

Posta

A MAGYAR POSTA RÉSZVÉNYTÁRSASÁG
ÉS A POSTÁSOK SZAKMAI EGYESÜLETÉNEK FOLYÓIRATA

A TARTALOMBÓL

A belföldi csomagpiac

A futárpiac ...
(2. rész)

PSZE éves küldöttközgyűlése



PSZE Küldöttközgyűlés, elnöki beszámoló



TARTALOM

.....

BÁRÁNYI ILDIKÓ

A magyarországi belföldi csomagpiac – CEP	3
---	---

KONCZ KRISZTIÁN

A futárpiac és az EMS postafutár helyzete a piacon 2003. – II. rész	9
---	---

A Postások Szakmai Egyesülete 2004. évi küldöttközgyűlésének dokumentumai

• Az Országos Elnökség állásfoglalásai	16
• Dr. Oláh László elnöki beszámolója a PSZE munkájáról	18
• A PSZE 2004. évi programja	26
• Küldöttközgyűlési határozatok	27
• 2004. évi PSZE DÍJ-azottak	28

Megjelenik negyedévente. Előfizetésben terjeszti a Magyar Posta Rt. Levél- és Hírlapüzletági Igazgatóság.
Belföldi előfizetés: Budapesten az LHI kerületi ügyfélszolgálati irodánál, a hírlapkézbesítőknél, a Hírlap-előfizetési Irodában (HELIR) Budapest, VIII., Orczy tér 1., levélcím: HELIR Budapest 1900. Vidéken a postákon és a kézbesítőknél.

Külföldi előfizetés: Hírlap-előfizetési Iroda (HELIR) Budapest, VIII. Orczy tér 1.,
fax: 303-3440, levélcím: HELIR Budapest 1900. Példányonkénti ár: 200 Ft, éves előfizetési díj: 996 Ft.

Posta

**A MAGYAR POSTA RÉSZVÉNYTÁRSASÁG
ÉS A POSTÁSOK SZAKMAI EGYESÜLETÉNEK FOLYÓIRATA**

VI. ÉVFOLYAM 1. SZÁM
2004. ÁPRILIS

A szerkesztőbizottság elnöke: *Dr. Oláh László*
Társelnök: *Szivi László*
Szerkeszti a szerkesztőbizottság

Közlési feltételek:

A cikkeket e-mailen, illetve floppy-n kérjük, kéziratot csak kivételes esetben fogadunk el. Másodközlést nem vállalunk. Kéziratokat, rajzokat, fotókat nem őrzünk meg és nem küldünk vissza.

E számunk szerzői:

BÁRÁNYI ILDIKÓ
A Magyar Posta Rt. Vig. munkatársa

KONCZ KRISZTIÁN
A Magyar Posta Rt. Vig. munkatársa

ISSN 1419-6239

Felelős szerkesztő: Fábics Miklós
Felelős kiadó: Dr. Szabó Pál vezérigazgató
Nyomás: BEK Nyomda, Budapest
Felelős vezető: Galgóczi Károly
Szerkesztőség: Budapest, XIV., Thököly út 22.
Telefon/fax: 322-1651
e-mail: olahlaszlo@posta.hu
Postacím: 1443 Budapest, Pf. 244

A magyarországi belföldi csomagpiac – CEP

A sajtóban, a köznyelvben, de még a szakmai publikációkban is sokféle kifejezéssel találkozunk a csomagot és kisebb mennyiségű darabárut szállító cégek vagy szolgáltatásaik megnevezésére: futárszolgálat, gyorsposta, csomagküldő, expressz fuvarozó, csomag-logisztika, motoros futár és így tovább.

Ezek közül az előszeretettel használt „csomagküldő” például teljességgel hibás, hiszen a csomagküldő távkereskedőt jelent, olyan céget, amely csomagban küldi ki a vásárlónak a nála vásárolt terméket, nem pedig a csomag fuvarozóját.

A 2004. január 1-jétől hatályos új Postatörvény is tartalmaz meghatározásokat, amelyek nem minden esetben esnek egybe a köznyelvi értelmezéssel.

A fogalmak tisztázatlanságából erednek az olyan típusú anomáliák is, mint például a szolgáltatói „top-listák”, amelyen futárszolgálatok címszó alatt a biciklis városi futártól kezdve az – elsősorban nemzetközi légi expressz fuvarozásban érdekelt – integrátorokig minden cég egy kategóriában szerepel. Az ilyen összehasonlítás, mind a forgalom, mind pedig a bevétel szempontjából félrevezető és teljesen fölösleges.

Hibás elképzelésnek tartom a piac felmérésénél a cégek összehasonlítását, mert úgy gondolom, hogy a cégek által nyújtott szolgáltatásokat kell összevetni.

A „piacvezető” címet könnyedén odaítélik a sajtóban, de a leggyakrabban nem derül ki, hogy mely területen, mely piacon (piaci szegmensben!!) piacvezető az illető cég.

Provokálónak szánom a következő kijelentést:

Amennyiben elfogadjuk, hogy a Magyar Posta a logisztikai piac egyik szereplője (márpedig tagadhatatlanul az), akkor a maga 150 milliárd körüli bevételével piacvezető és még a közelébe sem ér senki.

Ugye Önök is érzik, hogy ez a kijelentés valahol sántít?

Az első és legfontosabb probléma, hogy a cég *teljes bevételét* vettem, nem csak azt a részét, amely az adott piacon végzett tevékenységből származik. Ugyanezt a hibát naponta elkövetik a médiában. A másik probléma, hogy a „logisztikai piac” eléggé tág fogalom, ha összehasonlításokat akarunk végezni, mindenképpen érdemes tovább szegmentálnunk.

A konkurenciavizsgálatoknál én praktikusabbnak találtam a kereslet alapján kialakított *szolgáltatások* összevetését és ennek alapján igyekeztem a cégek piaci részesedését, tehát piaci pozícióját meghatározni.

Ilyen megközelítésben a Magyar Posta például, bármennyire nagy cég, csupán egyik szereplője a motoros futárszolgálatok piacának, így ezen a top-listán például nem az élen szerepel.

A szolgáltatások összevetéséhez a felhasználók igényeiből indultam ki, de azt mindjárt az elején látnunk kell, hogy az egyes szolgáltatások között nincs élesen meghúzható határvonal. Ennek ellenére kirajzolódnak a kontúrok, melyek segítségével a piacot fel lehet osztani egyedi vonásokkal jellemezhető szegmensekre.

Miután az elképzeléseinknek megfelelő kész koncepciót sehol nem találtunk, a termékmenedzsment és értékesítés területén dolgozó kollégáimmal együtt elkészítettem egy ilyen felosztást.

A piaci szegmensek meghatározása

A teljes belföldi közúti darabáru szállításból kizártam a nehézgépek, veszélyes áruk, hűtött és fagyasztott áruk szállítását és az egyéb „speciális” területeket és a következő 3 nagy kategóriát különítettem el:

- a) *Áruszállítás és fuvarozás*: palettázott (konténeres, bálás) tömegáru, többnyire komplett rakományként, FMCG és ipari termékek, jellemzően 24-48 órás kiszállítási határidővel, általában célfuvarokkal (nem hálózatban).
- b) *Hálózatos darabáru szállítás*: palettázott áru (nem komplett kamion mennyiségben), valamint egyéb darabáru szállítás, jellemzően 24 órás kiszállítási határidővel, általában terítő-gyűjtőhálózatokon keresztül.
- c) *Kiscsomag szállítás*: kézzel mozgatható és rakodható darabáru szállítás (felső súlyhatár 30-50 kg között), nagyon változatos kiszállítási határidőkkel: azonnali (futárküldemények), éjszakai, másnap délelőtti, 24 órás határidők.

A 3 kategória NEM választható szét egy éles határral, hiszen akár komplett kamion mennyiségű áru fuvarozását is igényelhetik azonnali indulással, vagy FMCG¹ termékek is utazhatnak csomagban 48 órás határidővel.

A fenti hármás bontás a JELLEMZŐ és a mi szempontunkból releváns csoportosítást tartalmazza.

Azonnali	Éjszakai kézbesítés	Délelőtti (overnight)	24 órás	
Kiscsomag – CEP				
Hálózatos darabáru szállítás				
				Áruszállítás

1. ábra: A csomagpiaci szegmensek

A piaci szegmensek jellemzése

Az „áruszállítási piacot” a csomagpiac keretének tekintem, fordított megközelítésben a csomagpiac az áruszállítási piac része.

¹Fast Moving Consumer Goods = gyorsan forgó kereskedelmi áruk

Az általam csomagpiacnak nevezett területhez tehát a teljes darabáru szállítási piac szűkítésével jutunk el, úgy hogy kizárjuk a speciális területeket, valamint az a) pontban leírt tevékenységeket (amelyek ugyanakkor természetesen a legnagyobb volument jelentik).

A csomagpiac ezután két részre osztható: a kiscsomag, valamint a – jobb híján – „há-
lózatos darabáru szállítás és fuvarozás”-nak elnevezett szegmensre.

Hálózatos darabáru szállítás

Ha csak a kínálati oldalt vizsgálom, akkor ezt a szegmenst nem vettem volna külön kategóriának, ugyanis kevés cég kínál vegyesen és egyforma feltételekkel raklapos és kiscsomag szállítást, hiszen a technológia és a szükséges berendezések és eszközök teljesen különbözőek a két küldeményfajtánál.

A keresleti oldalon azonban markánsan jelentkezik az igény a címenként 20 kg – 2-3 paletta mennyiségű áru kézbesítésére. A megrendelő ilyen esetekben szívesebben adja egy kézbe küldeményeit, nem kíván néhány raklap (vagy néhány csomag) elszállítása miatt a megszokott csomagos (vagy raklapos) partnere mellett egy másik szolgáltatóhoz fordulni.

A megoldás leggyakrabban az, hogy a szolgáltatók között együttműködési kapcsolatok jönnek létre, a csomag-logisztikai vállalkozó átadja egy „raklapos fuvarozónak” a palettákat és fordítva.

A szegmens egyik érdekessége az, hogy a nemzetközi gyűjtőforgalmat bonyolító speditőrök mind a kínálati, mind pedig a keresleti oldalon jelen vannak. A gyűjtőt igénybevevő partnereknek kínálják a belföldi fuvarozási szolgáltatást is (exportban háztól indítási pontig, importban érkeztetési pontról házig), azonban ezt az esetek többségében nem saját maguk végzik, így megbízóként keresletet generálnak a fuvarozók és csomag-logisztikai cégek felé.

