre-ditanstalt elnökhelyettese lett, amely akkor nyugati szomszédunk első számú pénzügyintézet volt. Bankár-körökben akkor jó esélyt lát-tak arra, hogy Randa átveszi a bank elnöki posztját. Ehe-lyett 1990-ben elfogadta az ország akkor negyedik leg-nagyobb bankja, az Österrei-chische Landerbank vezér-igazgatói állásajánlatát. Az „éhes bankárnak” is becé-zett Gerhard Randa nem várt sokáig a „házasságközvetítéssel”: 1991-ben végre-hajtotta a fúziót a Lander-bank és a Zentralsparkasse között, amelynek eredmé-nyeként megszületett a Bank Austria.

A Bank Austriánál Randa kezdetben vezérigazgató-he-

lyettes volt, s azok az évek – a saját elmondása szerint – igencsak „véresek” voltak. Noha a fúziót ma sikernek könyvelik el, ezt nem igazolja az egy részvényre jutó hozam alakulása. Ráadásul a Bank Austria részvényeinek árfo-lyama ma alacsonyabb, mint a fúzió idején volt.

1994-ben Gerhard Randa ismét a felvásárlás harcme-zejére került, ugyanis aktív részt vállalt az ország har-madik legnagyobb bankja, a Girocredit felvásárlásában. Az akcióban fontos szerepet játszott a bécsi önkormány-zat AV-Z nevű alapítványa, amely egyébként a Bank Austria legnagyobb részvé-nyese. A Girocreditért foly-tatott küzdelemben a Bank Austriának az ország leg-régibb takarékpénztárával, a First Austriannal kellett viaskodnia, Randa bankjá-

nak nem sikerült teljes egé-szében bekebeleznie a Gi-rocreditet, ráadásul a bank igencsak önálló menedzs-mentje még ma is nagy el-lenállást mutat Randa racio-nalizálási terveivel szemben.

Mintegy két éve Gerhard Randa elfoglalta a Bank Austria vezérigazgatói szé-két. Azóta annyira elfoglalt-nak látszott, hogy a szakma sem gondolta, hogy lesz ide-je és ereje még egy nagy vo-lumenű összeolvadást lebo-nyolítani. Ezért is keltett nem kis meglepetést az a fűrgesség, ahogy Randa vé-gighajszolta a Creditanstalt megvásárlását.

Abban a szakemberek teljes mértékben egyetérte-nek, hogy nyugati szomszédunknál túl sok a bank, s je-lentős nyereségre az ágazat-ban csak akkor lehet szert tenni, ha csökken a bankka-pacitás, enyhül a túlbanksít-ás. Randának viszont most arról kell meggyőznie a rész-vényeseket, hogy nem egy-személyes show-t játszik, ha-nem reális számítások alap-ján – a részvényesek érdeké-ben – cselekszik.

G. Gy.

Különleges részletfizetési konstrukcióban: 14.900 Ft befizetés és havi 3.100 Ft részlet 35 hónapon át.

A fenti árak tartalmazzák a 12% ÁFA-t. A sorozatelőfizetőkkel szemben semmilyen egyéb anyagi igény nincs, őket a jövőbeni áremelkedések nem érintik. Az eddig megjelent kötetek postai küldése ingyenes.

A továbbiakban a futárszolgálattal történő kézbesítés díja 300 Ft/kötet – a Kiadónál történő átvétellel ez a költség megtakarítható.

A magyar változat megjelenését a Kereskedelmi és Hitelbank Rt. támogatja.

Néhány vélemény a Britannica Hungaricáról

„A Britannica 130 ország 4 ezer tudósának a műve, ez garantálja a pontosságát; a több száz éves angol hagyomány pedig az olvasmányos stílust”

(MAGYAR HÍRLAP)

„Hiteles és mérvadó”

(ÉLET ÉS IRODALOM)

„A címszavak nem a szokványos, száraz lexikonstílusban íródtak. A szöveg olvasmányos, színes, eleven és naprakész”

(KRITIKA)

„A Britannica hű önmagához, a véleményformáló cikkalkotáshoz”

(NÉPSZABADSÁG)

„Az egyetemes kultúrtörténet egyik legeslegjobb, maradandó, ám csöppet sem avitt ismerettára”

(PEDAGÓGUSOK LAPJA)

„Magyarországon 150 éve nem jelent meg ilyen nemzetközi lexikonsorozat”

(KÖZNEVELÉS)

„Fejedelmi könyvcsofia”

(ÚJ MAGYARORSZÁG)

„Az alaposság tekintetében a Britannica Hungarica magasan kiemelkedik a század lexikonai közül”

(VALÓSÁG)

„A hazai könyvészet mérföldköve”

(KURÍR)

MEGRENDELŐLAP

Megrendelem a Britannica Hungarica Világenciklopédiát az alábbiak szerint

Az 1–7. köteteket a 5.200 Ft

egyösszegű előfizetéssel,
88 000 Ft-os áron

különleges részletfizetési konstrukcióban
(fizetendő 14 900 Ft, majd 3100 Ft/hó 35 hónapig)

házhozzállítással személyes átvétellel

Név:.....

Cím:.....

.....

Magyar Világ Kiadó,
1137 Budapest, Szt. István krt. 22.
Telefon: 112-0281, 302-2948
Fax: 112-0208

Lassuló növekedés

97.5.8.

Az Európai Autógyártók Szövetségének statisztikái szerint Nagy-Britanniában és a kontinensen tavaly 12,8 millió új személygépkocsi talált gazdára, s ez az előző esztendőhöz képest 6,6 százalékos növekedésnek felel meg. A szövetség értékelése szerint a kiemelkedően jó üzleti év elsősorban annak köszönhető, hogy mind ez egyes kormányok, mind az autógyártók számos kedvezmény nyújtásával ösztönözték a gépkocsivásárlást. Abból a feltételezésből kiindulva, hogy idén nem lesznek extra kedvezmények, a szövetség 1997-ben 2-3 százalékos értékesítésváltozásra számít. Idén az európai eladások bővüléséhez nagy mértékben járul majd hozzá a Renault Mégane Scenic, a Ford Ka, valamint Fiesta kupé modellje. Visszatérve a tavalyi esztendőre: az 1996-os év a Volkswagené volt, amely 17,2 százalékos részesedéssel vezető az európai autópiacon. Egy év alatt a VW 0,4 százalékkal növelte részesedését, s jócskán megerősítette vezető szerepét a General Motorsszal szemben. A GM 1995. évi 13,1 százalékos piaci részaránya 1996-ban 12,5 százalékra esett vissza. A harmadik helyen a PSA Peugeot-Citroën áll 11,9 százalékos piaci részesedéssel.

A VW-csoporthoz tartozó gyárak – Volkswagen, Audi, Seat, Skoda – tavaly Európában 2,2 millió autót értékesítettek, 9,3 százalékkal többet,

mint egy évvel korábban. A GM 1,6 millió kocsit adott el, ebből az Opelek és a Vauxhallok részesedése 1,5 millió volt, a Saabé pedig mintegy 50 ezer. Tavaly Európában a Peugeot-modellekből 906, a Citroënekből pedig 631 ezer darab talált gazdára. A Fordcsoport (Ford, Jaguar) tavaly 1,5 millió gépkocsit értékesített Európában, s ez 11,6 százalékos piaci részarányt biztosított. Nem sokkal maradt el a Ford mögött a FIAT-csoport (Fiat, Lancia, Alfa Romeo), amely 1996-ban 1,43 millió autót adott el, s ez 11,2 százalékos piaci részarányt eredményezett. A BMW-csoport (BMW, Rover) tavaly csaknem 805 ezer autót értékesített, így piaci részesedése 5,3 százalék volt. A toplista nyolcadik helyét a Mercedes-Benz foglalta el, amely 1996-ban 462 ezer autót adott el Európában (14,2 százalékkal többet, mint egy évvel korábban), s ezzel 3,4-ről 3,6 százalékra növelte piaci részarányát. A Volvo piaci részesedése 1,6 százalék volt, értékesítése Európában egy év alatt 5,5 százalékkal, 205 ezer darabra esett vissza.

Európában a japán gyártók 1,4 millió, a dél-koreaiak pedig 248 ezer autót adtak el. Európa első számú autópiaca tavaly Németország volt, ahol 3,5 millió új személyautó talált vevőre.

Diavida autóklíma



KLIMA
IPARI CENTRUM RT

5400 Mezőtúr, Szolnoki út 5.

Tel.: 56/350-333; Fax: 56/350-402 Info tel.: 06 30/255-355



10 napos nyári nyelvi tábor Balatonlellén! Beszédközpontú! Részletfizetési lehetőség!

Utaztatás Budapestről, napi négyszeri étkezés, 32 nyelvóra.
Indulási időpontok: jún. 14., 23., júl. 2., 11., 20., 29., aug. 7., 16.

Táborunkban angol, német, olasz, spanyol
és francia nyelveket oktatunk.

10 napos tábor ára az alapítványi támogatás miatt csak 19 990 Ft!

**A Magyar Hírlap jóvoltából
minden 15. jelentkező táboroztatása ingyenes.**

Jelentkezni lehet a POLY-VER Bt.-nél
a következő címen és telefonszámokon:

1016 Budapest, Gellérthegy utca 30-32.

156-9122/178, 129, 225 vagy (06-20) 416-109

02308 MH



IV. Mai Nap országos pincérfutó verseny

Negyedik alkalommal
vendéglátóüzlet
A versenyzőknek 1 liter
és egy pohara

A verseny időpontja: 1997. május 31. •
A verseny útvonala: Vörösmarty tér-Vác
A nevezés rendje: a vendéglátóüzlet neve
Nevezési díj: bruttó 15 000 Ft vendéglátó
címmű folyóirat félféves előfizetési díját, val
megjelenő különszámában.
Részvételi feltételek: részvételre jogosulta
vezésüket a megadott címre eljuttatták, és

A verseny díjazása:

Újabb Renault-beruházás

Törökországban 97.5.29

Törökországi gyártóüzemében 362 millió dolláros beruházást hajtott végre a Renault, hogy mielőbb megkezdhesse a Mégane típusok ottani előállítását. A beruházás mintegy 1100 új munkahelyet teremt, és az országban a legnagyobb értékű investíció lesz, amióta Törökország vámunióra lépett az Európai Unióval.

A Renault Törökország második legnagyobb autógyártója, s mintegy 35 százalékos részesedéssel rendelkezik. Mind a versenytárs FIAT, mind a Renault nagy összegű törökországi beruházási programot hirdetett meg, amely az új modellek gyártásának megkezdését, és az ottani üzemek korszerűsítését és kapacitásbővítését szolgálja.

A Renault nagy összegű beruházásától várható, hogy sikeresen veszik majd fel a versenyt az országban terjeszkedő japán és dél-koreai gyártókkal. A Toyota 1994 óta gyárt Törökországban Corollákat, a Honda pedig tavaly nyitotta meg az évi 30 ezer Civicet előállító gyárát. A Mazda a hírek szerint török együttműködő partnert keres a gyártás megindításához, a Suzuki pedig 100 millió dolláros beruházás után nyitja meg könnyű haszonjarmúveket gyártó üzemét. Megélénkült a dél-koreai autógyártó cégek befektetési tevékenysége is Törökországban.

Jacques Chauvet vezérigazgató szerint a Renault nem tart

a japán és a dél-koreai autógyárak nyomást gyakorolnak a török kormányra annak érdekében, hogy az nyújtson adómentességet és függessze fel a behozatali vámokat. Ugyancsak szeretnék elérni, hogy a gépkocsik hazai tartalmára vonatkozó előírásokat enyhítsék számukra. A külföldi gépkocsigyártóknak Törökország vonzó célpont, egyrészt az alacsony termelési költségek miatt, másrészt pedig azért, mert a vámunió Brüsszellel gyakorlatilag szabad bejutást jelent a Törökországban megtelepedett külföldi gyártóknak az Európai Unió piacára. Szakértők véleménye szerint Törökország autógyártó kapacitása a következő években elérheti az évi 800 ezer egységet – amennyiben minden tervezett beruházást megvalósítanak. Ez csaknem kétharmados növekedést jelent a jelenlegi szinthez képest.

Az országban évi 200 ezer új gépkocsit értékesítenek, az export pedig fokozatosan emelkedik. Érdeemes megjegyezni, hogy a hazai fizetőképesség kereslet 1993 óta mintegy felére esett vissza, akkor 441 ezer új gépkocsi talált gazdára. 1996 első öt hónapjában Törökországban 81 ezer új autót értékesítettek, 11 százalékkal többet, mint egy évvel korábban. A török autópiac elemzői szerint a kereslet visszaesése csak ideiglenesnek tekinthető, amelyet a korábbi politikai bizonytalanság és a dekonjunk-

Rendszámfelismerő rendszer a határokon

Tucatnyi lopott, illetve különböző bűncselekmények miatt körözött autót szűrt már ki az a számítógéppel vezérelt rendszámfelismerő rendszer, amelyet másfél évvel ezelőtt szereltek fel a hegyeshalmi átkelőhelyen. A készüléket a vám- és pénzügyőrség üzemelteti, s az egyelőre egy sávban figyeli a kimenő autókat, illetve azok rendszámát.

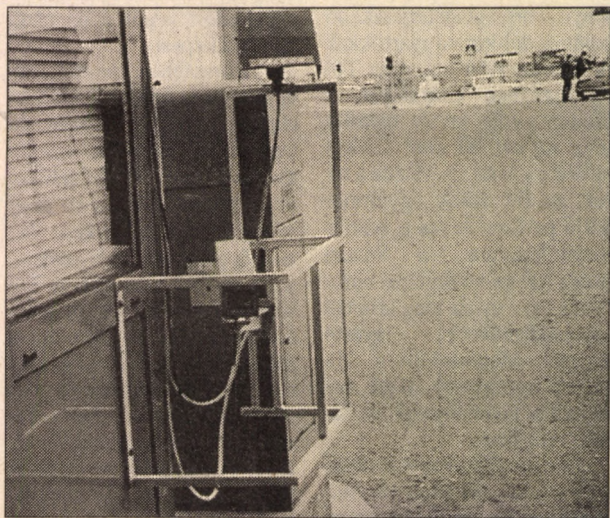
A kamera képes bemérni és rögzíteni az előtte elhaladó összes autó rendszámát, s azt pillanatok alatt egybeveti a számítógépes nyilvántartással, amelyből kiderül, hogy az adott rendszám milyen típusú és színű gépkocsihoz tartozik. Jelzi az eltérést, mint ahogyan

azt is, ha körözött rendszámról van szó.

A VPOP illetékesétől kapott tájékoztatás szerint már újabb rendszert is üzembe helyeztek, s további készülékek vásárlását tervezi a pénzügyőrség. Elsősorban a készülék ára szab határt az átkelő teljes felszerelésének, ezért igyekeznek oda telepíteni a kamerákat, amelyek a gépkocsitolvajok és futárok útvonalába esnek. Részleteket természetesen nem árultak el, de annyit megtudhattunk, hogy a keleti határszakaszon próbálnak minél többet üzembe állítani.

• G. Z.

FOTÓ: TAR ANDRÁS



Rendszámfelismerő kamera a hegyeshalmi határállomáson

Karrierék és munkahelyek

Álom, édes álom

A svéd Universum média- és kommunikációs vállalat idén is elkészítette éves felmérését Európa végzős egyetemistái, főiskolásai körében. A mintául kiválasztott 4700 diák körében idén is a legvonzóbb szakma a tanácsadási biznisz.

A legnépszerűbb európai munkaadók listáját három tanácsadó cég, a McKinsey, a Boston Consulting Group és az Andersen Consulting vezeti. (Érdeemes megjegyezni, hogy az ötvenes toplistát tavaly is ez a három vállalat vezette.) A tanácsadási szakma azonban nemcsak a felmérés során megkezdett 13 európai országban, hanem az Egyesült Államokban is igen népszerű a végzősök körében. Az USA-ban a toplistát a McKinsey és a Boston Consulting vezeti, a harmadik helyre pedig a Goldman

Sachs befektetési bank került. Három évvel ezelőtt a végzősök körében az álommunkahelyet Európában a számítógépipari cégek jelentették. Az akkori listát a Hewlett-Packard vezette, az IBM a negyedik, a Microsoft pedig az ötödik helyre került. Az ideai felmérésben az HP a kilencedik, az IBM a tizenötödik, a Microsoft pedig a tizenegyedik helyen végzett. Érdekeség, hogy az Apple 1995-ben még a tizenkettedik álomcég volt, idén viszont a negyvennyolcadik helyre szorult vissza.

A vezetési tanácsadási szakma a megkérdezettek 14 százalékánál volt abszolút első. A feldolgozóipar 10, a fogyasztási cikkek gyártó ágazat 8 százalékot kapott. A diákoknak mindössze 1-1 százaléka választaná első munkahelyül a szórakoztatóelektronikai cikkek gyártó

cégeket, valamint a biztosítókat. Az álomvállalatok ötvenes toplistájára idén a következő új cégek kerültek fel: General Electric, Audi, SAS, Esso/Exxon Chemical, valamint a Deloitte and Touche Tohmatsu. A tavalyiak közül idén már nem szerepel a listán a Renault, a Norsk Hydro, a Bosch és a Heineken.

A végzős diákok számára a munkahely megválasztásakor nem elsődleges szempont a munkahely biztonsága, a tartós foglalkoztatás garantálása. Első helyen áll viszont, hogy olyan vezető cégnél kezdjék karrierjüket, amely kiváló referenciát jelent majd további életpályájuk során.

A megkérdezett diákok körében a legnépszerűbb cégek a multinacionális vállalatok, 39 százalékuk szeretné pályáját itt kezdeni. A multik

nagy előnye a diákok számára a nemzetközi környezet, a külföldi kollégákkal való együtt dolgozás lehetősége, más kultúrák és üzleti gyakorlatok megismerése. Hazai nagyvállalatoknál a pályakezdés előtt állók 15 százaléka dolgozna szívesen. A legkevésbé az állami cégek és a kormányzati, minisztériális munka népszerű, a megkérdezetteknek mindössze 1-1 százaléka szeretné pályáját ezeken a területeken kezdeni.

S mit várnak a végzősök első munkahelyüktől? Mindenekelőtt lehetőséget arra, hogy sok fajta feladatot kapjanak és változatos munkákban vehessenek részt. A legkevésbé pedig az vonzó, ha valahol az átlagtól lefelé eltérő fizetés várja a pályakezdeket.

04. 2. 20

rier

SZERKESZTI: BÁN ZSUZSA

Tízmillió forint a Tízektől



Magyar világmárkák nyomában

Eljutás

A BMW-é lesz az Ezüst Lady?

Kongatják a Rolls-Royce harangját... 97. 6. 5.

A nemzetközi autóipari körökben mind többet beszélnek a szakemberek arról, hogy a legendás Rolls-Royce Motor Cars cég esetleg a vele mind szorosabban együttműködő BMW tulajdonába kerül. A híreszteléseket cáfolják, de az ágazat öreg rókái szerint nem alaptalanok a pletykák.

1990-ben 3300 Rolls-Royce talált gazdára a világon, tavaly pedig mindössze 1744. A csaknem 239 ezer dollárba kerülő Royce-ok nagyobbak a Mercedesnél, súlyosabbak a BMW-nél, s kevésbé takarékosak, mint az Audi. Az elmúlt években a vállalat kénytelen volt tudomásul venni a piaci helyzet alakulásából, hogy német versenytársai elhódították tőle a világ legjobb autója címet, ami a formát és a technológiát illeti. Nem könnyű elviselni, hogy a kocsik iránt folyamatosan csökken a fizetőképes kereslet, s ez együtt jár a versenyképesség romlásával is.

Morris vezérigazgató egyik legfontosabb feladata a Rolls-Royce újjáélesztése. Igen fogékony a részletek iránt, ami azzal is magyarázható, hogy korábban az Audi marketing- és értékesítési részlegének vezetője volt. Ismeretes, hogy a német kocsikat többek között az tette sikeressé a világpiacon, hogy a tervezők, a gyártók és a kereskedők a legapróbb dolgokra is figyelmet fordítanak.

Graham Morris nagy reményeket fűz az új Rolls-Royce modellhez, amely még az ezredforduló előtt piacra

kerül. 1980 óta ez lesz a cég első négyajtós kocsija, s tőle várják a forgalom fellendülését. Szakítva a korábbi hagyományokkal, az új modelleket BMW-motor hajtja majd. Az új erőforrás kifejlesztésén megtakarított összeget a cégvezetés egy új fejlesztőműhely létesítésére fordítja, s egyúttal nagyobb figyelmet szentelnek majd a minőségellenőrzésnek.

A BMW-kapcsolat azért is keltett meglepetést, mert a Rolls először vesz új modelljéhez motort egyik versenytársától. Ez a szövetség is alapot ad arra, hogy egyesek szerint a Rolls anyacége, a Vickers fontolgatja az autógyár eladását a németeknek. A BMW elnöke, Bernd Pischetsrieder nem tagadja, hogy szívesen adna vételi ajánlatot az 1906-ban alapított Rolls-Royce-ra. Morris vezérigazgató viszont azt hangsúlyozza, hogy a Rolls-Royce nem eladó. Véleménye szerint kiváló együttműködés alakult ki a BMW-vel, de a kapcsolat ezen a ponton nem megy túl. A cég most folytat piackutatást, honnan szerezzé be a jövőre kétajtós modelljeihez a motorokat. Morris szerint a BMW kézenfekvő megoldás, de a német cégen kívül más források is vannak.

A néhány hónapja a Rolls-Royce élén álló Morris sorra veszi számba vállalata gyenge pontjait. Ezek közül talán a legjelentősebb, hogy a cég értékesítése a kontinensen zuhanórepülésben van. Ennek egyik oka az, hogy a már-

kakereskedők – éppen a kocsik értékesítésének visszaesése miatt – nem szívesen ruháznak be a szalonok és a szervizek korszerűsítésére, fejlesztésére. A Rolls-Royce az új modell bevezetését megelőzően igyekszik megerősíteni képviselői hálózatát, s búcsút vesz azoktól a kereskedőktől, akik nem hajlandók a szükséges beruházásokat végrehajtani. Emelik a márkakereskedők oktatásának színvonalát, s a tervek szerint imázs-szempontról is egységesítik a kereskedői hálózatot.

Ugyanakkor szétválasztják a Rolls-Royce és a Bentley márkák kereskedői hálózatát. A vállalat értékesítésében jelenleg a Bentley aránya 60, a Rolls-Royce-é 40 százalékos. Morris arra számít, hogy az új Rolls-modell majd helyére teszi a dolgokat. Az első számú feladat azonban az, hogy a Rolls-Royce Motor Cars cégnél megszűnjön az elmúlt éveket jellemző úgynevezett hullámvadás-üzletmenet. A fellendülést ugyanis visszaesés követte, amikor számos munkahelyet meg kellett szüntetni. A kereslet bővülése viszont a dolgozók számának növelését eredményezte. Morris vezérigazgató abban bíz, hogy a következő hónapokban és években várható intézkedések nyomán egyenletesebbé válik a cég üzletmenete, ami egyúttal szilárd alapot jelenthet az önállóság megőrzésére.

Heu

árszondánk

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. Mellékle-tünk megpróbálja hétről hét-re követni a piaci tarifákat, természetesen márkák sze-rinti bontásban. A tábláza-tainkban szereplő aktuális árakról annyit, hogy ezek a vámot, valamint az il-letéket tartalmazza. E heti szondánkkal a Renault kíná-latát céloztuk meg.

