

LEVELEZÉSI ROVAT

A Postások Szakmai Egyesülete a 2005. évi Küldöttközgyűlés határozatának megfelelően a tagságnak, illetve a lapot olvasó postai munkatársaknak fórumot kíván biztosítani arra, hogy a szakmai tevékenységükkel, vagy más, a postát érintő, egyéb szakmai ügyekben kérdéseket tegyenek fel.

Ez a fórum lehetőséget kínál arra is, hogy a postás kollégák az őket foglalkoztató szakmai kérdésekben kifejtsék észrevételeiket, vagy azokra nézve véleményt nyilvánítsanak.

Ezért a Posta szaklapban „**Levelezési rovat**”-ot indítunk.

A levelezési rovat vezetésére **Molnár Mariannát**, a Levél Üzletág vezetőjének közvetlen munkatársát kértük fel. Az ő feladata lesz, hogy a kérdéseknek megfelelően az illetékes szakmai területek választását kikérje és lapunk hasábjain a válaszokat megadja.

Molnár Mariann 1984. óta postás, főiskolai végzettségű, felsőfokú postai szakképzettséggel rendelkezik és az elmúlt évtizedben több, fontos beosztásban dolgozott a küldeményforgalom különböző szakmai és üzleti területein.

Kérjük, hogy kérdéseiket lehetőleg névvel és címmel ellátva küldjék, de jelítség levelekre is válaszolunk.

Elérhetőségünk:

- **postai úton:**
Posta szaklap Levelezési rovat
Budapest
Pf. 135
1410
- **e-mail-ben:**
psze@posta.hu

Várjuk leveleiket!

Szerkesztőség

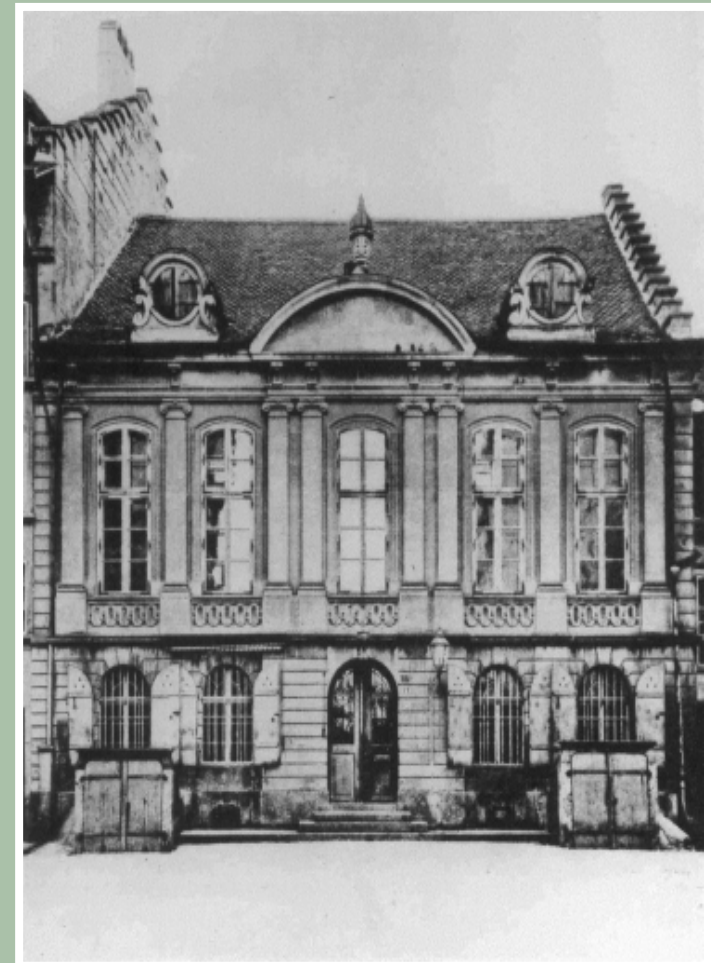


Posta

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

A TARTALOMBÓL

Postai világnap – 2005.
Szolgáltatások – minőség – piac
Értékesítési akciók hatása
a forgalomra
Sajtószemle



Az 1874 évi Bern-i Kongresszus helyszíne,
ahol megalakult az Egyetemes Postaegyesület
(korabeli fotó)



TARTALOM

DR. OLÁH LÁSZLÓ

Postai világnap – 2005, az információs társadalom jegyében 3

DR. SZABÓ PÁL

Szolgáltatások, minőség, piac 8

DÖMÖTÖRNÉ DR. ÁCS KATALIN

A postai szolgáltatások minőségének szerepe és alakulása 18

SASS ANIKÓ

Értékesítési akciók hatása a forgalomra – II. rész 24

Szemelvények a hazai sajtóból 30

Nemzetközi postai hírek 38

Levelezési rovat 46

Helyreigazítás 48

VÁLTOZÁSOK

A Postások Szakmai Egyesülete Központi Titkársága 2005. januárjában új helyre költözött.

Címek és elérhetőségek:

Cím: 1071 Budapest, VII., Lövölde tér 7.
(bejárat a Király utca felől)

Levélcím: Budapest
Pf. 135
1410

Telefon: (06-1) 321-3444

Telefon+fax: (06-1) 324-6469

E-mail: OlahLaszlo@posta.hu
psze@posta.hu

A PSZE által használt postai mobiltelefonok számai:

Titkársági iroda:	06-70-466-4100
Dr. Oláh László elnök:	06-70-466-4099
Molnár Sándor főtitkár:	06-70-466-8151
Fábics Miklós ügyvezető igazgató:	06-70-466-4101

A PSZE és a Posta szaklap elérhetőségei az Interneten és a postai Intraneten:

INTERNET

www.posta.hu

POSTAI INTRANET

Közérdekű információk/Postások Szakmai Egyesülete

A Posta szaklap és a PSZE részére e-mail küldhető a következő címenen:

OlahLaszlo@posta.hu
psze@posta.hu

*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**

VII. ÉVFOLYAM 3. SZÁM
2005. NOVEMBER

A szerkesztőbizottság elnöke: *Dr. Oláh László*

Társelnök: *Szivi László*

Tagjai: Dömötörné Dr. Ács Katalin, Dr. Horváth Sándor,
Képes András, Dr. Lovászi József, Molnár Marianna,
Pandurics Anett, Szarka Imre, Dr. Szebeny Botond

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:

DR. OLÁH LÁSZLÓ
a PSZE elnöke

DR. SZABÓ PÁL
az MPRT. vezérigazgatója

DÖMÖTÖRNÉ DR. ÁCS KATALIN
az NHH főigazgató-helyettese

SASS ANIKÓ
a K. Mo. TIG Hálózatszervezési munkatársa

ISSN 1419-6239

Felelős szerkesztő: Fábics Miklós
Felelős kiadó: Dr. Szabó Pál vezérigazgató
Nyomás: BEK Nyomda, Budapest
Felelős vezető: Galgóczi Károly
Szerkesztőség: Budapest, VII., Lövölde tér 7.
Telefon/fax: 06 (1) 321-6469
e-mail: olahlaszlo@posta.hu és psze@posta.hu
Postacím: 1410 Budapest, Pf. 135

DR. OLÁH LÁSZLÓ

Postai Világnap – 2005, az információs társadalom jegyében

A posták fejlődésének történetében annak idején egy év nagyon rövid időnek tűnt ahhoz, hogy nagy változásokról, radikális döntésekről számoljunk be. Persze ez nem jelentette azt, hogy a világ postáinak a működésében, szolgáltatásainak igénybevétele területén ne történtek volna változások. De ezek a – fejlődést befolyásoló – tényezők, események mégsem voltak olyan jellegűek, hogy azokra a társadalom, vagy éppen az ügyfelek nagyon is odafigyeltek volna. Természetesen, ha valamely tagországban egy korszerű technológiával felszerelt levél- és csomagfeldolgozót adtak át, s helyeztek üzembe, vagy valamely posta új bélyegárúsító automatát fejlesztett ki, vagy éppen egy önkiszolgáló hivatalt épített meg és még sorolhatnám, ezekre a 25-30 évvel ezelőtt bekövetkezett változásokra minden országban joggal felfigyeltek, s az eseményt pozitív módon értékelték, s az akkori sajtóban is kiemelkedő hírként közölték. Ugyanakkor szükségesnek tartom ehelyütt megjegyezni, hogy ezeket a technikai vagy éppen szabályozási változásokat nagyon alapos tanulmányok és vizsgálatok előzték meg s a döntések az akkori viszonyok között is a fejlődés gyorsítását, a korszerűbb szolgáltatás nyújtását voltak hivatottak elősegíteni.

