



Rédei István

10 ÉVES A CO-OP STAR KERESKEDELMI ZRT.

*„Nincs nehezebben véghezvihető,
kétségesebb és óvatosan kezelhető dolog,
mint a dolgok új rendjének kezdeményezése.”*

Machiavelli

A Jászság egyik meghatározó gazdasági szereplője a jászberényi székhelyű CO-OP Star Kereskedelmi Zrt., amely 1999. január 29-én alakult, a Jászsági Áfész kezdeményezésére és vezetésével. A társaság ma a megye vállalkozásainak sorában az első tíz között helyezkedik el, és az országos listán is az első négyszázban található.

Előzmények

A múlt század kilencvenes éveit Magyarország a rendszerváltás jegyében élte meg. Új társadalmi, politikai és hatalmi struktúra alakult ki, és a gazdaságban is gyökeres változások történtek. A privatizáció, a külföldi tőke erőteljes beáramlása és az egyre élesedő piaci verseny jellemezte a korszakot.

A kiskereskedelemben – az állam ezen ágazatból történt kivonulása nyomán – elsők között jelentek meg a külföldi üzletláncok. A piacért való harc elkezdődött. A magyar kiskereskedők és a hazai piacon korábban szép eredményekkel büszkélkedő áfészek középkori lovagok módjára – magányosan, pénztelenül, szervezetlenül, elavult fegyverzetrel, de nagy önbizalommal – próbáltak szembeszállni az atomkorszak – lézer szkennerekkel, energiatakarékos hűtéstechnikával, multinacionális tőkével biztosított háttérrel és az egész világra kiterjedő üzleti kapcsolatokkal felvértezett – hódító üzletláncjaival. A piacvesztés törvényszerű volt. Évek kellettek, mire a kiskereskedők és az áfészek összefogással válaszoltak a piac új kihívásaira. Kialakították saját közös beszerzői hátterüket. Az értékesítésben láncná szerveződtek, s elkezdtek piaci módon kereskedni. Tőke- valamint tevékenységkoncentrációt hajtottak végre a gazdálkodás stabilitásának megvalósítása érdekében.

A COOP csoport

Az áfészek, e gyors változásokra kényszerítő időszakban, 1992-ben hozták létre beszerzői bázisaikat, a PRO-COOP-okat, amelyek biztosították a közvetlen termelői kapcsolatokat, a nagybani beszerzés előnyeit, és az üzlethálózat számára ellátták a logisztikai feladatokat. Az élelmiszer és napi cikk forgalmazást végző kiskereskedelmi üzlethálózatot a COOP üzletlánc keretei közé, franchise rendszerbe szervezték. Az 1995-ben megalakult COOP üzletlánc a hálózat számára az egységes arculat meg-



Maxi Coop – Jászberény

jelenése mellett egyre szélesebb körre kiterjedő közös üzletpolitika megvalósítását jelentette, önálló márkatermékeket vezetett be, országosan és regionálisan szervezett akciós rendszert működtet, egységes ár- és választékpolitikát valósít meg. Sikerült az ezredfordulóra elérni, hogy a rendkívül éles piaci versenyben a COOP rendszer a legnagyobb magyar tulajdonú kiskereskedelmi vállalkozás, és az élelmiszer, napi cikk kiskereskedelemben a piaci pozíciója alapján a második helyet foglalja el Magyarországon.

A COOP üzletek megjelenése nyomán ma már elsősorban COOP rendszerként ismerik a hazai fogyasztási szövetkezetekből alakult, üzleti tevékenységet folytató vállalkozási csoportot. A kiskereskedelem mellett termelői háttér is kapcsolódik a csoport tagjainak működéséhez. A legnagyobb és legismertebb az UNIVER, de húsfeldolgozó üzemek, pékségek, szárasztészta gyártó üzemek, szikvízüzemek, üdülők és más vendéglátóhelyek is működnek a csoport tagjainak tulajdonában.

A CO-OP Star Zrt.

A részvénytársaság születése

Az áfészek közötti gazdasági integráció szülötte a CO-OP Star Kereskedelmi Részvénytársaság, amelyet 1999 januárjában piacait és tőkéjét egyesítve három ÁFÉSZ – a Dél-Pest Megyei, az Északpesti és a Jászsági – indított útjára. Az alapítók célja a működési területen a piacaik megőrzése, illetve a pozíciójuk erősítése volt.

