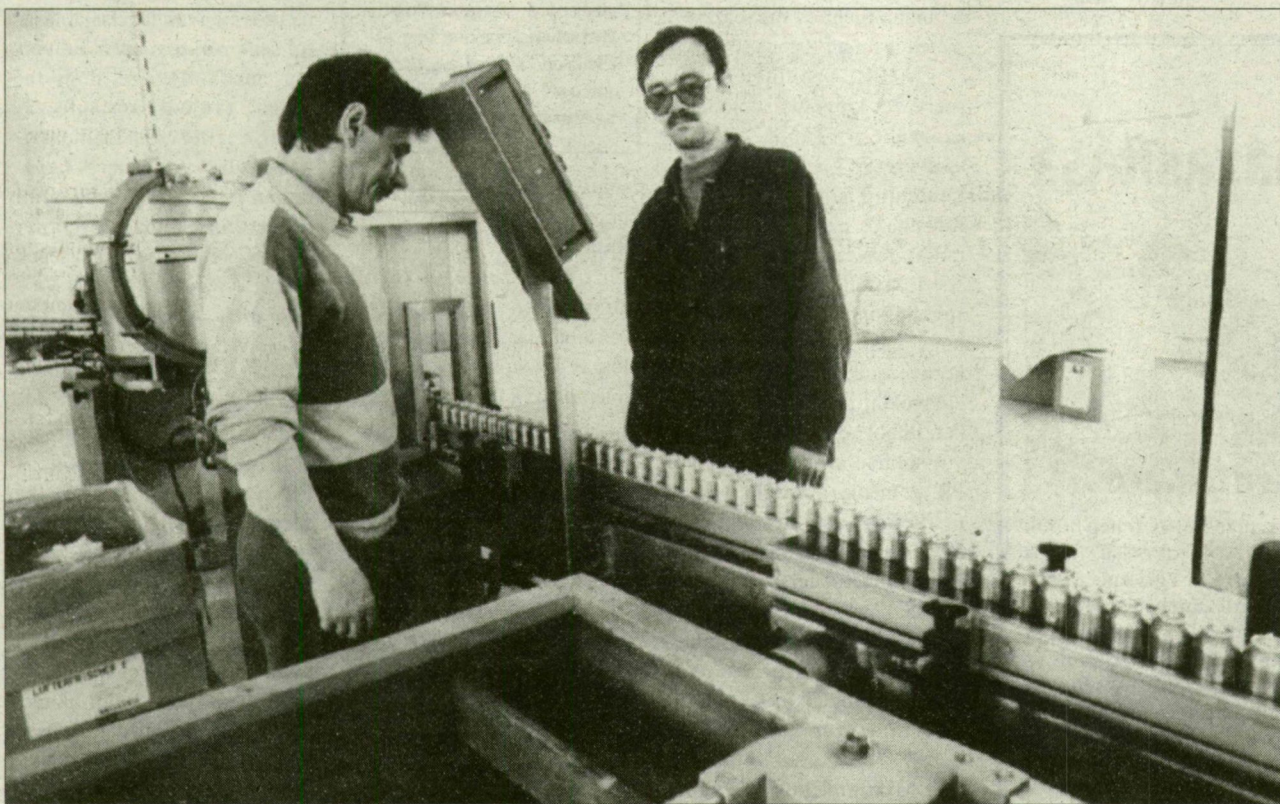


EGY SZÁZALÉK

A DM KFT. ÉS A DMKIK GAZDASÁGI MELLÉKLETE



● Aerosol, visszérkrém és valami más

A Florint nem a tévéből ismerjük

A szappanfőzők alakította szegedi Szappanfőző, később Universal Szövetkezet, majd kisszövetkezet, napjainkban Florin Rt. is immár negyedik évtizede a termékcsoporttól várja boldogulását. Hogy milyen sikerrel, arról Cselovszki Jánosné elnök-vezérigazgatóval beszélgettünk. Ottjártunkkor a pénztárnál épp a fizetésükért álltak sor a dolgozók, mai világunkban már e felvezetés is biztató jelként értékelhető. A negyedszázada ennél a cégnél tevékenykedő főnökasszonyt üzemszemlénkre menet és jövet egyaránt régi ismerősként üdvözölték munkatársai.