Manapság azonban már azt kell látni, hogy az élet minden területén új kihívások közepette élünk, ezekre a társadalom minden szereplőjének gyorsan és ésszerűen kell reagálni. A posták az elmúlt 10-15 évben stratégiát váltottak, új arculatot, szolgáltatói magatartást, stb. dolgoztak ki, annak érdekében, hogy szinkronba kerüljenek a társadalom, az ügyfelek egyre növekvő, megváltozott igényeivel. Váltani kellett gyorsan, s az idő sürgetett és sürget ma is, mert az ügyfél elvárásai a postai szolgáltatásokkal szemben csak a minőségre irányulnak s a verseny a szolgáltatók s már a posták között is olyan méretűvé vált, amelyet nem lehet lassítani vagy elkerülni.

E sorok írója több évtizeden át részese lehetett a posták elmúlt, 40-50 éves fejlődésének, a változásoknak, s azoknak a nemzetközi törekvéseknek, amelyek a Egyetemes Postaegyesület közreműködésével, iránymutató s egyre racionálisabb szabályaival segítette a tagországok postáit egy korszerűbb postaszolgálat megvalósításában. Nemrég, átlapozva az elmúlt évek postai világnapi eseményeit, a megjelent írásokat, az UPU mindenkori vezérigazgatójának a tagországok postáihoz intézett üzeneteit, örömmel és meglelégedéssel láttam és tapasztaltam, hogy az elmúlt évtizedben milyen gyökeres változásokon mentek át a posták.

A küldött üzenetek, a szlogenek szövegei szinte egy teljes postai fejlődéstörténetet tükröznek, amelyekből kitűnnek mindazok az aktuális feladatok, amelyekkel nemcsak a Magyar Posták, hanem a világ valamennyi postájának a fejlődése érdekében szembe kellett nézniük s meg kellett oldaniuk.

Új korszak vette kezdetét a posták történetében. Új szolgáltatások, új minőségi normák, korszerűbb szolgáltatói magatartás, fejlett technológia, megnövekedett ügyfél

elvárások, új arculat, az igényekhez igazodó stratégia, stb. s azt hiszem, hogy nem merült ki azoknak a változásoknak a köre, amelyek a világ postáinak a működését jellemzik és meghatározzák.

A Magyar Posta az 1874. évi alapító okirat aláírásától kezdve nagyon aktív szereplője volt a posták közötti nemzetközi együttműködésnek és minden korban és időben arra törekedett, hogy minőségi és megbízható szolgáltatásaival teljesítse egyrészt az ügyfelek igényeit, másrészt eleget tegyen azoknak a nemzetközi szabályozási kötelezettségeknek, amelyek egyetemes jellegén minden postának örködni kellett és kell napjainkban is. Az elmúlt néhány év postai történései, pozitív eredményei azt mutatják, hogy a Magyar Posta minden erejével egy olyan jól, a minőségi szolgáltatások kötelező nyújtásaival működő postaszolgálatot kíván megvalósítani, amellyel a társadalom minden tagja elégedett, s amely a jövőben is stabil láncszeme maradhat az egyetemes európai és egyetemes postai hálózatnak.

A lap olvasói már időközben a különböző lapokból megismerkedhettek az UPU Nemzetközi Irodája vezérigazgatójának üzenetével, amelyet valamennyi tagország postájához intézett a 2005. évi Postai Világnap alkalmával. Ez az üzenet már visszatükrözi azt a fejlődési folyamatot, amelyet a posták eddig tettek meg a hírek elektronikus eszközökkel történő továbbításának az elősegítésében. A posták az információs társadalomban egy nagyon jelentős, szinte nélkülözhetetlen tényezővé, szereplővé váltak. A posták tevékenységi körének bővülése, a nyújtott szolgáltatások skálájának kiszélesedése egyben az elektronikus infrastruktúra integrálódását hozta magával a postai szolgáltatások területén. A modern információs eszközöknek a postákon történő könnyű hozzáférhetőségeivel óriási perspektívák nyíltak meg mindenki számára, szerte a világon, azokon a településeken élők életének a megkönnyítésére, ahol eddig a hagyományos szolgáltatások igénybevételének a feltételei sem voltak meg. Amikor ezt az üzenetet, s annak tartalmát átgondoljuk, máris felmerül bennünk a gondolat, vajon ezeknek a legfejlettebb elektronikus technológiáknak a további tökéletesedése hova vezet, milyen újabb perspektívák nyílnak meg segítségünkkel az életminőség javítása érdekében.

A postáknak, így a Magyar Posta fejlődésének jelenlegi szakaszában is fel kell vállalni és ki kell szélesítenie tevékenységi körét annak érdekében, hogy elősegítse postai hálózatának fejlesztésével az információs társadalom adta lehetőségek postahelyeken történő igénybevételét. Úgy vélem, hogy ennek már most is megvannak a feltételei postáinkon, s azokkal igyekszünk élni is, hogy eleget tegyünk az UPU felhívásától függetlenül az ügyfelek korszerűbb kiszolgálásának az elősegítésére.

Engedjék meg, hogy az UPU vezérigazgató üzenetét még nagyon fontos elemmel kiegészítsem.

Nevezetesen azzal, hogy a manapság forradalmi erővel végbemenő fejlődés csak azokon az alapokon valósulhat meg, amelyeket az elmúlt évtizedek, évek következtében – még ha voltak is deviáns döntések – munkájával a világ postás szakemberei, s köztük a magyar postások végeztek. Tisztelegnünk kell a 2005. évi Postai világnapon is a több millió postás kolléga előtt, akik igenis sokat tettek azért, hogy a mai posták ilyen eredményeket érthettek el.

Elismerés és köszönet hangján kell szólni a magyar postások áldozatkész és szorgalmas munkájáról, akik aktív szereplői voltak a sokszor megrázkódtatásokkal járó átalakulási folyamatoknak, s közben is mindig szem előtt tartva hűségüket és odaadásukat postájukhoz, a Magyar Postához.

Amikor ezeket a sorokat írom, nem hagyhatom említés nélkül annak a nemzetközi szakmai konferenciának a munkáját, amelyet a Nemzetközi Szakmai Szövetség Igazgatási Tanácsa 2005. szeptemberében Madridban végzett. Teszem ezt azért, mert a nemzetközi szervezet működését a jövőben olyan módon szeretné kiszélesíteni, amely a posták közötti szakmai együttműködést az információ gyorsabb kicserélésével valószínűsíti meg. Ehhez partneri viszonyt kíván létesíteni az UPU-val, az UIT-vel s mindazokkal az európai fórumokkal, amelyek ennek megvalósításában erkölcsi és anyagi támogatással részt vállalhatnak (nyelvtanfolyamok szervezése, kölcsönös szakmai és kulturális rendezvények, stb.). A Nemzetközi Szakmai Szövetség igazgatási Tanácsa úgy látja, hogy az egész szervezetet olyan új alapokon nyugvó egyesületé kellene átalakítani, amely jobban integrálja soraiba a posta és távközlés aktív és senior tagjait s megfelelő összekötő kapocsként segíthetnének egy egészségesebb európai postai és távközlési együttműködés megvalósításában. Ezen munkálkodik több európai ország szakmai szervezete s a felvetett javaslatok nagyon is közel állnak a 2005. évi világnapi üzenethez, amely az ügyfelek és a posták közötti kapcsolatok további elmélyítését szolgálja.

A cikkben említett UPU vezérigazgatói üzenet teljes szövegét az alábbiakban közöljük.

Edouard Dayan úr, az UPU Nemzetközi Irodája vezérigazgatójának üzenete a Postai Világnap alkalmából

A postai ágazat – az információs társadalom nélkülözhetetlen szereplője

Alig néhány héttel az idén novemberben Tuniszban (Tunézia) tartandó, az információs társadalommal foglalkozó világméretű csúcstalálkozó [World Summit on the Information Society] (WSIS) előtt, a 2005. évi Postai Világnap alkalmából szeretnék a postai ágazat által a digitális megosztottság csökkentése terén világszerte beöltött fontos szerepre emlékeztetni.

Miközben a nemzetközi közösség roppant kihívásokkal néz szembe, a postai szektor egyre fontosabb partnerré válik a WSIS célkitűzéseinek megvalósításában, és az ágazat elkötelezett aziránt, hogy szoros együttműködést folytasson a kormányokkal, a magánszektoral, egyéb nemzetközi szervezetekkel és a civil társadalom képviselőivel annak érdekében, hogy az információs társadalom elérhető közelségbe kerüljön olyan emberek milliói számára, akik jelenleg nem jutnak hozzá az internethez, illetve az információs és kommunikációs technika eszközeihez.

A WSIS első szakasza után, 2003 decemberében elfogadott cselekvési terv értelmében az integrált információs társadalom alapját egy olyan infrastruktúra létrehozása jelenti, amely hozzáférést nyújt az információs és kommunikációs technológiákhoz. A világszerte működő több mint 660.000 postahivatal, valamint a több mint ötmillió férfiből és nőből álló munkaerőtábor, vagyis a postaszolgálatok összessége ideális helyzetben van ahhoz, hogy mindezt valóra váltsa, és örömmel mondhatom, hogy a postai szektor jó néhány országban pontosan így is tesz.