A Magyar Posta ebben a szegmensben a Posta Sped (nappali kiszállítású „alternatív” kereskedelmi csomag) szolgáltatást kínálja.

Kiscsomag

Kiscsomagnak itt a kézzel mozgatható és rakodható darabárut nevezem, ez eléggé általánosan elfogadott. Ezen a piacon belül az átfutási idő szerint érdemes szegmentálni. A meghirdetett átfutási időket a szolgáltatók „garantálják”, ez az esetek többségében pénzvisszafizetési garanciát is jelent.

A leggyorsabb átfutást biztosító **azonnali** szolgáltatást a szakirodalom **futárszolgáltatásként**, a Postatörvény futárpostaként tartja számon.

A futárszolgálat azonban nem csak gyorsaságban, de technológiában is különbözik a többi csomagszállítási szolgáltatástól: a küldeményeket azonos személy – a futár – kíséri a teljes útvonalon, átrakodás, feldolgozás nem történik. Vagyis ezek a küldemények nem egy terítő-gyűjtő hálózaton jutnak el a címhelyig, hanem „direktben.”

A személyszállításból vett példával élve a futár olyan mint a taxi, míg a többi – hálózatos – csomagszolgálat inkább a tömegközlekedéshez hasonlítható, melynek segítségével több átszállással ugyan, de szinte bárhová el lehet jutni a menetrend szerinti járatokon.

A legjellemzőbb belföldi futárszolgálati forma a városi (motoros vagy biciklis) futár. Az alacsony belépési korlátok miatt ez a piac sokszereplős és nagy a fluktuáció. A cégek nagy része Budapesten működik, a taxivállalatok szintén vállalnak futárfeladatokat.

Távolsági szolgáltatást is sokan kínálnak, jellemzően kilométerdíjat számolva el a teljes útvonalra oda-vissza.

A Postafutár szolgáltatásunk tipikusan ebbe a kategóriába sorolható.

Éjszakai kézbesítésre olyan iparágakban van szükség, ahol a vásárlók megrendeléseit a délutáni órákig fogadják, az árunak azonban már a következő munkanapon, munkakezdetkor rendelkezésre kell állnia. Az éjszakai kézbesítéshez a körülményeket is meg kell teremteni, hiszen ilyenkor általában nincs átvevő. Zsilipes rendszert lehet alkalmazni, vagy lehetőséget kell adni a kézbesítőnek a címhelyre való bejutáshoz (kulcs, riasztórendszer!). A címzett telefonos ébresztése, vagy a szomszédos éjjel-nappali üzletben való átadás is előfordul.

Az ellenőrzés nélküli kézbesítés, a személyes átadás-átvétel elmaradása miatt bizalmi szolgáltatásnak számít.

A keresleti oldal jól körvonalazható: a gyógyszer- és az autóalkatrész kereskedelemben igénylik az éjszakai kézbesítést.

A kínálati oldalon ritka az olyan cég, amely kizárólag ezt a határidőt ajánlja, inkább az a jellemző, hogy ez az egyik választható kézbesítési opció. Európában az elmúlt egy évben több éjszakai kézbesítést végző vállalkozás ment tönkre, illetve olvadt bele más csomaglogisztikai cégekbe, amiből akár arra is következtethetünk, hogy kizárólag erre a szolgáltatásra nem érdemes egy vállalkozást építeni.

Magyarországon – tudomásom szerint egy kivétellel – nincs olyan cég, amely kizárólag éjszakai kézbesítést ajánlana, a nappali szolgáltatás mellett is csak 3-4 szereplő nyújtja ezt a lehetőséget.

A Posta néhány jelentős autóalkatrész nagykereskedő számára végez éjszakai kézbesítést a kereskedelmi csomag szolgáltatás keretében.

Amikor fontos az átadás-átvétel, vagy az egyszemélyes kézbesítés nem megoldható (egy bankhoz pl. nem adnak kulcsot), azonban a küldeményre már a munkanap elején szükség van, akkor az úgynevezett **overnight²** szolgáltatás ajánlható.

A valódi overnight a feladást követő reggeli kézbesítést jelent, azonban ide sorolhatjuk a másnap 10 óráig, sőt **másnap délig** bezárólag garantált kézbesítéseket is.

A felvételt követő munkanapra ígért kézbesítések egy része óhatatlanul délelőttre esik, az ügyfelek pedig szeretnék ha ez felár nélkül, mindig és biztosan így történne.

Kínálati oldalról természetesen másképp néz ki a kérdés: garantálni és az ezzel járó kockázatot, esetleg költséget is vállalni csak magasabb díj ellenében érdemes.

A szolgáltatók nagy része csak bizonyos helységekre (jellemzően a nagyobb városok) vállalja a délelőtti kézbesítést, illetve nem saját hálózatán juttatja célba az ilyen küldeményeket, hanem átadja egy futárszolgáltatásnak, amely az azonnali küldeményekkel kombinálhatja ezeket a feladatokat.

Országos területi lefedettséget az overnight kézbesítésben – kiterjedt hálózatának köszönhetően – a Posta nyújt, amely ebben a szegmensben az EMS Belföldi Gyorsposta szolgáltatással piacvezető.

A „**24 órás**”-nak hirdetett szolgáltatások nem azt jelentik, hogy ha egy küldeményt „A” napon 13 órakor adnak fel, akkor az másnap 13 óráig garantáltan kézbesítésre ke-

²overnight = „éjszakán túli”, azaz másnap reggeli

A MAGYARORSZÁGI BELFÖLDI CSOMAGPIAC – CEP

rül! A pontosabb megfogalmazás az lenne, hogy a felvételt követő munkanapon (esetleg szombaton és vasárnap is) munkaidő végéig.

A magyarországi belföldi csomagszállításban ez a legjellemzőbb kategória: erre van a legnagyobb igény és ennek megfelelően komoly a kínálat is.

Az elvárások: bárhonnán bárhová lehessen küldeni, legyen információ a küldemény hollétéről, a kézbesítésről vagy annak sikertelenségéről (okáról), sikertelen kézbesítési kísérlet esetén történjen ismételt kézbesítés, értesítsék a címzettet / feladót, stb.

Fentiek miatt az országos lefedettséget biztosító, teljes nyomkövetést alkalmazó és jó ügyfélszolgálati háttérrel rendelkező szolgáltatók vannak versenyelőnyben.

A piaci szegmensben tevékenykedő szereplők nagy száma ellenére ennek a leírásnak csak néhány cég felel meg.

A keresleti oldalra jellemző, hogy a kész csomag elszállítása mellett egyre több kiegészítő szolgáltatást igényelnek, mint pl. küldemény előkészítés, csomagolás, raktározás, tételes átadás és polcszervíz a hipermarketekben, címlistájuk karbantartása, stb.

Bármely csoport esetében előfordul, de a „standard” (1-2 napos) átfutási idők szegmensében a legjellemzőbb a saját szállítás. Itthon még mindig nagyon sok vállalatnál gondolják úgy, hogy a saját járműpark fenntartása és az „úgyis arra járunk” elv alapján szervezett disztribúció olcsóbb, mint kiadni a feladatot egy külső szolgáltatónak. Az outsourcing³ persze ezen a területen is megjelent, de véleményem szerint csak lassan terjed.

A 24 órásnál hosszabb átfutási idők halmazát time certain (biztos idejű), statisztikai időgaranciát nyújtó és nem időgarantált szegmensre oszthatjuk.

Magyarországon, az ország méreteiből következően a 2 napnál hosszabb átfutási időt nem tartják elfogadhatónak az ügyfelek. Világjelenség, hogy az igénybevevők kiszámítható szolgáltatást akarnak, ezért – még akkor is, ha megelégszenek a hosszabb átfutási idővel – a biztos idejű szolgáltatásokat részesítik előnyben.

Ebből a megfontolásból kiindulva tartottuk fontosnak a Postacsomag szolgáltatás mellett a Posta Business Pakk (PBP) bevezetését, amely 2 munkanapon belüli kézbesítést garantál.

CEP

A CEP (Courier, Express, Parcel) kifejezést a hamburgi illetőségű MRU⁴ tanácsadó cég terjesztette el, amely az európai csomagpiac legavatottabb ismerője. A témában készített első átfogó tanulmányukban⁵ a csomagpiacot az átfutási idő és a szállítási módzat (direkt vagy hálózaton keresztül) szempontjából a futár – express – csomag kategóriákba sorolják.

³outsourcing = feladatok kiszervezése, alvállalkozásba adása

⁴Manner-Romberg Unternehmensberatung GmbH

⁵„The TOP 101 of the European CEP Market” – Az Európai CEP piac 101-es toplistája, I. kiadás 2001/2002.

A futárszolgálat ebben a tanulmányban is a személyesen kísért, átrakodás nélküli szállítást jelenti.

Az MRU szerint „az expressz-szolgálatokhoz tartoznak mindazok a szolgáltatások, amelyek keretében a feladott küldeményeket nem közvetlenül, kizárólagosan és személyes kísérettel juttatják célba, hanem átrakóközpontokon keresztül. Ezen a területen tehát jellegzetes gyűjtőszállítványokkal van dolgunk. Ezekhez azonban meghatározott, gyakran garantált kézbesítési határidő társul.”

A csomag kategória az expressznek egy alszegmense, amelyre a méret- és súlykorlátok jellemzőek, valamint az, hogy a szolgáltatók szabványosított rendszerek segítségével biztosítják az elvárt hatékonyságot.

A fentebb bemutatott két piacfelosztási lehetőség (az 1. ábra szerint, illetve a CEP) bármelyikét alkalmazva már értelmet nyer a cégek rangsorolása, de ekkor is csak az egyes szolgáltatások mentén, nem általánosságban.

Ha pedig meghatároztuk, hogy a cégünk mely piaci szegmensben nyújt szolgáltatást, akkor lehet a konkurenciát (szolgáltatásokat és cégeket) felmérni, elemezni.