Az alapítást megelőzően a Jászsági ÁFÉSZ önállóan is előkelő helyet foglalt el a megye vállalkozásainak rangsorában. 1997-ben a 20. helyen szerepelt 2.437 millió Ft-os nettó árbevételével. A piaci folyamatok azonban szükségessé tették, hogy kezdeményezője legyen a szövetkezetek közötti integrációnak. Az összefogás szándékával 5 áfész vett részt egy új gazdasági társaság alapításának előkészítésben, de végül csak az említett három vált alapítótá. Az rt. induló tőkéjét két lépésben a Jászsági ÁFÉSZ és a tulajdonában lévő IMMOBILIA-COOP Kft., valamint a Dél-Pest Megyei ÁFÉSZ és az Északpesti ÁFÉSZ biztosította 1.065 millió Ft jegyzett tőkével, amelyből a jászsági részesedés 500 millió Ft-ot tett ki. A nagykátai székhelyű szövetkezet később csatlakozott a társasághoz, míg a gyöngyösi azóta is önállóan folytatja tevékenységét. Az alapítás évében mintegy féléves folyamatot igényelt az üzletek átadása-átvétele az új rt. részére. A piaci egyesítést követően az új



Szupermarket – Jászberény

vállalkozás már 4,1 milliárdot meghaladó árbevételt ért el, amelyet 2000-ben további 50 %-kal tudott növelni, és 6.227 milliós forgalmával a megye 12. legnagyobb vállalkozásává vált.

A létrejött integráció azonban nemcsak a tőke és a piacok egyesítését jelentette. A cég irányításába bekapcsolódtak azok a szakemberek, akik korábban az önállóan működő áfészek alkalmazottai voltak, így jelentősen megerősödött a szakmai apparátus, kétségtelen viszont, hogy a jászsági központ játszotta továbbra is a fő szerepet az üzletpolitika és a gazdasági folyamatok alakításában. Az integrációval jelentősen javult az irányítás hatékonysága, és az egységes üzletpolitikának köszönhetően az egyes üzletek hatékonysága is.

A társaság alapítói az első pillanattól kezdve célul tűzték, hogy az együttes működés alapján megtermelhető eredményt a vállalkozás fejlesztésére fordítják annak érdekében, hogy az üzlethálózatot folyamatosan, versenyképesen tudják működtetni. A kezdeti sikerek is igazolták, hogy a részvénytársaság keretében létrejött integrációval gyorsabb növekedést lehet elérni, mint önállóan, ezért célként jelölték meg további szövethetzeti partnerek megnyerését a társaságba való belépésre.

A CO-OP Star Zrt. alapításától kezdve az integrációt, a versenyképességet, az innovációt és a minőségi szakmai munka követelményét tűzte zászlajára.



Szupermarket – Jászberény

Az integráció erősödése

A CO-OP Star Zrt. gazdasági eredményeit látva és a piac szorító hatását érzékelve további áfészek döntöttek üzlethálózatuk csatlakoztatásáról. 2002-ben a Tápiószele és Vidéke ÁFÉSZ, majd 2004-ben a Nagykörös és Vidéke ÁFÉSZ üzleteit vette bérbe a társaság. 2004-ben bővült a tulajdonosi kör azzal, hogy csatlakozott a Nagykáta és Vidéke ÁFÉSZ, aki az üzleteinek üzemeltetésre történő átadása mellett jelentős tulajdoni hányadot is szerzett a társaságban. 2005-ben a Gyula és Vidéke ÁFÉSZ a nagykátaéhoz hasonlóan az élelmiszerüzleteit adta át a CO-OP Star Zrt.-nek üzemeltetésre, és vált ugyancsak tulajdonosává a társaságnak. Ugyanebben az évben három kunsági szövetkezet döntött a CO-OP Star Zrt.-hez való csatlakozásról. Először az üzletek kerültek átadásra, működtetésre, majd az átalakulás jogi procedúráját befejezve a túrkevei, a karcagi és a kisújszállási áfészek átalakulásával létrejött társaságok beolvadtak a CO-OP Star Zrt.-be. 2006-ban a parádi székhelyű Mátra ÁFÉSZ üzleteinek átvételére került sor, s az azóta részvénytársasággá alakult szövetkezetben a CO-OP Star Zrt. döntő tulajdoni hányadot szerzett. Az áfészek között zajló gazdasági integráció eredményeként 2008-ban a CO-OP Star Zrt. már korábbi 11 önállóan működő áfész kereskedelmi hálózatának működtetését, irányítását végzi, s ezzel a COOP csoporton belül az ország legnagyobb integrációját hajtotta végre.

