



Az előző írásunkban megismerhették a székelyudvarhelyi **IMP** történetét, jelenét és vízióit a felső vezetés szemszögéből. Most a beszerzési ágazatban dolgozókon van a sor, hogy elmondják: miért is jó **IMP**-osnak lenni. Az **IMP** több mint kétszáz szállítóval áll kapcsolatban: Európa országain túl Távol-Keletről – többek között Indiából, Kínából,

Koreából – és az Amerikai Egyesült Államokból vásárol terméket klienskörének kiszolgálásához. A 11 000 típust meghaladó termékkör létét a beszerzési osztály biztosítja. Feladata széles körű, a cég kereskedelmi tevékenységének egyik tartópillére, amelynek néhány középvezetőjével beszélgettünk a tevékenység sajátosságairól.

Első beszélgetőpartnerünk az **IMP** termékmenedzsere, **Lukácsi László**, aki a gumiabroncsok piacának igazi szakértőjévé vált az évek alatt, pedig nem így indult a pályafutása.



Lukácsi László

Székelyhon: Hogyan vált az IMP munkaközösségének tagjává?

Lukácsi László: 2010-ben mint számítástechnikai mérnök/magánvállalkozó kerültem kapcsolatba az **IMP**-ral. Ekkor felkértek egy projekt kivitelezésére, ennek elkészültével pedig felajánlották, hogy dolgozzak itt termékmenedzserként. Kereskedelemben mindenféle tapasztalat nélkül, szemben az informatika világának monotonitásával egy igen csak érdekes kihívásként tekintettem erre a lehetőségre, így elfogadtam. Azóta sem unatkozom egy perccel sem, mivel ez egy rendkívül interaktív és folyamatos pörgéssel járó munkakör; gyakorlatilag nincs olyan év, amikor valami ne bolygatná meg a piacot, amire gyorsan reagálni kell.

Székelyhon: Mely termésközösség tart fontosnak?

Lukácsi László: Az általam kezelt termékcsoportok a gumiabroncsok, az akkumulátorok és a kenőanyagok. Ezen termékcsoportok komplex termékskálát, technikai sajátosságokat és gondos utánkövetést igényelnek, így szorosan együtt dolgozom a kereskedelmi csapattal és a technikai-piaci jelenlétet biztosító személyzetrel. Az említett termékkategóriák körében felelőse vagyok egy olyan termékportfólió-menedzselésnek, amely minőségi és hatékonysági szempontból a stratégiánknak megfelelően képviseli az **IMP**-t.

Székelyhon: Mit foglal magába a termékmenedzseri munkakör? Melyek a legnagyobb kihívások?

Lukácsi László: A tulajdonképpeni feladatom a fogyasztói igények felmérése, valamint ezen információk alapján a termékek felkutatása és beszerzése. Ugyan ez egyszerűnek hangzik, mégis egy nagyon összetett folyamat, amely a termék teljes életciklusát magába foglalja: az árucikkek beazonosítása után kezdődik a gyártóval való tárgyalás és tervezés, valamint a közös célok meghatározása. Ezt követi a beszállítások megszervezése, a beárazás, később pedig a promoválás és értékesítés, de ide tartozik a termékek teljesítményének követése és az esetlegesen felmerülő minőségi problémák megoldása, illetve a különböző környezetvédelmi kötelezettségeknek és egyéb európai normáknak való megfelelés is. Talán a legnehezebb feladat az optimális készletszintek fenntartása. Attól függően, hogy honnan érkezik az áru, a megrendelés pillanatától akár 1–5 hónap is eltelik, amíg a szállítmány beérkezik és eladhatóvá válik. Ezt nagyban befolyásolja a helyi piac szezonálisitása, a gyártónál esetlegesen felmerülő nyersanyagproblémák, de egyéb külső tényezők is, mint például a világválság okozta nehézségek.

Székelyhon: Milyen módon vászlasztják ki a beszállítókat?