Tipus

Twingo 1,2 Base 3 ajtós
 Twingo 1,2 Pack 3 ajtós
 Clio 1,2 RL 3a
 Clio 1,2 RL 5 ajtós
 Clio 1,2 RN. 5a
 Mégane 1,4 ECO 5a
 Mégane 1,4 Comfort 5a
 Mégane 1,4 RL 5a
 Mégane 1,6 RN 5a
 Mégane 2,0 RT 5 ajtós
 Mégane 1,9 RLD 5 ajtós
 Mégane 1,9 RT TD 5a
 Mégane 1,6 Coupé RN 3 ajtós
 Mégane Classic 1,4 RL 4a
 Mégane Classic 1,6 RN 4a
 Mégane Classic 2,0 RT 4 ajtós
 Mégane Classic 1,9 RLD 4 ajtós
 Mégane Scénic 1,6 RN. 4 ajtós
 Mégane Scénic 1,6 RT 4 ajtós
 Mégane Scénic 2,0 RT 4 ajtós
 Mégane Scénic 1,9 TD RT 4 ajtós
 Laguna 1,8 RN 5 ajtós
 Laguna 2,0 RT 5a
 Laguna 2,0 RXE 5 ajtós
 Laguna 2,0 16 V RXE 5 ajtós
 Laguna Kombi 1,8 RN 5 ajtós

Visszapillantó tükör

Pályák

Jól nézünk ki! Ezt is mondhatnánk, bár sok okunk nincsen rá. Mert dehogyis nézünk ki jól, amikor lassan már a gatyánkat is kifizetjük, hogy kedvenc négykerekűnk volánja mögé ülhessünk. Az üzemanyag-árat egyre kevesebb sorstársunk képes állni, az alkatrészekről már nem is beszélve, és akkor a biztosítások díjairól szó sem esett.

Azután jön még a fizető-autópályák használatáért kasszírozott sarc. Amely a koncessziós cégek ígérete szerint a nyári szezonban tovább emelkedik. A közlekedési tárca ugyan nem tapsikol a bejelentésnek, de túl sokat nem tehet. Legföljebb annyit érhet el, hogy a fizetőkapuknál „csak” az inflációval megegyező mértékkel emelkedjenek a díjak. A kocessziós vállalkozások azzal is szoktak érvelni, hogy a nálunk fejlettebb országokban is van a nagy európai turistavándorlás idejére megállapított szezonális tarifa. Ebben

minden bizonyos csit mégis más hogy ott ezek labgerekhez v tömegeknek s akadályt. Ezze gon sajnos ez mok körébe ta

A nyugati t núséggel a m nélkül vagy cs ki. A hazaiak v nak. Így máris rülő fő- és ala ma jelentősen

Legföljebb hogy a ritkább rűbb filléreket csességet most sze az sem kiz is eljárt az idő.

Ragyog a Honda csillaga

97. 6. 12.

A nyár elején hozta nyilvánosságra a Honda a március végén befejeződött pénzügyi év adatait, valamint az 1998 március végéig szóló terveket és előrejelzéseket. A statisztikák tanúsága szerint a márciussal végződött 12 hónap minden szempontból rekordot jelentett az óriásvállalat történetében. Egy esztendő alatt a Honda adózás előtti nyeresége több mint háromszorosára növekedett, s elérte a 390,7 milliárd jent (3,36 milliárd dollár). Ugyancsak rekordot döntött az értékesítés: 25 százalékkal bővült a cég bevétele, amely meghaladta az 6293 milliárd jent. Az adózás utáni profit ugyancsak minden korábbit felülmúlt, ennek összege 221,1 milliárd jent volt. (Összehasonlításképpen: a megelőző évben a Honda nettó nyeresége 70,8 milliárd jent volt.)

A japán piacon a Hondának az elmúlt pénzügyi évben először sikerült kétfélmillió járműnél többet értékesítenie.

A kiváló üzletmenetben fontos szerepet játszott, hogy az ázsiai szigetországban számottevően megnövekedett a kereslet a Honda úgynevezett szabadidőjárművei, nevezetesen a Step WGN, az SM-X mini egyterű és a Orthia modellek iránt. Ezen gépkocsik népszerűsége, valamint az újjászabott Accord és az új modell, a mini Life iránti erőteljes kereslet nyomán a Honda vezetése arra számított, hogy a jövő év márciusának végéig odahaza 800 ezer személykocsit értékesít. A motorkerékpárok eladási darabszáma ugyan visszacsúszott tavaly, a bevételek azonban ebben az ágazatban is 18 százalékkal nőttek.

Külföldön is keresettek a Hondák. Az Egyesült Államokban és Kanadában kimagasló a kereslet a Civic modell iránt, s az értékesítés bővülését Európában a növekvő kereslet mellett a jen gyengülése is segítette. Az idei pénzügyi évben a Honda további



FOTÓ: EURÓPA MOBIL ARCHIV

növekedéssel számol. Japánban a cég abban bízik, hogy a hétmilliós piacon részesedését a tavalyi 10,7-ről, 11,3 százalékra növeli. Az előrejelzések szerint Észak-Amerikában 10 százalékos értékesítésnövekedés várható. Különösen sok kocsit eladására számítanak a régióban februárban piacra dobott CR-V mo-

delből. Az idei évben a Honda-tervekben 50 ezer kocsit értékesítése szerepel ebből a modellből Észak-Amerikában, a bevezetést követő három hónapban azonban már 18 ezer egység gazdára talált. (A térségben a Honda az idei pénzügyi évben várhatóan 1,05 millió darab gépkocsit értékesít.)

Európában idén a Honda 230 ezer autó értékesítésével számol, ami 9 százalékkal haladja meg a tavalyit. Különösen nagy a kereslet az Euro Accord, az ötajtós Civic, a Prelude kupé modellek iránt, de a CR-V mini egyterű európai bevezetése is várható.

• Gonda György

Ford-átvo

Haszonjármű b

A tigris behúzza körmét

Valóságos sokkot váltott ki a dél-koreai dolgozók körében az ország egyik legnagyobb ipari konglomerátuma, a **Sunkyong Industries bejelentése: dolgozóinak számát 20 százalékkal csökkenti, vagyis 840 munkatársát kordokvezménnyel elküldi nyugdíjba. Ezzel az intézkedéssel véget ért egy korszak az ázsiai országban, a chaebolnak nevezett nagy vállalatbirodalmaknál is megszűnőben van az egész életre szóló foglalkoztatás, a munkahelyek feltétlen biztonsága.**

Dél-Korea óriáscégeit is elérte az Egyesült Államok és Japán után a karcsúsítási hullám. A chaebolokat eddig elsősorban a nagy ívű terjeszkedési tervek jellemezték, napjainkban azonban már nem tudják elkerülni a zsugorodást. A szülői tőzsdén jegyzett cégek nettó nyeresége az első félévben 55 százalékkal csökkent, s ez riadót jelent a menedzsmentek számára: csökkenteni kell a termelési költségeket! Dél-Koreában ma már a termelési költségek magasabbak, mint Szingapúr-

ban és Tajvanon, s ez hatással van a hazai és a nemzetközi versenyképesség alakulására is. A versenyképesség megőrzése, illetve növelése érdekében az ázsiai országoknak is végre kell hajtania azt a fájdalmas „műtétet”, amelyet nem sikerült elkerülniük az ipari országoknak.

A karcsúsítás magától érteződő kiindulópontja a munkaerő. Az elmúlt tíz esztendőben a feldolgozóiparban a reálbérlétségek 16 százalékkal növekedtek, s ez meghaladja a termelékenység bővülési ütemét. A chaeboloknál a bérlétségek még ennél is nagyobb mértékben növekedtek, az óriáscégek ugyanis számos borítékon kívüli juttatást biztosítanak dolgozóiknak.

Az ázsiai országban a létszámleépítés nem egyszerű dolog, ugyanis a munkaügyi törvények meglehetősen szigorúak. A Financial Times szerint a dél-koreai dolgozók munkahelyét igen szigorú törvények védik, ezért nem könnyű az elbocsátás. A jelenlegi törvények szerint az elbocsátott dolgozónak jelen-

tős végkielégítés jár, gyermekei számára a vállalatnak több évre ki kell fizetnie a tandíjat stb.

A túlnépesedett chaebolok számára az elbocsátás tehát meglehetősen költséges „mulatság”, ezért eddig inkább a további bővítést választották alternatívaként, ami újabb munkahelyeket teremtett. Ez utóbbit a kormány különféle kedvezményekkel támogatja, hiszen a hivatalos Szöul a teljes foglalkoztatottság híve. Ezt az álláspontot tükrözik a lakosság szociális elvárásai is. A Hyundai egyik vezetője szerint „Dél-Korea társadalmá meglehetősen egalitárius, s egy elbocsátási hullám nagy tiltakozásokat váltana ki, mivel az társadalmi egyenlőtlenséget hozna létre.”

Az ország gazdasági helyzete azonban a kormányt eddigi nézetei, szokásai felülvizsgálatára kényszeríti. Szöul szeretné megtalálni a munkahelyek biztonsága csökkentésének módját, miközben nagyobb szervezkedési szabadságot biztosítana a szakszervezeteknek. Érdemes megjé-

gyezni, hogy a munkajogi szabályozás reformja része annak a „csomagnak”, amelynek alapján az ország felvételt nyert az OECD-be.

A munkahelyek biztonságát szavatoló törvények jelentős megváltoztatása azért is valószínűtlen a közeli jövőben, mert a kormány el akarja kerülni az összecsapást a szakszervezetekkel 1997-ben, az elnökválasztás évében. A nagyvállalatok pedig arról panaszkodnak, hogy egy 10 százalékos létszámmérséklés több tízezer embert érintene. A Hyundainál például az alkalmazottak létszámának 10 százalékos csökkentése 20 ezer állás elvesztésével járna.

Ebben a helyzetben – amikor a reorganizáció, a karcsúsítás elkerülhetetlen – a chaebolok átmenetileg sajátos megoldást választanak. Termelésük egy részét kihelyezik az úgynevezett olcsó bérű országokba, miközben odahaza nem akadályozzák meg egyes munkahelyek el-sorvadását, elhervadását.

Hogyan csináljunk (piac) gazdaságot?

Variációk a menedzsmentre

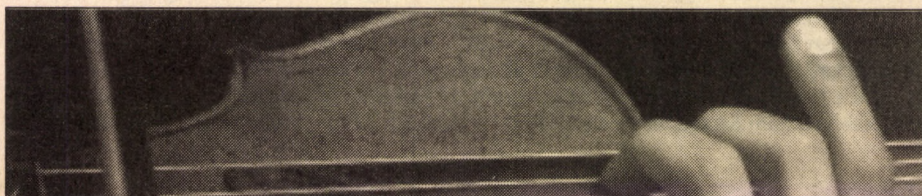
Közismert tény, hogy az amerikai Fehér Ház és újabban az orosz Kreml is a jelentős lépések előtt egyszerre kéri ki az asztrológusok és a grafológusok véleményét. Mondják, hogy a brit kormánytól sem idegen a metódus de ezt a Downing Streeten sem megerősíteni, sem cáfolni nem szokták. Sokan állítják, hogy a távol-keleti, amerikai és európai vállalatbirodalmak első számú menedzserei – vagy olykor igazgatóságai is – előszeretettel vesznek igénybe hasonló szolgáltatásokat. Lehet, hogy ezek az eszközök sem hiányozhatnak a modern menedzsment kelléktárából. De azért a vezetési tanácsadóknak világszerte akadnak jobb ötletei is.

Valószínűleg nem véletlen, hogy közel egy időben két olyan rangos tanácsadó cég, mint az európai piacvezető Neumann és erős versenytársa a Dr. Pendl & Dr. Piswanger Int. szükségét látta annak, hogy új metódusokat honosítson meg a menedzsment-tanácsadásban. Tóth Tamás, aki a Neumann-csoport négyfős igazgatóságában nem csupán a magyar érdekeltséget, hanem a közép-európai régiót is képviseli, és Lipcsei András, aki a R&D 62 országos kiterjedésű

kedőknek az iparban, az iparvezetőknek pedig a nemzetközi piacon hiányzott a gyakorlatuk. Bonyolította a menedzsment-tanácsadást – vagy egyszerűbb nevén: fejedászatot – hogy gyakorlatilag a '80-

nyé, amely mind a vállalatok, mind a biztosítótársaságok számára komoly követelményt jelentett. Ma viszont már azt várják el a cégek a tanácsadóktól, hogy olyan infrastruktúrát biztosítsanak, amely lehetővé teszi, hogy a meglévő erőforrásokat hatékonyabban működtessék a tulajdonosok vagy a vállalatok vezérkarai. A Neumann-csoport például 1996 végén ezért hozta létre a Neumann Management Institute intézményét. Ez az intézet a maga nemében rendhagyónak számít Magyarországon, mert először próbál megoldani

Különös gondot fordít a Neumann Intézet a vállalatok belső kommunikációs rendszerének feltérképezésére. Ez ugyanis az elmúlt években, a vállalatépítési feladatok mögött meglehetősen háttérbe szorult, s a cégek mostanában kezdik felismerni, hogy milyen szerepe van a kommunikációnak a vállalati modellben. (Nem véletlen például, hogy a korábbi, meglehetősen vérszegény hírleveket, színes magazinnokkal váltják fel olyan széles körű magyarországi érdekeltségekkel rendelkező cégek esetében mint a Siemens vagy a Tungsram. Mint ahogy pél-



Különös házasság az ukrán piacon

97. 6. 19

Szokatlan együttműködés van kialakulóban az eddig egymással igencsak ellenségesen viselkedő General Motors és a Daewoo között az ukrán piacon: a két cég várhatóan elássza a csatabárdot és szoros együttműködést alakít ki személyautók közös gyártására. Mind a GM európai leányvállalata, az Opel, mind pedig a Daewoo Motors előrehaladott tárgyalásokat folytat az Avtozazzal vegyesvállalat létrehozásáról. Bármelyik cég lesz is a befutó, a másik számíthat arra, hogy kisebbbbségi tulajdonosként részt kap az autógyártó vállalkozásban. Ezt a szülői autósza-lonon jelentette be nemrégiben Kim Woo-choong, a Dae-

woo elnöke. A szakértők számára azért jelent meglepetést az együttműködés, mert a két vállalatbirodalom viszonya meglehetősen feszült. A '90-es évek elején a Daewoo az autóiparba éppen a GM-mel kötött technológiaátadási megállapodás révén került be, az együttműködés azonban az áthidalhatatlannak tűnő ellentétek miatt 1992-ben megszakadt. Dél-Koreában ugyan a két vállalat együttműködik néhány autóalkatrész és részegység gyártásában, ellentétük azonban nemrégiben tovább fokozódott a lengyel FSO autógyár privatizációja kapcsán. Az FSO-ra mind a GM, mind pedig a Daewoo szemet vetett,

de végül a Daewoo szerzett többségi tulajdont.

A GM korábban azt javasolta az ukrán kormánynak, hogy az országban évi 25 ezer Opel Vectrát gyártsanak majd, s emellett számottevően növelik a Tavria termelését. (Ismeretes, hogy a viszonylag korszerű Avtozaz első számú modellje a Tavria. Jól jellemzi azonban a vállalat anyagi helyzetét és a szükséges beruházások elmaradását, hogy az évi százezres gyártókapacitáson tavalyl mindössze hétezer autót állítottak elő.)

A Daewoo viszont azt ígérte, hogy 300 millió dolláros beruházással másfél éven belül három modelljének gyártását

is megkezdi az Avtozazban, miközben bővül a Tavria-előállítás is. A Daewoo terjeszkedési szándékát mi sem bizonyítja jobban, mint hogy az idei esztendő elején kifejezte hajlandóságát az Avtozaz 51 százalékának megvásárlására egymilliárd dollárért, valamint a kapacitás felfuttatását évi 300 ezer gépkocsi gyártására.

Az Avtozaz és Ukrajna azért vonzó az országban „házasodni” kívánó GM/Opel és a Daewoo számára, mert az 52 milliós lakosság hosszabb távon nagy piacot jelent. Ráadásul az ukrainai jelenlét megnyitja az utat az export számára a volt Szovjetunió utódállamaiba.

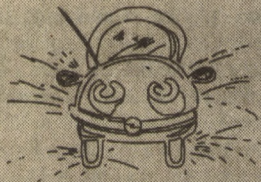
Szakértők szerint az ukrán kormány belátható időn belül dönt az Avtozaz sorsáról. Állítólag a Daewoo esélyei kedvezőbbek, ugyanis a dél-koreai ipari konglomerátum számos termékével már jelentős piaci részesedésre tett szert Ukrajnában. (Érdemes megjegyezni, hogy a Daewoo az első számú külföldi befektető Üzbegisztánban és Romániában.) Az elemzők egy része tehát a Daewoot tartja biztos befutónak, de a GM – az előzetes megállapodás értelmében – ebben az esetben is számíthat részesedésre az Avtozazban.

• Gonda György

- 100.000 Ft kedvezmény az autó vételárából, vagy
- 100.000 Ft-tal csökkentett kezdő befizetés,
- az Opel Bank által kínált részletfizetési konstrukcióval vásárolt autóknál

**a Start, Light és ice modellt kivéve*

Részletekért keresse a márkakereskedőket!



Gyengélkedik a Volvo amerikai leányvállalata

97.

6.19

Tavaly több mint 20 százalékkal esett vissza a Volvo profita, amely elsősorban annak tudható be, hogy a cég amerikai érdekeltsége a teherautópiacon nehézségekkel küszködik. A Volvo adózás előtti nyeresége 1995 első félévében 5,33 milliárd svéd korona (807 millió dollár) volt, egy évvel később ez az összeg 3,86 milliárdra csökkent. A cégvezetés a visszaesésért egyértelműen a teherautó-gyártó részlegeket okolja, mindenekelőtt a Volvo GM Heavy Truck amerikai leány cég viszonylag gyenge teljesítményét. Ismeretes, hogy a Volvo amerikai teher-

autógyárában a General Motors 13 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik. Az leányvállalat értékesítése az első félévben 31 százalékkal esett vissza, s ennek nyomán az észak-amerikai piacon a Volvo részesedése 11,5-ről 9,5 százalékra csökkent. Az USA-beli Volvo veszteségei, valamint a Dél-Amerikában is csökkenő piaci részesedés nyomán a teherautó-részleg üzemi nyeresége egy év alatt 2,9-ről 1 milliárd koronára esett vissza. A veszteségek mérséklése érdekében augusztusban elmozdították az ottani vezérigazgatót és a pénzügyi igazgatót. Az

új főnök kinevezéséig az amerikai leányvállalat vezetését Karl-Erling Trogen, a Volvo teherautó üzletágának első számú embere vette át. Trogen véleménye szerint a Volvo-GM veszteségeiben az is szerepet játszott, hogy az amerikai piacon bevezetésre kerülő új modellek reklámkampánya jelentős kiadással járt. Trogen azt tervezi, hogy a cég amerikai részlegének veszteségeit sikerül számottevően csökkenteni, a nullszaldó elérésére azonban csak az idei év első felében lehet számítani.

• G. Gy.

121-5538,
121-5543

2872 M

2000 helyen
700 féle újság!



HIRKER Rt.

Újságok bizományosi
árusítására budapesti
üzlethelyiséggel rendelkező
vállalkozókat keresünk.



**- BIZTOS JÖVEDELEM,
KOCKÁZAT NÉLKÜL**

Holnap színes Autószalon magazin a **MAGYAR HÍRLAP**-ban!

Néhány ajánlat a gazdag tartalomból:



Sivatagi varázslat

Száguldó multság

A hónap autósa

Kerámiaszelepek

Harley Davidson

Szerpentinkirály...



Hatmilliónál is több tagot számlál már a dollár-milliomosok klubja, amely a Gemini Consulting tanácsadó cég és a Merrill Lynch befektetési bank tanulmánya szerint a világ egyik legdinamikusabb fejlődő és bővülő képzeletbeli szervezete. Az egymillió dollárral vagy ennél többel rendelkezők száma persze nem képzeletbeli, a tanulmány szerint a „tagság” vagyona meghaladja a 16 600 milliárd dollárt.

Az előrejelzések szerint az ezredfordulóra ez a vagyon 24 400 milliárd dollárra növekszik majd, s a legnagyobb ütemű vagyonyaropással a dél-amerikai és az ázsiai milliomosok számolhatnak a következő esztendőben. Az elmúlt évtizedben a milliomosok vagyona átlagosan évi 8 százalékkal növekedett, ez az ütem az elmúlt években 10 százalékra gyorsult. A tanul-

Kértünk egy névjegyet

Milliárdosok klubja

mány érdekességként megállapítja, hogy nincsen annak jele, hogy a vagyonok egyre kevesebb kézben koncentrálódnának.

Steven Beck, a Gemini vezérigazgatója szerint a vagyonok gyorsuló ütemű gyarodása két fő tényezőre vezethető vissza. Egyrészt a gyakorlatilag az egész világon győzelmeskedő kapitalizmusra, másrészt pedig a kereskedelem fokozódó liberalizálására, amely a vállalkozásizellemet és a vállalkozási hajlamot táplálja. Az offshore pénzügyi központok 1989-ben 2300 milliárd, tavaly viszont már 5500 milliárd dollárt tudhattak a magukénak. Továbbra is Svájc az első számú offshore központ, de az elmúlt hét esztendőben részaránya csök-

kent Luxembourg és a karibi szigetek javára. Ez utóbbiakba elsősorban Latin-Amerikából áramlik a pénz.

A kiemelkedő vagyonnal rendelkezők azonban továbbra is Svájcot részesítik előnyben, hiszen az alpesi országban tartós a politikai és a gazdasági stabilitás. A svájci bankok továbbra is uralkodnak a gazdagok vagyonát, legalábbis ami a befogadást illeti. A Credit Suisse, az Union Bank of Switzerland és a Swiss Bank Corp. a három legnagyobb „játékos”, de a milliomosok körében kiváló hírnévnek örvendenek a svájci magánbankok is, elsősorban a Pictet and Cie, valamint a Lombard Odier. A magánbankok és vagyonkezelők igencsak diszkrétek

arra vonatkozóan, hogy milyen nagyságú piacot céloznak meg a gazdagok befektetésre váró milliárdjaival. Csak annyi bizonyos, hogy a magánbankok nyereséges műveletei sokkal több pénzt és biztonságot hoznak, illetve nyújtanak a tehetőseknek, mint a hagyományos hitelezési üzletek, valamint a befektetési bankokból származó jövedelem.

A Chase Manhattan bank 1993-ban készített becslése szerint a magánbankoknál és a vagyonkezelőknél 9600 milliárd dollár várt „érvényesülésre” a milliomosklub tagjainak vagyonából. A legújabb becslés 11 000 milliárd dollár, ami mintegy 15 százalékos növekedésnek felel meg. Szakértők szerint a 6 millió multimilliomos összesített vagyonából ennyi „keringőzik” a nemzetközi pénz-és befektetési világban.

G. Gy.

Komier

97.6.23.

Utasvaro

Hirdetésfelvétel:
Telefon/fax: 303-0950

**utazási irodák
napi ajánlatai**

**Forró nyár -
hűsítő ár
a TENS
TOURS-nál!**

Török Riviera - ANTALYA június 30., július 07.

Panzió, reggeli **39.900.-Ft/fő-től**

Szálloda*** tengerparti, fp. **76.900.-Ft/fő-től**

Üdülőklub tengerparti, fp. **93.900.-Ft/fő**

DUBROVNIK június 28.

Apartman (Makarska), ell. nélkül **17.900.-Ft/fő-től**

Szálloda***fp. **31.900.-Ft/fő-től**

Szálloda****fp. **49.900.-Ft/fő-től**

Szálloda****fp. **47.500.-Ft/fő-től**

CIPRUS június 28. Apartman ell. nélkül

Szálloda**reggeli **59.900.-Ft/fő-től**

Clubszálloda***tengerparti, reggeli **79.900.-Ft/fő-től**

RODOSZ június 29., július 6.

Szálloda**tengerparti, reggeli **59.900.-Ft/fő-től**

Szálloda***fp. **69.900.-Ft/fő-től**

KRÉTA július 3.

Szálloda** reggeli **59.900.-Ft/fő-től**

Szálloda***tengerparti, fp. **89.900.-Ft/fő-től**

**TENS
TOURS**

Bp. II., Komjádi Béla u. 1. Telefon: 345-1500 **ingyenes**
Bp. V., Aranykéz u. 4-8. Telefon: 266-5775 **szállás!**

8 napos körút 127 800 Ft

(júl. 4., 18., szept. 5., 19.)

11 napos körút 153 700 Ft

(júl. 3.)

Psoriasis program:

indulások havonta július 10-től – 2 hét félpanzióval

Üdülés Netanyán 81 100 Ft

(júl. 4., 18., szept. 5., 19.)

Csillagtúra Netanyáról 102 200 Ft

(júl. 4., 18., szept. 5., 19.)

