



Megalakulás: 1997, 25 dolgozó, 400 millió forintos éves árbevétel.

Ötödik év: 36 dolgozó, 400 termék, 1000 vevő, 1,5 milliárdos árbevétel.

Tizedik év: 80 dolgozó, 600 termék, közel 2000 vevő, korszerű saját gépjárműpark 20 darab teherautó, és több mint 2,6 milliárd forintos árbevétel.

Ezek a szigorú tényadatok az egyszerű embernek nem sokat árulnak el egy cégről. De az már igen, hogy mi van a számok háttérében, mi lehet a titka ennek a dinamikus fejlődésnek? Erről kérdeztem beszélgetésünk elején Lengyelne Kratkóczki Beátát, a Hús Depó Kft. tulajdonos ügyvezetőjét.

▣ **Fejlődés lépésről, lépésre**

- Szerintem nincs ebben semmi titok. – mondja szerényen az üzletasszony, aki először az értékesítéssel foglalkozott a cégen belül, de ma a teljes vállalkozást egyedül viszi. A férjével közösen a nulláról építették föl a céget. Ő valamikor a húsiparnál dolgozott így volt ehhez némi affinitása. Először egy húsipari céget képviseltünk a megyében, majd úgy döntöttünk, hogy bővítjük a választékot. Ehhez persze kellettek jó értékesítők, korszerű gépkocsipark, nagyobb telephely, amit 2003-ban megvettünk itt a Repülőtéri úton, és kibővítettük. A munkánk sikerének a titka pedig az volt, hogy ketten irányítottuk a céget, megosztva a feladatokat, s nagyon gyorsan tudtunk reagálni mind a piaci igényekre, mind a beszállítók lépéseire. Az volt, és ma is az a piacpolitikánk, hogy széles választékot tartunk és meg kell tartani az olyan kis üzemeket, akik házas ízeket kínálnak olyan alacsony áron, amit a kis falusi boltok vevői is meg tudnak fizetni. A vevőink 90 százaléka ugyanis olyan kiskereskedő, aki tulajdonos is a boltjában így jól össze tudunk dolgozni velük. Megbízható és rugalmas cégnek tartanak bennünket, és tudják, hogy ide amíg el nem indul a túráját addig mindennap leadhatják a rendelésüket. A piacot pedig nagyon következetesen építettük. Ma négy megyében vannak vevőink: Borsod- Abaúj - Zemplénben, Hevesben, Szabolcs-Szatmárban, és Hajdú-Biharban.

- Az élelmiszerforgalmazás, – főként a hús és a tejtermék - ma egy sikamlós terület, sok buktatóval. Hogyan választják ki azokat a cégeket, akiknek eladják az áruját, s hogyan

lehetnek biztosak abban, hogy a termék minősége is jó, megbízható?

- Nálunk minden gyártónak van bemutatkozási lehetősége. Az értékesítőinknek pedig havonta van értekezletük, ahol módjuk van tesztelni a termékeket. Bízom az ítélőképességükben, hiszen Ők állnak közvetlen kapcsolatban a vevőkkel, tudják, hogy mire van igény, s mint fogyasztók meg tudják ítélni, hogy a bemutatott termék finom-e. Ha megfelel az ár-érték arány a piacnak, akkor jöhet az árú. Felelősséggel döntenek, hiszen nekik kell eladniuk. Az értékesítő csapatunk egyébként rendkívül megbízható, 10 főből álló stabil gárda, akik folyamatos képzésben, tréningeken vesznek részt, jól képzettek, s tudják, hogy Én is megbecsülöm Őket, s Ők is megbecsülik a munkahelyüket. A minőséget pedig mi magunk is és a hatóságok is ellenőrzik. Van saját higiénikusunk, aki folyamatosan ellenőrzi az összetételt, az anyagtartalmat, de még a címkét is, s az ÁNTSZ is rendszeresen visz belőle a mintát, s a saját laborjában vizsgálja. A kiskereskedőinknek pedig készítettünk egy kis termékismertető könyvet, amit folyamatosan bővítünk az új termékek listájával, amelyben megtalálják az árú összes adatát, még az összetételét is. Egy hónappal ezelőtt elsőként vezettük be, hogy a gyártó szerepeltesse a számlán az árú szavatossági idejét, s mi is ezt tesszük kiszállításkor. Mi már 2000-ben megkaptuk a HACCP és a ISO 9002 minősítést is, s a kapacitás növelése miatt most szándékozom bevezetni egy új vállalatirányítási rendszert, ami felöleli a teljes vertikumot a cégben.

- A Hús Depó Kft. tagja a Walhalla Beszerzői Társulásnak. Miért tartotta fontosnak, hogy társuljon másokkal?