A posta jóformán mindenhol jelen van – számos ország legtávolabbi sarkában is –, és nélkülözhetetlen összekötő kapocsként szolgál a külvilággal való érintkezésben. Az ajtaja bármiféle megkülönböztetés nélkül mindenki előtt nyitva áll, ami a postát lényegében egyetemes jelenséggé, integráló erővé teszi. Napjainkban a postahivatal már jóval több, mint csupán az a hely, ahova az emberek azért mennek, hogy feladják vagy átvegyék a leveleiket és csomagjaikat: amellet az elektronikus és pénzügyi szolgáltatások gócpontját is jelenti. Az országuk fővárosától távol élő bhutani egyetemisták számára a posta módot ad arra, hogy az interneten keresztül megismerjék vizsgaeredményeiket, míg az Amazonas mentén található apró településeken élő több ezer brazilnak közvetlen hozzáférést nyújt azokhoz a pénzügyi szolgáltatásokhoz, amelyekben korábban nem

volt részük, lehetővé téve számukra, hogy jövőjük biztosítására megtakarításokat gyűjtsenek, vagy hogy könnyebben és gyorsabban kapják meg a nyugdíjukat, másfelől pedig hogy pénzüket visszaforgassák a helyi gazdaságba és önállóbb életet éljenek. Az új információs és kommunikációs technológiákhoz való hozzáférés azt is jelenti, hogy biztonságosan lehet bizalmas elektronikus üzeneteket küldeni, amelyeket elektronikus postabélyegző hitelesít, jelezve, hogy azokat ki és mikor küldte. Továbbá lehetővé teszi, hogy az ügyfelek olyan csomagokat kapjanak, amelyek az interneten megrendelt árucikkeket tartalmazzak.

A világ postai hálózata az utóbbi néhány esztendőben számottevő fejlődésen ment keresztül. Az új technológiák hatékony alkalmazása nyomán elmosódnak a fizikai, digitális és pénzügyi határok. A postai szektor tevékenysége sokkal inkább elősegíti a nemzetgazdaságok építését és a világon a szegénység csökkentését, mint azelőtt valaha. Jó példa erre a nemzetközi migráció és a pénzáttalások alakulása. Az ENSZ kimutatásai szerint a migráns munkavállalók a világ népességének 3 %-át alkotják. Ezek az emberek gyakran a magasabb munkabérek reményében hagyják el hazájukat, hogy ezáltal jobb létfeltételeket teremthessenek otthon hagyott családjuk számára. A Világbank adatai alapján a kivándorolt dolgozók 2004-ben összesen 110 milliárd USD összeget utaltak át, ami a 2001. évi mértékhez képest 52%-os növekedésnek felel meg. És azoknak az ügyfeleknek, akik átlagosan 200 USD-t utalnak át, olyan szolgáltatásokra van szükségük, amelyek nemcsak megbízhatóak, hanem számukra megfizethetőek is. Ráadásul a fejlődő országok esetében a közvetlen beruházások után a második legnagyobb finanszírozási forrást a pénzáttalások jelentik. A korszerű technológián alapuló, világméretű pénzforgalmi hálózatnak köszönhetően, amelynek kiépítésében az Egyetemes Postaegyesület is segít, a migráns dolgozók és honfitársaik millióinak javát szolgálja a szélesebb körű szolgáltatási kínálat és az a lehetőség, hogy biztos határidejű pénzáttalások nagyon méltányos díj ellenében bonyolíthatnak le.

Ezen a napon, október 9-én, vagyis a 2005. évi Postai Világnapon a világ minden részén arra biztatom az embereket, hogy látogassanak el egy-egy postahivatalba, és nézzék meg, mi mindent kínál. Biztos vagyok abban, hogy olyan szolgáltatásokat fognak találni, amelyek az eddigiéknél jobban megfelelnek az új információs társadalom kívánalmainak. És egyszersmind felkérem a kormányokat, a magánszektort, a nemzetközi szervezeteket és a civil társadalom tagjait is, mindazokat, akik osztják a digitális szakadék áthidalására irányuló törekvésünket, hogy dolgozzanak partneri együttműködésben a postai ágazattal, annak tárgyi eszközökből és szakértelemből álló óriási vagyonával. Együttes erővel, tartós partneri kapcsolatok révén emberek milliói számára biztosíthatunk jobb hozzáférést a kommunikációhoz és az információhoz, ami emberi jog, a postai szektornak pedig legfőbb hivatása.

2005. augusztus 31-én nagyszabású szakmai napot tartott a Postások Szakmai Egyesülete a postai szolgáltatások minőségének kérdéskörében. Dr. Szabó Pál vezérigazgató és Dömötörné Dr. Ács Katalin főosztályvezető-helyettes (Nemzeti Hírközlési Hatóság) előadásait szerkesztett és kissé rövidített formában ezúton közreadjuk. A szerkesztői munkát Fábics Miklós végezte.

Dr. Szabó Pál vezérigazgató: Szolgáltatások-minőség-piac

Mondandóm a minőségről fog szólni. Ott kezdeném, hogy az egy évvel ezelőtti beszámolóink nem lehetett mentes az OLK körüli szakmai fiaskótól. Azt mondtuk, hogy ezt mi hoztuk saját magunkra, ebből saját magunknak, saját erőből kell kilábalni, de a következményeit még nagyon sokáig fogjuk – akár érdemtelenül is – de mégis magunkkal cipelni. Akkor ebben voltak persze bizonytalanságok, csak a hitünk volt töretlen, és a szakmai egység, ami összerántotta a postásságot. Apró kis drámák, nagy üzleti gondok adódtak abból, ahogy a posta ezzel az OLK-s integrációval kapcsolatosan megjelent a maga szolgáltatói piacán.

A másik ilyen kérdés volt a privatizáció. Ugyan nem tisztje a társasági irányításnak a társaság vagyonát érintő kérdésekben nyilatkozni mégis, – sok más fórumhoz hasonlóan megtettem – hangoztatva azt a véleményünket, hogy a Magyar Posta nem alkalmas privatizációra, sok tekintetből vizsgálva sem. Egy biztos: gazdasági állapota, jövedelmezősége, valamint a posta privatizációval kapcsolatos nemzetközi trendek sem erősítenek meg semmilyen állami szándékot arra nézve, hogy a posta tulajdont privatizálni kellene, szakmai, pénzügyi, kisebbségi, többségi, vagy akármilyen privatizációs technikát használva erre a célra.

Ma már tudjuk, hogy törvény szabályozza a Magyar Posta privatizációs pályáját, az MPRT. nem szerepel semmilyen privatizációs tervben, tartósan állami tulajdonban marad. Reagálnom kellett megint csak, miután az MPRT. tevékenysége olyan, hogy mindenki úgy véli, „hozzaértó módon” tudja a tevékenységünket értelmezni, kezelni, és félígazságokra, sőt hazugságokra építve, támadni, vagy támadást indítani ellenünk. Sokan tudni vélték, hogy folyik a pénzügyi üzletág nagy „lenyúlása”, a posta lelkét ki fogják innen szervezni. Jelenthetem, ahogy ezt akkor is cáfoltam, ma már az élet cáfolja, hogy ilyesmiről nincs szó, értelmetlen, gazdaságilag megoldhatatlan.

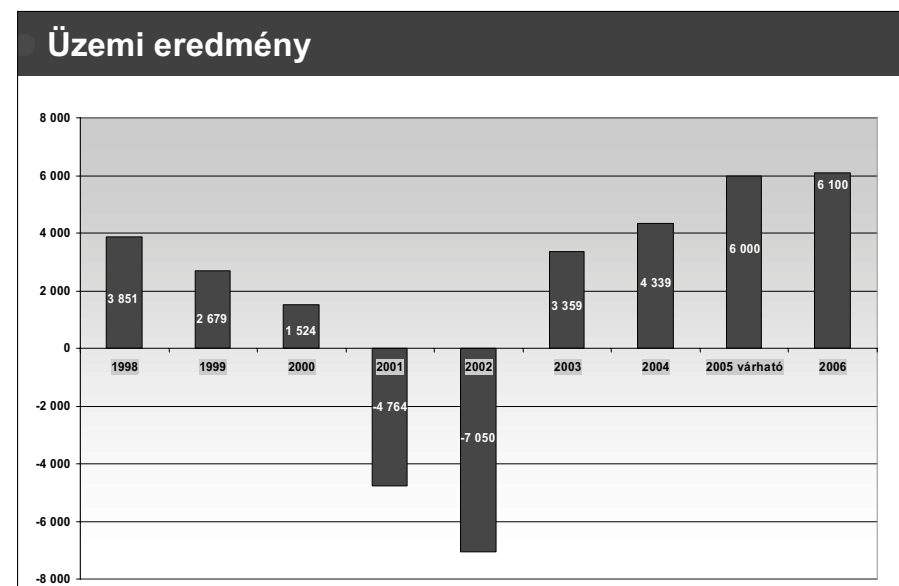
Miként azt is mondtam, hogy befejeztük a mobil posta köré sorolható hálózat-átalakítási programot, ezzel eljutott a Magyar Posta a számára a postatörvényben biztosított hálózat-átalakítási lehetőségek végére.

