

Argus elektronika: Suzavcem i šokerima protiv straha

Prema novom Zakonu o oružju koji je stupio na snagu 1. rujna 2007., građani stariji od 18 godina mogu bez odobrenja i prijave nabaviti zračno ili plinsko oružje, oružje za signalizaciju, lukove, sprejeve koji raspršuju neškodljive nadražljive tvari te ostale naprave namijenjene za korištenje u industrijske ili tehničke svrhe, ako su u skladu s propisima. U Hrvatskoj je dopuštena slobodna prodaja i korištenje sredstava isključivo za samoobranu - jedini je uvjet da osoba nije maloljetna te da se ta sredstva ne nose u javnim ustanovama i na raznim okupljanjima.



Jedna od tvrtki koje se bave prodajom sredstava za samoobranu je Argus elektronika iz Zagreba, osnovana 1999. godine. Tvrtka je u početku obavljala servis i prodaju raznih elektroničkih uređaja i računala, a prema riječima Marija Lasana iz Argus elektronike, zbog neisplativosti je servis zatvoren 2003. godine. Zadržana je samo prodaja elektroničkih uređaja, a prodaja sredstava za obranu započela je godinu kasnije. Argus elektronika trenutačno zapošljava dva djelatnika.

Tvrtka prodaje razna sredstva za samoobranu - suzavce, šokere, električne "pendreke", teleskopske palice... Njihovi dobavljači su ugledni svjetski proizvođači iza kojih, prema

Lasanovim riječima, stoji tradicija, kvaliteta i pouzdanost. Neka od sredstava za obranu službena su oprema policijskih postrojbi u inozemstvu, primjerice suzavac u Njemačkoj.

Tvrtka Argus elektronika sredstva za samoobranu uvozi iz Njemačke, Koreje, Kine i Tajvana, a neke proizvode nabavlja i od domaćih proizvođača. Proizvodi se prodaju uglavnom na hrvatskom tržištu, dok se u susjednim državama prodaje u okviru onoga što dopuštaju njihovi zakoni o oružju, istaknuo je Lasan. Osim sredstava za samoobranu Argus elektronika prodaje i noževe te razne rastjerivače nametnika.

Među problemima s kojima se tvrtka suočava Lasan je istaknuo nedostatak sredstava za brže širenje asortimana robe u prodaji te prezahtjevnije kredite koji im ne omogućavaju veća ulaganja. Planovi za budućnost uključuju povećanje broja poslovnih partnera i kupaca, ciljano ulaganje u marketing te širenje prodajnog asortimana.

(PV/Sanja Plješa)
14. travnja 2008.