- Akármilyen dinamikus növekszik is az árbevételünk, s egyre nagyobb a piaci részesedésünk, azért egy multihoz képest még mindig kisebbek a lehetőségeink a gyártókkal szembeni ártárgyalásokon. 1998-ban beléptünk mi is a Társulásba, amelynek tizenkét hozzánk hasonló hazai nagykereskedő cég a tagja, s fő feladata, hogy jobb pozíciókat, árakat harcoljon ki számunkra, hiszen így együtt lefedjük az ország teljes területét. Nincs ugyan saját bolthálózatunk, de így összegésében nagy a piaci részesedésünk. A KKV- k ma nincsenek könnyű helyzetben az országban, s mi így együtt erősebbek vagyunk. Úgy gondolom, ha már túl sok támogatásra nem számíthatunk, legalább az „élni és élni hagyni” elvet betarthatnák a döntéshozók, már azzal is segítenének.

- Folyamatosan fejlesztette saját erőből a céget az elmúlt 10 évben. Mi a következő terv?

- Eddig is megpróbáltunk hitel nélkül gazdálkodni, és pályázati pénzhez pedig nem sikerült jutnunk, tehát maradt a saját erő. Fejlesztetni pedig folyamatosan kell. Fialat a gépjárműállományunk, de három - négyévente le kell cserélnünk a teherautóinkat, mert sokat futnak. A gépeinket is mindig korszerűsíteni kell. Aztán ha újabb termékeket szeretnénk a piacra hozni, kénytelenek leszünk a 2-szer 1000 négyzetméteres raktárterületet bővíteni. Szerencsére van rá helyünk, hiszen ez a saját tulajdonban lévő telephelyünk, több mint 1,5 hektár.

Nem a pénz, hanem a siker a fontos

- Az Európai Unió nagyon támogatja a cégek társadalmi felelősségvállalását. Azt tapasztalom, hogy a vállalati társadalmi felelősségvállalás több mint a külvilágnak szánt gesztus, politikai korrektség vagy emberbaráti szeretet. Ön pedig a ma oly divatos elv hangsúlyozása előtt jóval, nagyon sokat áldozott, és áldoz erre a területre. Miért?

- Mert szeretem, ha a gyerekeket nevetni és enni látom. – mondja mosolyogva a cégvezető, akinek két saját iskolás gyermeke is van, egy 21 éves fia, és egy 17 éves lánya. - Ilyen egyszerű a magyarázat, de az okok jóval mélyebben gyökereznek. Én egy nagyon szegény bányászcsaládból származom. Sokat voltam a nagyanyám tanyáján, aki egész életében keményen dolgozott, s engem is arra nevelt. Megtanított a kemény munkára, s hogyan lehet a pénzből pénzt csinálni. De engem sohasem a pénz, hanem a siker érdekelt. A pénzt csak eszköznek tekintettem mindig ahhoz, hogy könnyebb legyen a célt elérni. Az volt a célom, hogy saját környezetemben minden megtegyek az emberekért, amit tudok. Az 1999-ben életre hívott Szimbiózis Alapítvány gondolata is innen jött. Egyszerűen a saját eszközeimmel segíteni akartam. Ma az alapítványnak 80 főállású dolgozója van, s 160 családdal állnak kapcsolatban. Létrehoztunk egy farmot, ami lassacskán biztosítja az önellátást, de nagyon jó terápia is a fogyatékos gyerekeknek. A Majorságon kívül szőnyegszövéstől kezdve, dísz tárgykészítésre és önálló életvezetésre, értékteremtésre is megtanítják Őket. Hihetetlen, hogy a szakemberek vezetésével milyen eredményeket érnek el ezek a fiatalok. Persze, ezenkívül is támogat a cégünk különböző kulturális-, és sportrendezvényeket.

- S, a cégen belül?

- Igen a dolog itt kezdődött, hiszen ma már akkor loyális a dolgozó a céghez, ha a fizetés és a biztonság mellett egyéb odafigyelést is kap. Az pedig kétségtelen, hogy az itt dolgozók felelősségteljesebb munkája nélkül, rosszabbak lennének az eredményeink, s ezt velük is érzékeltetem. A kedvezményes vásárlás mellett van 13.havi fizetés, céges rendezvények, s egyéb juttatások is. Most pedig arra gondoltam, hogy létrehozok egy alapot a céges dolgozók gyermekei számára. Aki nyelvekben, informatikában és pénzügyi területen tehetséges, azt mindenképpen támogatni szeretném. Ez egy hosszú távú terv, s hosszú a megtérülési ideje is, de úgy érzem, hogy ezekkel az apró lépésekkel a cég, a város, vagy akár régió humán erőforrásainak itt tartásáért is tehetünk valamit.