204 800 Ft-tól

Amitours Bp., Nádor u. 14. 111-5077, Catholica 2000 Bp., Ferenciek tere 7/8. 266-3910, Ciklámen Tourist Győr, Aradi vértanúk útja 22. (06-96) 311-557, Sopron, Ógabona tér 8. (06-99) 312-040, Mosonmagyaróvár, Fő u. 8. (06-96) 211-078. MSE TOURS Bp., Hegedűs Gy. u. 90. 270-3058, Quaestor Business Travel Bp., Duna Plaza, 465-1177, Győr, Kenyér köz 4. (06-96) 319-597, Pécs, Jókai u. 2. (06-72) 224-049, Szeged, Deák F. u. 34. (06-62) 312-260, Veszprém, Rákóczi u. 7. (06-88) 420-298, Sirtaki-Persa Travel Kecskemét, Csányi J. u. 1-3. (06-76) 412-202

ISKOLA A HATÁRON TÚL



„Az IH hastingsi tanfolyama óta munkám eredményességén látom, mennyit számít a nyelvtudás.”

Gergely József
ügyvéd

Nyelvtanfolyamok külföldön
1022 Bp., II. Bimbó út 7. Tel.: 212-4010

International House
NYELVEKET TUDNI KELL.

ih

85.2.FP

Leimwall

Kábeltévés ambíciók

97.6.26.

Az Airtouch, az Egyesült Államok legnagyobb mobiltelefon-társasága április végén hivatalosan is bejelentette, hogy 4,5 milliárd dolláros tranzakció keretében megvásárolja a US West helyi telekommunikációs és szórakoztatóipari csoport kábeltévíziós egységéhez, a US West Mediához tartozó celluláristelefon-érdekeltségeket. Az egyezség – amelynek értelmében a US West Media adósságállományának egy részétől (2,2 milliárd dollár) is megszabadulhatna – előkészítheti a teret a Time Warner kábeltévíziós és szórakoztatóipari mamutvállalat régóta tervezett átalakításához. A US West 25 százalék részesedéssel rendelkezik a Time Warnerben, az ország második legnagyobb kábeltévíziós társaságában, tavaly pedig megvásárolta a Continental Cablevisiont, az ország harmadik legnagyobb kábeltévés szolgáltatóját. Mivel az egyezség révén csökkenne a US West Media adóssága és megszabadulhatna gyengén jövedelmező telefonérdekeltségeitől, immár jóval előnyösebb gazdasági pozícióból folytathatná lendületes növekedését, s pénzügyileg függetlenebbé válhatna a US West telekommunikációs részlegétől. A társaság már korábban kijelentette: az 1,9 millió ügyféllel rendelkező rádiótelefon-részlegei – amelyek tavaly 300 millió dollár üzemi nyereséget termeltek – túl kicsik ahhoz, hogy önállóan nyereségesen tudnának működni. A tervezett manőver nem számít egyedi jelenségnek, hiszen napjainkban a kommunikációs és médiaipar az egész országban az átszervezések korszakát éli. Míg a hét amerikai helyi telefontársaságból kettő épp most fuzionált, másik kettő pedig hamarosan követi a példájukat, addig a US West nagy célt tűzött ki maga elé: piacvezetővé szeretne válni a kábeltévízió-iparban, amely az amerikai otthonok több mint 60 százalékát eléri.

iltelefon **WESTEL 900**

fizetéssel és

sztható értékes akciós
székkal mindössze nettó
00 forintért!

ESTEL 900-zal mobil a
és szabad a nyár!

bbi feltételek az
tekben. Június 6-tól,
g a készlet tart!

Görögország piacot nyit 97.6.26.

Athénban bejelentették, hogy 2001. január 1-jéig Görögország liberalizálja távközlési piacát, s ezzel véget ért az állami távközlési vállalat, az OTE monopóliuma a vezetékes szolgáltatások területén. Az egyéb távközlési szolgáltatások – többek között a kábeltelevíziózás, valamint a műholdas távközlés – piacát már a jövő esztendőben megnyitják a belföldi és a külföldi versenytársak számára. A döntés előzménye az, hogy a görög kormányra mind nagyobb nyomás nehezedett Brüsszel részéről a liberalizálás felgyorsítására azt követően, hogy Athén közölte az Európai Unióval: 2003-ig nem tudja befejezni távközlési hálózatának korszerűsítését. Ismeretes, hogy Brüsszel ezt az évet jelölte meg Görögország, Spanyolország, Portugália, Luxemburg és Írország számára liberalizálási határidőül. A brüsszeli Bizottság jogi eljárást indított Görögország ellen amiatt, mert Athén több előírás teljesítését elmulasztotta: nem hozott létre független távközlési szabályozó hatóságot, s nem teremtett versenylehetőséget a kábeltelevíziós és a műholdas távközlési piacon. Az OTE monopóliumának 2001-ben történő megszüntetése kompromisszum eredménye. Görögország lesz az utolsó az EU-tagok sorában, amely liberalizálja távközlési infrastruktúráját. Portugáliában és Írországban erre egy évvel korábban kerül majd sor. Ismeretes, hogy a többi tagállam számára a teljes körű liberalizálás határideje 1998. január 1-jé. Az OTE tervei között szerepel a digitalizálás felgyorsítása, amelyet a cég részvényei újabb 12 százalékos csomagjának tőzsdéi bevezetésének bevételeiből finanszíroznak. Az athéni tőzsdére való bevezetésre június végéig sor kerül. A tervek szerint az OTE hálózatának 80-85 százaléka lesz digitális 2000 végére. Miközben a távközlés legtöbb területén túl lassan folyik a liberalizálás Görögországban, a cellatelefonía piaca üdítő kivételt jelent. Ebben az ágazatban két magánszolgáltató tevékenykedik, amelyek többségi tulajdonosa a brit Vodafone és az olasz Stet. (Mindkét szolgáltató magas színvonalú GSM-szolgáltatásokat kínál az előfizetőknek.)

itt a nyár! Ilyenkor két
ot érdemes venni.
gőt és mobiltelefont
VESTEL 900-tól.

buli a mobil és
bil a buli!

obil:

NOKIA 1611*-es!

ili:

t ötféle színű előlap

sztható hozzá! Elállt a

a? Pedig most jön a java!

ínes előlap helyett kérhet

akkumulátort vagy

szuper **headsetet** is!

t NOKIA 1611*-es

Európa felett az ég...

Légifolyosók labirintusokkal

Kinyílt az égbolt az Európai Unió tagországai, Norvégia, Izland és Liechtenstein felett. Arról van szó, hogy 18 ország légitársaságai szabadon röpködhetnek egymás országai-ban, vagyis liberalizálták a piacot, s teljessé lett a verseny a légivállalatok között. A teljes körű dereguláció különösen nagy kihívást jelent a Lufthansa számára, amely a világ egyik legmagasabb költségű országának, Németországnak az első számú légitársasága.

Jürgen Weber, a Lufthansa 55 esztendő elnöke szerint új versenytársak, új kalandorok jelennek meg hamarosan a német légipiacon, amelyek leszorítván a viteldíjakat, jókora anyagi károkat okozhatnak a cégnek. S az utasokat igazán nem lehet amiatt okolni, hogy az olcsóbb repülési lehetőségeket veszik igénybe... Weber azonban bízik abban, hogy Németországban a magas költségek miatt az „olcsó versenytársak” előbb-utóbb kénytelenek lesznek kivonulni a piacról, s akkor újra emelkedhetnek az árak.

Véleménye szerint a várható árzuhanás után a viteldíjak visszarendeződésének korszaka

köszönt be, de addigra a piac néhány nagy légitársaság – Lufthansa, SAS, British Airways, KLM – „uralma” alá kerül. Weber nemrégiben a Financial Times hasábjain elmondta, hogy előrejelzése szerint a piac liberalizálását az EU nem minden légitársasága éli majd túl. Elsősorban azok maradnak majd talpon, amelyek időben elvégezték a „házi feladatot”, nevezetesen nem tartanak igényt állami szubszidióra.

Jürgen Weber számára igen fájó pont az állami támogatás, különösen az Air France-é. Véleménye szerint az EU-országokban nem lehet arra számítani, hogy egyes légicégek állami támogatása rövid időn belül megszűnik. (Számításai szerint az elmúlt négy esztendőben az EU-ban erre a célra 8,8 milliárd dollárt fordítottak.) Talán abban lehet bízni, hogy az elfolyó pénzek láttán az adófizetők egyszer majd megálljt parancsolnak.

Amíg erre sor kerül, a Lufthansának együtt kell élnie és meg kell oldania saját gondjait. Weber egyébként fájjalja, hogy miközben a levegőben szabaddá vált a ver-

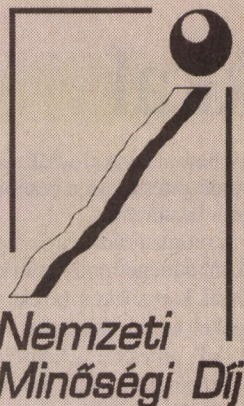
seny, nem liberalizálták a földi, repülőtéri szolgáltatások igencsak drága piacát. (Érdeemes megjegyezni, hogy Németországban különösen magasak a díjak a repülőtereken a gépmadarak „kezelése”, a csomagok és az áruk stb. továbbbírása területén.)

A mérnöki végzettségű Weber – aki 1991 óta elnöke a Lufthansának – nem ijed meg az új kihívásoktól, a problémák felszámolásában bőséges tapasztalattal és gyakorlattal rendelkezik. Amikor a légitársaság elnöke lett, a Lufthansa súlyos pénzügyi válságban volt. Hat évvel ezelőtt a légitársaság túl sok repülőgéppel rendelkezett, a szükségesnél jóval magasabb volt a dolgozók száma, s jelentős gondok voltak a hatékonysággal is.

Ma a Lufthansa karcsúbb, nyereséges, s egyre inkább terjeszkedik. Hat esztendő alatt 50 százalékkal növekedett a termelékenység, de a liberalizálásból fakadó további viteldíjcsökkenés miatt tovább szükséges növelni a Lufthansa termelékenységét. A légivállalat 1991 óta szinte folyamatos reorganizálást folytat a szakszervezetek támogatásával. Ez

utóbbiak áldásukat adták a létszámleépítéshez és a bérnövekedés lassításához.

A reorganizáció egyik lépéseként a menetrendszerű járatokkal kapcsolatos tevékenységeket külön üzletágba „vitették ki”, amelytől a költségek csökkenését, a hatékonyság emelkedését várják, miközben alig változik a dolgozók létszáma. Az interkontinentális szolgáltatások „felpolirozására” a Lufthansa 150 millió márkát fordít, elsősorban a repülőgépek belsejét alakítják át, teszik kényelmesebbé. Ezzel párhuzamosan a Lufthansa több ázsiai légitársasággal folytat tárgyalásokat útvonalhálózatának kiterjesztéséről. A céget ezen a területen stratégiai szövetség köti össze az United Airlinesszal, a SAS-szal és a Thai Airlinesszal. Megkülönböztetett figyelmet kíván fordítani a jövőben Weber és csapata a kínai piacra is. Idén Jürgen Weber számára az egyik legfontosabb esemény a Lufthansa teljes magánosítása lesz. Jelenleg az állam 35 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik a légicégben.



a mérték

Start a Nemzeti Minőség Klubjában

A párbeszéd megkezdődött

Magyarországon ma nemcsak a minőségfilozófiát, hanem a beszélgetést is tanulni kell. Azt a sokszemközti párbeszédet, amely kötetlen keretek között, előre meghatározott protokolláris sorrend és gondosan megszerkesztett forgatókönyv nélkül lehetővé teszi, hogy gondolatokat cseréljenek az emberek. Méghozzá olyan témáról, ahol a félszavakból is értik egymást. Csak éppen azt a félszót valakinek ki kell először mondani.

A Nemzeti Minőség Klubja hivatalosan megalakult 1997. május 27-én, az Industria nyi-

csak rangos menedzserként, hanem professzionális showmanként is képes megállni a helyét, ha erre van szükség. A klub alapítói viszont nehezen jöttek rá, most, itt nem felkért előadóké, hanem övék a szó. Pedig az érdeklődés nagy volt, a tárca tanácssterme zsúfolásig megtelt, s szinte tapintani lehetett a várakozást.

A hódmezővásárhelyi Burton Apta igazgatójának, Schleifer Ervinnek és az ipari menedzserek közé egyetlen kakktojásként bekerült orvosigazgatónak, a nagyállói pszichiátriai intézet igazgatójának

nek a klubnak a célja, mitől válik hasznossá és értelmessé a gazdaság különböző szereplői között a párbeszéd.

Az egyik lehetőség, hogy a vállalatok első kézből informálódhassanak arról – akár bankok, akár szaktárcák, akár különböző intézmények – révén, hogyan lehet ehhez a hadművelethez pénzre szert tenni. Pályázat ugyanis rengeteg van, jó néhány bank is indított már akciót a hazai fejlesztések kedvezményes támogatására, de az információmorzsák többnyire kevesekhez jutnak el. A klubnak viszont módja van

zsef vezérigazgató állt elő olyan anyaggal, amely a világhírű manufaktúra legújabb modelljét foglalja össze. A herendi anyag 12 példányát azonnal sokszorosítani is kellett a részt vevő mintegy 30 tag számára. A Total Quality Management módszeréről pedig szinte mindenki tudott olyan saját bőrén – pontosabban: vállalatán – tapasztalt példával szolgálni, amely azonnal kiváltotta a közérdeklődést.

Kiderült, hogy a párbeszédet csak elkezdeni nehéz. A Nemzeti Minőségi Klub tagjai az első találkozó második órá-

Nem azért kapom a fizetésemet, hogy mindenkit boldoggá tegyek – jelentette ki nemrégiben a Deutsche Bank igazgatóságának új elnöke, az 59 esztendőes Rolf Breuer.

A kellemes, mosolygós külső kökemény vezetőt és bankárt takar. Breuer nemcsak Németország első számú bankja élére került, hanem új beosztása az európai üzleti élet egyik legfontosabb pozíciója is. Breuer – aki kiválóan beszél angolul és franciául is – nagyon jól ismeri a tőzsdék világát, hiszen a frankfurti értékpapírpiaconak irányító Deutsche Börse cég felügyelőbizottságának az elnöke is. Véleménye szerint Európában túl sok tőzsde működik, s az egységes európai valuta bevezetésekor szükséges lesz felülvizsgálni a tőzsdeipar szereplőinek számát. Az euro megjelenése reményei szerint kikényszeríti majd a tőzsdei költségek csökkentését. Annyi bizonyos, hogy a Deutsche Bank ma Európa minden tőzsdéjén jelen van, s Breuer vissza akarja fogni a pénzintézet – véleménye szerint – túlságosan nagy befektetési tevékenységét a tőzsdén. Az új elnök számára azonban a jövőben a Deutsche Bank élvez minden területen elsőbbséget.

A patinás banknál távolról sem számít kezdőnek, hiszen

Kértünk egy névjegyet Szereti Ön Brahmsot?

1956 óta dolgozik ott. Először gyakornok volt egy bankfiókban, majd pedig néhány év szünetet következett. Jogi tanulmányokat folytatott Münchenben, Bonnban és Lausanne-ban. 1969-ben került be a bank frankfurti központjába, ahol először a befektetési részleget, öt évvel később pedig a kereskedelmi osztályt vezette. Breuer 1985 óta tagja a bank igazgatóságának.

Breuer elődje az elnöki székben Hilmar Kopper volt, aki az egyesítés után „bevezette” a Deutscht Németország keleti tartományaiába. Kopper sokat tett annak érdekében, hogy a bank fontos szereplője legyen a befektetési banki bizniszhez szerte a világon. A tekintélyes pénzintézetet sok bírálat érte korábban amiatt, hogy belekeveredett a Metallgesellschaft ipari csoport, valamint a Schneider ingatlanbirodalom válságába. Nemrégiben pedig azért érték támadások, mert szerepet

kívánt vállalni a Krupp–Thyssen-összeolvadásban. Rolf Breuer szerint a következő években növekedni fog Németországban a vállalatfelvásárlások száma. Ezt a folyamatot segíti elő a reorganizációs folyamat is a cégnél. A Deutsche a jövőben pénzügyi tanácsadással és finanszírozással szeretne részt venni minél több ilyen tranzakcióban.

Szerinte fel kell ismerni, hogy mulandóban van a hagyományos bankári szerep fontossága, nevezetesen a „közvetítés” a betétgyűjtés és a hitelezés között. Mind több azon vállalati ügyfelek száma, amelyek nem tartanak igényt már a banki hitelekre beruházásaik finanszírozásához, helyett maguk szereznek forrást a tőkepiacokon – kedvezőbb feltételek mellett. A Deutsche Bank nyereségének jelenleg 50-50 százaléka származik a hagyományos betét-hitel, valamint a díjalapú és kereskedelmi üzletágból. A díjalapú tevékenységek sorába tartozik

többek között a pénzügyi tanácsadás, a kereskedelmibe pedig az értékpapírok eladása. Az új elnök véleménye szerint a jövőben növekedni fog a díjalapú tevékenységek részaránya a banki nyereségben.

A bankelnök számára Európa jelenti az első számú prioritást, vagyis a felkészülést az egységes valutára, s annak tőkepiaci hatásaira. Az értékrendben számára csak ezután következik a globalizálódás. Ez utóbbi területen a fókuszálást tartja igen fontosnak, „nem lehet mindenki mindenhol és mindenben benne”. Ez a bank nyelvére lefordítva azt jelenti, hogy néhány tevékenység megszüntetésére Breuer belátható időn belül javaslatot fog tenni a vezetősnek. A szabadidejében sokat olvas, s Bach, Mozart és Debussy zenéjét különösen kedvelő Breuer szeretné erősíteni a vállalati kultúrát, elsősorban az igen jól fizetett befektetési bankárok körében. Véleménye szerint a dolgozók számára ne csak a pénz jelentesse motiválást, hanem olyan értékek is, mint az etika, a nyíltság, a megbízhatóság s a kifogástalan ügyfélszolgálat. Ezen értékek elmélyítése Breuer számára minden bizonnyal sok belső és külső kommunikációt tesz szükségessé...

GONDA GYÖRGY

97.6.30.

94.100 Ft
/készlet
a listaárhoz képest

k o r

61.200 Ft
/készlet és előfizetői kártya/
a listaárhoz képest

nyes árú WESTEL 900 előfizetéssel, akkor összesen **legalább** nettó 54.100 forintot takaríthat meg.

► **Mérlegeljen:**
De ne csak **elvileg!**
Üzletileg! **Leg**később addig, amíg a készlet tart!

Várjuk a WESTEL 900, a Westel Rádiótelefon Kft. üzleteiben és kijelölt partnereinknél!

* Csak új WESTEL 900 előfizetéssel!
A készülék csak WESTEL 900 előfizetői kártyával használható.
További feltételek az üzletekben.

Westel 900

02.3.FN

Gazdaságos közösködés

97.7.3.

Henry Wallace, a Mazda elnöke bejelentette: cége és a Ford korábban elhatározott szorosabb együttműködésének kezdeteként a két gyártó elhatározta, hogy összehangolja az egyes modellek gyártási ciklusát és a jövőben mind több közös, csereszabatos részegységet építenek be a kocsikba. A bejelentés szerint a két cég együttműködik a kocsiszekrények és a sebességváltók gyártásában, megosztja tervezési és gyártási kapacitását. Ezek nyomán mindkét vállalatnál jelentős források szabadulnak fel más termékek előállítására.

A Mazda elnöke arról nem szólt, hogy mely modellekhez használnak majd közös alkat-

részeket és részegységeket, de tudtul adta: a szoros együttműködésben a két vállalat számos modellje lesz érintett. Mindkét cég megtart néhány saját modellt, tehát a termelés összehangolása nem terjed ki valamennyi típusra. Az elnök szerint a gyártósorokat ott osztják meg egymással, ahol már jelenleg is szembetűnő az átfedés az egyes kocsik között.

A HBSC James Capel tokiói elemzője szerint várhatóan azonos gyártósoron és számos közös alkatrésszel állítják majd elő a Mazda 626-ost és a Ford Mondeót. Ugyanez a munkamegosztás alakulhat ki a Mazda Familie és a Ford Escort modelljének gyártása so-

rán. Ismeretes, hogy a Mazda legnagyobb részvényese a Ford, miután tavaly 25-ről 33,4 százalékra növelte tulajdoni hányadát a japán autóiipari cégben. A Mazda elnöke szerint a két vállalat integrációjában elsősorban a kisebb autómotorok, a sebességváltók, a személyautók és a kereskedelmi járművek (haszonjárművek) területén jutnak a japánok nagyobb szerephez, tehát ott, ahol számottevő tapasztalatot szerettek. Wallace mostani bejelentése egyébként az egy évvel ezelőtt kialakított közös stratégia megvalósításának fontos állomása.

Autóiipari elemzők véleménye szerint a két cég együttmű-

ködése elsősorban hosszabb távra kínál előnyöket, rövid távon azonban nem oldja meg a kevésbé hatékonyan működő japán cég átszervezési gondjait. A Mazda elnöke szerint jelenleg számos nehézséggel kényserülnek szembenézni a legfontosabb piacokon. Japánban a vállalat még mindig jelentős kapacitásfelesleggel rendelkezik, s a termékfejlesztés elmarad a versenytársakétól. Európában az értékesítés számottevően növekszik, az USA-ban viszont jelentősen visszaesett. A szövetség szorosabbra fűzéséből származó első termék megjelenését a piacon a szakértők 2001-re várják.

get kötelezettségeket. A biztosítótársaságok ugyanis arra az időszakra állítják ki zöld kártyánkat, amelyikre a biztosítási díjat befizettük. A zöld kártyán szereplő adatokat feltétlenül ellenőrizzük, s csak ezután írjuk alá, a pontatlan okmány ugyanis sok kellemetlenséget okozhat egy baleset során. Mindenképpen vigyünk magunkkal magyar nyelvű európai baleseti bejelentőt – e nyomtatvány használatával elkerülhetjük a nyelvi nehézségekből eredő félreértéseket. A baleset másik résztvevője is ugyanilyen bejelentőt tölt ki a saját anyanyelvén, s a magyar „puska” segít nekünk, hogy melyik rovatba milyen adatot írjunk. Töltse ki az európai baleseti bejelentőt, jegyezze fel a baleset résztvevőjének (résztvevőinek) biztosítási adatait s az érintett gépkocsik rendszámát. Ha a másik fél a volt Szov-

Áttekintőtáblázat a kötelező biztosításokhoz

Az úgynevezett rendszámegyezményhez csatlakozott államokba nem kell zöld kártyát magunkkal vinnünk, ugyanis a gépkocsi rendszámablaja tanúsítja a biztosítás meglétét

Országjel	Tagország neve	Zöld kártya kiállítása
A	Ausztria	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
AI	Albánia	kötelező
AND	Andorra	kötelező
B	Belgium	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
BG	Bulgária	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
CH	Svájc	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
CY	Ciprus	kötelező
CZ	Csehország	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
D	Németország	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
DK	Dánia	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
E	Spanyolország	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
EST	Észtország	kötelező
F	Franciaország	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
FIN	Finnország	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
GB	Nagy-Britannia	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
GR	Görögország	ajánlott kiállítani + harmadlatot is ki kell állítani
HR	Horvátország	kötelező
I	Olaszország	ajánlott kiállítani
IL	Izrael	kötelező
IRL	Írország	nem kötelező, rendszámegyezmény tagja
IS	Izland	kötelező

gyobb nyomaték leadására képesek. Az 1,3 literes alap

Kipróbá Fel

Felfelé bővítette középkategóriás modelljeinek kínálatát a Ford. A magyarországi importőrnél az elmúlt hét közepén bemutatott 2,5 literes Mondeo a Hungaroringen, Rubens Barrichellóval, a Stewart Team Formula-1-es pilótájával a volán mögött tette meg első köreit a hazai szakmai közönség előtt.

A Mondeo-kínálat csúcsára helyezi a Ford a típus legfrissebben bevezetett változatát. Az 1994-ben év autója címet szerzett, ám azóta egyszer már



Fodor István hetedik éve áll a magyarországi Ericsson-érdekeltségek élén

HALLÓ 97. 6. 26.



■ Lars Ramqvist, az Ericsson vezérigazgatója nemrégiben bejelentette, hogy a vállalat nyeresége tavaly 30 százalékkal bővült, rendelésállománya pedig 99 százalékkal. A bejelentés nyomán a cég részvényeinek árfolyama átmenetileg 8 százalékkal esett vissza, a befektetők ugyanis 1993 óta megszokták az évi 50 százalékos profitnövekedést.