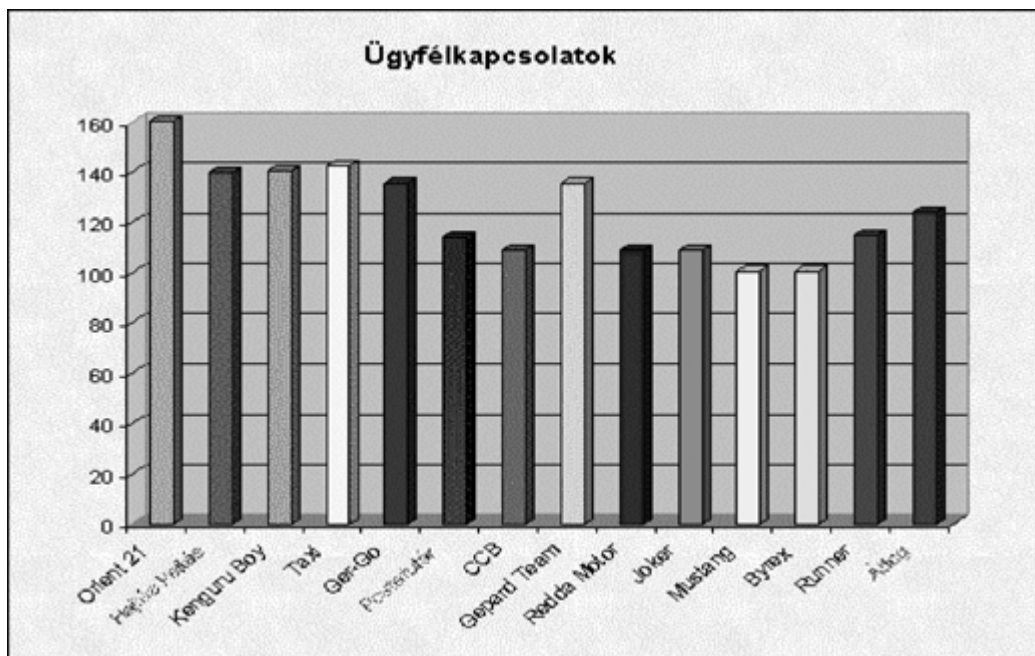
A szakcikk első része a lap 2003. évi 3-ik számában (októberben) jelent meg – Szerkesztőség

Koncz Krisztián: A futárpiac és az EMS postafutár helyzete a piacon 2003.

II. rész

3. Ügyfélkapcsolatok

Ebben a csoportban az ügyfelekkel való kapcsolattartás, ügyfélápolást értékeltük. Ezeknek az elemeknek a fontossága egyre nagyobb, ugyanis az ügyfelek minőség igénye nő. Míg a 2001-es vizsgálat során ebben a kategóriában a saját szolgáltatásunk végzett az első helyen, addig most a mezőny második felébe, a nyolcadik helyre esett vissza. Ennek csak részben oka, hogy bizonyos alszempontokban rosszabbul szerepeltünk, a lényegesebb, hogy a konkurenseink egy része ma már sokkal nagyobb hangsúlyt fektet ezekre, mint másfél évvel ezelőtt. Összesen 185 pontot lehetett elérni, a csoport átlaga 123,8 pont volt.



1. ábra

Diszpécser

Az **ügyfélszolgálat minősége** nagyon fontos tényező, hiszen az ügyfelek döntő többsége először ezen keresztül kerül kapcsolatba a cégekkel. Figyeltük, hogy hány csengetés után vették fel a telefont, a nyelvtudást, a segítőkészséget, az udvariasságot és a szakértelmet, hogy mennyire gyorsak, mennyire irányítják ők a beszélgetést, stb.

A 2001-es teszteknel sokkal kedvezőbb tapasztalatokat szereztünk a cégek többségénél. Általában megállapítható, hogy **a cégek egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek erre a területre**, a diszpécserek kedvesebbek, gyorsabbak lettek, nőtt a szakértelmük, a kérdéseinkre pontos, operatív válaszokat kaptunk.

Saját szolgáltatásunk gyengén szerepelt. Már az ügyfélszolgálat elérése sem volt egyszerű, többször foglalt volt a vonal, végül csak az 5-6 csengetésnél vették fel (összehasonlításképpen: a többi futárcégnél átlagban 2-3 csengés után felvették). Az ügyfélszolgálatos rugalmatlan volt (folyamatosan cégnevet kért, pedig már az elején közöltük, hogy magánügyfelek vagyunk), a kérdéseinkre bizonytalan válaszokat kaptunk, és ami a legrosszabb, hogy nem tudta pontosan megmondani, mikorra érkezik a futár (végül egy 1.5 órás intervallumot adott meg, aminél a futár 30 perccel korábban érkezett). Az értékeléshez azonban hozzátartozik, hogy a létszámihiány miatt a nyári szabadságolások alatt, az ügyfélszolgálat kénytelen szerződéses diáklányokat is alkalmazni (jelenleg kettőt), akik szakértelem és szakmai tapasztalat terén elmaradnak az ügyfélszolgálat állandó munkatársaitól.

Panaszkezelés és kézbesítési információ

Ennél a szempontnál vizsgáltuk, a panaszkezelési mechanizmust, illetve, hogy adnak-e – és ha igen, akkor hogyan – kézbesítési információkat.

A panaszkezelési mechanizmusokról egyelőre kevés információval rendelkezünk, bár már a 2001-es, és most a 2003-as tesztelésnél is éltünk néhány cég esetében panasszal. Annak érdekében, hogy az információk hiánya ne fordítsa el a pontozást, megállapítottunk egy állandó pontszámot és ettől csak egy-két ponttal térünk el azokban az esetekben, amelyekben rendelkezünk már tapasztalatokkal.

Kézbesítési információt csak néhány cég ad automatikusan, de általában csak akkor, ha az ügyfél telefonál be. Sokan csak a szerződéses ügyfeleiknek küldenek hónap végén egy kimutatást arról, ki-mikor vette át a küldeményüket. Az Orient 21-nél viszont már a megrendelésnél lehet kérni visszajelzést, amit a kézbesítés után az ügyfélszolgálat automatikusan elküld e-mailen, faxon vagy telefonon. A Ger-Go Futárszolgálat egy külön telefonvonalat tart fenn a kézbesítési információkra, bár itt is az ügyfélnek kell betelefonálnia. Összességében azonban megállapítható, hogy nő az ügyfelek igénye az átvételt követő visszajelzés iránt.

Ügyfélápolás

Vizsgáltuk a szerződéses illetve a visszatérő megrendelőkkel (ahol volt információnk) való kapcsolattartást, kapcsolátpótlást, továbbá azt, hogy az eseti ügyfeleknek küldenek-e a későbbiekben tájékoztató anyagokat, üzleti ajánlatokat.

A próbavásárlások után két cég küldött DM ajánlatot, mégpedig a Posta és a Kenguru Boy. A Kenguru Boy stratégiája elsősorban a hosszú távú, szerződéses partnerek megszerzésére és megtartására irányul, amihez nagyon jó, figyelmes ügyfélápolást kapcsolnak. Figyelemre méltó volt az Orient 21, ahol sikeresen próbáltuk ki az internetes futárrendelést. A megrendelés elküldését követően a cég egyik vezetője telefonált vissza,

megköszönve a megbízást, érdeklődött, hogy honnan ismerjük a céget, az internetes megrendelési lehetőséget, stb. A tesztet követő héten pedig ismét telefonáltak, megkérdezték mennyire voltunk megelégedve a szolgáltatással, ismét igénybe vesszük-e, stb.

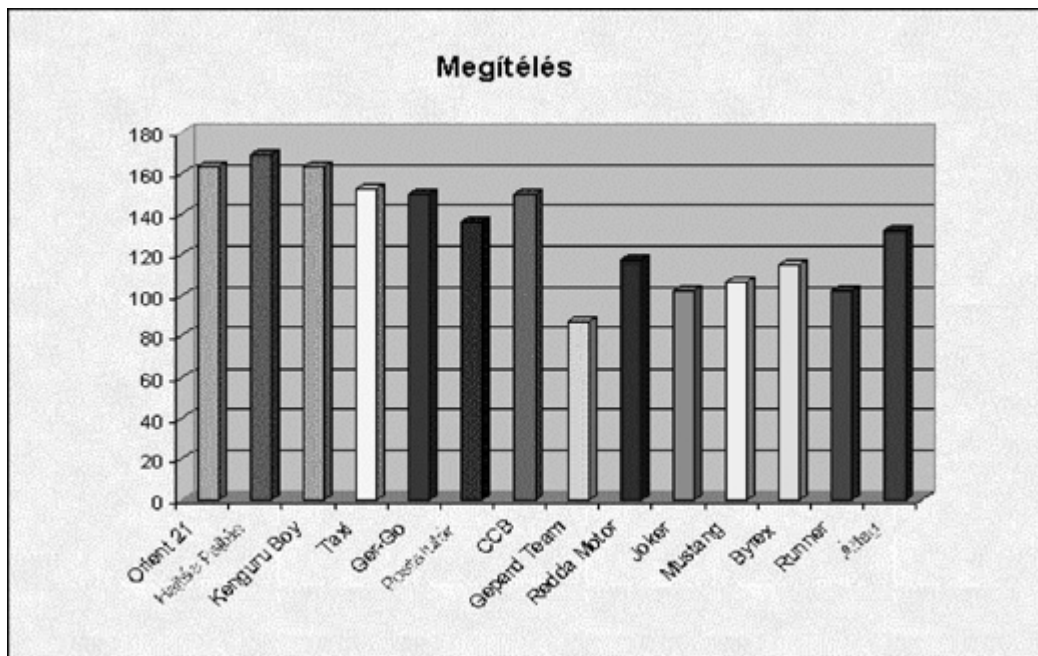
Elérhetőségek: Zöld szám – Kék szám, telefonvonalak száma, Internet, elérhetőség időszávja

Azt értékeltük, hogy milyen csatornákon és milyen időszávban érhetőek el az ügyfélszolgálatok. Általában egy-két normál telefonon várják a cégek a megrendeléseket, zöldszámmal csak három cég rendelkezik (Kenguru Boy, Ger-Go, Postafutár). Néhány cégnél már internetes fuvarrendelési lehetőséget találunk a honlapon, de a tesztek során csupán az Orient 21-nél és a Kenguru Boy-nál működött (az EMS Postafutárnál is 1,5 éve elkészült az internetes rendelési felület, de folyamatos technikai problémák miatt mind a mai napig nem működik!). A Kenguru Boy volt a legjobb, akiknek normál városi vonalon kívül, zöldszámon és interneten is le lehet adni a megrendelést.