A Kényérgyári úton lévő tágas telephelyükön szebb időket megélt építőipari vállalatot váltottak fel. A Bajai úti, ma is meglévő üzemükben megoldhatatlan lett volna kor követelményének megfelelő propán-butános aerosol töltés. Az aerosolos termékek a hetvenes években a növényvédőszer-gyártás mellett váltak meghatározóvá. Ilyen vívőtermék manapság a vízerkenőcs, s a megújulást kikényszerítő jövőre is akad elképzelés a tarsolyban. Az új, nagyreményű kozmetikai és gyógykozmetikai termécsaládról a klinikai kipróbálás szakaszában egy született vegyész nem szívesen nyilatkozik előre. Remélhetően hamarosan eljön az idő, amikor e téma megérdemel egy külön híradást.

– A cég ütemes fejlődését '91-ig semmi sem zavarta, a liberalizált import azonban feladta a leckét. A hazai piacon ötödével esett vissza a forgalmunk. Az rt.-vé alakulást követően, az igazi belső, szervezeti átalakítást '93-tól számíthatjuk. Marketing igazgatóságunk felállításával egy piaci szemléletű, új szakasz vette kezdetét. Azonban anyagi

Talán a drága tévés adásidő is oka, hogy hazai termékgyártók kénytelenek beérni azzal a filozófiával, hogy a házlásszony évtizede, vagy két esztendeje is több-kevesebb sikerrel úrrá lett háztartása napl gondjain, a polcokon most is ott sorakoznak a segítségül hívott, bevált cikkek. Ami jó volt, az talán holnap is bekerül a bevásárló szatyorba.

okokból a marketing szerényebb formáival – vevőtálcák, akciók – kell operálnunk. Egységes arculatú Florinett termécsaládunk bevezetésével nehezen boldogulunk. Rá kellett jönnünk, hogy a piacon megjelenő túl sok új termék immunissá teszi a vásárlókat. A már megismert márkaneveinkkel – például a Médea család, vagy az újra felfedezett Sana – új találásban

talán több szerencsénk lesz. Termelésünk harmadát külföldi márkák, így a Wella hazai gyártása adja, ezek menedzselése nem a mi gondunk. Tavaly azért sikerült a visszatérés a belföldi piacon, s az exportunk is növekedett. A kívülről gerjedő drasztikus költségnövekedés kapcsán az idén óvatossan kell terveznünk.

A számok nyelvén mindez úgy fest, hogy '94-ben 15 szá-

zalekos mennyiségi növekedést sikerült elérniük. Az összes árbevétel tizedét kitevő, növekvő export zömét a Revena vízerkrém adta. Az utolsó nagyobb beruházás, a krémtöltő berendezés Izingje is ehhez a termékhez kötődik. A 180 dolgozóval 1 milliárd forint feletti árbevétel a cél, melynek ötöde lehet az export. Ennek teljesülésében szerepe lehet egy induló, százmilliós kínai üzletnek is.

Bár az utóbbi években nem telt költségesebb beruházásokra, az üzem felszereltsége megfelel a kor színvonalának. Ugyanis '89-ben, itt az új telephelyen mindenből a legkorszerűbbet állították munkába.

Szerencsére akkor sikerült kedvező kamatú kölcsönöket igénybe vennünk, de a forogóeszközök finanszírozására ezekből már nem futotta. Sajnos megújulásunk forrásait a mai kamatkondíciók teljesen leapasztják. Különben már a Bajai úton lévő telepünket is átköltöztethetjük volna, s ezzel egy csomó párhuzamos költségtől szabadulhattunk volna. Kellene egy-két új raktár is, s a minőségbiztosítás nemzetközi normáinak feltételeit is előbb-utóbb ki kell alakítanunk. Abban bízunk, hogy az előbbiekben említett, szabadalmon alapuló új kozmetikai és gyógykozmetikai termécsaládunk ki tud bennünket mozdtani a holtpontról.

A múltból adódóan 210 volt szövetkezeti tag tulajdonában lévő cégnél még sokan vannak, akik aktív dolgozóként is hozzájárulhatnak meglévő értékeik gyarapításához. Tudják, hogy olyan termékek gyártói, melyek nélkülözhetetlenek mindennapi életünkben, s különösebb agyasszony nélkül is értük nyúl a háziasszony, bármilyen csillagzó üzletben vásároljon is.