Az 59 esztendő – de jóval fiatalabbnak kinéző – Ramqvist 1980-ban csatlakozott az Ericssonhoz. 1990-ben nevezték ki vezérigazgatónak, s gyakorlatilag azóta szárnyal a svéd óriásvállalat. Piaci tőkeérték szempontjából az Ericsson Svédország legnagyobb cége, s szeretné az első helyet elfoglalni a távközlési berendezések világpiacán is. Szakértők véleménye szerint ez a célkitűzés igencsak reális, különösen Ramqvisttal az élen. A vegyész-mérnök végzettségű vezérigazgató igen igényes munkatársaival szemben, s magasak az elvárásai a cég teljesítményét illetően is. Ramqvist tiszteli a versenytársakat, mert ők állandó fejlesztésre, költségcsökkentésre és a hatékonyság javítására kényszerítik az Ericssont. Ramqvist kiemelkedően fontosnak tartja a kutatást és a fejlesztést, s nem véletlen, hogy K+F apostolnak becézik. 1996-ban az Ericsson árbevételének 18 százalékát fordította K+F-re. Ez az arányt sokan magasnak tartják, de Ramqvist a legkisebb csökkentést is ellenzi, véleménye szerint a K+F költségek a vállalat jövőjét alapozzák meg, illetve építik. Gyakran emlékezteti bírálóit arra, hogy a cég nem tartana ma ott, ahol ha az elmúlt években nem fordított volna hatalmas összegeket a digitális mobiltelefonია fejlesztésére.

G.G.

Amiről beszélnek

Deutsche Telekom-gondok

Rájár a rúd a Deutsche Telekomra. Néhány hónapja a düsseldorfi Legfelsőbb Bíróság határozatban mondta ki, hogy a német szolgáltató, a France Télécom és az amerikai Sprint stratégiai szövetsége, a Global One megsértette az európai versenyszabályokat azzal, hogy beindította kereskedelmi tevékenységét, mielőtt eleget tett volna az Európa Bizottság liberalizációval kapcsolatos követelményeinek. Nem sokkal ezután a német kormány 1 millió márkáig terjedő bírság kirovásával fenyegette meg a német monopóliumot, ha záros határidőn belül nem áll elő újabb javaslatokkal „a vonalhasználati egyezmények” ügyében. Az egyezmények rendkívül fontos szerepet játszanak a német piac 1998-as liberalizálásának előkészítésében, hiszen ezek határozzák meg azokat a feltételeket, amelyek mellett az új vetélytársak rákapcsolódhatnak a volt állami szolgáltató hálózataira. A kormányhatározatra azért került sor, mert a Deutsche Telekomot monopolhelyzetével való visszaéléssel vádolták meg új vetélytársai, a Mannesmann és a Viag. Mindeközben a német óriás már most ízelítőt kapott abból, milyen megpróbáltatások várnak rá az európai telekommunikációs piacok megnyitása után: tavaly a kimenő nemzetközi hívásokból származó bevétel 20 százalékkal csökkent. A cég vezetői a „két számjegyű” árszállításokat és a nemzetközi verseny kiéleződését teszik felelőssé a visszaesésért. A Deutsche Telekomnak – amelynek adóssága várhatóan még jövőre is meghaladja az 50 milliárd márkát – nem egészen 7 hónapja maradt arra, hogy felkészüljön a január elsejétől induló küzdelemre.

Unisource-restauráció

Kulcsfontosságú partnerük dezertálása után az európai telekommunikációs szolgáltatókat tömörítő szövetség, a Unisource szorosabbra igyekszik fogni a köteléket megmaradt tagjai között. A partnerek, a holland KPN, a svéd Telia és a svájci országos szolgáltató bejelentették, hogy Unisource Carrier Services néven fuzionálják hívásszállítás-szolgáltató részlegeiket. Az új 2 milliárd dolláros forgalmú páneurópai nagykereskedelmi vállalat feladata az lesz, hogy hívásszállítói kapacitást adjon el más szolgáltatóknak. Az egyezés célja, hogy csökkentsék a költségeket, és az effektív vagyontárgyak összevonása révén volumengazdaságosságot érjenek el. Az új vállalat létrehozása után a Unisource ideális pozícióba kerülhetne ahhoz, hogy maximálisan kihasználja az európai telekommunikációs piacok liberalizálásából adódó előnyöket. A tervet egyelőre azonban jóvá kell hagynia az Európai Unió brüsszeli versenyfelügyelő szervének. A fúziós fordulat sokaknak azért lehet meglepő, mert a Unisource Carrier Services tulajdonképpen már korábban is létezett. Eddig a Unisource három részvényesének közvetítőjeként lépett fel azokban az esetekben, amikor más szolgáltatók a Unisource hálózatát akarták igénybe venni nemzetközi forgalmuk lebonyolításához. A Unisource legnagyobb vásárlója azonban továbbra is a WorldPartners marad, az AT & T és a Unisource globális szövetsége. Az új, fuzionált vállalat jóval olcsóbb áron kínálhatna modern szolgáltatásokat az AT & T-Unisource-csoportnak. Az európai piacok 1998-as megnyitását követően pedig valóban döntő fontosságú lesz, hogy ki milyen tarifákkal jelenik meg a színtéren. Az egyes szolgáltatók árait lényegében két tényező fogja meghatározni: a szállítás költsége és az ügyfelek otthonába, irodájába vezető helyi vonalak ára. A liberalizációt követő verseny általánosan lejjebb nyomja majd az ügyfelekhez vezető vonalak árát, az új Unisource Carrier Services pedig alacsonyabb szállítási költséget biztosíthat az AT & T-Unisource-szövetség számára.

Lépéselőnyben a GTE

Amióta a kongresszus tavaly előkészítette a terepet az Egyesült Államok telekommunikációs piacának liberalizációjához, a GTE, az ország második legnagyobb helyihívás-szolgáltatója komoly lépéselőnyre tett szert a volt Baby Bell-társaságokkal szemben, mivel rá nem vonatkoznak ugyanazok a korlátozások, mint a korábban a Baby Bells-csoport kötelékébe tartozó tagokra. Az Igazságügyi Minisztérium nemrég például azt javasolta a Szövetségi Kommunikációs Bizottságnak: ne engedélyezze, hogy az SBC – egykori Bell-tag – távolsági hívásokat szolgáltasson, mondván, a cég még nem nyitotta meg helyi piacait a verseny előtt. A GTE mindeközben 1,2 millió ügyféllel szerződött távhívás-szolgáltatásra, nemrég pedig bejelentette, hogy országos hang- és adatátviteli hálózat indítását tervezi, és újabb helyi piacokra kíván belépni. Ha tervük beválik, a bevétel éves növekedése 6-8 százalékról 10-12 százalékra emelkedhet – állítják a cég vezetői. Ennek azonban komoly ára van: évenként további 500 millió dolláros tőkeberuházás és a nyereségnövekedés átmeneti stagnálása, illetve lelassulása. A GTE minden lehetséges eszközt megragadott országos hálózatának kialakításához. 650 millió dollárért felvásárolta a BBN Internet-szolgáltatót, adathálózatának korszerűsítésére társult a Cisco Systemsszel, vegyes vállalatot alapított, hogy kapacitást bérelhessen a Qwest által kiépített országos hálózaton, és zöldmezős fejlesztést végzett – ez a részleg az új piacokon kínál helyi hívásokat. A GTE stratégiája éles ellentétben áll a felvásárlásorientált távhívás-szolgáltató WorldComéval, amely tavaly egyesült az MFS helyi telefontársasággal, valamint a Uunetel Internet-szolgáltatóval. További különbség, hogy a cég vezetőinek nincsenek nagy nemzetközi ambíciói, mert hisznek abban, hogy továbbra is a kis- és közepes méretű vállalkozások, illetve a kifinomult igényű helyi vevők maradnak a legnyereségesebb ügyfelek. A GTE vetélytársainál jóval ellenállóbbnak bizonyulhat a telekommunikációs piac teljes megnyitását követő verseny első hullámával szemben. Ritkán lakott területeken kiépített, egymástól teljesen eltérő szolgáltatásokat nyújtó hálózataival nincsenek olyan vonzó piaci, amelyek igazán kísértésbe ejthetnék a riválisokat. Mindez persze vonalanként magasabb költséget jelent, de ha a vállalatnak sikerül úgy helyezkedni az új piacokon, hogy ne lépje túl a már tervbe vett költségeket, akkor az USA-ban terjeszkedni kívánó külföldi telekommunikációs vállalatok szemében igen vonzó partnerként jelenhet meg.

A C and W Panamában

A brit Cable and Wireless távközlési óriáscég 49 százalékos tulajdoni hányadot szerzett Panama állami telefontársaságában, az Intelben. A tulajdonrészért a brit cég 652 millió dollárt fizetett a panamai kormánynak. Az Intel részvényeinek 49 százaléka a kormány tulajdonában marad, 2 százalékot pedig a dolgozók tulajdonosi szervezete szerzett meg. A részleges privatizációról szóló megállapodás értelmében a Cable and Wireless feladatai közé tartozik az Intel működtetése és irányítása. A brit cég egyetlen versenytársa az amerikai GTE volt a privatizációs pályázatban. A GTE a 49 százalékos tulajdoni hányadért 452 millió dollárt kínált, ami jóval elmaradt a kormány által megszabott 500 millió dolláros minimálártnál. A panamai kormány arra számít, hogy a brit vállalat legkevesebb 500 millió dolláros beruházást eszközöl az Intelbe. Ennek nyomán a 100 lakosra jutó telefonvonalak száma a jelenlegi 12,2-ről várhatóan 25-re emelkedik. Richard Brown, a C and W vezérigazgatója egy nyilatkozatában kiemelte, hogy cége számára kiemelkedő fontosságú az Intel irányításának megszerzése. A brit távközlési vállalat ugyanis csak oda hajlandó beruházni, ahol az üzletvitelt ellenőrizni, illetve jelentősen befolyásolni tudja. A londoni tőzsde a tulajdonszerzést nem igazán „értékelt”, ugyanis a C and W részvényeinek árfolyama a hír bejelentése után 6 pennyt esett. Andrew Harrington, a Salomon Brothers londoni részlege első számú távközlési szakértőjének véleménye szerint a C and W nem fizetett kiemelkedően magas összeget a 49 százalékos tulajdoni hányad megszerzéséért, az Intelben való részesedés ugyanakkor fontos része a vállalat világméretű stratégiájának.

Hírmondó

Mikroprocesszor-háború

Alig egy héttel azután, hogy az Intel Corporation bejelentette új, Pentium II jelű mikroprocesszorát, a Digital Equipment egy szokatlanul keményhangú sajtóközleményben tette közzé május 13-án, hogy keresetet nyújtott be a massachusettsi körzeti bíróságon, azzal vádolva az Intelt, hogy a Pentium, a Pentium Pro és a Pentium II processzorcsalád fejlesztésénél jogtalanul használt fel tíz Digital-szabadalmat. A Digital anyagi kártérítést követel, a perrel azt szeretné elérni, hogy a bíróság tiltsa meg az Intelnek a védett technológiák felhasználását. A per bejelentése után, huszonnégy órán belül egy másik nagy processzorgyártó, az Intel egyik piaci vetélytársa, a Cyrix is pert kezdeményezett. A cég a copyright kétszeri áthágása miatt emelt panaszt az Intel ellen. Az Intel válaszlépése nem késett sokáig: a személyi számítógépekben használatos mikroprocesszorok világpiacának 80–85 százalékát képviselő Intel már másnap ellenpert jelentett be. A Digital hatalmas kampányba kezdett, ismertette a per okait, az Intel-ellenes érveket. „Kötelességünk, hogy megvédjük szellemi tulajdonunkat. Az évek során a Digital jelentős befektetéseket eszközölt a számítástechnikai architektúrák és a mikroprocesszor-technológiai fejlesztések területén” – nyilatkozta Robert Palmer, a Digital igazgatótanácsának elnöke. A vádak 1988 és 1996 között bejegyzett szabadalmakat érintenek; az Intel 1993-ban mutatta be a Pentium mikroprocesszor első verzióit, azután, hogy a Digitallel folytatott – két évig tartó – partneri tárgyalások kudarcba fulladtak. Az Intel Corporation cáfolja, hogy termékei Digital-szabadalmakat sértenének. A vállalat vezetői megdöbbenésüknek adtak kifejezést. Hangsúlyozták, hogy az Intel nem szorul rá más technológiájának hasznosítására. A vállalat nagy létszámú, kiválóan képzett szakembergárdája fejleszti a processzorok újabb és újabb, nagyobb teljesítményű generációit, többet is párhuzamosan. A Digital azt állítja, hogy a technológia létfontosságú szerepet játszik tevékenységében. A technológia az Intel számára is létfontosságú. Az elmúlt három évben az Intel közel 1000, félvezető-, processzor- és egyéb technológiára vonatkozó szabadalmat jelentett be, miközben több mint 4 milliárd dollárt fordított ezzel kapcsolatos kutatásra és fejlesztésre. Valószínűnek tűnik, hogy a Digital mostani támadását nem pusztán a szabadalmak megsértése váltotta ki, ugyanis – amennyiben a vádak megalapozottak –, már sokkal korábban, a Pentium processzor megjelenése után benyújthatta volna keresetét. A Chicago Corp. egyik elemzője szerint egyszerűen csak arról van szó, hogy a Digitalnek problémái vannak, ezért ennek leplezésére egy külső ellenséget keres. A cég értékesítése a március 30-án végződő pénzügyi negyedévben az egy évvel korábbihoz képest jelentősen csökkent. Ugyanakkor, mint arra egy másik elemző mutatott rá: a Digitalnek a per jó alkalom technológiájának népszerűsítésére. Ha a két fél nem tud megegyezni – a Digital ezt előzetesen meg sem kísérelte –, a per több évig is elhúzódhat, a költségei pedig dollármilliókra rúghatnak.

Fúziók Japánban

Tokióban bejelentették, hogy ősszel összeolvad a Japan Telecom és az International Telecom Japan, s ezzel létrejön a bevétel szempontjából második legjelentősebb távközlési vállalat a Nippon Telegraph és Telephone után. Japánban ez lesz az első fúzió a távközlési iparágban. A hazai távolsági és a nemzetközi hívásokat lebonyolító két cég összeolvadása a verseny éleződését hozza majd magával a kormány szándékának megfelelően. Ismeretes, hogy a szigetország kormánya tavaly felszámolta az akadályokat a belföldi és a nemzetközi távközlési forgalmat lebonyolító vállalatok együttműködése elől, s engedélyezte, hogy a felszabdalásra kerülő NTT két éven belül megjelenhessenek a nemzetközi piacokon. Haruo Murakami, a Japan Telecom alelnöke a Financial Timesnak elmondta, hogy cége szerint nehéz lenne a talpon maradás a világméretű versenyben csak hazai szolgáltatásokkal. A Japan Telecom – amely szorosan együttműködik az ázsiai szigetország magánosított vasúttársaságaival – magába olvasztja majd a nála jóval kisebb International Telecom Japan céget. Ez utóbbi vállalat részvényesei elsősorban az ország vezető kereskedőházai, valamint a szórakoztatóelektronikai óriáscég, a Matsushita. A fúzió részletei kidolgozás alatt állnak, s várhatóan április végén kerülnek nyilvánosságra. A számítások szerint a Japan Telecom és az International Telecom Japan összeolvadása után az új vállalat bevétele évi 400 milliárd jen (3,3 milliárd dollár) lesz. Ez az összeg mintegy felét teszi az NTT nemzetközi szolgáltatásokból származó bevételeinek. Kétségtelen, hogy az NTT hatalmas előnnyel rendelkezik, ami megmutatkozik pénzügyi helyzetében, méreteiben, valamint előfizetői számában. Az NTT Japán első számú távközlési szolgáltató cége, amelyet ügyfelei valószínűleg a nemzetközi távközlési kapcsolatok lebonyolításában is igénybe fognak venni. Az őszre tervezett fúzió várhatóan újabb nyomást gyakorol majd a kisebb szolgáltatókra – például a DDI-re – stratégiájuk újrafogalmazására, átértékelésére.

Szerb távközlési privatizáció

Szerbia távközlési és postai monopóliuma, a PTT a terveknek megfelelően márciusban megkezdte a privatizációt megelőző átalakulást. A folyamat várhatóan egy évig tart, ezt követően pedig a vállalat 30 százaléka kerül magánkézbe. Illetékesek szerint a magánosításra való felkészülés legfontosabb szakasza a postai és a távközlési üzletág szétválasztása. A Reuter hírügynökség szerint az 1998 márciusára várható privatizációval a távközlés lesz az első stratégiai ágazat Szerbiában, ahol megszűnik a kizárólagos állami ellenőrzés. A magánosítási előkészületek beindításának egyik feltétele az új távközlési törvény megszületése, amely meghatározza, mely szolgáltatások kerülhetnek magántulajdonba, s rendelkezik majd a szolgáltatók számáról, valamint kiválasztásuk kritériumairól. Milorad Jakszics vezérigazgató szerint a magyar és a cseh távközlési privatizációs modell tanulmányozása után döntöttek úgy, hogy egyelőre csak a részvények 30 százalékát értékesítik. (Az érvényben lévő szerb privatizációs törvény szerint az állami vállalatoknak legfeljebb 49 százaléka juthat magánkézbe.) Hírek szerint a PTT nyugati távközlési vállalatokkal kíván stratégiai szövetséget létrehozni. Az új tulajdonosokat nemzetközi tender keretében fogják majd kiválasztani. A részvények 19 százalékát egy későbbi időpontban a PTT alkalmazottai vásárolhatják majd meg. Számítások szerint a részleges magánosítás 1 és 2 milliárd dollár közötti bevételt eredményez. Az összeget a távközlés fejlesztésére akarják majd fordítani, egyelőre nincsen arról szó, hogy a bevételt „lenyeli” a kincstár. (A belgrádi CES-Mecon gazdaságkutató intézet ötmilliárd dollárra értékelte a PTT távközlési üzletágát.) Az ENSZ-embargó feloldása óta a PTT gyors ütemben bővítette és fejlesztette a „lerobbant” távközlési infrastruktúrát. Az idei év egészére 710 ezer új vonal létesítését tűzték ki célul, ami a jelek szerint teljesül.

HALLÓ

V. évfolyam, 2. szám

MEGJELENIK A MAGYAR TÁVKÖZLÉSI RT. TÁMOGATÁSÁVAL

Alapító szerkesztő: Hajduska Z. Miklós

A Magyar Hírlap telekommunikációs melléklete

Felelős szerkesztő: Bán Zsuzsa

Tervezőszerkesztő: Fábíán Katalin

Fotók: Horváth Péter, Pélyi Nóra

Kiadja a Magyar Hírlap Lap- és Könyvkiadó Rt.

Felelős kiadó: Kovalcsik József vezérigazgató

Hirdetési igazgató: Baráthné Gál Mária

Hirdetésszervező: Keszthelyi Andrea

Cím: 1087 Budapest, Kerepesi út 29/B, telefon: 210-0050

Új kormányzó a Xeroxnál

Fejedelmi másolat

97. aug. 18.

Az Egyesült Államok egyik sztár menedzsere, az 52 esztendőes Rick Thoman foglalta el a közelmúltban a világ legnagyobb másológépgyártó vállalatbirodalma, a Xerox elnöki székét. A vállalat méreteit jól jellemzi, hogy éves forgalma eléri a 17 milliárd dollárt, s ennek az összegnek több mint fele a külföldi értékesítésekből származik.

Thoman a kitűnő hírnévnek örvendő Tufts Egyetemen szerzett közgazdászdiplomát s doktori címet. Első munkahelye a McKinsey tanácsadási világceg New York-i

irodája volt, ahol szoros barátságba került az akkor ugyancsak ott dolgozó Lou Gerstnerrel, aki ma az IBM elnöke. A negyedszázados barátság kiállta az idő próbáját, Thoman még ma is mentorának tekinti Gerstnert.

Az élet, s mindkettőjük kiemelkedő szakmai képessége úgy hozta, hogy több éven át volt alkalmuk együtt dolgozni az American Expressnél, az RJR Nabisco élelmiszer-ipari óriáscégnél, valamint az IBM-nél. Thoman szerint egész szakmai életútját meghatározta és meghatározza első főnö-

kének útmutatása: „mániákuosan összpontosíts a cég mindennapi működésének kiválóságára, de azért tartsd szemdet a jövőn is!”

A Xerox új elnöke – aki utoljára az IBM pénzügyi főnöke volt – nem csinál titkot abból, hogy mindig vonzódott a nemzetközi ügyek, a globális cégek és üzletek iránt. Számára már a hetvenes években egyértelmű volt, hogy a világcégek uralják majd a jövőben a termelő és a szolgáltatási ágazatok többségét. S ezen a területen az amerikaiak jelentős előnnyel rendelkeztek (és

rendelkeznek ma is), hiszen a legnagyobb vállalatok többsége amerikai. Ez viszont azt a nem igazán egészséges gondolkodást eredményezi, hogy az üzleti életben szerte a világon el kell fogadni az amerikai mintát.

Korábbi munkatársai szerint Thomannak sikerült elkerülnie ezt a csapdát. Igencsak tiszteletben tartja más nemzetek szokásait, kultúráját az üzleti életben. Ennek számos tanújelét adta, amikor nagy amerikai cégek külföldi leányvállalatait vezette.

• *Folytatása a 12. oldalon*

MALEV Air Tours

Kanadai körutazás

Toronto - Niagara vízesés - Ottawa

8 napos társasutazás Malév különjáraton.

Indulások: szeptember 17 és 24.

További információ: Malév Air Tours Utazási Iroda
1051 Budapest, Roosevelt tér 2., tel.: 266-66-14,
valamint a Malév debreceni, győri, miskolci,
pécsi és szegedi irodáiban.

Mesterségünk az utazás

VISTA

UTAZÁSI KÖZPONT

Európa legzavabb. Magyarországi



Colossus
TRAVEL

A CSALÁDBAN MARAD!

1061 BP., ANDRÁSSY ÚT 43. (GURVAY) 111

BUDAPEST TOURIST

FORRÓ DRÓT 11-73-679

1051 Budapest, Roosevelt-tér 5

Várjuk a Budapest Tourist valamennyi irodájában!

London	29 400	26 400	New York	70 900
Amszterdam	30 400	22 900	Washington	71 900
Barcelona	39 990	26 400	Los Angeles	103 900
Lisszabon	45 900	-	San Francisco	104 400
Párizs	30 400	26 400	Miami	86 400
Larnaca	41 400	26 400	Toronto	77 400
Zürich	31 900	22 900	Montreal	77 400
Frankfurt	38 400	22 900	Vancouver	104 900
Róma	40 400	22 900	Rio de Janeiro	122 900
Athén	48 900	22 900	Bombay	114 900
Isztambul	38 400	22 900	Delhi	118 300
Tel Aviv	50 400	-		

25 ÉV ALATT

AIR TICKETS

EGYENESEN A LEGOLCSÓBBI!

Az árak függenek az indulás időpontjától, a szabad kapacitásoktól és nem tartalmazzák a repülőtéri illetéket.

Catholica 2000

KATOLIKUS UTAZÁSI IRODA

KLASSZIKUS SZENTFÖLDI

ZARÁNDOKLAT

RioGrande

EGÉSZ OLASZORSZÁG

EGY HELYEN!

Utolsó helyeink AUGUSZTUSBAN

Fejedelmi másolat

• *Folytatás a 11. oldalról*

S erre a hozzáállásra mind nagyobb szükség van az amerikai üzleti életben, hiszen a Xeroxnak odahaza és külföldön nemcsak a nagyvállalatokat kell megcéloznia, hanem a kisebb és közepes cégeket is. Az új elnök szerint a jó üzletembernek meg kell értenie, hogyan szeretnek és akarnak a meglévő és a potenciális ügyfelek vásárolni. Ez a szemlélet is azt jelzi, hogy Thoman másként kívánja megközelíteni cége amerikai és külföldi vásárlóit, partnereit.