4. Megítélés

Itt két főszempontot értékeltünk. Az egyik a futárcégek ismertsége illetve reklámtevékenysége, a másik pedig az a benyomás, amit a próbavásárlások során az egyes szolgáltatók tettek ránk.

A maximálisan elérhető 185 pontból a csoport átlaga 131,9 volt. Ez 71,3 %, ami egyértelmű növekedés a 2001-es felmérés 67,2%-os átlagához képest. Az EMS Postafutár az átlagnál kicsivel jobb eredményével a hetedik helyen végzett. Ez tulajdonképpen megfelel a 2001-ben elért eredményünkkel.



2. ábra

Ismertség, reklám

A piacon meglehetősen sok cég dolgozik. Megvizsgáltuk az egyes cégek ismertségét és reklám aktivitását, hiszen ez alapvetően befolyásolhatja a cégek forgalmát.

A legtöbb pontot a Hajtás Pajtás kapta, hiszen ma a ők a legáltalánosabban ismert futárcég. Ők a reklámjaikat régebben inkább a fiatalabbaknak szóló, nagy példányszámú és sokak által olvasott kiadványokban helyezték el (pl. Pesti Est). A nagy ismertségük viszont nem elsősorban ennek köszönhető, hanem a címzetteknek és a feladónak hagyott igényes szórólapoknak, a sűrű újságcikkeknek valamint, hogy a városi forgalomban is feltűnőek, így sokszor észrevesszük a futáraikat.

Viszonylag nagy a reklámtevékenysége a Redda Motornak (Pesti Est), Orient 21-nek (Danubius), Kenguru Boynak (Listák Könyve, Kreatív). Bár az EMS Postafutár szolgáltatásunkra rendszeresen készítünk reklámkampányokat, ennek ellenére az ismertsége nagyon alacsony.

Futárok viselkedése

Nagyon fontos, főleg a hosszabb vagy rendszeres megbízásoknál, hogy a futár milyen benyomást tesz az ügyfélre. Értékeljük a próbavásárlások során a viselkedésüket, stílusukat, szakmai felkészültségüket, megjelenésüket és értékesítés orientáltságukat is. Saját tapasztalatunk is az volt, hogy jó néhány céget pont a futárjuk által tett rossz benyomás miatt nem hívnánk újra.

Általánosságba véve a 2001-ben tapasztalatokhoz képest itt is fejlődést tapasztalunk, ám most is előfordult, hogy egyes futárok rossz benyomást tettek ránk.

A futárok szakmai felkészültsége nagyon változó volt, bár általánosságban elmondható, hogy a felkészültebb futárok azoknál a cégeknél vannak, ahol valamilyen ösztönzéssel képesek hosszan maguknál tartani a munkatársakat. A mi futárjaink meglehetősen jó benyomást tettek ránk a teszt során, de érdemes elgondolkodni azon a tényen, hogy nálunk igen magas a fluktuáció a munkatársak között, ami elsősorban az alacsony juttatások következménye.

A CCB és az Orient 21 futárai a küldemények mellé automatikusan átadták a címzetteknek saját szórólapjukat is. Ez talán kis dolognak tűnik, de a szakmai tapasztalatok, valamint a Hajtás Pajtás fejlődése alátámasztja ennek a reklámmódszernek az eredményességét. A futárok egy része külön kérésre tudott szórólapot adni, míg egy részük, és közte sajnos a saját szolgáltatásunk is, semmilyen szóróanyaggal nem rendelkezett.

Külső megjelenés

Kisebb súllyal esik a latba, de azért szintén fontos a futár külső megjelenése. Itt elsősorban a jármű és – ahol volt – a formaruha megjelenését (tisztaság, arculati elemek), valamint a felszerelésüket (toll, URH, visszajáró, stb.) pontoztuk.

A legjobbak benyomást a Ger-Go, a Kenguru Boy és az Orient 21 futárai tették, akik tiszta, céges logoval ellátott egyenruhát hordanak, illetve a járműveken is megtalálhatóak a cég jelzései. A mi futárjainknak van arculat hű formaruhájuk, de a motorok nem viselnek arculati jegyeket.

Reklám, szórólap, díjszabás és bizonylatok

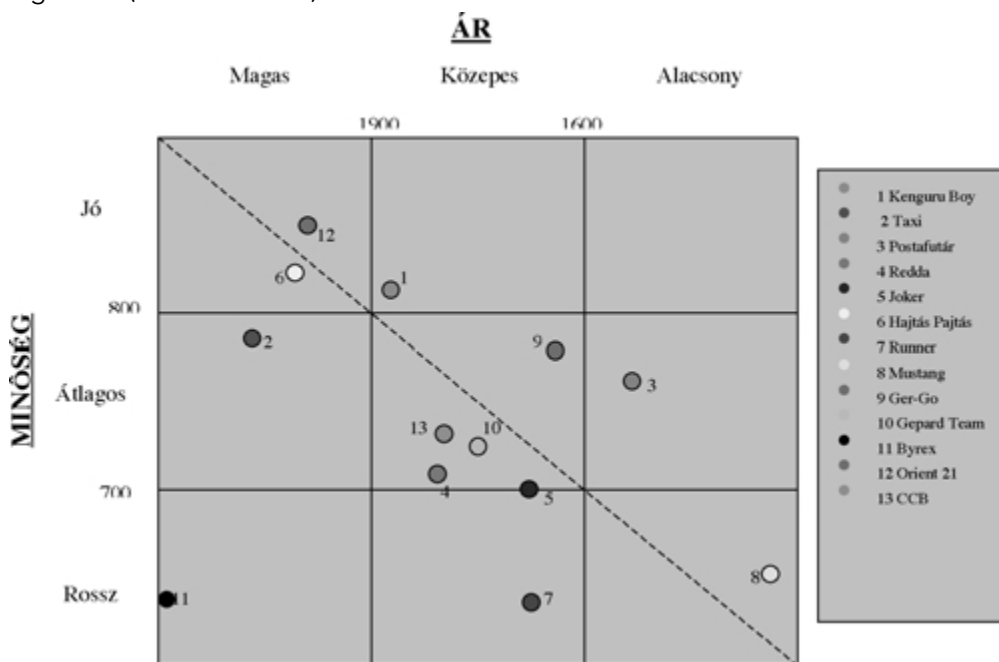
Utolsó szempontként felvettük a reklámokon, a szórólapokon, a díjszabásokon és az egyéb bizonylatokon megjelenő arculati elemeket illetve ezek összhangját.

A legmagasabb pontszámot a Hajtás Pajtás kapta, akik, a legigényesebb, nagyon informatív szóróanyagot készítettek. Figyelemre méltók még a CCB, a Ger-Go és az Orient 21 szóróanyagai is.

A próbavásárlások során a Postafutár egyetlen tagjánál sem volt szóróanyag vagy díjszabás. Sem az átvételi elismervényen, sem a számlán nem volt a cégre utaló elem.

Az eredmények elemzése:

Az alábbi ábra a 13 vizsgált cég eredményeit mutatja. Az ár-minőség grafikont össze- sen kilenc részre osztottuk, létrehozva három ár (alacsony, közepes, magas) és három minőségi (gyenge, átlagos, jó) kategóriát. A szaggatott átló az ideális ár-minőség arányokat mutatja. Az átló felett lévő cégek az árakhoz képest jobb minőségű szolgáltatást nyújtanak (alul értékelték), míg az átló alattiak a szolgáltatás minőségéhez képest drágábbak (felül értékelték).



3. ábra

Az eredményeket elemezve kiderül, hogy a **piacon általánosságban nőtt a szolgáltatás minősége** (a 2001-es vizsgálattal összehasonlítva). **Csökkentek az átfutási idők, a cégek többsége nagyobb hangsúlyt fektet a futárai kinézetére, viselkedésére, javult a diszpécser szolgálatok felkészültsége, szakmai hozzáértése.** Terjed az *inter-*

* A fuvardíjak kiszámításánál a meghirdetett tarifákat vettük figyelembe és eltekintettünk a kedvezményektől.

netes megrendelés lehetősége, valamint az azonnali, automatikus kézbesítési információ adása. Ma nem az átfutási idő vagy pontosság különbözteti meg alapvetően a versenytársakat egymástól, hanem a hozzáadott, plusz minőségi tényezők emelik egyes cégeket a konkurenseik fölé.

A fenti ábráról leolvasható, hogy a cégek többsége nagyjából minőségarányos árat kérnek a szolgáltatásaikért. A három legjobb minőségű szolgáltatást nyújtó futárcég az Orient 21, a Hajtás Pajtás és a Kenguru Boy, akik egyben a legdrágábbnak is bizonyultak a hagyományos futárok közül. Náluk drágábban csak a taxi vállalatok illetve a Byrex Futárszolgálat dolgozott. A kutatás során azonban kiderült, hogy a Byrex elsősorban a 24 órás kisdarabárú szállítás piacán dolgozik, és az azonnali szállítás nem tartozik a hangsúlyos tevékenységei közé. Annak ellenére tehát, hogy futárszolgálatként definiálja magát, mégsem tekinthetjük ezen a piacon fontos versenytársnak.

Az árak a 2001-es vizsgálat óta átlag kb. 15-18%-kal növekedtek. Ugyanebben az időszakban az infláció mértéke 10-11% volt, így **a futárak az inflációt meghaladó mértékben nőttek**. Ugyanerre az időszakra a Postafutár áremelése 33% volt.