Mostantól kezdve kis településen fix postahely csakis, kizárólag a törvényben meghatározott módon, azaz a helyi önkormányzatokkal egyeztetetten kerülhet kiváltásra valamilyen más szolgáltatási formában, a 600 és 1000 fős települési körön belül. Fölötte pe-

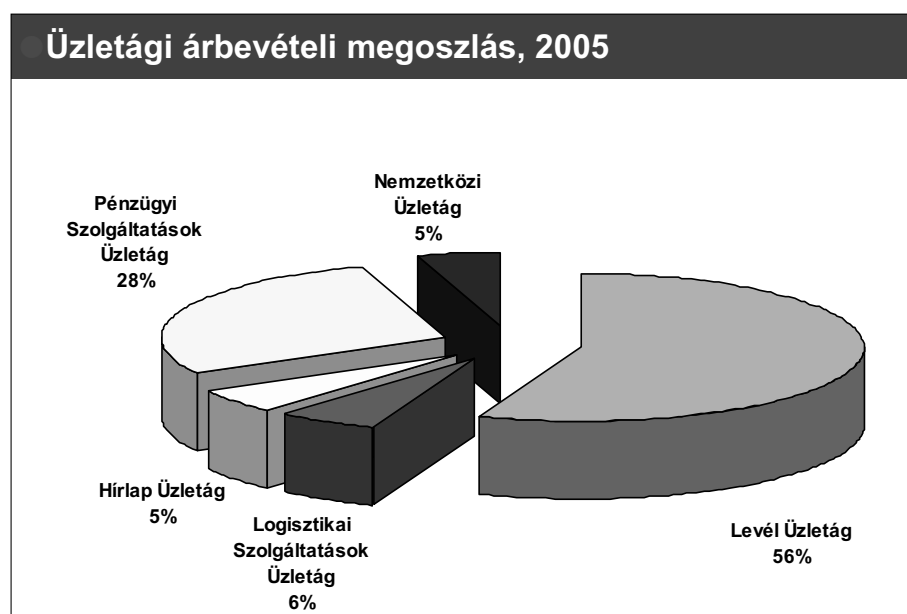
dig a fix pont kötelezően előírt törvényi elvárás a postai közszolgáltató számára. Ezt követően hallottam, amint egy tv csatornán, egy hozzáértő postai szakember elmondta: de, mi tudjuk, hogy mégis további kistelepülési postákat fognak bezárni. Egyetlenegy kistelepülési postát nem zár be senki, de elmondom, hogy nálunk minden hálózat-átalakítási kérdés a törvény értelmezésével, a törvény betartásával kezdődik és fejeződik be. Semmiféle, az érvényes postai törvényben előírt feltételt meghaladó, átalakító, másként értelmező tevékenységet a Magyar Posta nem végez, nem is végezhet.

Kiegyensúlyozott a gazdálkodásunk

A gazdálkodásról szólva: a 2004-et magunk mögött tudjuk, nem érdemes már foglalkozni a részletekkel, sokan már hallották azt. A lényeg, hogy sikerült stabilizálni a posta működését, vállalati szintű tevékenységét. Nagyon fontos volt az, aminek hangot adtam, ahogy a 2003-as üzleti tervet a tulajdonos állam csak valamikor májusban fogadta el, hogy ez a mi társaságirányítási kultúránkhoz nem illeszthető, nem vagyunk hajlandóak ezt elfogadni. A magunk munkájával hozzájárulunk ahhoz, hogy a tulajdonos már a tárgyévet megelőzően legyen olyan szakmai helyzetben, hogy az üzleti tervünket el tudja dönteni. 2004-ben – először a Magyar Posta történetében – működött is, hiszen 2003. decemberének utolsó napjaiban volt elfogadott üzleti tervünk, következőképpen volt tisztességes bérmegállapodásunk is. A 2005-ös évet már ugyanebben a szakmai kultúrában tudtuk előkészíteni. Megint volt elfogadott üzleti tervünk december végére, miként ehhez illeszkedő bérmegállapodásunk is volt. A 2006-os évet sem gondoljuk másként, már elkezdtük a tervezést, a paraméterek összeállítását. A 2006-os esztendő is szakmai megközelítésben kívánjuk úgy előkészíteni, hogy 2006. január 1-jével mindenki tudja, hogy mi a dolga: a vezetők, a munkavállalók, az érdekképviselők, tiszta feltételek mellett tudják a munkájukat végezni.



A dolgainkat jól mutatják az üzemi eredményeink, itt azt kell látnunk, hogy az üzleti tervben meghatározott eredményt meghaladó lesz az ez évi tervünk és a stratégiai tervezésben a 2006-ra előirányzott üzemi eredményünk is mutatja azt az egyensúlyt, amiben az MPRT. ma működik. A Magyar Postának nincs a tulajdonos részéről formálisan jóváhagyott stratégiája, ez igaz, annak ellenére, hogy legalább 4 alkalommal jártunk az ÁPV Rt. Igazgatóságánál, ahol mutattuk, magyarítottuk, hogy a posta nem gazdátlanul sodródik a gazdálkodásában, hanem igenis, 2002. decemberében a Posta Igazgatósága által elfogadott stratégia mentén tesszük a dolgunkat. Jó lenne, ha fölnőne ehhez a stratégiához az ÁPV Rt. Igazgatósága is. Valamiért túl nagyok bizonyulunk az ÁPV Rt-nek, de a lényeg, hogy gyakorlatilag ennek a stratégiának a változatlan irányultságát ez év áprilisában az ÁPV Igazgatósága határozatban elfogadta.



Tehát nagyon fontosnak tartom, hogy mindenki tudja és az MPRT. 16 éves történetében – első ízben – a magyar állam részéről a tulajdonos elfogadott stratégiáról határozott. Elgondolkodtató, hogy az állam – mint tulajdonos – mennyire nem akarta, vagy nem tudta érteni ennek a rendkívül fontos stratégiai közszolgáltatójának a szakmai útját. Itt mindig is volt szakmai munka a társaságon belül. A kérdés az, hogy volt-e tulajdonosi stratégiai vízió, ennek a hatalmas állami vagyonnak a kezelésében. Azt gondolom, hogy nem volt, mert határozatban nem állt mellé az állam (a tulajdonos, a minisztérium, az ÁPV), vagyis, aki éppen felügyelte az MPRT. tevékenységét. Ez év áprilisától van egy formalizált állásfoglalása a magyar államnak, hogy 2009. december 31-ig tudomásul veszik, hogy az MPRT. ilyen stratégiai pályán mozog, marad és erről az a vélemény, hogy rendben van.

A piaci helyzetünkről

Az esztendőről annyit mondanék, hogy majdnem eltaláltuk a forgalmat, bár elindult egy csökkenés március óta, ami nem drámai. Ha így folytatódik, akkor a terveinkhez képest 1-1,3%-os árbevétel elmaradást könyvelhetünk el, amelynek a kedvezőtlen hatását a társaság eredményeire más gazdálkodási beavatkozással ki tudunk oltani. Tehát az értékesítésben, az üzletágakban igenis, fokozott figyelmet kell fordítani azokra a gondokra, amelyek a levélüzletágban, a logisztikában igen komoly mértékben, de a pénzügyi szolgáltatások tekintetében is óvatosságra intenek, termékfejlesztésre ösztönöznek.

A posta szekere halad, de ahhoz, hogy magasabb sebességre kapcsoljunk, azt a paradigmaváltást, amit azt gondoljuk, hogy 2004. január elsejétől már intézményesen is megteremtettünk, föl kell gyorsítani, határozottabban kell képviselni, és a konkurenciát nem a tárgyalóterekben és nem hatósági feljelentésekhez fűződő eljárásokban kell legyőzni, hanem az ügyfeleknél kell egyértelművé tenni azt, hogy az MPRT-nek a jelenlegi, szolgáltatói versenykörnyezetben nincs alternatívája. Különböző üzletágainknak rugalmatlan a hozzájárulása a társaság árbevételéhez. Ennek azért nem örülünk, mert ugyan mi értünk legjobban a levélküldemények feldolgozásához, kézbesítéséhez, nekünk van az a hálózatunk, az a technológiánk, amitől a legjobbak lehetünk, de egyben a postai liberalizáció is pontosan erre a szegmensre lő, és ha arra gondolunk, hogy megint elveszítünk 50 grammot 96. január 1-től, akkor ez egy kőkemény üzenet. A forgalomnak a 7%-át érinti már ez a liberalizációs lépés. Ez persze nem azt jelenti, hogy ezzel el is veszítettük, csak azt jelenti, hogy a konkurencia az előző 100 grammig történő liberalizációval együtt most már a levélküldemény forgalomnak közel 15-18%-át betelrelheti a maga gondolkodásába.