Munkatársai véleménye szerint a Xerox új elnökére igencsak jellemző a nyíltság és a stratégiai szemléletmód. Thoman nem tartja magát reorganizációs szakembernek, véleménye szerint fő erőssége a vezetői képesség. Olyan vezetőnek tartja magát, aki igen gyorsan fel tudja mérni a helyzetet, s ennek megfelelően gyorsan is cselekszik. A gyorsaság pedig nagyon fontos manapság a Xerox számára, hiszen az előző cégelnök időszakában viszonylag hosszú ideig tartott az új termékek kifejlesztése és piaci bevezetése. Ez a lassúság sok esetben ki is fejeződött a Xerox-részvények

árfolyamának alakulásában is... Nem véletlen tehát, hogy a Wall Street bizalmat szavazott Thomannak, aki nagyszerű eredményeket ért el korábban az IBM-nél. Kinevezése után magasrepülésbe kezdett a Xerox részvényeinek árfolyama.

A kilencvenes évek elején a Xeroxnál jelentős átszervezéseket, karcsúsítást hajtottak végre, s több kísérletet tettek a belterjes vállalati kultúra túlhaladására. Thoman elnöknek többek között ezt az irányzatot kell erősítenie és folytatnia. Véleménye szerint elődei számos nagyszerű dolgot vittek végbe a cégnél, de még sok tennivaló maradt.

A Xerox új elnöke – saját bevallása szerint – franciamániás. Az elmúlt húsz esztendőben minden nyáron családjával a Nizzához közeli nyaralójukban üdül. Ez a franciamániája a hatvanas évekre nyúlik vissza, amikor diákként vakációját Marseille-ben töltötte, később pedig a McKinsey párizsi irodájában dolgozott néhány évig. Azon kevés amerikaiak sorába tartozik, akik kiválóan beszélnek franciául.

SZERKESZTI: BÁN ZSUZSA

világ (I.)

enzióval több?



FORRÁS: OUTLOOK, ANDERSEN CONSULTING MAGAZINE

A jövő vállalkozása tehát nem egy merev, szabványosított szervezet lesz, hanem egy tozások jelenleg már gyorsuló szakaszba jutottak, és a lassan fölsejlő ívő merőben

97.8.21.

Autóroham Lengyelországban

Az erőteljes gazdasági növekedés, valamint a hitelkonstrukciók bővülése nyomán az idei év első négy hónapjában Lengyelországban 30 százalékkal több új gépkocsit vásároltak, mint egy évvel korábban. Már 1996-ban is Lengyelország volt a kisebb közép- és kelet-európai országok első számú gépkocsi-piac: tavaly összesen 373 ezer új személyautó talált gazdára, s ezzel a mennyiséggel a teljes európai autóértékesítésben a nyolcadik helyre került.

Az új autók értékesítésének fokozására Lengyelországban mind több a kedvezményes akció, amelyek keretében változatos részletfizetési lehetőségeket, kedvező kamatozású bankhiteleket, ingyenes biztosítást, ajándék extrákat kínálnak az autókereskedők és a pénzügyeztetek. Független elemzők egybehangzó véleménye szerint a lengyel autó-

piacon már mindinkább a minőség dominál, a mennyiség korszaka lezárulóban van.

Ezt az irányzatot ismerték fel a bankok és az autógyártók is gépkocsi-vásárlási hitelezési politikájukban, a kedvező hitel ugyanis nagyobb vásárlási válsztékot biztosít az embereknek. Jól jellemzi a helyzetet, hogy a Ford nemrégiben nyitott bankot az országban, s hasonló lépésre készül a General Motors is. A statisztikák tanúsága szerint jelenleg Lengyelországban minden öt értékesített gépkocsiból hármat hitelre vásárolnak, vagyis kétszer annyit, mint két esztendővel korábban.

A vásárlási kedv megugrása, a vásárlók anyagi lehetőségeinek tágulása érthető módon lázba hozta a gyártókat és a kereskedőket. Jelenleg az országban minden öt főre jut egy autó, ez éppen a fele az európai átlagnak. Ráadásul az or-

szágutakon és a városokban közlekedő autók átlagéletkora meglehetősen magas, tehát a következő években újabb nagy cserehullám várható. A felmérések szerint a lengyel lakosság 20 százaléka kíván idén autót vásárolni, s ezek 45 százaléka új gépkocsit vesz. Nyugati elemzők szerint amennyiben az infláció alacsony marad, s a reálbérek növekedése folytatódik, az ezredfordulón már két számjegyű lesz az autóértékesítés növekedése.

A nagy nyugati autógyárak egyébként a következő években egész Közép- és Kelet-Európában értékesítési boomra számítanak. David Herman, az Adam Opel AG elnöke arra számít, hogy térségünk autópiaça a következő néhány esztendőben mintegy 80 százalékkal bővül majd.

Visszatérve Lengyelországba: a 40 millió főt számláló piac igencsak vonzó a nyu-

gati autógyárak számára, s egyre többet investálnak a lengyelországi gyártókapacitások bővítésére, illetve újak létrehozására. A FIAT eddig egymilliárd dollár beruházást hajtott végre az FSM autógyárban, s további 800 milliót szándékozik költeni kapacitásbővítésre és két új modell kifejlesztésére.

Ma már egyértelmű, hogy a FIAT – minden erőfeszítése ellenére – nem lesz képes megtartani 40 százalékos részesedését a lengyel autópiacon. A Daewoo még az idén piacra dobja első koreai tervezésű és Lengyelországban gyártott modelljét, amelyet a két éve privatizált FSO-gyárban készítenek majd. A poznani Volkswagen tavaly már nyereséges évet zárt, s a tervek szerint idén a tavalyinál jóval több Skoda hagyja majd el az üzemet. A Ford 1995-ben kezdett gépkocsikat összesze-

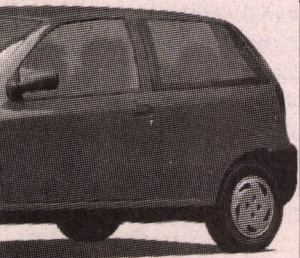
relni Varsóban, s a cég tavaly az értékesítés 174 százalékos bővüléséről adott számot. A General Motors/Opel pedig jövőre kezdi meg az Astrák gyártását az országban, kezdetben évi 75 ezer darabot.

A külföldi autógyártók már számolnak a lengyel autóimport bővülésével is. Ismeretes, hogy az EU-hoz való csatlakozás után Lengyelországban (is) le kell bontani a vámfalat, így a mainál jóval olcsóbban kerülhetnek majd be az országba a külföldön gyártott autók. Egyelőre azonban a külföldi cégek a helyi gyártást akarják fokozni, Lengyelországban ugyanis viszonylag alacsonyak a fizetések és a termelési költségek, így az ott gyártott autók jelentős hásszalon értékesíthetők Európa más országaiban.

vételéhez. Az „Idd a Pepsit nyerő cuccokért” elnevezésű akció fődíjának számító kocsit a minap adták át a szerencsés famíliának a Chrysler magyarországi vezérképvisletén. Az üdítőitalért és a játékkért lelkesedők azért ne adják fel, mert a további két „menő cucc”, a spéci dzsip és a Harley Davidson motor még megnyerhető.

• T. A.

ÖSÉG
áll ár-érték



ve harmadikból visszavart másodikba. Üresbe bármelyik fokozatból a gomb megnyomása

peleau nagyon meredek emelkedőn. A düsseldorfi gyár kapuin egyébként 445

megakadva.

semlegesít.

• S. K.

• T. A.

JOGKANYAR

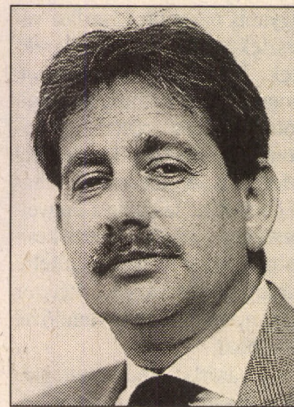
Hosszan elnyúló díjvita

Az autózás ma már a polgári lét egyik meghatározó jelensége, öröme, de gyakran gondok forrása is. Rendszeresen jelentkező rovatunk ezek megoldásához kíván segítséget nyújtani, a közlekedési és polgári jog szaktekintélyének számító Kovács Kázmér közreműködésével. A Budapesti Ügyvédi Kamara alelnöke Jogkanyar című sorozatunkban mindig a gépkocsi-tulajdonos vagy az autóvezető szemszögéből közelíti meg a jog területét.

A napokban felröppent hírek szerint arról nyilatkozott a Magyar Biztosítók Szövetségének főtíkára, hogy mégsem lesz 1998. január 1-étől szabadáras a gépiár-

kezetes, hogy korábban a benzin árában fizettünk). Volt olyan is, hogy egy díj kategóriában az infláció ellenére sem emelték a díjat, mert megállapítható volt, hogy az előző évek tartaléka fedezetet nyújtanak. S volt, hogy a magyar biztosítók külföldi tulajdonosai levélben fordultak a pénzügyminiszterhez: amennyiben nem lesz évközi díjmelés, akkor veszteségük oly mérvű lesz, hogy kivonulnak a magyar piacról. A biztosítás díja természetesen év közben nem változott, a biztosítók pedig maradtak.

A kötelező úgynevezett díjliberalizációja Nyugaton is vegyes fogadtatásra lelt, bár abban egvetértés volt hogy



csak a gépkocsi hengerűrtartalmának, valamint a károkozás gyakoriságától függő és egységesen jogszabályban meghatározott úgynevezett bonus-malus rendszernek a

hogy a díjliberalizáció utáni első néhány év tapasztalatai a nálunk fejlettebb motorizációjú és biztosítási kultúrájú országokban mit mutatnak. Sokan azt mondják, hogy korai Magyarországon a szabad díjmegállapítási rendszerre áttérni, meg kellene várni, hogy több biztosító jelenjen meg ezen a piacon. Ezzel szemben a gépjármű-felelősségbiztosítási bizottság ülésein szerzett tapasztalatok arra utalnak, hogy a kisebb biztosítók megkísérlik az új üzletág bevezetésének költségeit is a biztosítottakkal megfizettetni, ami a díjak indokolatlan növekedéséhez vezet.

Más kérdés, hogy a túl korai és radikális díjliberalizá-

Már a Toyota is gyárt Ázsia-autót

Áradáskor is közlekedik

A japán autógyártók számára kiemelten fontos a délkelet-ázsiai országok gépkocsi-piac. Thaiföldön, Malajziában, Indonéziában, a Fülöp-szigeteken és a térség más országaiban a japán autógyárak elsöprő piaci részesedéssel rendelkeznek, de a szilárd pozíciókat tovább szeretnék erősíteni, hiszen a térségben a középosztály mind nagyobb fizetőképés keresletet jelent.

A térségben tavaly 1,5 millió új gépkocsit vásároltak (minden 10 kocsiból jelenleg 9 japán). Az előrejelzések szerint 2000-re 50 százalékkal növekszik az új autók értékesítése, a következő évezred első éveiben pedig a jelenlegihez képest megkétszereződik a kereslet. A japán gépkocsi gyártók offenzíváját az magyarázza, hogy nem szeretnék a következő évtizedben sem a terepet átengedni Délkelet-Ázsiában az amerikai és a nyugat-európai gyártóknak.

A Toyota Ázsia-autójának gyártását széles körű piackutatás előzte meg. Ennek eredményeként az új kocsi 1,5 literes, négyajtós, ára 14 250 dollár. Különleges tervezése pedig biztosítja, hogy a kocsi túléli a kemény ázsiai időjárási viszonyokat. A Toyota Ázsia-autója jelentős versenytényező a Honda számára, amely tavaly áprilisban dobta piacra City nevű modelljét, amelyet ugyancsak kimondottan e piac igényei szerint fejlesztettek ki. A City-szedán ára 14 950 dollár. Megjelenése kirobbanó sikert hozott, hiszen az első 11 ezer kocsit szinte elkapkodták Thaiföldön, ahol a Honda jelenleg a bestseller. A Cityt Thaiföld mellett a Honda hat más ázsiai országban is gyártja, a Fülöp-szigetektől Pakisztánig.

Mind a City, mind pedig a Toyota Ázsia-autója nagy teljesítményű klímaberendezéssel rendelkezik, kiváló a futómű, s a szabadmagasság

is nagyobb a szokásos kocsi-kénál, annak érdekében, hogy ezek az autók áradás idején is biztonságosan közlekedjenek.

Az autóértékesítés növekedésével párhuzamosan a japán autógyártók a térségben sorra hozzák létre az összeszerelő-üzemeket és az alkatrész-, illetve részegységgyártó hálózatot. A helyi összeszerelés és alkatrészgyártás jó lehetőséget biztosít a vámok kikerülésére, s így az olcsóbb kocsik még inkább versenyképesek a térségben.

Az ASEAN-országokban gyártott alkatrészekre a vám mindössze 5 százalék, a kívülről jövőkre viszont két számjegyű. A Honda City modelljének 60 százalékát Thaiföldön állítják elő, s az alkatrészek és részegységek további 10 százaléka az ASEAN-országokból érkezik. A Toyota új modelljének helyi tartalma 70 százalék, ez két-három éven belül 80 százalékra emelkedik majd a tervek szerint. Idén a térségben a Toyota legkevesebb 40 ezer Ázsia-autót gyárt, míg a Honda mintegy 20 ezer Cityt állít elő.

A detroiti nagyvállalatok is igyekeznek megvetni lábukat a délkelet-ázsiai autópiacon, azonban kénytelenek tudomásul venni, hogy jelentős lemaradásban vannak a japánokkal szemben. A tervek szerint a General Motors 1998-tól kezdi meg Thaiföldön egy 750 millió dolláros projekt keretében az Opel gépkocsik gyártását, a termelés 80 százalékát azonban japán és ausztrál exportra irányítják.

A Ford 450 millió dolláros beruházással járműgyárat épít ugyancsak Thaiföldön, amely elsősorban kisterautókat fog gyártani, de szó van személygépkocsikról is. A Chrysler pedig minijárművet fejleszt ki az indiai és a kínai piac számára.

Tériszony a lelátókon

Kétségtelen tény, hogy az elmúlt hétvégén ismét csúfos vereséget szenvedett a motorsport Magyarországon. Nem is amolyan kisebb, átmeneti vereségről van szó, hanem a dolgok velejéig hatoló, hosszú évekre meghatározó jelentőségű veszteségről. S ami a legbosszantóbb, mindez éppen abban a pillanatban történt, amikor e sportág végre a leg-tökéletesebb formájában mutatkozott. ●

A spanyol RPM. Exclusivas cég által életre hívott gyorsaságimotoros nyílt Európa-bajnokság futama mellett a mi kis Hungaroringünkön debütált az Oldalkocsis Világkupa, amely azért még a sport legjobb ismerői számára sem számít mindennapos látványosságnak. Az vitán felül áll, hogy a profi szervezésű, s mellelleg igen magas sportértékű esemény ennek megfelelően érdekesre és izgalmasra sikeredett. Sőt a fiatal Talmácssi Gábor révén még magyar vonatko-

zású szenzáció is született. A baj csak az, hogy a legtöbben erről az egészről most hallanak először, és a versenyre összeverődött maroknyi nézőnek csoda, ha nem támadt tériszonya az üresen tátongó lelátókon.

Persze sok mindenre lehet hivatkozni. Ugyanezen a hétvégén volt autós Hi-Fi Show az Olimpiai csarnokban, légi-parádé a Kecskeméten, motorcsónak-világbajnokság Dunaújvárosban – s ez bizony megosztja a műszaki érdeklődésű látogatókat. De talán még ilyen jeles események mellett is többen mentek volna a Hungaroringre, ha a rendezvényt nem tartják titokban. Mert ha – például a kilencmilliós sportszakmai rendezési költség mellett – egyáltalán nem jut pénz előzetes reklámra, akkor egy ilyen verseny titokban marad. Ez pedig öngyilkosság.

• Ifj. Petró Lajos

a Pann

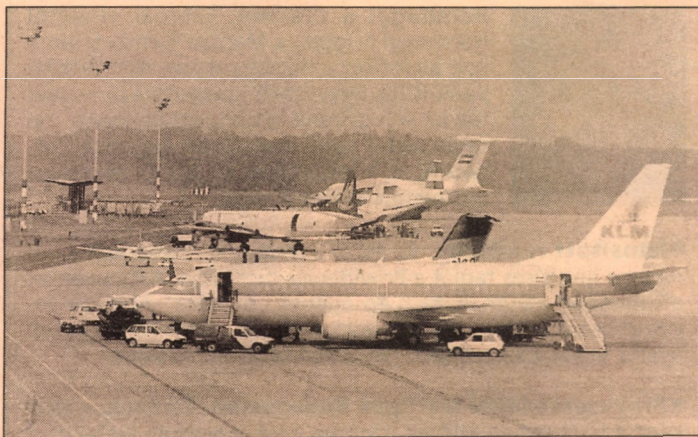
Golfklubok a VIP-várókban

Nyugati elemzők szerint a következő évtizedek egyik legkiválóbb befektetési lehetőségének ígérkezik a repülőtér-vásárlás. Míg a kormányok egyre több légitikötőt kívánnak magánkézbe, illetve magáncégek kezelésébe adni mind az öt kontinensen, az előrejelzések szerint a következő húsz esztendőben a jelenlegi 1-ről 2-2,5 milliárdra növekszik a légiutastások száma, s ennek megfelelően számottevően bővülnek az utasszállító légitollatok is. A Boeinggel nemrégiben fuzionált McDonnell Douglas piackutatói szerint 1995 és 2014 között a világ repülőgép-állománya megkétszereződik, s számuk eléri majd a 18 600 utasszállítót. A repülőgépgyárak számára ez a bővülés 1 100 milliárd dollár bevételt jelent.

A repülőtérparban ugyanakkor – elsősorban a heves társadalmi tiltakozás miatt – mind kisebb a lehetőség új légitikötők építésére, s így a világ több ezer működő repülőtere folyamatosan felértékelődik. A tervek szerint a következő években Európában, az Egyesült Államokban és Ausztráliában a repülőterek privatizációja nyomán várhatóan 10-15 olyan vállalatbirodalom alakul ki a világon, amely uralja majd a reptér-üzletet.

A repülőterek ugyanis biztos bevételt és nyereséget hoznak, a le- és felszállási, az irányítási, a földi kiszolgálási stb. díjak állandóan emelkednek. A befektetők a repülőtereket ma már nemcsak „állomásnak”, hanem jelentős nyereséget termelő kereskedelmi és szórakoztató-ipari központoknak tekintik.

A világ nagy repülőterein hatalmas üzletet jelentenek az adó-



A tervek szerint még idén januárban megkezdődik a Ferihegyi Repülőtér 2. termináljának fejlesztése. A fő kivitelező a kanadai Airport Development Corporation, a 120 millió dolláros beruházás hitelkoordinációjára a CIB bankház kapott megbízást.

és vámmentes boltok, ahol ma már élelmiszert, ékszert, ruházati cikkeket, játékokat, szórakoztató-elektronikai berendezéseket stb. is olcsóbban lehet megvásárolni. A londoni Gatwick és az amszterdami Schiphol reptér Európa legnagyobb bevásárlóközpontjai sorába tartozik, az amszterdami és a szingapúri Changi repülőtér ma már kaszinókat, golfpályákat, tornatermeket és uszodákat működtetnek.

A közeljövőben Európa nyugati felén is hasonló szolgáltatások bevezetését tervezik, mivel az Európai Unió tagállamaiban 1999 júniusától várhatóan megszüntetik az adó- és vámmentes árusítást, ami évi 4,8 milliárd dollár bevételkiesést jelenthet az uniós tagállamok reptéri „taxfree” boltjai számára, hacsak a brüsszeli ellenlobbnyak nem sikerül elhatalasztatni a tervezett intézkedés bevezetését.

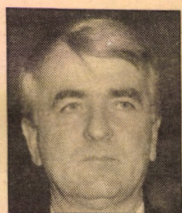
A következő évtizedekben viszonylag kevés új repülőtér épül.

Jelentősebb beruházásokra Ázsiában lehet számítani, ahol a következő húsz évben évi 8 százalékkal bővül a légi forgalom, míg Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban a forgalomnövekedés nem éri el az 5 százalékot.

Nagy utasforgalomra és komoly bevételre elsősorban azok a légitikötők számíthatnak, amelyek integrált közlekedési rendszert, így elsősorban vasúti és metró-összeköttetést kínálnak az induló és az érkező utasok számára. A párizsi Charles de Gaulle reptér például közlekedési csomópontnak számít, amely többek között a szupersebességű TGV vonatokhoz is biztosít csatlakozást. A közlekedési infrastruktúra fejlesztése nélkül a légitikötőknek a jövőben az utasforgalom és légi járatok számának csökkenésével, s így a reptéri bevételek gyors és drámai zsugorodásával kell szembenéznük.

G. Gy.

Harminchatmilliárdos túlfizetés. A Pénzügyminisztérium december 27-ig a társaságiadó-bevételek 36 milliárd forintos többletéről adott hírt, a tervezett 73,9 milliárdhoz képest. A vámbevételek éves előirányzata is túlteljesült – közel 3 milliárd forinttal.



Hárshegyi a CIB-ben. Február elsejétől Hárshegyi Frigyes, a Magyar Nemzeti Bank volt alelnökét a Közép-európai Nemzetközi Bank (CIB) ügyvezető igazgatójává nevezték ki. A jegybank lemondott alelnöke, aki tagja lett a bank megújított ügyvezetőségének, e feladatkörében a CIB tőkepiaci műveleteit irányítja majd.

Biztosított rendőrök. Ez évtől a Belügyminisztérium valamennyi hivatásos tagját a Providencia biztosítja. A hatvanezer alkalmazott életének, testi épségének „óvására” 72 millió forintot szánt a tárca, de a Providencia – a biztosító tenderen nyerte el ezt a szerződést – 63 millió forintért vállalta.

Környezetvédelmi traffipax Budapesten. Európában elsőként a fővárosban állítják üzembe a lakókocsiban kialakított komplett laboratóriumot, amely az előtte elhaladó autók károsanyag-kibocsátását méri. A rosszul beállított autót ellenőrzik, s az eredménytől függően a büntetés maximum 10 ezer forint vagy a forgalmi engedély bevonása.

Nyolcvannal több elítádozó a fővárosban. Az APEH fővárosi és Pest megyei Kiemelt Adózók Igazgatósága (Kaig) tájékoztatása szerint 96 új cég került be a kiemelt adózók táborába. 16-an viszont alacsonyabb teljesítményük miatt kikerülnek a 300 milliónál többet adózók táborából. A kiemelt adónemek pénzforgalmi egyenlege november végén 230 milliárd forintot mutatott, az óévre a Kaig összesen 280 milliárdra számít.

Bankközi hitelkamatláb 1 óra	1H BUBOR (I. 3.) = 22,25% (-0,83)*
Bankközi hitelkamatláb 3 óra	3H BUBOR (I. 3.) = 22,20% (-0,36)*
Diszkontkincstárjegy hozamindex	DWIX (I. 2.) = 21,87% (+0,02)*
Budapesti hivatalos tőzsdeindex	BUX (XII. 31.) = 4134,10 (+37,58)*
New York Broker tőzsdeindex	NX10 (XII. 31.) = 2818,73 (+7,12)*
Közép-európai részvényindex	CESI (I. 2.) = 1481,42 (+26,71)*
Német márka deviza (I. 3.)	1 DEM = 104,13 (-1,83 Ft)*
Amerikai dollár deviza (I. 3.)	1 USD = 160,96 Ft (-3,96 Ft)*
Dollár-márka keresztárfolyam (I. 3.)	1 USD = 1,5489 DEM (-0,0076)*

* Változás a december 20-i értékekhez képest

A KOI

Megnevezés

GDP termelése (%)
Ebből ipar (%)
Építőipar (%)
Export (%)
Import (%)
Háztartások fogyasztása (%)
Közösségi fogyasztás (%)
Beruházás (%)
GDP belföldi felhasználása (%)
Lakossági megtakarítás (mrd Ft)
Külker. árforg. egyenl. (mrd USD)
Folyó fizetési mérleg egyenlege (mrd USD)
Közvetlen tőkebeáramlás (mrd USD)
Fogyasztói árszintemelkedés (%)
Regisztrált munkanélküliek (ezer fő)

Stabilizálódott Budapesti Fővárosi bev

A Fővárosi Önkormányzat 1997-ben biztonságos és áttekinthető gazdálkodási feltételek között láthatja el feladatait. Tavaly sikerült megteremteni a gazdasági stabilizáció feltételeit, így idén biztos alapokon működhetnek a főváros intézményei, számos új beruházás és fejlesztés indulhat meg – jelentette ki Demszky Gábor főpolgármester.