Előnyeink

- A taxi társaságokon kívül egyedül a Postafutár az, aki **éjjel-nappal, plusz díj nélkül** vállalja a szolgáltatást.
- Természetesen a Postáé messze a **legszélesebb termékpaletta** az összes konkurens között, ami főleg a hosszú távú együttműködést kereső, szerződéses ügyfelek megszerzésénél jelenthet előnyt a konkurenciával szemben.
- A **pénzvisszafizetéssel biztosított időgarancia** is növeli a megrendelők szemében a szolgáltatás értékét. Ennek a jelentőségét azonban csökkenti, hogy a garanciát nagyon gyenge vállalási időkhöz társítjuk. Hiába a garancia, ha csak a felvételtől számított 2 órán belüli kézbesítést vállalunk, miközben a piacon egyre általánosabb az 1 órán belüli átfutási idők, sőt néhányan már a telefonos rendeléstől számított 1 órás átfutást is garantálnak.
- A futárcégek többségével szemben a Magyar Posta vállalja **utánvétek beszedését és számlára telepítését**, és ezért az egyik legalacsonyabb díjat számolja fel. Ez előny lehet, pl. internetes kereskedelemmel foglalkozó cégekkel való szerződéseknél.
- Kifejezetten jó a Postafutár **budapesti agglomerációs árképzése**, hiszen velünk a megrendelők a versenytársainknál jóval kedvezőbben juttathatják el a küldeményeiket.
- A tesztek során jól szerepeltek a **futáraink, gyorsak, szakszerűek és udvariasak** voltak. Ez főleg annak fényében fontos, hogy tudjuk, a futáraink között sok a kezdő, mivel a relatív alacsonyabb fizetések miatt a tapasztaltabb futárok gyakran átmennek a konkurenciához.

Hátrányaink

- A konkurensek között messze a **leggyengébbek vagyunk a vállalt kiállási illetve átfutási idő tekintetében**, ami a futárszolgáltatásnál, a pontosság mellett, az ügyfelek számára az egyik legfontosabb minőségi szempont a választásnál. A próbavásárlások során a Postafutár nem vett fel rendelést (a kért idő előtt több mint 1 órával rendelt

- meg a futárt!) konkrét időpontra, hanem csak egy másfél óra (!) intervallumon belülre ígérte a futár érkezését. Ez egy kifejezetten gyorsaságra és pontosságra alapuló szolgáltatásnál egyértelműen hátrányt jelent. A probléma egyik oka, hogy a futáraink száma folyamatosan alacsonyabb a szükségesnél (jelenleg 15 járműre mindössze 6 futárunk van). Problémát okoz, hogy a konkurensainkhoz képest a futáraink alulfizettek, így magas a fluktuáció. Sokan nálunk kezdik a futárkodást majd a város megismerése és a szakmai alapjainak elsajátítása után más céghez mennek dolgozni. Ennek hosszútávon negatív hatása lehet a szolgáltatás színvonalára is.
- A teljes átfutás tekintetében teljesítettük a vállalást, de **a kiállásnál**, annak ellenére, hogy 1,5 órás intervallumot mondott a diszpécser, nagyon **pontatlanok voltak**. A futár mintegy fél órával korábban érkezett, ami ugyanúgy negatív az ügyfelek szemében mintha késett volna.
 - **Gyenge a futár biztosítása** is, hiszen mindössze 4000 Ft-ig fizetünk kártérítést sérülés vagy a csomag elvesztése miatt. Ez sok lehetséges területről kizár minket (pl. internetes kereskedelem).
 - A tesztek során **a telefonos diszpécserszolgálatunk** is átlag alatt teljesített. Már e **kapcsolatfelvétel is nehézkes** volt (foglalt vonalak, sok kicsengés), majd kérdéseinkre **bizonytalan válaszokat kaptunk, a rendelés felvétele körülményes és rugalmatlan volt**. A probléma azért is különösen fontos, mert a megrendelő itt találkozik először a szolgáltatóval, és az első benyomások általában meghatározók. (Az okok között itt is felfedezhető a létszámhiány, hiszen emiatt kell a nyári szabadságok alatt kellő szakmai tapasztalattal nem rendelkező diáklányokat szerződtetnünk)
 - Végezetül pedig a **Postafutár egyik legjelentősebb piaci hátránya az ismertsége**. Egyáltalán nem köztudott, hogy a Postának saját futárszolgáltatása van, jó néhány konkurensünk sokkal ismertebb a lakosság körében. A futárainknál egyáltalán nem volt szórólap, ami pedig az ismertség növelésének hatékony eszköze lehet (ezt jól bizonyítja a Hajtás Pajtás példája, akik a kezdetek óta főleg ilyen módon hirdetik magukat). A problémának különös jelentőséget ad az a tény, hogy mind 2002-re, mind 2003-ra terveztünk Postafutár kampányt, ám ezek mindkét esetben elmaradtak a marketingköltségek lecsökkentése miatt.

Összegzés

Az elkészített futárpiaci komplex elemzés feltárta azokat az erősségeket, gyengeségeket, mely alapján a szolgáltatás marketing és technológiai szempontú átdefinálása megtörténhet. Elhelyezte a Magyar Posta Rt. futárpiaci szolgáltatását, az EMS Postafutárt, a piaci szereplők között, minősítette helyzetét, és ezen túlmenően vizsgálta a piacot és várható tendenciáit. Természetesen a konkrét cselekvési terv során a megvalósíthatósági és gazdaságossági vizsgálatokat elvégzése elengedhetetlen, illetve a szolgáltatást érintő döntéseknek illeszkednie kell a Magyar Posta Rt. meghirdetett modernizációs folyamatába és célrendszerébe.

Az elemzés megjelentetésével célunk, az EMS Postafutár helyzetének szélesebb körű publikálásán kívül, új típusú elemzési módszerek megismertetése, meghonosítása volt. Regionális konkurencia hasonló módszerrel történő megismerése, az országos eredményekkel történő összehasonlítása további mélyebb elemzésekre ad lehetőséget.

A Postások Szakmai Egyesülete 2004. március 11-én tartotta évi rendes küldöttközgyűlését, amelyet február 19-én az Országos Elnökség ülése készített elő. Az Elnökségi ülés és a küldöttközgyűlés dokumentumait ezúton közreadjuk – (Szerkesztőség.)

A 2004. február 19-i Országos Elnökségi ülés állásfoglalásai

1. A PSZE országos szervezete ne változzék, maradjon meg a következők szerinti csoportbeosztás:

- **Központi Területi Csoport:** Budapest; Pest-Pilis-Solt; Fejér és Komárom-Esztergom megye.
- **Miskolci Területi Csoport:** Nógrád; Heves; Borsod-Abaúj-Zemplén megye.
- **Debreceni Területi Csoport:** Hajdú-Bihar; Szabolcs-Szatmár-Bereg; Szolnok-Jász-Nagykun megye
- **Szegedi Területi Csoport:** Békés; Csongrád; Bács-Kiskun megye;
- **Pécsi Területi Csoport:** Baranya; Tolna; Somogy; Zala megye
- **Soproni Területi Csoport:** Győr-Sopron-Moson; Vas; Veszprém megye

A területi csoportok szervezik a földrajzilag meghatározott terület egyesületi életét, függetlenül attól, hogy az érintett tagok melyik postai vagy egyéb szervezetnél dolgoznak. Ez alól kivétel a Központi Területi Csoport, ahová Budapest vonatkozásában csak a budapesti postákon és az azokat irányító Területi Postaigazgatóságon dolgozók tartoznak.

A többi budapesti PSZE tagot a következő csoportok fogják össze:

- **Postavezérgazgatóság** (beleértve a fejlesztési-, az informatikai-, az oktatási területet is);
- **Beszerezési és Ellátási Szolgáltató Központ;**
- **Elszámoló Központ;**
- **Országos Logisztikai Központ;**
- **Nemzeti Hírközlési Hatóság.**

2. A PSZE 1. pont szerinti országos szervezetének működőképességében alapvető feltétel a következők szerinti intézkedés.

A postai felső vezetés szabályozza, hogy a munkáltatói és utasítási jogkört gyakorlók munkatársaik részére – természetesen egyeztetett módon – tegyék lehetővé a PSZE országos és helyi rendezvényein való megjelenést, akár munkaidejük terhére. Egyidejűleg

AZ ORSZÁGOS ELNÖKSÉGI ÜLÉS ÁLLÁSFOGLALÁSAI

biztosítsák, hogy a PSZE tagok az egyesületi rendezvényekre a Magyar Posta Rt. költségén utazhassanak. Erre vonatkozóan az egy-egy irányból utazó, de más-más szervezeti egységhez tartozó PSZE tagok utaztatását összehangoltan és költségkímélő módon oldják meg a területileg illetékes PSZE csoport elnökének, illetve titkárának segítségével.

3. Az előzők szerinti utazási költségek elszámolásához a PSZE Országos Elnöksége célszerűnek tartja, hogy az SAP rendszerben e célra külön költségkód kerüljön kijelölésre.
4. A PSZE Országos Elnöksége úgy határozott, hogy 2004. évre az egyéni egyesületi tagdíj ne változzék és a beszedett tagdíj teljes egészét visszaigényelhesék a Területi csoportok a helyi (regionális) rendezvények finanszírozására, ha már az éves tagdíj-előirányzat legalább 75 %-át beszedték. (A tagdíj előirányzat beszedéséhez kapcsolódó korlátozást a küldöttközgyűlés elvetette – Szerkesztőség.)

Elnöki beszámoló a PSZE 2003. évi munkájáról (Szerkesztett változat)

Változások a posták világában

Amikor hozzáfogtam a 2003. évi közgyűlési beszámolóhoz, az elnöki jelentés megírásához, számos gondolat, pozitív és negatív kavargott a fejemben s arra gondoltam, vajon tudok-e olyan beszámolót készíteni és előterjeszteni, amely a valóságos helyzetet tükrözi úgy, hogy az abban foglaltak megalapozottak, nem sért sem emberi, sem szakmai érdekeket.

Bizonytalanság vett erőt rajtam; ugyanis az elmúlt 12 éves fennállásunk alatt talán egy alkalommal sem volt nehéz számomra helyzetértékelést készíteni, mert azok mindig a reális fejlődést, a folyamatos előrehaladást, a postás szakma társadalmi megbecsülését, a több tízezer szakember aktív tevékenységét s a jövőbe vetett hitét tükrözték. A mai küldöttközgyűlés, amely az elmúlt, 2003-as esztendőt értékeli a PSZE szemszögéből, egy egészen más politikai, gazdasági, s főleg postai közegben kerül megrendezésre. Az elmúlt évben postánkon nagyon sok pozitív esemény történt, amelyek egy teljesen új keretek között működő postai szervezet kiépítésére irányultak.

Ha azt mondtam az előbb, hogy „esemény” talán nem is takarja mindazokat a radikális döntéseket, s azokban megtestesült központi elképzeléseket, amelyek az átalakulás útját igyekeztek kijelölni s ahhoz rendelni azt a temérdek jogszabályt, új postatörvényt, a belső utasításokat, rendelkezéseket, amelyek nélkül nem képzelhetők el egy új postai intézményrendszer kialakítása.