A másik gondunk, hogy a Logisztikai Szolgáltatások Üzletága továbbra is igen szerény, a logisztikai szolgáltatások piacán eléggé perifériára szorult pályán marad. Ahogy nézzük saját magunkat, a termékeinket, a lehetőségeinket, nem igazán várható 2006-ban sem erőteljes elmozdulás ebből a szerény részesedésből.

A pénzügyi szolgáltatások üzletága egy érdekes pályán mozog, mindannyian örülünk annak, hogy alacsony az infláció, hogy alacsonyabb kamatok mellett vehetünk föl hiteleket. Ez éppen azt is jelenti, hogy a költségek édes öröme is inkább úrrá lesz a megtakarítások fölött, tehát nem lesznek olyan vonzóak a postán elérhető megtakarítások, és nem lesznek általában a megtakarítások olyan vonzóak, mint korábban, hiszen a reálhozamok csökkennek, plusz az elhalasztott fogyasztási igényeknek egyre inkább eljön az ideje, hogy azt, amit elnapoltunk a magas reálhozam okán, ideje lenne beszerezni, tehát elindul kifelé a pénz. Ez természetesen a mintegy 40 kereskedelmi bank pénzügyi piacán is adózabb konkurens helyzetet teremt. Miután mi csupán ügynökei vagyunk a két, velünk együttműködő, nagy kereskedelmi banknak, nyilvánvaló, hogy az ütős, erőteljes termékek nem nálunk fognak landolni, abból adódóan, hogy a közönségünk is olyan, hogy egyszerűbb, közérthetőbb termékeknek a forgalmazására vonatkozik alapvetően. Aggodalommal figyeljük a pénzügyi üzletágunkat, nem lesz könnyű a 2006-os esztendő sem.

A munkavállalók oldaláról könnyebb lesz, miként ebben az évben sem került sor létszámcsökkentésre központi programok keretében, úgy a létszámgazdálkodást illetően a jövő esztendő is egy konzolidált helyzetet mutat. Nincsenek olyan társasági átalakí-

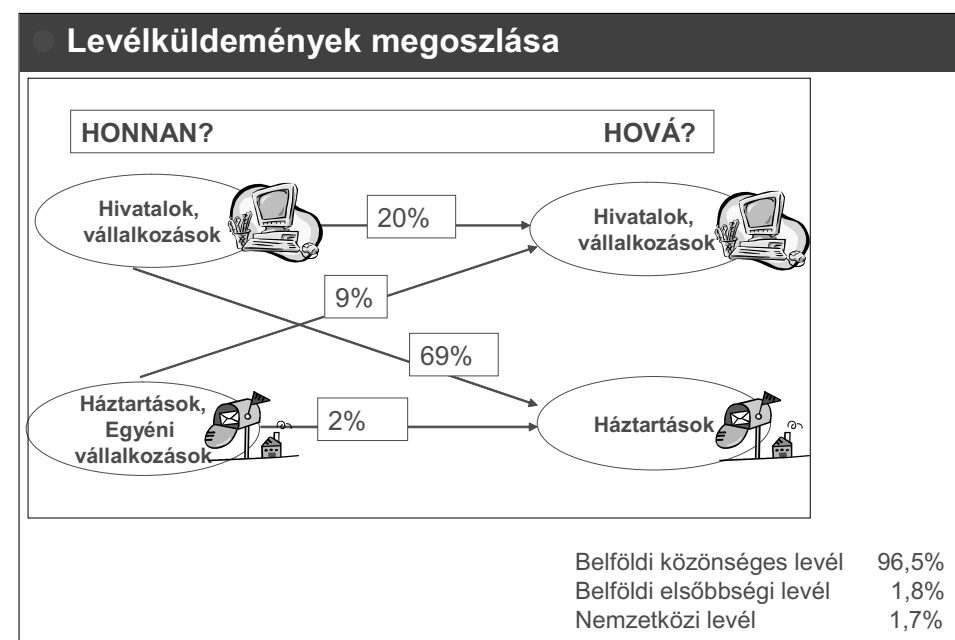
tások, amelyek érintenék az élő munka ráfordítást, amelyek érintenének munkahelyeket, természetesen itt a megszűnésre gondolok.

Amikor a média jóvoltából, a panaszok és adott ügyek kapcsán a posta a közbeszéd szájára kerül, akkor ez 98%-ban mindig a lakossági panaszok okán kerül elő. Pedig a lakossági forgalmunk, különösen a lakosság oldaláról kezdeményezett forgalom rendkívül szerény. Nem is igazán hallani olyan konkurensról, – például a budapesti térségben mintegy 70 regisztrált cég foglalkozik postai szolgáltatással – hogy szeretnének kézbesíteni, mondjuk a kisebb településeken, meg hogy szeretnének kiülni valahová egy irodába és várni, hogy hány levelet adnának föl, mondjuk 50 gramm fölött a derék lakosok. Nem csodálom.

Azon se lehet csodálkozni, amikor a konkurensok egyszer csak megjelennek a tömeges feladónál és elmondják, itt van a mi kis kft-nk, mi egyébként képzett postások vagyunk, mindent tudunk, helyismeretünk van, a kollégákat is hozzuk, vegyetek meg bennünket és máris visszük a Ti – egyébként törvényben teljesen rendjén való módon előállított – számlaleveleiteket, amerre kell vinni.

Természetesen az ő működésüket nem övezik jóléti, szociális, sok minden más kiadások, meg a 2.800 postahelyből álló hálózat fenntartásának a költségei, és aztán, ahogy látjuk – például az ELMŰ, vagy a TITÁSZ esetében – nem 50,- Ft-ért, hanem 38,- Ft-ért, de alacsonyabb költségek mellett, szépen beléphetnek a helyünkre, mi ezt csak vigyázzban állva tudjuk szemlélni, ha ehhez még minőség is járul.

Szerencsére a minőséggel azonban baj van, mert ezeknél a közüzemi szolgáltatóknál élőmunka bővüléssel jár egy ilyen lépés. A TITÁSZ vezérigazgatójával találkoztam nemrég, akiknek ez 150 fő felvételét jelentette, hogy megoldják. A baj az, hogy meg fogják oldani, elszántak és január 1-től végzik azt, amit nekünk kellene végezni.



Tudnánk végezni, kapacitásunk van, de elkerül tőlünk. Éppen ezért a Levél Üzletág legnagyobb kihívása, hogy miként tudunk még inkább beépülni, még inkább azonosulni a tömeges feladású ügyfeleink igényeivel. Itt a házon belüli postázástól kezdve, a mérő leolvasásig számos lehetőség van, meg a határidők, a határidő ablakoknak a betartása – fegyelmezett kulturált teljesítés mellett – ezek ma már belépődíjak. S akkor jön, hogy mibe kerülünk? Ez a 38,- Ft a tárgyalásaink során egy nagyon komolyan fölmerülő összeg, amelyek a konkurensaink kínálnak. Mi pedig, közszolgáltatói funkcionkból adódóan, meghatározott díjtételeinkből a fenntartott szolgáltatások körén belül nem tudunk elmozdulni. Hiszen a gazdálkodásunk visszatérő axiómája a keresztfinanszírozás kiszűrése, a fenntartott szolgáltatások, és a választott szolgáltatások gazdálkodásban történő szétválasztása. El kell számolnunk vele, a számviteli munkánkban ezt technikailag meg is oldottuk. De a konkurencia attól még továbbra is itt van a nyakunkon. A szolgáltatás tartalma kell, hogy más legyen, a szolgáltatás minősége pedig valami olyasmi, amit elértünk. A legnagyobb fájdalomunk a címezetlen nyomtatványok, reklámkiadványok piacán meglévő, meglehetősen szerény, 22%-os részesedésünk. Ezen belül Budapesten gyakorlatilag nem is vagyunk jelen, 3% a budapesti, az ilyen téren legdinamikusabban fejlődő piacon a jelenléteünk. Pedig valamennyi nemzetközi posta a maga stratégiai pályáját ezen az ágon írja föl, ezzel kompenzálják a hagyományos postai levélforgalom csökkenéséből adódó bevételkiesést. Ettől kezdve, a liberalizált piacon már csak az a kérdés, hogy kinek van hálózata, kinek van minősége, kinek van szolgáltatási biztonsága, és mit tudom én, még mi minden.

Azt majd a törvény kodifikációival nyilvánvalóan fölírják, hogy ki léphet be ebbe a körbe. De azt gondolni, hogy a versenyben olyan ráfordításokat el lehessen fogadtatni, amely ráfordítások igazából senkit nem érdekelnek a Magyar Postán kívül, én azt gondolom, hogy nagyon veszélyes illúzió lenne. Ezért is próbálunk tenni az üzleti struktúra megszilárdításával azért, hogy vállalatyszerű tevékenységünk erősödjön, az értékesítés egyéb lehetőségeivel egyre intenzívebben éljünk.