Idén a fejlesztési lehetőségek hozzávetőleg 44 milliárd forintra rúgnak. A fejlesztésre fordítható összegeket hosszabb távon bizonyára befolyásolja, hogy a Főgáz Rt. tavalyi sikeres privatizációja után idén tovább folytatódik a főváros tulajdonában lévő cégek eladása. A tulajdonosi bizottság 1997. január 14-én tárgyalja meg a Fővárosi Csatornázási Művek Rt. privatizációjáról szóló előterjesztést. (A Főtáv Rt. privatizációs stratégiáját és koncepcióját is rövidesen tárgyalja a Fővárosi Közgyűlés.) A Budapesti Vidám Park Rt. privatizációjára és reor-

Nem kémkednek a mesterkéme

Új, dinamikus fejlődő „iparág” van kialakulóban a nyugati nagyvállalatoknál, az erőteljes versenytársfigyelés, eredeti nevén competitive intelligence (CI). A legális „kémkedés”, a versenytársak minden rezdülésének figyelemmel kísérése kontinensünk nyugati felén már évek óta megszokott gyakorlatá vált a nagyvállalatoknál, az Egyesült Államokban azonban csak most van terjedőben.

Az ágazat, a versenytársak titkainak kifürkészésére a nem hivatalos statisztikák tanúsága szerint az amerikai cégek 10 százaléka hozott létre CI osztályt saját szervezetén belül. A versenytársfigyelés nem illegális kémkedés, s nem a műszaki és üzleti titkok ellopása. A CI inkább a klasszikus hírszerzéshez hasonlít, ahol a szakemberek minden legális forrást aprólékosan elemeznek az ágazat és a versenytársak helyzetéről, stratégiájáról, árpolitikájáról, kutatási és fejlesztési tevékenységéről, közönségkapcsolati módszereiről, hatósági összeköttetéseiről, oktatási rendszeréről stb. A fűrészés egyetlen célt szolgál, nevezetesen a nagyobb jelentőségű vállalati döntések sokoldalú előkészítését, megalapozását.

Szakemberek véleménye szerint a legális eszközök

használó „ipari kémkedés” ma már nélkülözhetetlen a túlélés szempontjából a nagyvállalatok számára. A CI egyik klasszikus története évtizedünk elején játszódott le az Egyesült Államokban.

1991-ben a Monsanto-konzern mesterséges édesítőszer gyártó leányvállalata, a Nutrasweet tudomására jutott (külső jelzések alapján), hogy a Johnson and Johnson a Szövetségi Élelmiszer-ipari és Gyógyszer-ipari Hatóságnál egy új, sucralose édesítőszer engedélyeztetését kívánja kérni. A hír hallatán a Nutrasweet marketingvezetői azt javasolták Robert Flynn vezérigazgatónak, hogy a vállalat 84 millió dolláros hirdetési kampánnyal menjen a dolgok elébe, s így igyekezzen megtartani kétharmados részesedését a mesterséges édesítőszeres évi 1,5 milliárd dolláros piacán. A Nutrasweet CI részlege azonnal kézbe vette az ügyet: különböző kapcsolatokon, informátorokon keresztül megtudta, hogy a hatósági jóváhagyásra egyelőre nem lehet számítani, így a reklámkampányra fordítandó összeg kidobott pénz lenne. A CI részleg értesülési pontosak és megalapozottak voltak, a 84 millió dollár „házon belül” maradt. S a sucralose forgalmazásának és hasz-

nálátának engedélyezése mind a mai napig nem történt meg...

A versenytársfigyelés szolgálhat mind taktikai, mind pedig stratégiai célokat. Metodológiáját és eszközeit a stratégiai tervezéstől „kölcsonzi”, amely szélesebb összefüggéseiben vizsgálja a piacot, meghatározza a cég jövőndő helyét a piacon. A CI felhasználja a piackutatás fegyvertárát is, ami elsősorban a vásárlók szokásaival, elvárásaival, lehetőségeivel foglalkozik. A vállalati fűrészkek nagy figyelmet fordítanak a versenykörnyezetre, s igyekeznek előrejelezni a versenytársak várható lépéseit. Egyes CI-szakértők szerint ez a szakma a radarképernyőhöz hasonlít igazán, ugyanis új lehetőségekre hívja fel a figyelmet és hozzájárulhat az üzleti katasztrófák elkerüléséhez.

Az ágazat és a versenytársak figyelésével foglalkozó szakemberek – nagy részük korábban a CIA és az FBI munkatársa volt – szorgalmas méhecskeként számtalan forrásból gyűjtik össze az információkat. Többek között figyelik a termék- és álláshirdetéseket, a sajtót, a sajtókonferenciákat, az „eldugott” lapokban megjelenő híreket, a vásárlói leveleket, a versenytársak prospektusait és éves jelentéseit, a bankoktól kiszivárgó

értesüléseket stb. Újabban gyakran szörföznek az Interneten, ahol töménytelen mennyiségű információ érhető el az egyes ágazatokról és vállalatokról. Sok esetben alkalmazzák a versenytársak dolgozóit, akik igencsak értékes hírforrások lehetnek számukra. Nagy mennyiségű információ érhető el legálisan és viszonylag olcsón a céginformációk gyűjtésére és elemzésére szakosodott vállalatoktól is.

Természetesen sok esetben nehezen húzható meg éles határ a versenytársfigyelés legális és illegális eszközei, módszerei között. Nem véletlen, hogy CI tevékenységre az amerikai cégek sok esetben szívesebben vesznek igénybe erre a tevékenységre szakosodott külső tanácsadókat, mint saját dolgozókat. A tapasztalat azt mutatja, hogy az iparági elemzést, összehasonlítást végző külső tanácsadókkal nyitabbak, őszintebbek és több bizalommal rendelkeznek a vállalatok.

A CI valóságos iparágga nővi ki magát, a nagyvállalatok mind nagyobb figyelmet fordítanak az elhárításra. A Business Week CI-szakértőket idézve rámutat, hogy a vállalatok sokat tehetnek titkaik megőrzése érdekében.

Álmodjunk vagy lopjunk?

A Financial Times iskolája (2.)

Alapvetően kétféleképpen lehet vállalkozásötletekhez jutni: vagy nekünk magunknak jut eszünkbe valami, vagy más ötletét fejlesztjük tovább. A második módszer jóval gyakoribb, és nem árt felfigyelnünk arra a tényre, hogy a legtöbb sikeres vállalkozás egy korábbi üzleti elképzelés tökéletesebb kivitelezésén alapszik. Vagyis „az ötletnek” nem feltétlenül kell új dologokról szólnia. Az „ötlet” inkább annak felismerése, hogy mi az, ami feltehetőleg működni fog.

Ha sikerül kitalálnunk annak a módját, hogyan láthatjuk el az embereket és/vagy intézményeket pontosan azal, amire egy adott területen még szükségük van, akkor majdnem biztos, hogy egy üzleti lehetőségre bukkantunk. Ennek egyik gyakran járt útja az, ha a munkaadónkat használjuk „ötletgenerátorként”: például egy új piacot belevágunk ugyanabba a területre, amit ő máshol



zenévesek, huszonévesek és harmincasok. Ha ezt a kettőt összetesszük, máris kilenc termékötletünk van. Ha a bőrtónust is számításba vesszük, máris 27 ötletnél tartunk.

A cégkreativitás elősegítésére is működnek olyan szakértők, akik segítségül hívhatók, ha egy vállalatnál úgy érzik, ők már beleszürkültek a hétköznapiakba. A legismertebb név ezen a területen Edward de Bonóé, aki számtalan könnyen kezelhető módszert talált ki arra, hogyan lehet kitörni a rutingondolkodás keltecséjéből.

Számos prosperáló üzleti vállalkozás azonban a hagyományos keresési folyamat eredményeképpen született meg, vagyis egy már létező vállalkozás fejlesztett vagy más piacra áthelyezett változataként.

A „fejlesztés” több formában is jelentkezhet. Fel kell tennünk a kérdést: Tudnám

Ford-roham Ázsiában

A Ford is csatlakozott azon vezető amerikai autógyárakhoz, amelyek a következő tíz esztendőben számottevően szeretnék növelni részesedésüket az ázsiai piacon. Wayne Booker, a Ford alelnöke bejelentette, hogy cége – hasonlóan a General Motors és a Chrysler célkitűzéséhez – 2005-re szeretné a magáénak tudni az ázsiai gépkocsi piac legkevesebb 10 százalékát.

Akárcsak a többi detroiti nagygyű, a Ford is tisztában van azzal, hogy az ázsiai piac meghódítása nem kevés időt igényel. A vietnami háború végére az amerikai autógyártók ázsiai piacaik jelentős részét elvesztették, s a versenytárs japán cégek nem késlekedtek a keletkezett piaci űr kihasználásával. A Ford, a GM és a Chrysler tervei között számos összeszerelő-üzem létesítése szerepel Kínától a Fülöp-szigetekig. Booker szerint a japánok sem az egyik percről a másikra szereztek meghatározó piaci részesedést a térségben, így az amerikai autógyáraknak is érdemes 20-30 éves távlatokban gondolkodni és tervezni.

A Ford nemrégiben adta tudtúl, hogy Vietnamban összeszerelő-üzemet épít 102 millió dolláros beruházással a

Transit típus gyártására. A General Motorsszal ellentétben, a Ford nem tekinti Thaiföldet ázsiai hídfőállásnak. Ismeretes, hogy májusban a GM 750 millió dolláros thaiföldi beruházásról döntött, amely a tervek szerint Ázsia nagy részét ellátja majd különféle GM-típusokkal. Érdemes megjegyezni, hogy Thaiföldet a japánok is ázsiai terjeszkedésük bázisának tekintik. A tervek szerint az országban az ezredfordulón már évi egymillió amerikai és japán gépkocsit állítanak majd elő. A Ford számára a hosszú távú terjeszkedés terepe India, Kína valamint az ASEAN-tömörülés feltörekvő gazdaságú országai. Thaiföld csak ezen országok után jön szóba a Ford ázsiai stratégiájában.

Booker különösen nagy piaci lehetőségeket lát Kínában, ahol a gépkocsik iránti fizetőképes kereslet a jelenlegi évi 1,5-ről 2005-re 5 millió egységre növekszik majd. A cég alelnöke Vietnammal kapcsolatban elmondta, hogy ott a terjeszkedést egyelőre akadályozza az alacsony kereslet, a kedvezőtlen infrastruktúra, valamint a bürokrácia.

kerékes a téli gumik miatt a havas utakon a hagyományos gépjárművekénél rosszabban kormányozhatók fékezéskor. A kerékcserét – még ha tavaly már használtuk is a téli garnitúrát – feltétlenül szakmúhelyben végeztessük el, és kérjük a kerekek újracentírozását is. Ügyeljünk arra, hogy az abroncsok az oldalfalon jelzett forgásiránynak megfelelően kerüljenek felszerelésre – ellenke-

legesztőpisztollyal lehet eltávolítani.

Ne engedjük, hogy a gumis a gyári értéknél laposabbra fújja az abroncsot – mondván, így jobban tavad a hóra. A nyáron széles sportabroncsot használó autósoknak pedig ajánlható télen a keskenyebb abroncs használata, az autó menetstabilitása ugyanis így lesz jobb.

• Sza. P.



FOTÓ: TAR ANDRÁS

Kivárási játszma Vietnamban

94. 1. 8.

Vietnamban a közelmúltban rendezték meg az ország eddigi legnagyobb autókiállítását, amely hatalmas tömegeket vonzott. A 70 millió fős piacon befektetéseivel jelenlévő 13 külföldi autógyártó azonban a közönség nagy érdeklődése ellenére meglehetősen borúlátó az üzleti kiállításokat illetően.

A piaci felmérések szerint a gépjárművek iránti fizetőképesség kereslet még több éven át igen gyenge lesz az országban, ahol kevesen engedhetik meg maguknak, hogy a kettőről a négy kerékre térjenek át. A külföldi autógyártók egybehangzó véleménye szerint legkevesebb 10 évre van szükség ahhoz, hogy számukra a vietnami piac „beérjen”. Sung Boo Huh, a Daewo és egy hanoi cég által alapított Vidamco vegyes vállalat marketing- és kereskedelmi igazgatója szerint a következő években várhatóan több autógyártó közös vállalkozás kénytelen lesz csődöt jelenteni. A külföldi autógyártók eddig mintegy egymilliárd dollárt investáltak a viet-

nami autópárba, elsősorban vegyes vállalatok alapítására. (Érdeemes megjegyezni, hogy tízenegyedikként hamarosan a Nissan létesít érdekeltséget az országban.) Korábban csak négy külföldi autópári cég volt jelen termelőüzemmel a vietnami piacon, a kormány azonban tavaly mások előtt is megnyitotta a kapukat. A Vietnamban letelepedett külföldi autógyártóknak a zsege fizetőképesség mellett számos egyéb problémával is meg kell küzdeniük. Ezek közé tartozik az ország igen rossz úthálózata, valamint a használt kocsik importja. Ráadásul a hatósági szabályozás is meglehetősen szigorú: 10 éven belül minden Vietnamban gyártott gépkocsi hazai tartalmának el kell érnie a 30 százalékot.

A Vietnam útjain közlekedő külföldi teherautók és minibuszok toplistáját a Toyota vezető 40 százalékos piaci részesedéssel. A második helyen a Kia/Mazda áll 23 százalékos piaci részaránnyal, öt követi a Mitsubishi 18 százalékkal. Az

Iveco 10, a Mercedes Benz pedig 2 százalékos piaci részaránnyal rendelkezik, a többi külföldi cég a piac 7 százalékán osztozik.

Mind több jel utal arra, hogy a külföldi autógyártók felülvizsgálják vietnami befektetési terveiket. A Chrysler például egyelőre elhalasztja azt a 192 millió dolláros beruházást, amelynek nyomán Jeep Cherokeeakat és más modelleket gyártott volna az ország déli részében. A Volvo ugyancsak kivár: egyelőre nem hoz létre közös vállalkozást. (A kivárási előzménye az, hogy a Daewoo nemrégiben lekörözte a Voltót azzal, hogy a hanoi közlekedési vállalat részére helyben gyárt 500 darab autóbust.) A Vietnamban meglepedett külföldi autógyártók többsége nem vonul ki a piacról, mert véleményük szerint az ország elhagyása nagyobb kárt okozna a közönségkapcsolatokban, mint a piac „beérésének” kivárása.

Utasváró

**Hirdetésfelvétel:
Telefon/fax: 303-0950**

**utazási irodák
napi ajánlatai**



Napfény, tenger, egzotikum . . .

AJÁNLATAINK '96/'97

Kedvezményes repülőjegyek

BERLIN, FRANKFURT, ZÜRICH	22.999 Ft-tól
KAIRÓ, LONDON, MILÁNÓ	24.999 Ft-tól
MONTREÁL, TORONTO	59.999 Ft-tól
NEW YORK	55.999 Ft-tól
RIO DE JANEIRO	105.999 Ft-tól

A fenti árak bizonyos feltételek mellett érvényesek és nem tartalmazzák a reptéri illetéket.

További városokba, valamint vállalati utaztatásban is kínálunk kedvezményes lehetőségeket !

Egzotikus kínálatunkból !



A LEGNAGYOBB VÁLA

- **KAIRÓ**
8 nap/7éjszaka 64 000 Ft/főtől
- **HURGHADAI ÜDÜLÉS**
8 nap/7éjszaka 75 400 Ft/főtől
minden pénteken, illetve minden kedden és pénteken már 2 főtől
- **KÖRUTAZÁS EGYIPTOMBAN**
8 nap/7éjszaka 99 100 Ft/főtől
1997. február 21.

négycsillagos szállodák félpanzióval, ötcse nyelvű városnézések, csoportoknál ma

Jelentkezni lehet: 1081 Budapest, Kőztársaság tér 10. valamint viszo



Globe Center
Utazásszervező Kft.

AMERIKA:

USA, HAWAII, KANADA, BAHAMÁK
(AUTÓBÉRLÉS, SZÁLLÁSFOGLALÁS, HAJÓUTAK)

KARIBIK-LATIN-AMERIKA:

DOMINIKAI KÖZTÁRSASÁG, KUBA, JAMAICA,
MEXIKÓ, VENEZUELA, BRAZÍLIA,
TOVÁBBI 17 ORSZÁG ÉS SZIGET, HAJÓUTAK.

TANULMÁNY

ÉSZAK- ÉS DÉL-EURÓPA, KÖZEL-KELET, ÁZSI
VILÁG KÖRÜLI

SZERETETTEL VÁRJUK! KELLEMEK KÖRNYEZETBEN !

Andrássy-iroda 267-9070,
Madách-iroda 322-9282,
Uránia-iroda 138-0015,

Volvo–Mitsubishi teherautók

97.2.6

A Volvo és a Mitsubishi tárgyalásokat kezd az együttműködés lehetőségeiről a teherautó-üzletág területén. Elsősorban azt vizsgálják majd meg, miként tudják egymás teherjármű-értékesítését segíteni, hiszen a Volvo Ázsiában, a Mitsubishi pedig Európában szeretné fokozni eladásait. A Volvo egyik vezetője nemrégiben úgy nyilatkozott, hogy a tárgyalások során a két cég illetékes munkatársai minden együttműködési lehetőséget, a gyártástól az értékesítésen át a fejlesztésig számba vesznek a lehetséges kapcsolatok „szemüvegén” keresztül. Mindkét cég teljesen nyitott az ötletek és a javaslatok előtt. A két vállalat egymás számára távolról sem ismeretlen, hiszen 1989 óta vegyesvállalati partnerek a

hollandiai NedCar autógyárban. A NedCar ugyanazon a gyártósoron állítja elő a Volvo S40/V40 és a Mitsubishi Carisma modelljeit.

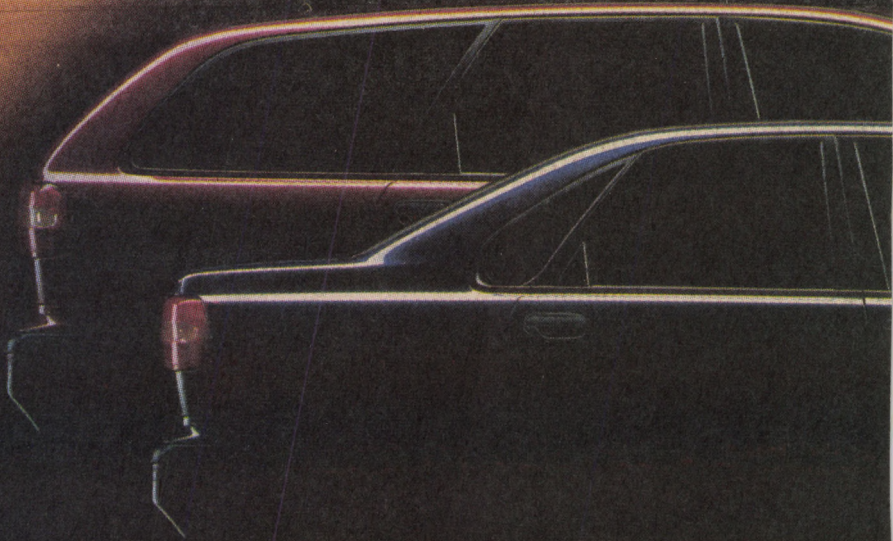
A teherjárművek területén a Mitsubishi első számú erőssége a 6–16 tonnás kategória. A Volvo teherautóinak többsége a 16 tonnán felüli kategóriába tartozik, ahol a svéd cég a világ egyik legnagyobb gyártója. 1995-ben a Volvo összesen 76500 teherautót gyártott, ebből a 6–16 tonnás járművek száma mindössze 5100 volt. A Mitsubishi viszont a 6–16 tonnás kategóriából gyárt háromszor annyit, mint a 16 tonnán felüli teherautókból.

A két cég közötti együttműködés egyik lehetséges területe az értékesítésben való kooperáció. A Mitsubishi szeretné

számottevően fokozni európai eladásait a 6–16 tonnás kategóriában, s ehhez igénybe veheti a Volvo értékesítési hálózatát. (A Mitsubishi teherautók egy részét egyébként Portugáliában gyártják.) Cserében a Mitsubishi saját értékesítési hálózatán keresztül segítheti a Volvót nehéz-teherautói eladásainak fokozásában olyan országokban, mint például Thaiföld. (Az együttműködési tárgyalások megkezdése előtt a két cég bejelentette, hogy a kooperáció nem vonatkozik a japán piacra.) A Volvo gyártóüzemmel rendelkezik Malajziában és Ausztráliában, s idén Pakisztánban, 1998-ban pedig Indiában szándékozik új gyárat nyitni.

• Gonda György

5. 49.



LITAT AZ ÚLCE

Rekordévre számít a Toyota

97.1.
30. Hiroshi Okuda, a Toyota elnöke bejelentette, hogy idén szeretnék túlszárnyalni az 1990-es értékesítési rekordot. Akkor a cég 4,87 millió gépkocsit adott el szerte a világon, míg az idén várhatóan 4,97 millió Toyota talál gazdára. A tervek szerint a külföldi értékesítések 5 százalékkal, vagyis 220 ezer egységgel bővülnek. Nyugat-európai és amerikai szakértők egybehangzó véleménye szerint a Toyota tervei reálisak, ugyanis a gyenge jen kifejezetten segíti az ázsiai ország kivitelét. Tavaly a legnagyobb japán autógyártó cég 2,63 millió autót adott el külföldön. Az idei 5 százalékos növekedés elsősorban a külföldi termelésből származik majd, amely a cégelőrejelzések szerint 7 százalékkal bővül. A Toyota külföldi gyárai így várhatóan 1,45 millió személykocsit állítanak majd elő. Figyelemre méltó, hogy a Japánon kívüli Toyota-üzemekben tavaly 8 százalékkal

növekedett a termelés. Toyota Cityben – amely a japán autógyár főhadiszállása az ázsiai szigetországban – arra számítottak, hogy 1997-ben jelentősen növekszik majd az értékesítés az Egyesült Államokban. A derűlátást a cég arra alapozza, hogy tavaly az USA-ban nagy sikert arattak a Toyota sportkocsijai, valamint az ott gyártott Camry szedánok. A statisztikák tanúsága szerint tavaly az Egyesült Államokban 1,16 millió Toyotát értékesítettek, 6,4 százalékkal többet, mint egy évvel korábban.

Japánban a Toyota idén 4 százalékkal kívánja fokozni az eladásokat, s összesen 2,2 millió autót szándékozik értékesíteni. Amennyiben a terv valóssággá válik, a cég eléri régi célkitűzését, vagyis a hazai piac 40 százalékának a megszerzését. 1996-ban a japán autópiacon a fizetőképes kereslet 4 százalékkal növekedett, ugyanilyen mértékben bőví-

tette eladásait a Toyota is, de nem sikerült elérnie a 40 százalékos piaci hányadot. Részesedése a korábbi 39,7-ről 39,1 százalékra esett vissza, ugyanis a kisebb autógyárak – például a Honda – a számítottnál erősebben nyomultak előre. Ugyanakkor Japánban tavaly igen nagy kereslet volt a szabadidő-kocsik iránt, s ebben a kategóriában a Toyota – a hazai versenytársakhoz képest – nem rendelkezett elég széles kínálati palettával. A Honda viszont tarolt e szegmensben, s széles kínálati skálájával ki tudta elégíteni a megnövekedett igényeket. Ennek is köszönhető, hogy a Hondának tavaly – történetében először – sikerült két számjegyű piaci részesedést elérnie: a szigetország harmadik legnagyobb autógyára így 10,4 százalékos részarányt tudhatott magának Japánban.

menőkkel jellemzően nem meg a sokat tudó számítógépek által ontott szilárdsági számítási eredmények gyakorlatba való átültetésével).

Így jutott el az autópálya odáig, hogy a ma gyártott kisautók biztonsági, utasvédelmi színvonaláról már el-

autók természetes előfordulások vagy borulás esetén is, s az ütközéskor az utasokra ható lassulás és erőhatás messze nem éri el a veszélyes mértéket.

Ezt úgy érték el a Mercedes tervezői, hogy a kisautónak 20 centiméteres magassá-

gy a szokásos emelvezésű személyautók-lökhárítók oldalsó ütközés esetén nem az ajtó viszonylag gyenge pontját, hanem éppen az ütközési energia felvételére alkalmas vázszerkezetet találják el.