Az előbbieken néhány megállapításomban már sejtetni engedtem, hogy az elmúlt év a változások tükrében maradandó emlékeket, nyomokat hagytak a postáság körében.

Ezeket úgy átélni, hogy közben – híven a magyar postások lelkiismeretes munkájához, odaadó hozzáállásához, a szakma iránti elkötelezettségéhez – a megnövekedett feladatokat lehetőség szerint minőségi szinten is ellátni, egyáltalán nem volt s főleg jelenleg nem könnyű vállalkozás.

A posta jelenlegi vezetése igyekezett a felmerült nehézségeket megoldani.

A 2003-as év azonban nemcsak nálunk volt teli szervezeti, üzletpolitikai, stratégiai változásokkal. Szinte a világ valamennyi országában egymást követik azok a változások, amelyek a posták számára olyan feltételrendszerek megteremtésére irányulnak, amelyek óhatatlanul érintik nemcsak a struktúrát, hanem az embert, a postások tízezeinek a munkáját, a jövőjét. Minden posta nehézségekkel küzd, amelyet azzal is alá szeretnénk támasztani, hogy a PSZE nemzetközi kapcsolatainak megbízható csatornáin, a nemzetközi postai irodalom hasábjain csak az tapasztalható és olvasható, hogy a jövődélmezőség megfelelő szinten tartása, a minőség fokozott érvényesítése, s a fokozódó

versenyhelyzetben való fennmaradás érdekében a posták sok esetben nem riadnak vissza olyan radikális, drasztikus lépésektől sem, amelyek az elmúlt évtizedekben ismeretlenek voltak a posták életében. Ennek persze számos összetevője van, de nem lehet minden negatív jelenséget azzal magyarázni, hogy a postákat is jelentősen érintette az erősödő konkurencia, amely a küldeményforgalom világpiacán már teljesen természetes kihívásnak számít.

Mi itt Közép-Kelet-Európában abban a helyzetben voltunk néhány évvel ezelőtt, – s nemcsak a magyar postáról beszélek elsősorban, hanem a többi környező ország postájára is értem –, hogy ebben a régióban talán mi éppen a korábban bekövetkezett politikai és gazdasági változások ellenére is csak később ismertük föl az átalakulás szükségességét abban az időben, amikor a többi, a miénknél sokkal fejlettebb országok postái már szenvedő alanyai voltak a hazai és nemzetközi küldeményforgalom piacán nemcsak a versenyhelyzetnek, hanem általában egy új szellemű posta kialakítása iránt megfogalmazott társadalmi elvárásoknak. Ennek ellenére azt kell tapasztalni, hogy a fejlettebb EU-posták hasonlóképpen szenvednek a folyamatos átalakulás, a szerkezetváltás, a minőségi követelmények érvényesítése, az új és hagyományos szolgáltatások átalakításának stb. terhe alatt. Sok esetben ezekben az országokban is tapasztalhatók váratlan fordulatok, elsőbbséget adva a menedzsment által megfogalmazott új elveknek, majd később azok revidelését határozták el. Pl. a svéd posta, amelynek a működése már a privatizált piacon többéves tapasztalatot halmozott föl, az igazgatótanács nemrég hozott döntése értelmében „vissza a hagyományos szolgáltatásokhoz” elvet igyekszik megvalósítani, s felülvizsgálják, vajon a több tucat leányvállalatra a jövőben szüksége van-e a postának, ellenkező esetben radikális karcsúsításra kerül sor.

Az privatizáció elvének kimondása s annak esetleg 2009-től történő intézményes megvalósítása számos jogi és gazdasági problémát vetett már föl eddig is. Nem tudjuk, hogy e területen mit hoz a jövő. Az biztos, hogy minden országban, sajnos jelentős létszámcsökkenést fog okozni, de ettől függetlenül a szervezeti átalakulások szükségszerű velejárója; s most itt felteszem a kérdést, vajon nem velejárója-e ezeknek az intézkedéseknek az is, hogy a mindenkor menedzsment gondoskodik olyan szolgáltatási megoldásokról, hogy ezek az átalakulások a gyakorlatban csak kisebb véráldozatokkal járjanak, s megfontolt lépések szülessenek.

A Magyar Posta és a PSZE kapcsolata, egyesületünk tevékenysége

Az elmondottak csak rövid értékelését adják azoknak a gyors és váratlan fordulatoknak, amelyek a posták életét jellemzik. A mi postánk sem kivétel ez alól, s azt kell mondanom, hogy már-már Egyesületünknek is nehéz volt követni a változások megtörténését, az intézkedések mozgató rugóit.

Számos ország, legyen az nyugat- vagy közép-kelet-európai, a miénkhez hasonló változásokat él át, vagy ezt a megállapítást meg is fordíthatnám úgy, hogy a Magyar Posta is követi ezen országok átalakulásra irányuló törekvéseinek szellemiségét. A személyes találkozások során és szakmai írásokból azonban az is kiderül, hogy a nálunk eddig végbement strukturális és egyéb átalakulási folyamatok jóval rövidebb időn belül folytak le, mint a legtöbb európai ország postáján; ennek illusztrálására megemlíteném,

hogy egy ír postás kolléga egy PSZE értekezleten azt kérdezte tőlem, hogyan tudtátok e változásokat ilyen rövid idő alatt megcsinálni, mert náluk hosszabb időt vett igénybe – alapos előtanulmányok s vizsgálatok után – mire a konkrét döntések megszülettek.

Nem kívánok már hosszabban foglalkozni a hazai és a nemzetközi postai környezettel, mert ennek a közgyűlésnek ez nem lehet a feladata, de az igen, hogy elmondjuk, milyen környezetben kellett a Postások Szakmai Egyesületének dolgoznia az elmúlt év folyamán. Egyértelmű választ adok a kérdésre. Működésünk feltételei minden területen jelentősen csökkentek, s nemcsak anyagi oldalról értékelve az elmúlt év eseményeit, hanem szakmai és emberi oldalról egyaránt. Nehézségeink abból fakadtak, hogy nem tudtunk felkészülni a tervezett s az életbeléptetett változások hatásaira, mert az a szakmai dialógus, amelyet mi elképzeltünk, s amelyet felajánlottunk, nem valósult meg, mert az érdekelt vezetők nem kívántak nyilatkozni tervezett intézkedéseik tartalmáról és mi is már csak a végeredményt ismerhettük meg.

Egyesületünk tevékenysége sajnos állandó hadakozással és vitákkal telt el, mert felvetett problémáinkra egyáltalán nem, vagy csak felszínes, sok esetben elutasító választ kaptunk, különböző okokra való hivatkozással.

Éppen ezen a helyzeten kívántunk segíteni azzal, hogy 2003. tavaszán, Piliscsabára terveztünk egy olyan szakmai napot, amelynek során a meghívottak s rajtuk keresztül a postások szélesebb köre megismerhette volna a tervezett intézkedéseket. Ennek szükségességét még az sem enyhíti, hogy a nagyhivatal vezetők számára a vezetés rendezett egy ilyen szakmai fórumot, s kaptak némi tájékoztatást. Ennek ellenére, Egyesületünk igyekezett pótolni ezt a kiesett fórumot olyan szakmai nap rendezésével, amelynek során szóba került az új stratégia, az új üzletpolitika, a logisztikai hálózat átszervezése, az oktatás új koncepciója. De ezek megszervezése inkább a személyes kapcsolatokon alapultak, s nem pedig azon az elven, hogy valóban képbe kell hozni a postás szakembereket egy-egy új szakmai elképzelés jobb megismertetésének az érdekében. Ettől függetlenül ez a fórum nagyon sokat adott a jelenlévő postásoknak, s néhány előadás szövegét a Posta c. lapban ezért meg is jelentettük. Két alkalommal a Benczúr Házban sikeres EU fórumot rendeztünk a Posta elnökének, a helyettes külügyi államtitkárnak és az osztrák posta képviselőjének részvételével.

Az elmúlt évben nagyon aktív szakmai munkát végeztek a PSZE közreműködésével még a korábbi szakmai szervezet előnyeinek a felhasználásával, az egyes igazgatóságok, így pl.: a miskolci, a debreceni, a szegedi, a központi régió, a soproni és a pécsi, egyszerűen, mintha már éreztük volna az új szervezeti felállás most már nyilvánvalóvá vált nehézségeinek szelét. Ezeken azt tapasztaltuk, hogy a területen még jelentős tartalékok vannak. E tartalékokat mozgósítanunk kell annak érdekében, hogy a postások szakmai összetartozását elősegítsük, s azt a jövőre nézve is ápoljuk, mert jómagam már nem látom annyira rózsásnak a postás szakma igazi, a szó legszorosabb értelemben vett, biztos jövőjét.

Ebben az eléggé lehangoló helyzetben a PSZE tagjai, s általában a postás szakemberek mellénk álltak, sok segítséget, s biztatást kaptunk, dacolva az egyre erősödő közömbösséggel. A nyugdíjasok klubja is számos jó ötlettel örvendeztetett meg bennünket, amelyért köszönetet a Klub elnökének és tagjainak. Sikeresnek tartottuk az OLK-ba szervezett szakmai látogatást, amelyért több köszönő levél, telefonhívás érkezett, mondván a PSZE segítsége nélkül talán sohasem juthattak volna el ebbe a modern központba.

Más kérdés, hogy az azóta történtek milyen színben tüntetik föl a posta intézményét, s felteszem a kérdést, vajon e területen érvényesült-e a postás szakma megbecsülése, a feldolgozó szakemberek javaslatait megfelelőképpen fogadták-e az érdekelt vezetők. Számos kérdésre válasz szükségeltetik.

Mindemellett a Magyar Posta Rt. és a PSZE vezetése közötti kapcsolatok pozitív vonásokkal is bírnak és jóleső érzéssel állapítom meg, hogy azokat gyakran a kölcsönös megbecsülés jellemzi, de ezeket a formális kapcsolatokat mielőbb felül kell vizsgálni és tartalommal megtöltve továbbfejleszteni. Fel kell ismerni és köszönettel nyugtázni, hogy a Magyar Posta menedzsmentje 2003-ban s 2004-ben is anyagilag támogatja egyesületünk működését, igaz, a támogatási összeg 1/3-a az általunk szükségesnek ítélt összegnek, megértve és elfogadva a vezetés által megfogalmazott szükségszerű takarékoskodási elvek érvényesítését s nemcsak a PSZE esetében.