Fotó: Gyenes Kálmán

Tóth Szeles István

Három százalék

Inflálódik az idő? Ez a kérdés villant föl bennem, amikor a gazdasági melléklet születésnapjainak sorában a harmadikat ünneplem az olvasóval, e négy oldalnyi folyamatos gazdaságtörténet alakítóival és persze a rovat munkatársaival. Most, ha a kérdésre felelünk, akkor azt az ésszerű választ kell adnunk, hogy „attól függ”. Ugyanis az évek valóban gyarapodnak körülöttünk és az Egy százalék családfája három évgyűrűvel hízott, mégis, mintha mindig ugyanazt mondanánk: szorító gazdasági helyzetben rugdosnak bennünket ide-oda a kamatlábak és sohasem lehetünk biztosak abban, hogy akit egyszer e lap ökonomiai kirkatában bemutatunk, az holnapra csődöt jelent vagy egy holding élére kerül.

Mert volt itt már minden: felszámolás, leépítés, ledarálás, de szerencsére siker is.

A kirkat tükrében saját magunkat látjuk. Három százaléknyi gyertya ég gazdasági képzavarunk ünnepi asztalán, számolnánk, de az import nyersanyag után kétszeresen is megbüntet bennünket az állam, igaz, ha itthoni anyagból exportra termelünk, egyetlen városi kormánydöntés milliőkat rak a zsebünkbe.

A gazdasági melléklet tehát úgy ünnepel most, hogy nincs mit ünnepelni a gazdaságon, csak a melléklet tényén, hiszen mi mindig a vállalkozók, a vállalkozások pártján állunk. Nekik, róluk szól ez az összeállítás, s nélkülük mi sem kezdhethetünk olykor-olykor tippversenyt arról, hogy ki tartja otthon a két pontot, ki képes idegenben is győzelemre játszani, s ki tudja kihozni a döntetlent a megszorító intézkedésekkel vívott ádáz küzdelemben.

Sha már a sporthasonlatnál tartunk: a többség számára ez az év Coubertin örök igazságát hozhatja, vagyis nem a győzelem, hanem a részvétel a fontos.

Szóval: inflálódik körülöttünk az idő? A válasz attól is függ, hogy ki milyen izomzattal tudja megrántani magát a nadrágszíjat. És mindezt úgy kell tennünk, hogy egy szeletnyit mindenki nyugodt lélekkel falatozhasson a születésnapjuktól.

Mert hízni csak a győztesnek szabad.

Dluschus Luce

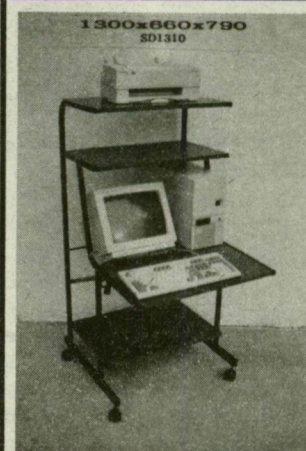
Agrárvállalkozók kazettája

A sikeres vállalkozásnak bizonyára nincs mindenki számára biztonságos alkalmazható receptje, de vannak feltétlenül figyelembe veendő körülmények és ismeretek, melyek segítenek kikerülni a buktatókat.

A természettől függő mezőgazdaságban értelem szerűen még több a rizikó. Elsősorban a kezdő vállalkozók, gazdák azok, akik gyakorlati tapasztalatok híján méginkább kitéttek a csalódásnak. Az 1991 óta működő Profilm Kft. ezen igény alapján készítette el az „Agrárvállalkozási ABC” című

videokazettát. A háromórás, 16 fejezetből álló tanácsadó anyagot gazdálkodók, gazda- és kertbarátkörök vezetői és minisztériumi tisztviselők véleménye alapján állították össze. Szerepel benne a vállalkozásindítás adminisztrációja, a támogatás, a hitelfelvétel módszere, az adózás szabályai, az agrárpiac működése, a biztosítás, a társas vállalkozási formák, könyvviteli szabályok, a külterületi építési előírások és sok egyéb információ. Eddigi referenciamunkáik – állattenyésztési sorozat, falusi turizmus, öntözési tudnivalók, gyógygyövények, hétféle kert – jó alapot szolgáltatnak a mostani vállalkozásokhoz.

DCM 6724 Szeged,
TRADE KFT Csongrádi sgt. 22.



AKCIÓ !!!

~~13.730,- Ft~~

-20%

11.440,- Ft

Az ár nem tartalmazza az ÁFA-t!

Számítógépasztalok, irodai székek Délmagyarországon a legnagyobb választékban kedvező árakon.

Megtekinthető és megvásárolható:

PGM COMPUTER
6724 Szeged,
Csongrádi sgt. 22.
Tel.: (62)314-380

PGM BÜRO
6720 Szeged,
Dugonics tér 11.
Tel.: (62) 322-372