• Deák János

Kilencedik Baumgartner állomás

Kelet-Európa legtekintélyesebb Renault-partnere, a Baumgartner Kft. az elmúlt hét végén újabb szalon megnyitásával bővítette országos kereskedőhálózatát. A több, mint 1500 négyzetméteres területen fekvő vadonatúj érdi bázison 250 m²-es szalon és 400 m²-es szerviz várja az ügyfeleket. A cég kereskedéseinek sorában kilencedik Renault-központ egyebek mellett autó- és alkatrészinformációs számítástechnikai rendszerével is a Renault Baumgartner Kft. többi állomásához igazodik.

Típus	Teljesítmény (LE)	Ár (Ft)
Attraction 1,6 **	100	4 138 000
Attraction 5 V 1.8	125	4 649 000
Attraction 5 V 1,8 **	125	5 023 000
Attraction 5 V Turbo * 1.8	150	4 906 000
Attraction TDI 1,9	90	4 764 000
Attraction TDI	1,9 ** 90	5 119 000
Ambition	1,6 100	4 090 000
Ambition	1,6 ** 100	4 419 000
Ambition 5 V	1,8 125	4 968 000
Ambition 5 V	1,8 ** 125	5 342 000
Ambition 5 V Turbo *	1,8 150	5 226 000
Ambition TDI	1,9 90	5 068 000
Ambition TDI	1,9 ** 90	5 422 000
Ambiente	1,6 100	4 120 000
Ambiente	1,6 ** 100 LE	4 449 000
Ambiente 5 V	1,8 125	5 002 000
Ambiente 5 V	1,8 ** 125	5 376 000
Ambiente 5 V Turbo *	1,8 150 LE	5 260 000
Ambiente TDI	1,9 90	5 100 000
Ambiente TDI	1,9 ** 90	5 454 000

* 1997. januártól rendelhető

** Automata

ÚJRA KAMATMENTES

97.2.13. Spanyol exportbővülés

A spanyol autógyártók szövetsége, az Anfac nemrégiben arra hívta fel a figyelmet, hogy az európai autópiacok szétzabdaltsága komoly veszélyt jelent az ibériai ország autóipari termelésének és exportjának bővítése ellen. Tavaly a spanyol autóexport mindössze 0,13 százalékkal emelkedett, s nem haladta meg az 1,54 millió egységet. (1995-ben az autókivitel növekedése még 14 százalékos volt.)

Az Anfac adatai szerint az export számottevő visszaesése miatt a Spanyolországban tevékenykedő külföldi autógyárak 1 százalékkal csökkentették tavalyi termelésüket, amely 1,94 millió személyautó volt. A visszaesés azért is fájó, mert az EU két legjelentősebb autóipari hatalma, Németország és Franciaország tavaly jócskán növelte kivitelét. Az EU harmadik legnagyobb autógyártója, Spanyolország erősen exportfüggő, hiszen az autóipar termelésének 80 százaléka külföldön talál gazdára. Ráadásul az ország exportbevételének több mint negyede származik gépkocsik és alkatrészek értékesítéséből.

Szakértők egybehangzó véleménye szerint a következő

években nem telepednek meg újabb külföldi autóipari cégek Spanyolországban. Az otlévők viszont beruházásaikat elsősorban a hatékonyság javítására összpontosítják, hogy eredményesen versenyezzenek az új ázsiai autóiparral.

Az elmúlt évben Spanyolországban 904 ezer új autót értékesítettek, ez 8,3 százalékos növekedést jelent 1995-höz képest. Ám az autógyártók nem elégedettek, s jelentős lobbytevékenységet fejtenek ki annak érdekében, hogy a kormány csökkentse az új gépkocsik regisztrációs adóját. Az Anfac előrejelzése szerint a hazai piac még 30 százalékos növekedési lehetőséget tartalmaz. Idén is csak a szerény növekedésre számíthatnak a belső piacon a gyártók: az importkocsikkal együtt várhatóan 920 ezer új autót értékesítenek majd.

Mindent összevetve: idén a spanyol járműipar termelése várhatóan 3,4 százalékkal növekszik, az export pedig 5,8 százalékkal bővül. Kiemelkedő, 53 százalékos növekedést várnak a nehézgépjárművek exportja területén.

jelenti, hogy keresztben álló öthengeres motorja turbótöltős, a kocsí elsőkerék-hajtású, és ötfokozatú kézi kapcsolású vagy négyfokozatú automata váltóval lesz kapcsolható. Alapvetően 2,3 literes 240 lóerős és 2,5 literes 193 lóerős motorok állnak rendelkezésre, de az olyan piacokon – vagyis Európában –, ahol erős a 2,0 literes kategória, kétliteres 225 lóerős és ugyancsak kétliteres 180 lóerős változat is forgalomba kerül majd.

• I. P. L.



mató vászontetővel, sőt még elektros páramentesítővel is a hátsó kon.

használt autó értékesítésével foglalkozó cégre. A gépkocsikat akkor kivették a használt termékek köréből, most azonban nem a törvény visszavonása, hanem a használtcikk-kereskedelem – legalábbis elvi – „megszűnése” vetett véget a tarthatatlan helyzetnek. Az elmúlt évben a kereskedőnek a használt autó értékesítése után is meg kellett volna fizetni az áfát. Az így megemelkedett áron gyakorlatilag eladhatatlannok lettek volna a járművek, ezért az egyetlen kiút a bizományosi értékesítés maradt. Az autó nem került a kereskedő cég nevére, hiszen az csak a közvetítő szerepét játszotta. Az ezzel kapcsolatos visszasságok közül az csak az egyik, hogy akinek nincs a nevén az autó, az nem is vállalhat rá szavatosságot vagy garanciát.

Az idén viszont várhatóan visszaáll a korábban kialakult gyakorlat. Az ugyanis a legtermészetesebb dolog, ha valaki gépkocsija lecserélésekor használt járművét ugyanannál

Partner

Hat hónappal a Partner haszonjármű változatának bevezetése után a Peugeot két újabb variációt mutat be – ugyanennek a járműnek az

97.2.26.

S PIACOK

Tovább nyomul a Mercedes

A Mercedes Benz AG 1996-ban 77 milliárd márka bevételt ért el, 5 milliárddal többet, mint egy évvel korábban, vagyis úgy tűnik, hogy vége a szűkös esztendőeknek. A bevételben 46 milliárd márkát képviselt a személyautó-üzletág, amely egy évvel korábban 40,4 milliárd márkát hozott. A cég nyereségadatai még nem ismertek, de szakértők szerint a tavalyi profit várhatóan jelentősen meghaladja majd az 1995. évit. Ismeretes, hogy 1995-ben a Mercedes-Benz adózás utáni nyeresége 23 százalékkal nőtt, s elérte a 2,28 milliárd márkát.

Werner, az azóta lemondott elnök szerint a cég számára igen kedvező volt a tavalyi év, s a tervezett nyereséget annak ellenére is eléri, hogy a vállalat jelentős összegeket fektetett be a gyártási kapacitás bővítésébe és új modellek kifejlesztésébe. Véleménye szerint a patinás cég jó úton halad célja megvalósítása felé, nevezetesen világelsőnek lenni az innováció, a minőség és a nyereség területén.

A Mercedes-Benz 1995-ben 590, tavaly viszont már 640 ezer személykocsit értékesített. Külföldön 370 ezer

kocsi talált gazdára. 1996-ban a vállalat összesen 345 ezer teherautót, autóbust és kisbust állított elő, 25 ezerrel többet, mint egy évvel korábban. A Mercedes Németországban 266 ezer személykocsit adott el, ez 12 százalékos növekedést jelent egy esztendő alatt. A legtöbb kocsi az E osztályból fogyott, de minden várakozást felülmúlt az új kompakt, lenyitható tetjű SLK modell iránti kereslet is. A számottevő keresletbővülés miatt az SLK modell idei gyártási tervét az eredeti 35-ről 47 ezerre emelték fel.

A Mercedes-gépkocsik értékesítése tavaly az Egyesült Államokban és Japánban 20 százalékkal bővült, s elérte a 90, illetve a 42 ezer egységet. Nyugat-Európában – nem számítva Németországot – a Mercedes 9 százalékkal fokozta személyautó-értékesítését, amely elérte a 173 ezer egységet. Kereskedelmi járművekből a Mercedes tavaly Németországban 86, Nyugat-Európa többi államában pedig 105 ezer darabot adott el. A 27 százalékos értékesítésbővülésben jelentős szerepet játszott az új Actros nehézteherautó is.

Európai városok időjárési adatai

Város	Időkép	Max. hőm. (°C)	
		Tegnap (tény)	Ma (várható)
Athén	napos	18	15
Bécs	borult	16	13
Belgrád	felhős	17	9
Berlin	esős	9	6
Bukarest	felhős	13	10
Kijev	esős	5	6
Ljubljana	esős	8	9
London	esős	9	13
Madrid	borult	18	18
Moszkva	esős	4	3
München	esős	12	3
Párizs	szeles	12	13
Pozsony	esős	10	12
Prága	esős	9	10
Rijeka	felhős	12	9
Róma	szeles	17	14
Stockholm	szeles	6	3
Szófia	borult	9	10
Várna	napos	16	11
Varsó	szeles	11	7
Zágráb	felhős	16	11
Zürich	esős	8	5

Világvárosok időjárési adatai

Város	Időkép	Max. hőm. (°C)	
		Tegnap (tény)	Ma (várható)
Bangkok	napos	36	36
Buenos Aires	változó	31	28
Caracas	felhős	28	27
Fokváros	változó	25	23
Kairó	változó	20	22
Kalkutta	napos	30	31
Los Angeles	napos	24	22
Mexikóváros	napos	28	27
New York	változó	11	13
Peking	felhős	8	9
Rio de Janeiro	változó	31	30
Sydney	változó	23	25
Tel-Aviv	változó	15	16
Tokió	esős	14	11
Toronto	felhős	6	1
Tunisz	változó	22	16

Rádióműsor

KOSSUTH

4.30: Reggeli Krónika 8.10: Műsorszemle 8.25: Mindennapi tudomány 8.35: Paragrafus 8.45: Gyorsfénykép a kultúráról 9.00 és minden órákor: Hírek. Időjárás 9.05: Napközben 11.05: Leonard Bernstein saját zenés játékokat vezényli 11.37: Fekete bojtár vallomásai 12.00: Déli Krónika 12.30: Ki nyer ma? 12.40: Törvénykönyv 12.50: Külpolitikai figyelő 13.05: Vendég a háznál 13.20: Középkori zárandokműhelyek muzsikájából 13.30: Tanúim lesztek! 14.05: Klasszikusok mindenkinek 14.35: Irodalmi figyelő 15.05: Beszéljük meg! 16.00: Délutáni krónika 16.10: Mindennapi gazdaság 16.20: Hasznos tudnivalók 16.25: Muzsikáló nagyvilág 17.05: Magyarországról jövők... 18.00: Esti Krónika 18.30: Rádás 19.06: Sportvilág 19.25: Műsorismertetés 19.30: Jó éjszakát, gyerekek! 19.40: Apám tűzoltó lesz 20.05: Hagyományápolók 20.30: Határok nélkül 21.05: Őskor 21.25: Kossuth-klub 22.00: Késő esti Krónika 22.30: Hangos recept 23.05: Zenetörténet mindenkinek (ism.) 0.00: Hírek. Időjárás 0.10: Himnusz

PETŐFI

4.30: Hírek. Időjárás 4.33: Hajnali dallamok 6.00: Hírek. Időjárás 6.03: Reggeli csúcs 7.45: Sportreggel 8.00: Petőfi-délelőtt 12.00: Nótacsokor, nótakettősök 12.50: Korkérdés 13.00: Hírek. Időjárás 13.03: Manapság (ism.) 13.08: Állomáskereső 13.15: Derűre is derű 13.45: Időjárás- és vízállásjelentés 14.00: Kabarécstörtők 17.00: Hírek. Időjárás 17.03: Petőfi-délután 18.54: Gordiusz-plusz 19.00: Hírek. Időjárás 19.03: Kölyökóra 20.00: A Rainbow együttes összes lemeze - 13/3. 21.00: Hírek. Időjárás 21.03: Ön, ugye, feltaláló?! 21.53: Peter Nero zongorázik 22.00: A világ zenéi 22.00: A világ zenéi 22.20: Jazzlista 23.00: Hírek. Időjárás 23.03: Sporthíradó 23.10: Ennyi... 0.15-4.20: Éjszaka

BARTÓK

6.00: Hírek. Időjárás 6.03: Muzsikáló reggel 8.00 és minden órákor: Hírek. Időjárás

Európai autóipar

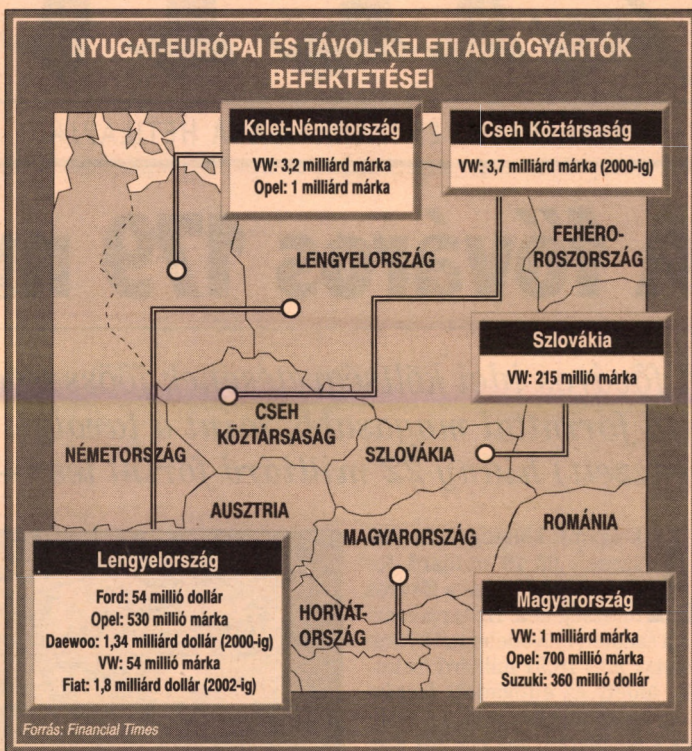
Keleti offenzíva: frontról frontra

Az elmúlt hat esztendőben a Volkswagen, az Opel, a FIAT és a Daewoo mintegy 8,9 milliárd dollárt fektetett be Közép-Európa autóiparába. Az óriásberuházásokat nemcsak az alacsonyabb termelési költségek és a terjeszkedés szükségessége indokolja: az itt szerzett termelési tapasztalatokat a nyugat-európai gyárakban is sikeresen alkalmazzák.

A közép-európai „rohamot” a nyugati autógyárak több tényezővel magyarázzák. A nyugati piac az 1996-os fellendülés ellenére gyakorlatilag telített, a gyárak jelentős túlkapacitásokkal rendelkeznek. A keleti terjeszkedés legfontosabb indoka ma már nem az alacsony bérköltségekben, hanem a gyorsan bővülő piacon rejlik: a régióban már középtávon is számottevően növekszik majd az új autók iránti kereslet.

A volt NDK területén évente 600 ezer új gépkocsit vásárolnak, s ez a mennyiség stabilizálódni látszik. Közép-Európa országainak többségében az új gépkocsik értékesítése folyamatosan növekszik. Tavaly Lengyelországban csaknem 374 ezer új kocsit értékesítettek, 41 százalékkal többet, mint 1995-ben. Csehországban egy év alatt 104-ről 129 ezerre emelkedett az eladott új személykocsik száma. Magyarországon, bár a Bokros-csomag egyik hatásként az eladások 1995-ben 68 800-ra estek vissza, tavaly ismét növekedtek, idén pedig várhatóan eléri a 76 ezer egységet.

A régió első számú autóipari befektetője a Volkswagen. A keletnémet Moselben a VW 2000-ig 3,2 milliárd márkáért új motor- és



gépkocsigyártót épít. Ugyancsak 2000-ig 3,7 milliárd márkát fordít a cseh Skoda autógyár teljes bekelezésére és korszerűsítésére. Ugyanebben az időszakban a VW-csoporthoz tartozó Audi Győrben egymilliárd márkát investált motorgyártó és összeszerelő üzem létesítésére.

Az Opel 500 millió márkát fordított az eisenachi autógyár korszerűsítésére. Ugyancsak félmilliárd márkás beruházás van folyamatban Lengyelországban, ahol az új Opel-üzem hamarosan nagy sorozatban gyárt majd gépkocsi-

kat. Varsóban 30 millió márkás beruházással az Opel összeszerelő-üzemet működtet. Eddig 700 millió márkát investáltak a szentgotthárdi gyárba, ahol az Astrák összeszerelése mellett egyre nagyobb mennyiségben gyártanak Opel-motorokat.

A FIAT és a Daewoo keleti stratégiájának középpontjában Lengyelország áll. A FIAT egymilliárd dollárért 80 százalékos tulajdonrészt szerzett Lengyelország első számú autógyárában, az FSM-ben, ahol 2002-ig további 800 millió dollárt investál

delék kifejlesztésébe és gyártásába. A Daewoo eddig 1,34 milliárd dollárt fordított az FS Lublin és az FSO bekelezésére és korszerűsítésére.

A vezető nyugati autógyárak egy része egyelőre nem kíván termelőüzemet működtetni a térségben, amelyet inkább exporttal szeretnének meghódítani. Stratégiájuk szerint a reformországok uniós csatlakozása után számottevően javulnak a régióba irányuló autóexport feltételei. A távolmaradás igazi oka azonban elemzők szerint a hazai gyárak kihasználatlan kapacitásai, valamint a viszonylagos tőkehiány. A távolmaradó nyugati autóipari cégek persze tisztában vannak azzal, hogy a régióba „berobbant” versenytársak előnyét igen nehéz lesz behozni. Nem véletlen, hogy Japán első számú autóipari óriás-cége, a Toyota már vizsgálja a kelet-európai terjeszkedés lehetőségeit a helyi termelés területén.

Az Opel és a VW véleménye szerint ugyanakkor közép-európai befektetéseik nemcsak annak az országnak a piacára „szólnak”, ahol a termelés folyik, hanem az egész régióra. Az Opel például januárban bejelentette, hogy a balkáni országokban Magyarországról fog terjeszkedni. Természetesen mind a VW, mind az Opel számára a legnagyobb kihívást a térségben a Szovjetunió utódállamai jelentik. Az Opel és a VW ugyanakkor a viszonylag alacsony termelési költségű Közép-Európából már jó eséllyel veheti fel a versenyt az ázsiai riválisok exportőzönével.

NK

266-2885

1850 BKKK Üzleti 7

a vállalat

A BUDAPESTI KERESKEDELMI ÉS IPARKAMARA HETILAPJA

PÉNTEKIG

amat. A Magyar Nemzeti Bank
ról 21,5 százalékra csökkentet-

gyobb állami társaság tavalyi
illiárddal szemben 15-16 milli-
nt értékű vagyont értékesített.
ben szerepet játszott a csökke-
ő feloldása utáni jugoszláv for-
lamint a fedezetlen bérfiáram-

ások. Az egyéni vállalkozások
en hónap alatt 21 ezerrel csök-
y is 67 százalék az összes vállal-
éni vállalkozók közül 57 száza-
alék mellékfoglalkozásban és 11
enykedik.

kat sújtják. Tavaly az önkor-
nek 83 százaléka, azaz 68,4 mil-
rűzési adóból. A helyi adók fe-
ében szedték be.

sszálélések, pazarlások és pénz-
ztek a Magyar Alkotóművészeti
ió forintos vagyonszűküléshez –
mvevőszék.

z helyzetben lévő hazai közép-
t az Európai Újjáépítési és Fej-
vesre tervezett program kereté-
tőkeszűkülésben szenvedő hazai

A főváros 179 milliárdot

A főváros idei költségvetésének főösszege 179 milliárd forint, árd forinttal magasabb, mint a tavalyi. A bevétel 157 milliárd fedezett) hiány 22 milliárd forint lesz – erről döntöttek a m

A központi költségvetés ösz-
szesen 65,16 milliárd for-
rinttal járul hozzá a főváros
büdzséhez. Ez tartalmaz-
za a személyi jövedelemadó fővá-
rosnak jutó 18,91 milliárd forint-
ját, amely az elfogadott forrás-
megosztás szerinti rész. (A fővá-
ros – meghatározott kulcsok szer-
int – bevételeinek egy részét át-
engedi a kerületeknek.) A társa-
dalombiztosítás 27,35 milliárd
forinttal járul hozzá a költségve-
téshez. (Ez a kórházaknak jutó
támogatást, valamint a gyógyfür-
dői ellátások támogatását jelen-
tik.) A központi költségvetés
csaknem 19 milliárd forintos cél-
és címzett támogatást nyújt.

Ugyanakkor idén először nem
kap támogatást a központi költ-
ségvetéstől a tömegközlekedés –
ennek összege tavaly kétmilliárd
forint volt –, amelyet a nyugdíja-
sok és a tanulók bérletének árki-
egészítésére fordítottak. Tavaly



Kértünk egy névjegyét

97. 3. 17.

Okuda üzleti karatéja

Az egész világot átfogó offenzívát hirdetett meg japán legnagyobb autógyárának elnöke, a 63 esztendősi Hirosi Okuda. Idén a japán vállalatbirodalom 5 százalékkal kívánja növelni értékesítését a világon, s a tervek szerint az eladások elérik a rekordot jelentő 4,97 millió autót. Történik mindez akkor, amikor az előrejelzések szerint 1997-ben a világ gépkocsipiacra csak 3,5 százalékkal bővül.

A judóban fekete övvel rendelkező cégelnök elsősorban külföldön kívánja fokozni a Toyota eladásait, s szeretné rövid időn belül számottevően növelni a vállalat jelenlegi 12,9 százalékos világpiacon való részesedését.

Az igen elegánsan öltözött Okuda egy éve került a Toyota elnöki székébe, s 30 év óta ő az első cégelnök, aki

„kivülről” jött, vagyis nem tagja a cégtulajdonos Toyoda családnak. Okuda első számú feladata a vállalat revitalizálása. A nemzetközi terjeszkedés mellett megkülönböztetett figyelmet fordít a hazai piacra is, ahol az utóbbi években a Toyota piaci részaránya 40 százalék alá csökkent. Az idei célkitűzés a 40 százalékos piaci részesedés újbóli elérése. A cég számára a 40 százalék amolyan bűvös szám, ami alá nem illik odahaza lecsúszni.

A hazai piacon a Toyota elsősorban annak köszönheti piacvesztését, hogy nem rendelkezett széles kínálattal a népszerű szabadidőautók területén. Amikor Okuda az elnöki székbe került, céljai megvalósításához nem érzett sok támogatást munkatársai részéről. A kezdeti ellenál-

lásnak azonban ma már nincsen nyoma, hiszen az Okuda-módszerek eredményei magukért beszélnek.

Az új modellek kifejlesztésének ideje 36-ról 18 hónapra csökkent. Tavaly a Toyota 13 új modellt dobott a piacra, valósággal elárasztotta a külföldi piacokat a korszerű és tetszetős kocsik széles választékával. Az offenzívát hatalmas hirdetési kampány előzte meg és kíséri, amelyet a versenytársak a szőnyegbombázáshoz hasonlítanak.

A piaci sikerek nyomán kedvezően alakulnak a cég pénzügyi mutatói is. Az idén március végén befejeződő pénzügyi évben az előrejelzések szerint a Toyota adózás utáni nyeresége 420 milliárd jen (mintegy 3,8 milliárd dollár) lesz. A következő pénzügyi évben pedig a profit és a

hatékonyság további növekedésével számolnak a cég fődíszállításán, Toyoda Cityben.

Okuda fontos célkitűzése, hogy a Toyota mielőbb globális, világméretű vállallattá váljék. A globalizálódás jegyében megkezdődött a negyedik Toyota-gyár építése Észak-Amerikában, amelynek nyomán 1998-ban ott évi egymillió gépkocsit fognak gyártani és értékesíteni. (Ez egyharmados növekedést jelent a jelenlegi szinthez képest.)

Okuda elnök tisztában van azzal, hogy cége a helyi gyártásban jócskán elmarad európai versenytársaitól két igen fontos és ígéretes piacon, Kínában és Brazíliában. Így a következő évekre is jócskán maradt tennivalója.