A szakmai együttműködés fejlesztéséről most már elodázhatatlan a konkrétabb lépések kölcsönösségi alapon történő megtétele, mert ennek szükségességét már többek között kimondja az az ajánlás is, amelyet a szakmai egyesületek Nemzetközi Uniója is nemrég megfogalmazott, nevezetesen, hogy folyamatos konzultációt kell folytatni a szakmai szervezeteknek a menedzsmenttel, s nemcsak az anyagi támogatások biztosítása, hanem általában a szakmai információcsere céljából is. Remélem, hogy a 2004. január 1-től életbelépett új szervezeti struktúra hatásainak értékelése és a szükségszerű kiigazítások után a menedzsment időt szakít arra, hogy Egyesületünk működésének zavaró körülményeit s problémáinkat meghallgatja, s azokra a kölcsönösség elve alapján mindkét fél számára előnyös döntések születhetnek.

A jogi partnerek szerepe a PSZE tevékenységében

Amikor egyrészt azt kell megállapítanom, hogy a PSZE-t 1992-ben alapító jogi partnerek megértően és jó szándékkal, s az együttműködésre való törekvéssel segítik elő Egyesületünk működését, másrészt azonban azt kell látnunk, hogy a postánkon végbement változások negatívan befolyásolták a Generali-Providencia Biztosító Rt. és a PSZE közötti kapcsolatokat. Az ismert okoknál fogva, a Generali kilépett azon partnereink köréből – jóllehet egyik alapítója a PSZE-nek – akik nemcsak anyagilag, hanem szakmailag is támogatták 2002 végéig egyesületünk munkáját. Sajnáljuk, hogy így történt, mert a biztosító valamennyi vezető munkatársával mindvégig kiváló emberi kapcsolatokat tartottunk fenn. Felhasználom ezt az alkalmat arra, hogy ezen a mai közgyűlésen is őszinte köszönetemet fejezzem ki a Nemzeti Hírközlési Felügyelet elnökének és munkatársainak, az OTP Bank és Takarékpénztár Rt. vezérigazgatójának, a Postabank és Takarékpénztár Rt. új vezetésének, s nem utolsó sorban a Posta Biztosító Rt. vezetésének azért az anyagi támogatásért, amelyet 2003-ban és már 2004-ben nyújtottak az Egyesületnek. Anyagi támogatásuk nélkül a PSZE azt a minimális szakmai programot sem tudná megvalósítani, amelyet 2004-ben szeretne a programjában szerepeltetni.

A jogi partnerekkel ebben az évben 1 napos szakmai napot szeretnénk lebonyolítani, hogy ezzel is elősegítsük nemcsak a szervezeteink, hanem a Magyar Posta és ezen intézmények között fennálló s újonnan kialakult szakmai kapcsolatok továbbfejlesztését.

Az Egyesület nemzetközi szerepvállalása

Ezen a mai közgyűlésünkön szólnom kell néhány mondat erejéig a PSZE és a Nemzetközi Szakmai Szövetség között fennálló kapcsolatokról. A PSZE 2000-től tagja ennek a nemzetközi szervezetnek, amelynek célja, hogy elősegítse és koordinálja az egyes posták és távközlési szolgáltatók együttműködését és ezáltal egy olyan európai szakmai unió alakuljon ki, amely a postások összetartozását elősegíti, s a kölcsönös megismerés szellemében szakmai látogatásokat szervezen, nyelvtanulási kurzusokat támogasson és meg sorolhatnám. A PSZE és a román szervezet között kialakult már egy formális együttműködés, amelyet szeretnénk tartalommal megtölteni Budapest és Bukarest között is. Ennek előkészítése azonban egyelőre minden jó szándékunk ellenére is, még késésben van. Reméljük, hogy bizonyos anyagi feltételek megteremtésével végül is tető alá hozhatjuk a Központi Területi Igazgatóság és Bukarest között egy távlatokban megvalósuló együttműködés alapjait.

Mint a PSZE elnöke, 2003-ban részt vettem ezen szervezet végrehajtó Tanácsának bukaresti ülésén, amelyen többek között határozat született arról, hogy a 10 új tagországnak az EU-hoz való csatlakozását követően a nemzetközi szövetségnek és a nemzeti szakmai egyesületeknek is új dimenziókat kell adni, de ennek megvalósítása nagymértékben függ a postai és távközlési szolgáltatók vezetőinek pozitívabb hozzáállásától.

A Végrehajtó Tanács ez évi ülését egyébként a PSZE szervezi a Magyar Posta Rt. vezetésének a tudtával és támogatásával, amelyre április 16-17-én kerül sor a Benczúr Házban.

Azonban e szervezettel és a nemzeti szövetségekkel a kapcsolatok kiépítése csak abban az esetben lesz lehetséges, ha a PSZE anyagi lehetőségei javulnak, amelyre egyelőre a jelen postai gazdasági helyzetben sajnos nem sok esélyt látok.

A Posta c. szaklap jövője

A továbbiakban egy, a számunkra fontos, s a postások szélesebb rétegét érintő kérdéssel szeretnék foglalkozni. Ez pedig a Posta c. lap körül kialakult helyzet. Már az elmúlt évi beszámolómban is foglalkoztam ezzel a kérdéssel, nevezetesen azzal, úgy látjuk, hogy jelenleg nincsenek meg a Posta c. szaklap megjelenésének, a lap konkrét szerkesztési munkáinak a feltételei. Ez a kérdés azért vetődik föl a PSZE-n belül s így egyik fontos témája a közgyűlésnek, mert – amint tudjuk – a lapot a PSZE a Magyar Posta Rt-vel „közös szerkeszti”. Ez utóbbi két szót azonban idézőjelbe vagyok kénytelen tenni és mondani, ugyanis a lap megjelenésével együtt járó valamennyi szerkesztési, tartalmi munkát a PSZE végzi, személy szerint Fábics Miklós úr és jómagam, annak ellenére, hogy a lap folyamatos megjelenésének gondjait célszerű volna megosztani. Mi itt a probléma? Az, hogy úgy tűnik számunkra – s most konkrétan fogalmazok – mintha ennek a szakmai lapnak a léte vagy nem léte csak és kizárólag a PSZE ügye lenne; az igazsághoz azonban hozzátartozik, hogy a kiadás (a lap egyébként negyedévenként jelenik meg, takarékosági szempontok és megfontolások miatt) költségeit a Posta vállalja. Már nem is teszek említést arról, hogy a lap szerkesztői és a cikkek szerzői ugyancsak takarékosági szempontok miatt semmilyen ún. szerzői honoráriumban nem részesülnek. A problémát az is

fokozza, hogy a sok szervezeti változás miatt kiváló szakemberek távoztak a szerkesztőbizottságból s az újak kijelölése pedig még várat magára, állandó sürgetésünk ellenére.

Ehelyütt szeretném feltenni a kérdést, vajon csak a PSZE számára kell, hogy fontos legyen egy ilyen szakmai lap, folyóirat, amelyet megítélésem szerint nem helyettesíthet sem a Postás, sem a Postás Dolgozó. Azt hiszem, hogy a mindenkori menedzsment számára a legalkalmasabb szakmai fórumnak kellene tekinteni a Posta c. lapot, amelynek elődjei; ugyan változó címeikkel, de mindig is az egyik jelentős szócsövei voltak a szakmai életnek.

Nehezen viseljük el, hogy a felkért cikkírók, szerzők vagy nem mernek véleményt nyilvánítani egy adott szakmai kérdésben, vagy csak többszöri felkérésre, sürgetésre készítik el cikkeiket. A személyes kapcsolatok s egy-egy szakíró pozitív hozzáállása révén azonban eddig többé-kevésbé sikerült, ha késéssel is, a lapot megjelentetni.

Ezen a téren gyökeres változásokra van szükség, mert ez nem segíti elő a postás szakma megbecsülésébe, s tovább mennék a jövőjébe vetett hit fennmaradását. Ezzel a lappal is ápolni szeretnénk a postás szakma fontosságát, munkánk társadalmi jelentőségét, s a menedzsment részéről történő megbecsülését.

Ezért is írtam nemrég – a lap hasábjain – e témában egy eléggé elszánt hangvételő cikket.

Hiányzik egy fontos láncszem

Amikor a Postások Szakmai Egyesületének 2003. évben végzett tevékenységéről kell számot adnom, nem hagyhatom figyelmen kívül azt a sajnálatos tényt, hogy a Magyar Posta legújabbkori történetében 2000 óta, vagyis immár 4-ik éve nem sikerült Országos Postás Konferenciát rendeznünk. A 2000-ben, Pécsen tartott postás konferencia nagy siker volt – az előzőek is természetesen – s azóta egyre másra érkeznek egy ilyen konferenciát reklamáló észrevételek, javaslatok.

Az elmúlt évben, s már ebben az évben ismét felvetettük a Posta egyik felelős vezetőjének, hogy nagy igény és elvárás fogalmazódik meg a postások megnyilatkozásaiban – 4 éves kihagyás után – egy ilyen konferencia megszervezése iránt. Csak emlékeztetőül jegyzem meg, hogy erre egyébként 2002-ben, Sopronban került volna sor. Megértem, s azt hiszem, a tagság is megérti, hogy takarékoskodni kell, mert sajnos jelenleg különböző okoknál fogva 8-10 M/Ft e célra való felhasználása nem biztosítható. Ennek ellenére mégis úgy vélem, nem mondhatunk le egy ilyen nagy horderejű és hatású országos postás konferencia előbb vagy utóbb történő megszervezéséről.

2000-ben Szili Katalin asszony, az Országgyűlés akkori alelnöke s jelenlegi elnöke azal köszönt el a pécsi plenáris ülés résztvevőitől, reméli, hogy az ilyen konferenciákra a jövőben is sor kerül, amely erősíteni fogja a postások szakmai megbecsülését és felkészülését a jövő feladataira. Örült, hogy jelen lehetett a konferencia ünnepélyes megnyitóján, amelyen egyébként fel is szólalt, s biztatta a postásokat törekvéseik megvalósításában. Minden nehézség ellenére mégis azt a reményemet szeretném megosztani mindnyájatokkal, hogy még mielőtt befejezem működésemet a PSZE-ben, sikerül még tető alá hoznom a Postások Országos Szakmai Konferenciáját, amelyen azt hiszem, lesz miről beszélni, immár mint az EU közösségének remélhetőleg egyik jól működő postájáról.