Lukácsi László: A termékportfóliót mindig a helyi piaci igényeknek megfelelően állítjuk össze, és erre keresünk beszállítót, de arra is van példa, hogy egy, a piacon még nem létező, innovatív terméket vezetünk be. A beszállítókkal szembeni elvárásaink közül talán a legfontosabb, hogy megismerjék a helyi piaci körülményeket és lehetőségeket. Románia rendszerint a lehetőségek országának tűnik egy külső szemlélőnek, viszont egy fejletlen, így erősen árorientált piacról beszélünk, a résztvevőket pedig rendszerint nehéz a fejlődés útjára terelni. Nehéz meggyőzni a viszonteladókat például, hogy nagyobb energiát fektessenek az ár/érték arányának népszerűsítésére; ők inkább a gyors kiszolgálásra törekednek, mintsem pontosan felmérjék a technikai igényeket és hosszú távú megoldást ajánlanak a klienseknek. Pedig a jövő ebben rejtőzik.

Székelyhon: Milyenek a romániai számadatok a mezőgazdasági géppark vagy gumiabroncsok terén?

Lukácsi László: Románia az 5. helyen áll az EU-ban a mezőgazdasági területek tekintetében, de a mezőgazdasági traktorparkja lényegesen kisebb, mint a hasonló mezőgazdasági területekkel rendelkező országoké. Míg a romániai gazdák mintegy 220 000 traktorral rendelkeznek a 13,8 millió hektár mezőgazdasági területre, Lengyelországban – amely Romániánál nem sokkal nagyobb – 14,55 millió hektár területre 1,45 millió traktor jut. Az alacsony gépszám mellett érdemes kihangsúlyozni, hogy a traktorok 73%-a meghaladta a normál élettartamot. Ennek az állapotnak az egyik magyarázata az, hogy Romániának több mint 3,3 millió gazdasága van – amely a legtöbb az EU-ban –, de ezek többsége kevesebb mint egy hektár földterülettel rendelkezik, és mindössze 87 000 gazdaságnak van 10 hektárnál nagyobb területe. Így a legtöbb román gazdaság túl kicsi és nem hatékony, nagyrészt kis felszereléseket használ, és nem engedheti meg magának, hogy modern berendezéseket vásároljon.

Székelyhon: Hogyan és milyen munkamódszerekkel dolgozik a különböző nemzetiségű/kultúrájú gyártókkal, beszállítókkal?

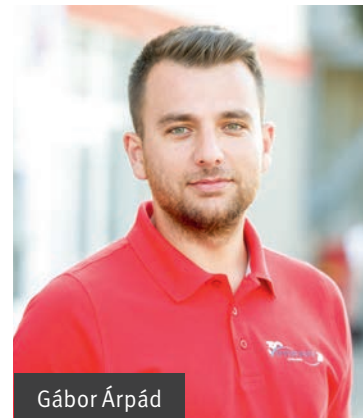
Lukácsi László: A különböző beszállítók képviselőivel rendszeresen piacátogatásokat szervezünk, amelyek révén közelebb kerülnek a valósághoz és a piaci igényekhez. Vannak olyan üzleti modellek, amelyek a honi infrastruktúra fejlettségéből adódó, valamint az itt kialakult fizetési morál okozta többletköltegekkel nem számolnak, így eleve nem tudnak hosszú távon versenyképesek lenni.

Székelyhon: Miért az IMP a kenyéradója immár több mint egy évtizede?

Lukácsi László: Úgy vélem, hogy a cégen belül tapasztalható fiatalos mentalitás és az emberekben található flexibilitás a kulcsa mindannak, hogy az **IMP** immár 30 éve meghatározó szereplője régióink gazdasági életének. Hogyha pedig tartjuk a lépést a nagyvilági trendekkel,

akkor meggyőződésem, hogy még legalább 30 évig hozzájárulunk Székelyföld és Erdély gazdasági életének megmozgatásához, amely nem mellékesen a cég új szlogenjével – **EXCELLENCE. IN MOTION.** – is nagyban összecseng.