Vállalati kristálygömbök '97

A gyógyszeriparban és a nemzetközi tőzsdéken sorra látnak napvilágot a találgatások az idej esztendőre várható fúziókról és vállalati intézkedésekről. Ezek nem nélkülöznek minden alapot, de természetesen fenntartással kell őket fogadni, hiszen a vállalati stratégiákba nehéz „kívülről” beleslátni.

A két éve mintegy 15 milliárd dolláros ügylet keretében fuzionált Glaxo Wellcome számára az idej esztendő kritikus lehet, hiszen több „húzó” készítményének nyáron lejár a szabadalmi védeltsége. Nem kizárt, hogy az óriásvállalat bekebelezi valamelyik versenytársát annak érdekében is, hogy tovább növekedjék nyeresége az újabb költségcsökkentések hatásaként.

A tavaly 13 milliárd dolláros forgalmat lebonyolító amerikai Merck – amely két éve 6 milliárd dollárért vásárolta fel a Medcót – várhatóan idén újabb céget kebelez majd be, de a Medcónál jóval kisebb méretűt. Közös vállalkozásai a svéd Astrával, valamint a francia Rhone-Poulenc-kal esetleg bővülnek.

A francia Elf Aquitaine kőolajipari világcég nemrégiben értékesítésre ajánlotta fel a Sanofi ellenőrző részvénytársaságát. Szakértők szerint a vásárló vagy francia cég lesz, vagy pedig egy olyan vállalat, amely erőteljesen jelen van az amerikai piacon. (Ismeretes, hogy a Sanofi egyik gyenge pontja az alacsony piaci részesedés Észak-Amerikában.)

A készpénzben igen erős svájci Novartis és a Roche a szakértők véleménye szerint azonnal lecsapnak majd a kínáló felvásárlási lehetőségekre. A Pharmacia Upjohn szívesen vásárolna fel egy gyógyszeripari céget a további költségcsökkentés érdekében. A vállalat tavaly az amerikai Allergannal folytatott fúziós tárgyalásokat.

G. Gy.

Jó évre számíthat a világ gyógyszeripara

Ágazati szakértők egybehangzó elemzése szerint 1997-ben a világ gyógyszeriparának értékesítése és nyeresége számottevően növekszik, s középtávon nem zárható ki a felvásárlási és fúziós hullám folytatódása.

A világ tíz legnagyobb gyógyszerpiacán az előrejelzések szerint idén 7 százalékkal bővül a gyógyszer-értékesítés, ez lesz a legnagyobb mértékű növekedés az évtized eddig eltelt részében. Különösen nagy fellendülés várható Délkelet-Ázsia és Latin-Amerika országaiban. (Braziliában például a gyógyszerpiac évi 20 százalékkal bővül!)

Ugyancsak az idej év kedvező kilátásait erősíti, hogy az ipari országokban nem várhatók újabb árellenőrzési intézkedések a kormányok részéről. Évtizedünk első felében Németországban, Franciaországban, Nagy-Britanniában és Japánban a kormány ellenőrzése alá vonta a gyógyszerárak alakulását, ez az értékesítésnövekedés lassulását eredményezte. Tavaly Olaszországban sem voltak ilyen központi intézkedések, csak a japán kormány kényszerítette ki a „szokásos” árcsökkenést.

1997-ben a vezető gyógyszergyárak összességében több új készítménnyel jelennek meg a piacon, mint amennyinek a szabadalmi védeltsége lejár. Ezen a területen csak a Glaxo Wellcome jelent kivételt, amelynek készítményei közül idén a Zantacnak és a Zoviraxnak jár le a szabadalmi védeltsége. 1993 és 1996 vége között néhány nagy gyógyszergyár sikertermékeinek forgalma 90 százalékkal csökkent a szabadalmi védeltség megszűnése és a generikus készítmények gyártóinak előretörése miatt.

A Lehman Brothers elemzése szerint idén az Astra Losec nevű orvosságának forgalma várhatóan 19 százalékkal növekszik, s eléri a 3,6 milliárd dollárt. A Cozaar szívgyógyszer értékesítése 70 százalékkal bővül, s 475 millió dollár bevételt hoz gyártójának. Az American Home Products Redux nevű fogyasztókkészítményének idej forgalma az előrejelzés szerint kétszeresére növekszik, s eléri a 250 millió dollárt.

A Merrill Lynch befektetési bank szerint az idej esztendő az Eli Lilly éve lesz. Az amerikai óriáscég nyeresége várhatóan 20 százalékkal növekszik, a forgalombővülést elsősorban a Zyprexa és a ReoPro gyógyszerek „idézik elő”.

Az idej kilátásokat néhány tényező kedvezőtlenül árnyékolhatja be. Az Egyesült Államokban bizonytalan a gyógyszerek árképzési és szabályozási környezete. A Clinton-adminisztrációnak korábban nem sikerült bevezetnie az egészségügyi reformot, s a szakértők nem zárják ki, hogy az újjáválasztott elnök és csapata még egy kísérletet tesz. (Az USA-ban az egészségügyi kiadások eléri az évi 1000 milliárd dollárt, ez az összeg a bruttó hazai termék 14 százalékaival egyenlő.) Bizonyos fokig kedvezőtlen hatással lesz a korábban bekebelezéseket végrehajtó gyógyszeripari cégekre az a tény, hogy a felvásárlások nyomán végrehajtott költségcsökkentési intézkedések „kifutnak”, s ebből a forrásból a költségek további mérséklésére már nem lehet számítani.

G. Gy.

HÍRMORZSÁK

(Financial Times) Kereken 80 millió dollárért megvásárolja a kaliforniai Systemic biotechnológiai társaság kisebbségi részvénytársaságát a Novartis. A svájci óriáscégnek ez az első üzlete, mióta a két versenytársból, a Sandozból és a Ciba-Geigyből közös vállallattá nőtte ki magát. A társaság részvényenként 19,5 dollárt fizet a Systemicért, ami 77 százalékkal haladja meg a tőzsdei árfolyamot. A Novartis összesen 10 és fél milliónyi Systemic részvény tulajdonosa, amellyel a tavaly októberi állapotok szerint a vállalkozás 73 százalékat birtokolja. A cég egyébként olyan emberi sejtek génterápiájával foglalkozik, amelyek vér- vagy immunrendszeri sejtekbe épülnek be.

(International Herald Tribune) Egyéves csata után a Lloyd's Chemists megvásárlásával Londonban a német-országi Gehe került ki győztesen. Így a rivális UniChemmel szemben megerősítheti gyógyszer-kereskedői pozícióit a szigetországban. A két cég a Lloyd's Chemistsért vívott háborút, melyet a Gehe összesen közel 700 millió fontos ajánlattal nyert meg. Ezt a – UniCheménél 10 százalékkal magasabb – vételárat a brit társaság 50 százalékaért adja. A Lloyd's Chemists láncolat 924 gyógyszer-tárból, 300 áruházból áll, azaz vetekedik az 1200 üzlettel rendelkező Botts Co-val. Az üzlet eredményeként a német gyógyszer-nagykereskedő Gehe a brit gyógyszer-kereskedelmi piac 40 százalékát tudhatja magáénak, a UniChem pedig a második helyre szorul.

(Financial Times) Mintegy 250 millió dollár lesz a piaci értéke annak a társaságnak, amely két kaliforniai biotechnológiai cég egyesüléséből jön létre. Az ügylet részeként a Somatix cég részvényeseinek felajánlják a Cell Genesys papírjait, összesen 80 millió dollár értékben. A cégnek további 10 millió dolláros tartaléka van. Az egyesülés után a tervek szerint bezárják a Somatix alamedai üzemet, ennek következtében a munkaerő 20 százaléka válik feleslegessé. A Somatixnak főként a génkezelés terén van megfelelő technológiája, és kapott is már termékengedélyeket. A Cell Genesys számára elsősorban a partner gyógyszergyári kapcsolatai miatt előnyös a házasság – mondják. Az egyesülés hírére mindkét társaság részvényeinek árfolyama esésnek indult a tőzsdén.

(Financial Times) Egyeztetni szándékozik a Ranbaxy Laboratories a Crosland Laboratories-szal. Az első számú indiai gyógyszer-cég az iparág egyik vezetőjének hódol be. A részvényesek minden 3 Ranbaxy papírjukért 7 Crosland részvényt kapnak – egyeztek meg a két társaság igazgatóságának tagjai. A Ranbaxy egyúttal azt is bejelentette, hogy egy közzé nem tett összeg fejében megszerezte a Bombay központú Gulfic csoport gyógyszerészeti üzletágát. Mindezek a lépések – jegyzi meg elemzők – csakúgy, mint a Nicolas Piramal társaság korábbi megvásárlása, az indiai gyógyszerpiac konszolidálódását jelzik.

Új!

TUMS®

Hatásos savlekötő kalciummal

Ne eméssze magát!

Összetétel:

600 mg Calcium karbonát,
125 mg Magnesium karbonát

Javallat:

Gyomorégésre,
savtúltengésre és
teltségérzésre.

Adagolás:

Szükség esetén
1-2 tablettát összerágni,
vagy elszopogatni.
Naponta legfeljebb
12 tablettát vehető be.

Kiszerezés:

30 és 60 tablettát.



SB

SmithKline Beecham
Consumer Healthcare

(Reuter) A vérvizsgálat helyett nyálpróbát ajánl egy friss tanulmány az AIDS-szűréshez. Mint a *Journal of the American Medical Association* írja, a fertőzöttek nyála igen kis mennyiségben HIV antitesteket tartalmaz, amelyeket, a nyálban lévő enzimek elpusztítanak. Az OraSure elnevezésű új teszt egy gyapjúszálakból álló lapocska, amelyet két percre a páciens ínyére helyeznek. Az antitestek számát a lapocska a négyzeserésre koncentrálja. Az eredmény 99,9 százalékos biztonsággal: ilyen arányban „találja el” a teszt, hogy a vizsgált személy HIV-fertőzött-e, vagy sem. Ez azt jelenti, hogy százezer vizsgált személyből a teszt legfeljebb egy esetben adhat téves diagnózist, pozitív eredményt mutatva, holott az illető negatív. Megbízhatósága mellett további előnye, hogy a vizsgálatot végzőket egyáltalán nem veszélyezteti. Jelenlegi formájában az OraSure rendelési használatra alkalmas.

(Reuter) Egy népszerű termék, a Seldane engedélyének visszavonását tervezi az Egyesült Államok élelmiszer és gyógyszer hivatala (FDA). Az 1985-ben piacra dobott trefenadin allergiás tünetek – orrfolyás, könnyezés – megszüntetésére hivatott. Az FDA szerint a gyógyszer engedélyezését komoly, egyes esetekben halálos szívritmuszavarokról szóló orvosi beszámolók követték. Ezeknél az eseteknél a trefenadin-tartalmú terméket a páciensek más, májbetegségekre való, erythromicin-tartalmú gyógyszerekkel együtt szedték. Mindezekről kiderülésük után ugyan tájékoztatták az orvosokat, és a gyógyszerek párhuzamos felírása visszaesett, ám ennek lehetőségét kizárni képtelenség. A Seldane-t forgalomba hozó Hoechst Marion Roussel az FDA ez szándéka ellen máris tiltakozott, mondván a termék millióknak segít megszabadulni az allergiás panaszoktól, használata pedig, ha a tájékoztatóban foglaltakat betartják, semmi kárt nem okoz. Marketinghadjáratba is fogott a Kansas City-beli cég Allegra nevű, ugyanazon tünetek megszüntetését szolgáló, tavaly engedélyezett termékének hírét veri nagydobra.

(Reuter) Rákmegelőzési irányelveket jelentetett meg az Amerikai Rák Társaság (ACS). Az ACS különösen nagy figyelmet szentel a felnőttekénél nehezebben átalakítható gyermek étkezési szokásoknak. Mint mondják, a legfőbb ellenség a pizza. Az Egyesült Államokban évente bekövetkező mintegy félmillió rákos megbetegedés miatti haláleset egyharmadánál a dohányzás az ok, egyharmadnál viszont a helytelen étkezés és az egészségtelen életmód. A nem dohányzó amerikaiak is jelentős veszélynek vannak kitéve, amelyet (1) növényi eredetű étkek választásával (2) a nagy zsírtartalmú és egyáltalán az állati eredetű táplálékokról való lemondással, (3) napi legalább félórás testmozgással és (4) az alkoholtól lemondással nagymértékben csökkenteni lehet – jutottak meglehetősen konvenciózus eredményekre az ACS-nál.

Befejeződött patikaprivatizáció Fejérben

Új gazdára talált valamennyi gyógyszerész Fejér megyében: az év elejére befejeződött a térségben a patikák privatizációja. A 65 – korábban állami tulajdonú – gyógyszerészből kettő megszűnt, a többit pedig többnyire értékesítették, néhol bérbeadták a tulajdonossá vált önkormányzatok. Többségüket a patikák volt vezető gyógyszerészei vették meg, de több községben a legkedvezőbb ajánlatot benyújtó „külső” vevő nyerte a privatizációs pályázatot. A székesfehérvári központtal működő megyei gyógyszerészeti központ már tavaly részvénytársasággá alakult. Az öt alapító város – Székesfehérvár, Dunaújváros, Mór, Bicske, Sárbogárd – által, 300 millió forint jegyzett tőkével létrehozott Pharmaprevent Rt. a megye valamennyi önkormányzatának oszttalan, közös tulajdonában van. Részvényein a tulajdonos önkormányzatok a lakosság arányában osztoznak. Az Rt.-nek nincsenek patikái, profilja nagykereskedelmi jellegű, a gyógyszerészekkel szállítói szerződéseket köt.

Gazdát cserél a Sanofi?

A felvásárlási és összeolvadási hullámból várhatóan nem marad ki a francia kőolajipari óriáscég, az Elf Aquitaine gyógyszeripari leányvállalata, a Sanofi sem. Az Elf nemrégiben Párizsban bejelentette, hogy „összeolvadás révén a Sanofinak közelebb kell kerülnie más gyógyszeripari cégekhez a fejlesztési tevékenység gyorsítása és a nyereségesség növelése érdekében”.

Az Elf hajlandó értékesíteni egy ellenőrző részesedést biztosító részvényt a Sanofiból, amelyben 53 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik. A cég ugyanakkor azt is értésre adta, hogy az Elf továbbra is fontos részvényese kíván maradni a Sanofinak.

A Sanofi piaci értéke mintegy 50 milliárd francia frank (9,5 milliárd dollár). Éves forgalmát tekintve a világ huszadik legjelentősebb gyógyszeripari vállalata, egy sorban a brit Zenecával, a japán Eisaival és az amerikai Warner-Lamberttel.

A bejelentés után emelkedett a párizsi tőzsdén mind az Elf, mind pedig a Sanofi részvényeinek árfolyama. A Sanofi-papíroké egy nap alatt 6,2 százalékkal, 494 frankra emelkedett. A bejelentés napján tízszeresére nőtt a papírok forgalma, amely elérte a 713 ezer darabot.

Ismeretes, hogy a világ gyógyszeriparában az elmúlt három esztendőben valóságos bekebelezési és fúziós láz tört ki, s a lebonyolított ügyletek összértéke eddig meghaladta a 100 milliárd dollárt. A világméretű felvásárlásokból és összeolvadásokból az ágazat francia vállalatai eddig többnyire kimaradtak. Az egyetlen fontosabb esemény az volt, hogy 1996 decemberében a Hoechst – amely a francia Roussel Uclaf gyógyszeripari csoportban 56,5 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik – 18,1 milliárd frankos kivásárlási ajánlatot tett a cég kisebbségi részvénytulajdonosai számára.

A még francia többségi tulajdonban lévő gyógyszergyárak közül a Sanofi a második legnagyobb a Rhone-Poulenc után, amely többségi részesedéssel rendelkezik az amerikai székhelyű Rhone-Poulenc Rorerben. Ez utóbbi vállalat szakértők véleménye szerint természetes partnere lehet a Sanofinak. A Rhone-Poulenc Rorer ugyanis erős pozíciókkal rendelkezik az észak-amerikai piacon, ahol a Sanofi a Bristol-Myers Squibb és a Monsanto érdekeltségi körébe tartozó Searlevel alakított ki együttműködést, stratégiai szövetséget.

A Financial Times értesülése szerint Igor Landau, a Rhone-Poulenc vezérigazgatója kijelentette, hogy cége nem érdekelt sem stratégiai szövetség létrehozásában, sem pedig felvásárlás végrehajtásában. Hírek szerint a Sanofi az elmúlt hónapokban fúziós tárgyalásokat folytatott a Searlevellel.

Emlékeztetülül: az iparág legnagyobb értékű felvásárlását a Glaxo bonyolította le, amikor 15 milliárd dollárért bekebelezte az ugyancsak brit Wellcome céget. A második legnagyobb ügylet két amerikai gyógyszeripari vállalat között zajlott le, az American Home Products 10 milliárd dollárért vásárolta fel az American Cynamidot.

GONDA GYÖRGY

Rákellenes gyógynövények Peruból

(Lima) Amerikai tudósok nemrég egy *Cassia quinquangulata* nevű perui zöldségfélében felfedezték az eddigi leghatásosabb rákellenes növényi vegyületet, a reszveratrolt, amely egérvérletben 98 százalékkal csökkentette a rákos megbetegedéseket, s megállította a beteg sejtek szaporodását leukémiás emberi sejtenyészetekben is. Peru őslakói, az indiánok emberemlékezet óta növények ezreit használják testi és lelki sebeik gyógyítására. A leghíresebb az *Una de Gato* (Macskakarom) néven ismert kúszónövény. E liánféle eddig azonosított mintegy félszáz változata közül azonban csak kettő gyógyhatású, az *Uncaria tomentosa* és az *Uncaria guianensis*. Peru prekolumbiánus lakói mágiikus és gyógyító hatást tulajdonítottak ennek a növénynek, amelyet a mai perui parasztek és szegényebb néprétegek a lián kérgéből főzött tea formájában fogyasztanak reumás panaszok és daganatos betegségek gyógyítása céljából. Ausztriában, Olaszországban, Németországban, az Egyesült Államokban és Peruban a közelmúltban végzett kutatások kimutatták, hogy gyógyhatása a benne lévő savaknak és alkaloidoknak köszönhető. A növény citosztatikus tulajdonságai segítenek elpusztítani a rákos sejteket, sőt immunrendszer-erősítő hatásával esetleg új, természetes fegyver lehet az AIDS elleni szerek arsenáljában is.

Az *Una de Gato*t sokáig csak utcai gyógynövénykereskedők árúsították Limában és más perui tengerparti

városokban, fogyasztóit pedig tudatlan és babonás embereknek tartották. Napjainkban azonban finom porrá őrölve és kapszulába vagy tablettába zárva már nagyüzemi méretekben gyártják és a világ minden tájára exportálják több mint 30 márkanéven. Amazóniai indián törzsek már évszázadok óta ismerik az *Uncaria* gyógyító hatását, de az első tudományos vizsgálatokra, valamint immunrendszeri panaszok és súlyos gyulladások gyógyszereként történő használatára csak az után került sor, hogy felfigyelt rá egy német bevándorló, Arturo Bell. A Felső-Bajorországból betelepült Bell gazdag kávéültetvényes lett Chanchamayo környékén, s a kampa és amuesa indiánok szomszédságában élve megismerkedhetett a törzsi szokásokkal. Felfigyelt arra, hogy a bennszülöttek sosem betegedtek meg rákban, noha a főzőtűzök állandó füstjében éltek és faszénen sütötték ételleiket, vagyis nap mint nap ki voltak téve a kátrányban megtalálható rákkeltő vegyületek hatásának. A bajor telepes, amikor maga is hozzájutott az *Uncaria*-kivonatokhoz, meglepődve tapasztalta, hogy reumás panaszai megszűntek, gyors növekedésnek indult a haja. Később e kivonattal kigyógyított súlyos tüdőrákból egy, az orvosok által menthetlennek tartott német telepest is.

Bell 1978-as halála után az *Uncaria*-kutatások véletlenszerűvé váltak, illetve meg is szűntek, s csak 1990-ben karolta fel az őserdei gyógynövény ügyét egy nagy agráripari vállalkozás, amely a liofilizált *Uncaria*-tabletták exportja mellett segít finanszírozni a PromPerú című limai folyóirat szerint már kezdeti szakaszukban sokat ígérő tudományos kutatásokat is.

ÚJDONSÁG MAGYARORSZÁGON

TUMS – hatásos savlekötő kalciummal

A fejfájásos és megfázásos panaszok mellett az **emésztőszervi problémák** okozzák az emberek számára a legtöbb kellemetlenséget. Különböző, elsősorban életmódbeli problémák miatt, a felnőtt lakosság jelentős része érez különböző kellemetlen tüneteket. Ezen tünetek leggyakrabban átmenetiek, a kiváltó ok megszűnésével a panasz is megszűnik.

A gyomorsav-elválasztás bonyolult idegi és hormonális szabályozás alatt áll. Az idegi szabályozás aktivitását pl. a táplálék látványa, íze, szaga válthatja ki, ami hormontermelődést idéz elő. Ezen túlmenően a savelválasztást a gyomron belüli helyi ingerek is jelentősen befolyásolják. Így pl. a gyomor túltelítettsége a feszülő gyomorfalra gyakorolt közvetlen hatás révén beindítja a savelválasztást.

A túlzott mértékben termelődött sav kellemetlen panaszokat idézhet elő:

Savtúltengés: A túlzott savtermelődést egyes ételek (pl.: paradicsomos, hagymás), vagy a fokozott idegi terhelés számlájára írják. Sok sav termelődik alkohol hatására is, sőt a dohányzás is kiválthat hasonló tüneteket. A savtúltengés károsíthatja a gyomor nyálkahártyáját, ill. gyomorégéshez vezethet.

Gyomorégés: A gyomorégés oka az, hogy a gyomorsav a nyelőcső alsó szakaszába visszajut és irritálja az ott lévő érzékeny nyálkahártyát. Ha ez túl gyakran történik, vagy túl hosszú ideig áll fenn, akkor égő érzést okozhat. Ezt az égő érzést nevezzük gyomorégésnek, melyet elsősorban fűszeres, nehezen emészthető ételek, alkohol fogyasztása, dohányzás válthatnak ki. Gyakran érezzük stressz miatt, avagy rendszertelen, gyors étkezések után is.

Teltségérzés: A világhírű magyar konyha fűszeres, zsíros és nehéz ételeit az emésztőrendszer sokkal lassabban dolgozza fel. Ezért gyakori ebéd után a kényelmetlen teltségérzés. Közrejátszik a tünet kialakulásában a rendszertelen, kapkodó étkezés is.

Ha ezek a tünetek átmenetiek, ill. nem jelentkeznek túl gyakran, akkor a panaszt savlekötő szer bevétele enyhítheti.

A **SmithKline Beecham Consumer Healthcare** egy új termékkel jelent meg Magyarországon. A **TUMS** savlekötő tabletták gyors és hatásos megoldást kínálnak az említett tünetekre. Azonnal enyhíti a túlzott savtermelésből adódó gondokat: a gyomorégést, a savtúltengést és a teltségérzést.

Hogyan?

A **TUMS** alkotóelemei a kalcium-, illetve magnézium-karbonát. Ezen hatóanyagok gyorsan semlegesítik a felesleges gyomorsavat, visszaállítják a gyomor normál állapotát. Mivel a **TUMS** döntő többségben kalciumot tartalmaz, így nem kell tartani az elsősorban magnéziumot tartalmazó antacidáknál oly gyakran előforduló hasmenéses panasztól, ill. a gyakori székeléstől.

Az emberek gyakran kényelmetlennek találják a folyékony savközbősítő szerek társaságában, vagy munkahelyen történő bevitelét. Ezzel szemben a **TUMS** tabletták beviteléhez nem kell víz, **el lehet szopogatni**, vagy **csak szét kell rágni**, ami annál is könnyebb, mivel **kifejezetten jóízű**. Ráadásul a **TUMS** enyhén pezseg a nyelven, ami a bevitelét még kellemesebbé teszi. **Szükség esetén 1-2 tablettát kell szétrágni vagy elszipogatni**. Naponta maximum 12 tablettát szabad bevenni. A **TUMS** csomagolása rendkívül praktikus, **bármely zsebben, kézitáskában elfér. Recept nélkül kapható** a gyógyszertárakban.

Dr. Molnár Katalin
medicinalmenedzser

654 MH