2007 végére a társaság jegyzett tőkéje az említett csatlakozásoknak köszönhetően 2.168 millió Ft-ra emelkedett, több mint 1100 alkalmazottat foglalkoztatott, 115 üzletet



Maxi Coop – Pusztamonostor

működtetett 58 településen, a nettó árbevétele pedig meghaladta a 16 milliárd Ft-ot. A cégintegráció során a tulajdonosi kör az áfészek csatlakozásával bővült. A beolvadásoknak, valamint a folyamatosan zajló üzletrész-részvénycseréknek köszönhetően pedig szerkezetileg is átalakult. A társaság részvényeinek 25 %-a több mint 3000 magánszemély kezében van, de a legnagyobb tulajdonos ma is a Jászsági ÁFÉSZ több mint 30 %-os részesedéssel.

A társaság üzletpolitikája

A CO-OP Star Zrt. megalakulásakor megalkotta üzleti stratégiáját és rögzítette azokat a főbb alapelveket, amelyek mentén az üzletpolitikai célokat el kívánta érni. A COOP csoport üzletfilozófiájával egybecsengő alapelvek következők voltak:

– A COOP üzletláncba tartozó boltok a családok napi fogyasztási szükségleteinek kielégítését szolgálják úgy, hogy részükre a legoptimálisabb ár/érték/idő arányt kívánják biztosítani.

– Az élelmiszer-napicikk forgalmazást végző kiskereskedelmi tevékenységben a társaság elkötelezett:



Maxi Coop – Jászkóhalma

- a minőség mellett, kifejezetten kerüli a silány minőségű és a bizonytalan eredetű termékek forgalmazását,
- a magyar termékek mellett, segíti azok piacra kerülését a hazai fogyasztók igényeinek megfelelően.

– A társaság elkötelezett a magyar kereskedelmi kultúra színvonalának emelése mellett, különösen a fogyasztók részére történő személyes eladás és a vásárlás kulturált körülményeinek biztosításával.

Az üzletpolitikai célok megvalósítása érdekében a társaság 2004-ben elindította a COOP Klub néven ismert törzsvásárlói rendszerét, svédországi szövetkezeti tapasztalatok alapján.

2006-ban a CO-OP Star Zrt. kezdeményezésére jászberényi székhellyel megalakult a COOP Klub Kártyaközpont Kft., amely a törzsvásárlói rendszer országos kiterjesztését hivatott megvalósítani. Az induláskor 34 ezer törzsvásárlóval csatlakoztunk a Kft.-hez, azóta az országban közel 120 ezer törzsvásárló használja a COOP Klub Kártyát, melynek mintegy fele a CO-OP Star Zrt. üzleteinek vásárlója.

Fejlesztések

Az üzletpolitikában a fejlesztések mindig kiemelt jelentőséggel szerepeltek, amelyek keretében elsők között vezettük be a COOP csoport új, integrált informatikai rendszerét 2003-ban. A társasághoz csatlakozó területekre mindig középtávú fejlesztési program készült, melynek keretében új üzletek épültek – pl. Tápiószentmártonban, Kókán, Abonyban, Kenderesen –, illetve meglévő áruházak kibővítése, felújítása történt meg pl. Nagykátán, Túrkevéen, Albertirsán. Az integráció által elért hatékonyabb működésnek köszönhetően a jászszági fejlesztések is felgyorsultak. Két ütemben kibővült a jászberényi Áruház, megújult a Szent István körüli ABC, új üzletet építettünk Pusztamonostoron és Jászfákóhalmán, s folyamatban van az alattányi ABC Áruház megvalósítása. A cég irányítását kibővült létszámmal, megnövekedett feladatokkal látja el a jászberényi központ, ezért a régihez kapcsolódva egy új irodaház megépítése is megtörtént.

A fejlesztések elsősorban azt a célt szolgálták, hogy a vásárlók és az ügyfelek részére kulturált körülményeket teremtsen a társaság, kellően széles választékot lehessen biztosítani az üzletekben, s legyenek meg a színvonalas munkavégzés feltételei.

Társadalmi szerepvállalás

A szövetkezeti gyökerű részvénytársaságban sikerült megőrizni azokat az értékeket, amelyeket az áfészek képviseltek a helyi közösségek életében. Számtalan rendezvény, így a CO-OP Star Fesztivál, az Őszi CO-OP Star Napok, valamint a COOP Partyk nyújtanak lehetőséget a helyi kulturális közösségek bemutatkozására.