A fiatalok egy része külföldre költözik a magasabb fizetés és jobb megélhetés érdekében, de rengeteg erőt fektetnek a pénzkeresésbe, esetenként pedig nélkülözve élnek. Sokan elfelejtik, hogy honnan is jöttek, pedig talán jó lenne megpróbálni szülővárosukban megélhetőséget keresni és azt a mikrokozmoszt fejleszteni, ahonnan jöttek. Közhelynek számít a kijelentés, de ebben az esetben is bebizonyosodott: „Mindenhon jó, de a legjobban otthon!” – véli **Gábor Árpád**, aki négy évnyi külföldi munka után feleségével elhatározta, hogy hazaköltözik szülővárosukba és itt építik fel jövőjüket.



Gábor Árpád

Székelyhon: Milyen területen kezdte a munkát, hogyan sikerült a beilleszkedés a külföldi munka után?

Gábor Árpád: Még a 2020-as év elején a közösségi médiában talákoztam egy **IMP** által meghirdetett álláslehetőséggel, amely felkeltette a figyelmemet, és azonnal, gondolkodás nélkül jelentkeztem. Itt egyből megláttam a fejlődési lehetőségeket és kihívásokat, hiszen egy olyan munkáltatót találtam, aki biztosította számomra a megélhetést. Megkaptam a lehetőséget, hogy az autókellék-kozmetika ágazaton tevékenykedjek mint készletgazda. A céghez a koronavírus-szigorítások kezdetén lettem alkalmazva, és míg az emberek nagy része bizonytalanságban élt a jövő-

jével kapcsolatban a járványhelyzet miatt, addig engem biztosított az **IMP** arról, hogy számíthatok rám és biztonságban vagyok. Miután betekintést nyertem a cég mechanizmusába, rögtön megértettem, hogy egy tapasztalt és profi vezetés áll az **IMP** sikerei mögött. A kollégák kedvesen fogadtak és segítőkészek voltak az első perctől kezdve. A későbbiekben a vezetés bizalmat szavazott nekem, és előléptettek az ágazat termékmenedzserévé, ami megerősítette bennem az **IMP**-ról kialakított pozitív képet, hogy fejlődési lehetőséget kínál az alkalmazottak számára, akik kamatoztathatják tudásukat. Ezzel az előléptetéssel én lettem a legfiatalabb a középvezetők sorában.

Székelyhon: Mit foglal magába a munkaköre, milyen termékportfóliót kezel, illetve mik a mindennapi kihívások?

Gábor Árpád: Nagyon széles a termékportfólió, hozzám összesen hét termék kategória tartozik: autókellékek, biciklikellékek, autókozmetika, autóillatosítók, camping/outdoor, téli autótermékek és szervizkellékek. A munkásságom kezdetétől fogva több mint 50 beszállítóval tartom napi szinten a kapcsolatot. Sokszínű a beszállítói listánk, nyitottak vagyunk kapcsolat teremtésére új partnerekkel, legyenek azok a világ bármely pontján. A beszállítók kiválasztásánál többféle kritériumot tartunk szem előtt. Ezek közül a legfontosabbak a minőség, a szállítási feltételek, a garanciális feltételek, valamint a teljesítés-flexibilitás a helyi piacot figyelembe véve. A kapcsolattartás és a kommunikáció mindenkivel más és más, ami a különböző kultúráknak köszönhető. Másképp kell kommunikálni egy ázsiaival, mint egy európaival. Az ázsiai beszállítóknak mindent részletezni kell, és meg kell bizonyosodni arról, hogy a megfelelő terméket kapod. Ezzel szemben az európai az Unió által meghatározott normákat betartva gyártja termékeit. Az ázsiaiak ugyanakkor jobban törekednek arra, hogy bővítsék az üzletet, a termékskálát, és ezért nagyon rugalmasak.