Az esztendő első napjaitól kezdve, vezető társaimmal együtt, nagyon sok körzeti postai értekezleten jelentünk meg az ország legkülönbözőbb pontjain, számos kézbesítői, nagypostavezetői találkozót bonyolítunk, ahol az értékesítésre, a megváltozott postás magatartásra igyekszünk fölhívni a figyelmet. Indokoljuk ennek a szükségességét, hogy a 13.000 kézbesítőnk ne azt érezze, hogy vegzálja a kisnyugdíjast a Magyar Posta biztosítási termékeinek ismertetésével, hanem érezze azt, hogy egyébként a kisnyugdíjas, vagy annak a gyerekének az autója, lakása valahol biztosítva van, és akkor az lehetőség szerint jöjjön ide hozzánk, mert nekünk is van biztosítási termékünk, meg pénzforgalmi termékünk, meg sok minden más, mert kell a forgalom.

Nemcsak a Magyar Postának, minden postának sajátos a szerepe. Egyrésztől közszolgáltatóként, kvázi úgy működünk, mint állami intézmény, azonban állami vagyontól úgy működünk, mint gazdálkodó szervezet, eszerint számoltatnak el bennünket.



Az ÁPV, a Pénzügyminisztérium azt mondja, hogy itt van egy borzasztó nagy szervezet, én itt nyilvánvalóan a tőkebefektetésem után akarok látni valamilyen jövedelmezőséget, osztalékot, fejlesztést, munkahely megőrzést, társasági jövedelmezőség javulást. Ettől egy kicsit bonyolult a Magyar Postánál megtalálni az igazi egyensúlyt. De hát ezen vagyunk, és az egyáltalán nem hálás feladatot azért még viszonylag jó idegrendszerrel próbáljuk kezelni.

A minőség forradalma, kultúraváltás

Beszéljünk egy kicsit a hálózatról. Azt mondtuk, hogy a hálózat-átalakítást a mobil posta mintegy 1000 kistélepülésre történő kiépítésével magunk részéről befejezettek tekintjük, legalábbis a hálózatnak a nagyléptékű átalakítását. Azt beszéljük, de ezek politikai indíttatású megállapítások, hogy egyszer-kétszer hetente elmegy az autó a kistélepülésekre, és az embereket így degradálja a Magyar Posta.

Szeretném elmondani, hogy a Magyar Posta törvény-végrehajtóként minden munkanapon, minden címhelyen, ezen az 1000 településen is megjelenik. Ha valaki ezt jelzi, akkor csönget, bekopog a postás, úgy ahogy a városi postai szolgáltatás esetében álmódni sem tudunk.

Büszke vagyok a vezetőkre, hogy ilyen minőségben megálmodták, végrehajtották, és büszke vagyok a postás dolgozókra, a postavezetőkre, a mobilpostásokra, hogy a mintegy 300.000 lakost érintő szolgáltatásunkat kiváló minőségben végzik. Arról nem beszélve, hogy ezeknek a településeknek a fele semmilyen, ilyen típusú szolgál-

atásunkkal nem volt ellátva. Tessék megnézni, ez a minőségünk, és erre összesen 27 lakossági észrevétel érkezett. Ebből a felét az első harag, az első bosszúság íratta, ismerjük ezt, 7-en dicsérnek bennünket, 7 esetben igazuk volt. Hát azért gondoljuk végig, hol van a Magyar Posta szolgáltatási minősége, úgy egyébként ettől a minőségtől.

Nagy baj, hogy nem tudjuk ezt sem a politika, sem a média eszközeivel, sem az érintett önkormányzatok meggyőzésével a helyére tenni. Nem azt várom, hogy például a sárvári postavezetőt, és a 11 mobil postását a TV 2 reklámozza egy 5 perces, a valóságot tükröző műsorban. De azt tudom, hogy az érintett településen élő emberek a válukon viszik, kedvelik, szeretik ezt a szolgáltatást, s ami még jobb, a mi embereink örömmel mennek. Hallottuk, hogy sorba állnak azért, hogy valaki fölkerüljön a mobil járatra. Mi nem vittünk el semmit, hoztunk. Harmadosztályú postai szolgáltatást hoztunk a kistélepülésen élőknek. Az, hogy eszünkbe jutott, hogy itt vannak olyan postahelyek, ahol a kollégánk nem azért, mert nem szeret dolgozni, de ha megfeszül, se tud 15-20 percnél több időt hasznosan eltölteni a 6 órájában, munkával.

Egyébként meg a forgalmi statisztikák pregnánsan mutatják, hogy évek óta milyen forgalomról beszélünk. Ehhez képest az ezerszeresére készülünk föl szolgáltatói oldalról, természetesen az ehhez kapcsolódó költségekkel.

Szoktunk arról beszélni, hogy nem véletlenül hozták meg a jelenlegi postatörvényt. Bár úgy tűnik, hogy időnként, mikor hallgatom a politikusokat, úgy tesznek mintha véletlenül hozták volna meg azt a törvényi döntést, 92 óta folyamatosan, hogy 600 fő alatt mobil-szolgáltatással lehet kiváltani a fix postahelyet. Se bal oldalról, se jobb oldalról ne szeretnek erre emlékezni. Éltünk ezzel, mert ha nem éltünk volna, akkor azokat a költségeket, amelyeket indokolatlanul cipelünk, az ÁPV Rt., a Pénzügyminisztérium miként tudta volna be? Irkáltuk volna, hogy akkor most mi is veszteségbe kergettük a postát, és ezek a veszteségek miként növekednek?

Nem könnyű a kultúraváltás, és nem öröm egy vidékfejlesztési, jó, vagy rossz politika kellős közepébe keveredni, de időnként ott vagyunk. Ahogy hallom, az ellenzéki párt ráadásul most még az őszi időszakban be fog terjeszteni egy olyan postatörvény módosítást, hogy ugyanolyan elbánásban részesüljenek a 600 fő alatti települések, mint a 600 és 1000 közöttiek, tehát ha a polgármester vagy az önkormányzat azt mondja, hogy ki innen a mobil postával, akkor ki innen a mobil postával, és építhetünk sok kis postáskát, ahonnan csak a forgalom fog hiányozni.

Elképesztő, ha nézzük a nemzetközi postai szolgáltatások irányát, hogy ez tökéletesen szembemegy nemcsak a racionalitással, de mindazzal a postai, szakmai fejlődéssel, amire föl kell zárkózni, föl kell csatlakozni, ami sok évvel előttünk jár, és a Damoklész kardja 2009. január 1-jén valakinek a fejére fog hullani. Akkor nem tudom, hol lesznek majd ezek az ötletek, ezeknek az ötleteknek a gazdái. Egyébként a szolgáltatásban érintettek, köszönik szépen, jól vannak. Azt mondtuk tavaly, hogy befejeztük a hálózat-átalakítást, stabilizáljuk az üzletágakat, a társaság gazdálkodását, de most aztán nyilvánvalóan a minőségről kell szólni. Arra szeretnék kérni mindenkit, hogy az itt látott adatokat tessék képviselni, mert ezek nem belterjes álmokra épülő minőségi mutatók, ezeket tudjuk teljesíteni.

2005. I. féléves levél átfutási idő mérések összesített eredményei – egyedi feladások

● Elsőbbségi levél

	D+1	D+3	D+2
	napon belüli kézbesítési arányok		
Követelmény	85 %	97 %	
Teljesítmény	89,1 %	99,5 %	97,6 %

● Nem elsőbbségi levél

	D+3	D+5	D+2
	napon belüli kézbesítési arányok		
Követelmény	85 %	97 %	
Teljesítmény	94,1 %	99,4 %	76,1 %

Megjegyzés: D nap a küldemény feladásának napja

Amikor elindítottuk az elsőbbségi levél terméket, azt gondoltuk, hogy annyira ki van éhezve a magyar gazdasági élet egy ilyen, a gyorsaságra rendkívül fontos hangsúlyt adó szolgáltatásra, hogy megváltásként robban majd be ez a termék, és naponkénti 120.000 darabban gondolkodtunk. Most helyette 50-60.000 db/nap a forgalmunk, s ennek az a nagyon fontos következménye, hogy nem tudjuk gépre vinni ezt az alacsony mennyiséget. Ezeket manuális szinten, hál' istennek nem olyan színvonalon, de manuális eszközökkel dolgozzuk föl. Közben ott van az OLK szabad kapacitása, ami ezt gyönyörűen tudná vinni, nagyon gyorsan, például jobb járási renddel, pontosabb szortírozással.

Nem tudom, hogyan tudunk előre haladni, egyelőre azt látjuk, hogy a tömeges feladóknál, tehát pontosan a legfontosabb ágon, olyan mértékben javultak a mutatóink, hogy kikezdték az elsőbbségi terméknek a színvonalát.

Kollégák tudják, hogy én azt a szót, hogy öt nap, régen kitöröltem, én ezzel nem is akarok foglalkozni, ilyen kategória csak a mi hatósági elvárt minőségeink között szerepel. Nem akarok foglalkozni azzal, hogy 90% alatti az elsőbbségi másnapi küldemény, nem akarok foglalkozni közönséges küldeménynél harmadnapi 85%-kal sem, ezek mind elfelejtett, kidobott kategóriák.