A PSZE-nek van-e (és lesz-e) jövőképe?

Ebben a beszámolóban nagyon fontos helyet kell kapnia a PSZE jövőjének a jelenlegi helyzetben és ettől függetlenül az Egyesület perspektívájának hosszabb távlatokban. Ugy vélem, hogy ezt a kérdést több oldalról lehet és kell megközelíteni. Minden szervezet, egyesület jövőjét alapvetően az határozza meg, hogy a megfogalmazott célkitűzéssel a tagság, a szakmai szimpatizánsok egyetértenek-e, s azokat aktív cselekvésekkel támogatják.

Ha helyes az az elv, mely szerint szükség van a postások szélesebb rétegének egy olyan egyesületre, amely minden erejével arra törekszik, hogy a postás szakma becsülete és megbecsülése a menedzsment s a társadalom részéről fennmaradjon és elismerést nyerjen, s ezzel a postás szakemberek egyetértenek, akkor úgy gondolom – s ehhez nem fér kétség – egy ilyen szakmai tömörülésnek meg lehet a továbbiakban is a biztos jövőképe. Persze más kérdés, hogy ezt a rajtunk kívül álló okok miatt sok esetben nehéz érvényesíteni, amelyen változtatni szeretnénk. Ami a PSZE-nek a mai körülmények között történő tevékenységét illeti, nyomban felvetődik a kérdés, vajon az Egyesület

- alkalmazkodik-e az új szervezeti struktúrához, követve a jelenlegi üzletági és régiók szerinti középszintű irányítást;
- vagy azt a megoldást kövessük-e, hogy eltekintünk a postán belüli munkajogi hovatartozástól, s a fizikailag az egymás mellett, az egy helyen, s közösségben dolgozó PSZE tagokat kellene egy-egy tagcsoportba tömöríteni. (Ez a jelenlegihez hasonlóan a területi csoport beosztású szervezetet jelenti.)

Mindkét megoldás lehetséges, de véleményünk szerint az utóbbi megoldás jobban elő tudná segíteni a szakmai összetartozás megvalósítását, s a PSZE segítségével a szakmai információ gyorsabb működését. E témában nagyon várjuk a jelenlévő küldöttek véleményét és konkrét javaslatait.

Egy szervezet, intézmény különösen napjainkban akkor tud lépést tartani a kor megnövekedett követelményeivel s jobban, naprakészen alkalmazkodni a gyorsan változó világ elvárásaihoz, az új igényekhez, ha gondolkodik megfelelő szakmai utánpótlásról, amelyek elsődleges letéteményesei a fiatalok.

A postánkon eddig végbement változások következtében szinte generációváltás történt s ez a folyamat még ma is tart. Engedjétek meg, hogy itt egy megjegyzést tegyek. A fiatalítás nem lehet öncélú, annak feltételeit jól ki kell dolgozni s a változtatáshoz az alapokat jól megerősíteni. A nemrég eseményei azt mutatják, hogy az átszervezés során nemegyszer ún. csoportos létszámcsökkentés történt s ez még jelenleg is folyik, számos jó középkorú szakember hagyta itt a postás pályát; nagyon sajnálom, de ezek a folyamatok minden humánus igyekezet ellenére is fájdalmasak.

A fiatalabb generációnak a postára való kerülése szükségessé teszi Egyesületünk számára, hogy felvegyük a kapcsolatot ezekkel a fiatal kollégákkal, akikből lehetséges, hogy néhány év múlva kiváló postás szakemberek lesznek. Velük, az ő segítségükkel szeretnénk a Postások Szakmai Egyesületének jelenlegi korösszetételét is javítani, elismerve természetesen azt, hogy jelenleg is szép számmal vannak körünkben egészen fiatal vagy középkorú postás szakemberek. Ahhoz azonban, hogy ezt az elképzelésünket vé-

gül is sikerre vigyük, fel kell velük venni a személyes kontaktust, s ebben nagy segítségünkre lehetnek azok a PSZE tagok, akiknek a közelségében fiatal postások dolgoznak, s akik számára lehetőséget kell adni arra, hogy az általunk rendezett szakmai fórumokon részt vehessenek és személyesen is meggyőződhetnek az egyesületi munkáról.

Az Egyesület jövőjét meghatározza az olyan problémák felmerülése, illetőleg megoldása, mint a központi rendezvényekre felutazó postás kollégák szállításának a kérdése, munkaidő kedvezmény biztosítása és ahhoz való hozzájárulás a felső vezetés, s a közvetlen vezető részéről. Ez ügyben már levélben megkerestük a posta vezérigazgatóját s érdekelt, vezető munkatársait, hogy hozzanak az Egyesület s a PSZE tagok, a szakemberek számára előnyös döntést, mert ennek hiányában megtorpan az Egyesület munkája, mely azt hiszem ellenkező esetben nem hozna osztatlan sikert a postás társadalom körében. A posta általános vezérigazgató-helyettesével, Dr. Keresztes Péter úrral a napokban folytatott megbeszéléseimből az a következtetés vonható le, hogy az átszervezés okozta nehézségek, az átállás zavartalan megvalósítása érdekében a PSZE-nek ebben az évben csökkentenie kellene a szakmai rendezvényeit, azért azt ajánlják, hogy ez évben ne nagyon vegyük igénybe azokat a postás kollégákat, akik közvetlenül is érintve vannak az átszervezéssel együttjáró feladatok végrehajtásában. Ugyanakkor biztosított afelől is, hogy 2005-ben és 2006-ban már visszaállhatnak a régi működési mederbe.

Záró gondolatok

Végül felhasználom ezt az alkalmat arra, hogy köszönetet mondjak a PSZE tagjainak az elmúlt évben nyújtott szakmai és emberi támogatásért, az Országos Elnökség és a Kibővített Elnökség valamennyi tagjának a munkánkhoz elengedhetetlenül szükséges konstruktív javaslataikért. Elismerés illeti a PSZE titkárságának valamennyi munkatársát a lelkiismeretes munkájukért, amelyet az elmúlt évben is végeztek az Egyesületünk sikere érdekében. Molnár Sándor főtitkár szakmai megfontoltsága, Fábics Miklós ügyvezető igazgató lelkes, megbízható hozzáállása és Wendl Istvánné EB elnök alapossága nagyban segített abban, hogy egyesületünk hírneve, elismertsége fennmaradjon, s működésünk pedig zökkenőmentes legyen.

Köszönöm, hogy a 2003. évi tevékenységünkről szóló beszámolót figyelemmel végighallgatták s remélem, hogy az elhangzottakkal kapcsolatban számos észrevétel és javaslat hangzik majd el.

Köszönöm a figyelmet s kérem a közgyűlést beszámolóim szíves elfogadására.

A PSZE 2004. ÉVI PROGRAMJA

- 2004. március 11.** Évi közgyűlés
- 2004. március vége**
(elhalasztva 2004. májusra)
Humán erőforrás politika aktuális kérdései
Ezen a fórumon szóba kerülhet 1-1 üzletág bemutatkozása is, a témákat később egyeztetjük.
Szűts Ildikó vigh.
- 2004. április 15-18.** UIJPT Igazgatási Tanácsának budapesti ülése
Dr. Oláh László
Molnár Sándor
Fábics Miklós
- 2004. május vége**
A PSZE jogi, együttműködő partnerei számára külön fórum biztosítása
Molnár Sándor
Fábics Miklós
- 2004. június vége vagy szeptember eleje**
A nemzetközi posta aktuális kérdései, különös tekintettel az UPU 23. bukaresti kongresszusára
Dr. Oláh László
- 2004. szeptember/október**
Az OLK működésének, az új logisztikai struktúrának tapasztalatai
Molnár Sándor

KÜLDÖTTKÖZGYŰLÉSI HATÁROZATOK

A PSZE **2004. március 11-i küldöttközgyűlése** az Elnökség beszámolójával, a 2003. évi zárszámadással és 2004. évi költségvetéssel, valamint a 2004. évi rendezvénytervvel kapcsolatban a következő határozatokat hozta:

1. A küldöttközgyűlés elfogadja **az Elnökség beszámolóját** a 2003. évi tevékenységről.
2. A küldöttközgyűlés elfogadja **az Ellenőrző Bizottság vezetőjének jelentését.**
3. A küldöttközgyűlés elfogadja **a PSZE 2003. évi zárszámadását** a 2003. december 31-i állapot szerint **16.032,- eFt bevétellel, 17.568,- eFt kiadással és 15.181,- eFt záró pénzkészlettel.**
4. A küldöttközgyűlés elfogadja **a PSZE 2004. évi költségvetését 16.250,- eFt tervezett bevétellel és 18.580,- eFt várható kiadással, 12.852,- eFt várható záró pénzkészlet mellett.**
5. A küldöttközgyűlés elfogadja **a PSZE központi rendezvényprogramját** és azt az elvárást, hogy a területi szervezetek ehhez kapcsolódva tervezzék meg helyi rendezvényeiket. **Március végéig készítsék el éves munkatervüket és küldjék el a PSZE Elnöksége részére.**
6. A küldöttközgyűlés elfogadja, hogy az éves egyéni tagsági díj 2004. évre nem változik (aktív **dolgozóknak évi 1.500,- Ft, nyugdíjasoknak és diákoknak évi 300,- Ft**). A beszedett tagdíj 50 %-ának megfelelő összeg igényelhető a helyi rendezvények költségeinek támogatására.
7. A PSZE Elnöksége április végéig gyűjtse össze azt a probléma-csomagot, amelyet a Magyar Posta Rt. felső vezetésével tisztázni kell és kezdje el azok megtárgyalását.

Budapest, 2004. március 11.

2004. ÉVI „PSZE DÍJ”-AZOTTAK

ARANY FOKOZAT

Dr. Oláh László
a PSZE alapító elnöke

Wendl Istvánné
a PSZE Ellenőrző Bizottságának elnöke

EZÜST FOKOZAT

Ráczné Hegedűs Klára
a Miskolci Területi Szervezet titkára

Dr. Szilágyi Béla
az Országos Elnökség tagja

Tóth László
a Szegedi Területi Szervezet elnöke

Wenczel Csilla
a Pécsi Területi Szervezet titkára