Hagyományosan részt vesz a társaság különböző civil szervezetek támogatásában, elsősorban a sport és a kultúra területén. 30 éve fenntartója a Székely Mihály Kórusnak, támogatója az évenként megrendezendő Csángó Fesztiválnak, a Jászkiirt Futófesztiválnak és a Jászok Világtalálkozójának. A CO-OP Star Zrt. támogatásával részese volt a helybéli labdarúgócsapat, röplabdacsapat sikereinek, s rendszeres szponzora az európai bajnokokat és helyezetteket felsorakoztató Yakuzák SE-nek.

A CO-OP Star Zrt. olyan üzletfilozófiát követ, amely alapján felelősséget érez és vállal a boltjaikban vásárlókért, elsősorban minőségi termékek forgalmazásával, másrészt felelősségvállalással segíti a helyi közösségek működését, s így együttesen járul hozzá a működési területén élők jobb életminőségének eléréséhez.

NÉVJEGY:

CO-OP Star Kereskedelmi Zrt.

5100 Jászberény, Ady E. u. 22.

T.: 06-57/411-411

Fax: 06-57/411-543

E-mail: mail@coopstar.hu

Elnök-vezérigazgató: Rédei István

Kereskedelmi igazgató: Mezei János

Gazdasági igazgató: Herceg József

Felügyelő Bizottság elnöke: Bartus Pál

Pál Tünde

A 10. JÁSZ EXPO KIÁLLÍTÁS ÉS VÁSÁR

A vásárok és a kiállítások a gazdasági élet fontos részét képezik. A vásáron való részvétel a termelő, a felhasználó és a termék találkozását segíti elő, mely a gazdaság fejlődését képezi. Dolgozatomban a 2007-ben megrendezett 10. Jász Expo Kiállítás és Vásár bemutatásával próbálok azt bebizonyítani, hogy a globalizálódó világban háttérbe szorultak ugyan az emberi személyes kapcsolatok, de éppen ezért igenis szükség van az ilyen célú rendezvényekre, ahol a fő hangsúly a személyes találkozásokon van, ahol a vevő és az eladó közvetlenül tud kommunikálni, nem pedig csak interneten keresztül.¹

A vásárok és kiállítások speciális rendezvényeknek tekinthetők. Komplex marketingkommunikációs akciók, hiszen számos egyéb kommunikációs elemet is felvonultatnak. Funkciója az információcsere. A vásárok és kiállítások sokoldalú információval szolgálhatnak az iparág fejlettségéről, a versenytársak tevékenységéről, az egyes piacok igényeiről. Kiváló alkalmat nyújtanak ezek a rendezvények a piackutatásra, termékutatásra, előrejelzések felvázolására.

Manapság egyre fontosabbá válik a vevőközelség, a közvetlen kapcsolat és az élményszerűség, amelyet a rendezvények jó hatássfokkal tudnak közelíteni. A hazai piac legnagyobb terei és lehetőségei a kiállítások és a vásárok lehetnek. A résztvevők – az egyes szakmák, ágazatok képviselői – lehetőséget kapnak az ilyen típusú üzleti eseményen való részvétel alkalmával a bemutatkozásra, a piaci helyzet felmérésére, a már meglévő és a leendő üzleti partnereikkel való találkozásra, a megmérettetésre, ismertségük növelésére, és ami a legfontosabb, a személyes kommunikációra.

A kiállítás ma már nem a prospektusgyűjtő lézengők terepe. Néhány kifejezetten sikeres, elsősorban a fogyasztókat célzó vásárt leszámítva, a klasszikus vurstli-szerű események kora lejárt. A cégek komolyan megfontolják mennyit érdemes egy-egy kiállításra áldozni, és milyen más eszközökkel érhetik el a partnereiket. A lassan növekvő kiállítás- és vásárüzletágban az üzleti kommunikációs célú rendezvények felé billen a mérleg. Ez részben az Európai Unióban az utóbbi öt évben elszaporodó cégösszevonásoknak, másrészt az internet elterjedésének köszönhető. Az unió leg-erősebb kiállításai továbbra is a német nagyvárosokban vannak, de egyre népszerűbb a csehországi Brünn és a lengyel Poznan is.

Kevesebb a cég, kevesebb a kiállító. Ez egyik fő következménye az unióban az elmúlt években egyre szaporodó cégegyesítéseknek, ami a kiállítás- és vásárüzletágot

¹ A dolgozat első változatát a Dunaújvárosi Főiskola kommunikáció-művelődésszervezés szakán nyújtottam be. Megírásához nagy segítséget jelentett, hogy kötelező szakmai gyakorlatomat a COMEXPO Stúdió Kft.-nél töltöttem.