Igazából nem akarom mérni a közönséges levélnek a harmadik napját, egyre inkább a közönséges levél feladás + 2 napnak a számai azok, amik a figyelmünket igénylik, és itt akarunk egyre inkább közelíteni a jobb minőséghez, az európai minőséghez. De azt kell, hogy mondjam, hogy másik ágon 50,- Ft-ért, vagy ha nem 50,- Ft-ért, akkor mennyiért lehet itt megtalálni valamilyen tisztességes bevételi forrást, mert egy kicsit elszaladtunk minőségben. Ez a helyzet.

Ha arra gondolunk, hogy nem elsőbbségi levélnek a harmadnapi 94%, pedig csak az 85%-os hatósági minőségi elvárás, akkor nekem az a kérdésem, hogy ezt a sok-sok kategóriában érzékelhető, minőségbeli többletet ki fizeti meg. Mert ebben azért nagyon

sok egységváros, nagyon sok új gépjármű, személyi változás, postavezető, nagyon sok oktatás, tehát költségeknek a sokasága feszül, amit honorálni kellene.

Amit nem szeretek, de mégis csak előjön, hogy díj vonatkozásában hol is tartunk, 22 eurocentnél, de nem 55-57-nél. Én nem azt mondom, hogy elértük a német vagy osztrák másnapi 97-98%-os szintet, de azt gondolom, hogy ha ahhoz 55 eurocent tartozik, akkor a mi minőségünk díjszintje is megérdemelné a 35 eurocentet. Az OLK-ban az eredeti konfiguráció szerint, diagnosztikai kaput nem terveztünk. Ma azzal, hogy megfogjuk a feldolgozásnak ezt a szakaszát, egyre több diagnosztikai kapunk van. Ma diagnosztikai kapukon mért adatokkal tudjuk figyelni a küldemény feldolgozását, útját és azonnal intézkedni, belépni, javítani, jobbitani. Hál' istennek itt van az eredménye, de ezt a ráfordításunkat ki fizeti meg?

Összegezve: a posta megvan, a posta növekszik, én meg azt szeretném, ha fejlődne is. Fejlődés mindenképpen van a minőségünket illetően, a vállalati gondolkodás kultúráját illetően, fejlődés mindenképpen van a gazdálkodás szakmai minőségét illetően, és aztán egy csomó fejlődésre váró kérdés van. Számos esetben ez nem biztos, hogy szakmai kérdés, de számos esetben biztos, hogy az. Ezekről én most nem szeretnék beszélni. Kérem, hogy azzal az adatsorral zárhassam tájékoztatómat, hogy 2002-ben 938 front office munkahelyünk volt, most pedig 3.642 van.

Mindenki tudja, hogy adatfeldolgozásban, értékesítési kultúrában, munkahelyi közérzetben mennyire fontos, hogy több IPH-s munkahelyünk legyen.

Vagy a mobiltelefon ellátásban az 1.200 kiinduló készülék volt, ma pedig 10.600 mobil van a postások kezén. Arról nem beszélve, hogy a szolgáltatóval kötött megállapodásunk értelmében az egymás közötti forgalmunk díjmentes. Annak már nem nagyon örülök, amit láttam a számítógépen, mielőtt ide jöttem, hogy mennyi a kollégák túllépése a mobil szolgáltatás igénybevételénél.

Szeretném, ha a vezetők figyelmét nem kerülné el ez a dolog. Nem azért, mert nem kell kommunikálni, nem azért, mert korlátozni szeretném ennek az eszköznek a használatát, hanem kicsit gyanúsán sok időnk van arra, hogy telefonáljunk. Kicsit sok időt töltünk el a telefonálással, kicsit sok időt töltünk el a postai hálózaton túli mobilozgatással, remélem, hogy ezt mindenki értette.

Nagyon fontosnak tartom az internetes hálózat kiépítését. A jelenlegi, közel 300 csatlakozás nyilvánvalóan tovább fog növekedni. Aki postavezetőként, vagy postai vezetőként részese ennek a szolgáltatásnak, pontosan tudja, mennyire hatékony információs eszköz az internetes, az intranetes kapcsolatteremtés. Körülbelül ezek az adatok, amiket csak azért akartam a mondandóm végére tenni, hogy költségben, költséghatékonyságban szakadatlan figyelemmel kell, hogy legyünk saját magunk felé. Ha ezt nem tesszük, nyilvánvalóan a versenyhelyzetünket rontják a magas költségeink. Legyünk őszinték, nagyon sokáig a Magyar Posta nagyon nem fordított túl sok figyelmet az ilyen típusú gondolkodás megteremtésére. Azt gondolom, hogy ezt a régi postások pontosan tudják.

Dr. Szabó Pál vezérigazgató a szakmai napon bejelentette, hogy 2005. szeptember 1-jétől a Magyar Posta vállalja, hogy az elsőbbségi leveleket – változatlan díjszabás mellett, a jogszabályban előírt 85% helyett – 90%-ban a feladást követő napon kézbesíti és arra kérte a postásokat, hogy ilyen felelősséggel végezzék a munkájukat.

A postai szolgáltatások minőségének szerepe és alakulása az NHH piacfelügyeleti tapasztalatai alapján

Szeretettel köszöntök mindenkit és örülök, hogy lehetőségem van ezen az összejövetelen is a postai minőségről beszélni. A hatóság a postát elsősorban, mint közszolgáltatót ellenőrzi, figyeli, mert az állam felelőssége az egyetemes szolgáltatás. Éppen ezért a jogszabályi háttérrel csak egy pár szóban jelezném.

2004. januárjától egy, a lehető legteljesebb jogszabályi háttér készült el, mióta ezen a területen dolgozom, még ennyire teljes jogszabálykészlet nem állt rendelkezésünkre. Ez egyfelől nagyon jó, mert megkönnyíti mind az MPRT., mind a mi munkánkat. Másfelől pedig korlátozza is, mert különböző szigorú, kevésbé szigorú előírásokat ad. Az egyetemes postai szolgáltatások körébe tartozó postai szolgáltatásokat most nem ismertetem, ezek változatlanok. A fenntartott szolgáltatások köre, ami ezen belül van, egyre szűkül, majd 2009. januárra mintegy elenyészik, de az egyetemes szolgáltatások köre pillanatnyilag változatlan.

Elhangzott vállalati szempontból, hogy miért fontos a jó minőség. Én most a hatóságok, illetve az ügyfelek szempontjából szeretném megfogalmazni.

A minőség – azon kívül, hogy jogszabályi kötelezettség – az igénybevevők elégedettségét is eredményezi. Ezt leginkább akkor lehetett látni, amikor kis zűrzavar támadt a postai szolgáltatásban. Az addig természetesnek vélt minőséget ilyenkor nagyon sokan nehezményezik, hogy mennyi idő alatt kapják meg, nem kapják meg stb. Záporoztak nemcsak hozzánk, hanem az MPRT-hez is a panaszok. A másik a szolgáltató megítélése, ami azért fontos, hogy ha ebben az alaptevékenységben, a küldeményforgalomban, az egyetemes szolgáltatásokban az emberek megbíznak a szolgáltatóban, a Magyar Postában, akkor nyilván igénybe fogják venni az egyéb szolgáltatásait is. Saját példából kiindulva: ha az én leveleimet nem tudják időben, megbízhatóan felvenni, továbbítani és kézbesíteni, akkor feltehetően nem a Magyar Postával fogok biztosítást kötni és talán a pénzemet se bízom rá, mert úgy gondolom, hogy ha az alaptevékenységében ilyen, akkor ezekben az értéknövelt tevékenységeiben sem lehet megbízható. Úgy gondolom, hogy a minőség ezért is nagyon fontos és ez újabb piacokat nyithat meg a postánál.

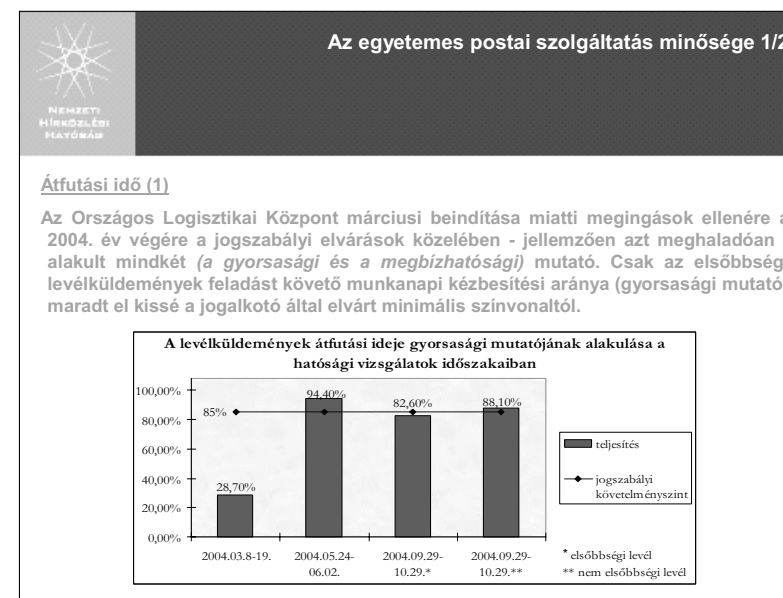
A piaci versenyről nem beszélek most részletesen, arról vezérigazgató úr beszélt, hogy ebben mit jelent a minőség. A saját szempontunkból pedig elmondom, hogy kevesebbet fogjuk „zaklatni” a Magyar Postát, ha a minőség megfelel az előírásoknak. Sokkal nehezebb megvédeni még jogszabályszerű tevékenységeket is és jogszabályszerű magatartást is, akkor, ha nem megfelelő a minőség.

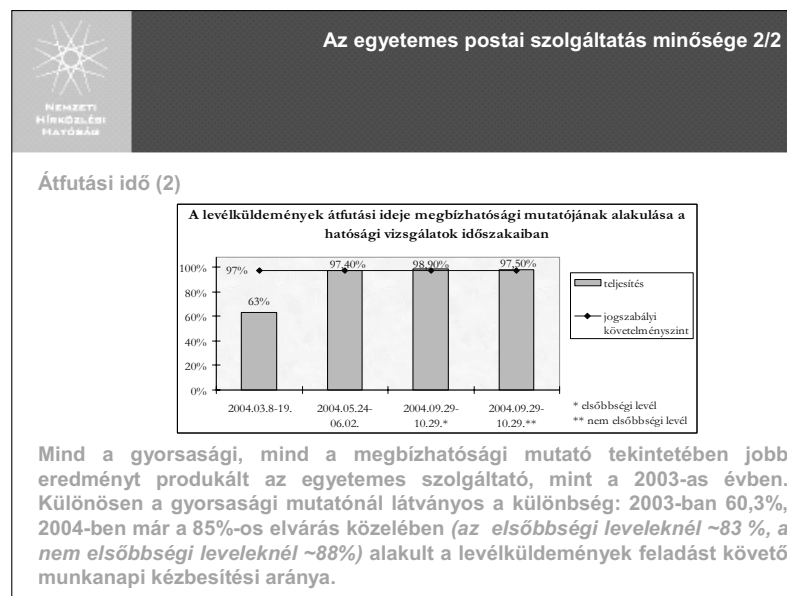
Arról nem beszélve, hogy egy-egy áremelés kezdeményezése esetén, mindig az az ellenvélemény, hogy igen, emelni akarja a Magyar Posta az árat, de hol van a minőség? Ha a minőség megfelelő, sőt túlszárnyalja az elvárásokat, akkor ez az érv semmivé foszlik.

A hatóság különböző eszközökkel és különböző módon vizsgálja a minőséget. A legklasszikusabb eszköze: a Nemzeti Hírközlési Hatóság piacfelügyeleti eljárásokat folytat le, ebben van egy éves tervünk, amiben vannak tervszerű vizsgálatok és vannak különböző – külső, kényszerítő, egyéb körülmények hatására – célvizsgálatok. Az MPRT. saját vizsgálata alapján is meggyőződünk a minőségről, illetve független, külső szakértő vizsgálata alapján, amelyet az MPRT. is alkalmaz. Mi hagyjuk jóvá a módszertant, s ily módon el tudjuk fogadni ezeket a vizsgálatokat.

A másik: a panaszok kérdése. Számtalan panaszt kapunk mi is egyedi felhasználóktól, vagy egyedi ügyfelektől. Ennek a tartalma is néha rávilágít arra, hogy bizonyos pontokon probléma van, különös tekintettel akkor, mikor bizonyos, teljesen egyirányba szólnak a panaszok. Más hatóságoktól is gyakran kapunk megkereséseket, vannak konkurenciák, ügyfelek, akik följelentik itt-ott-amott a postát (Fogyasztóvédelemnél, Gazdasági Versenyhivatalnál). Az eljárásokban vagy közreműködünk, vagy egyszerűen átadják nekünk ezt az eljárást. Végeztetünk közvélemény-kutatásokat is, amikor erre van pénze az NHH-nak. Talán most ebben az évben sikerül egy egyedi és egy tömeges felhasználói közvélemény-kutatást, egy elégedettség-vizsgálatot készíttetnünk.

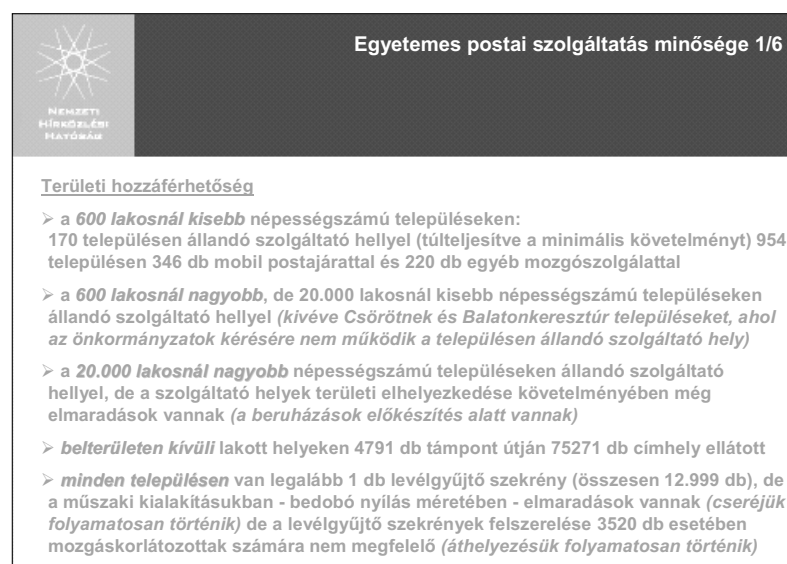
A harmadik pedig a saját tapasztalatok, amelyek sokszor a legrosszabbak, bár a postások már korábban kijelentették, hogy legjobb lenne kitiltani a 114-esből a hatóság embereit.





A táblázatban lévők 2004-es adatok, az összes minőségi paraméter tekintetében 2004-esek állnak rendelkezésükre. A márciusi OLK krízis után az egész évi, saját magunk által mért eredmények, nem is olyan rosszak. A hatósági vizsgálatok időszakában, mindezenre – a 2003-ashoz képest is – előrelépést mutatnak.

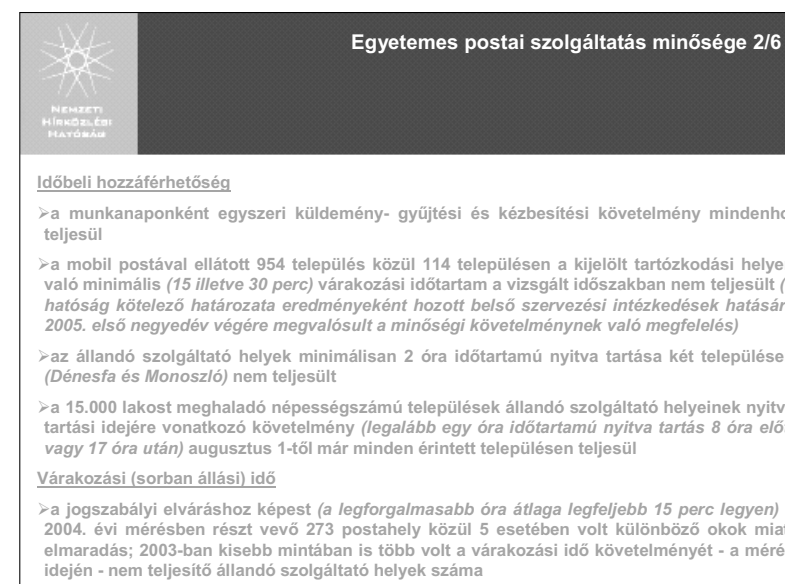
A megbízhatósági mutatójában is jobb eredményt produkált az MPRt. ebben az időszakban. Ami 2003-ban 60%-os volt, 2004-ben már a 85%-os elvárás közelébe került, mégpedig úgy, hogy az elsőbbségénél 83%-os volt, a nem elsőbbségénél pedig 85%.



A következő: a területi hozzáférhetőség, mint minőségi paraméter. A területi hozzáférhetőség értékelése, ez 2004-es adatokra épült, akkor még más számok voltak, azóta több mobilpostajárat van. Gyakorlatilag teljesítette a követelményeket a posta, de a levélsekre nyel ügyében van még némi javítanivaló. Részben a bedobónyílás méretében, részben pedig az arra rászorultak, mozgáskorlátozottak részére a levélsekre nyel megközelíthetőségében voltak problémák, de úgy tudjuk, hogy folyamatban van ennek a javítása.

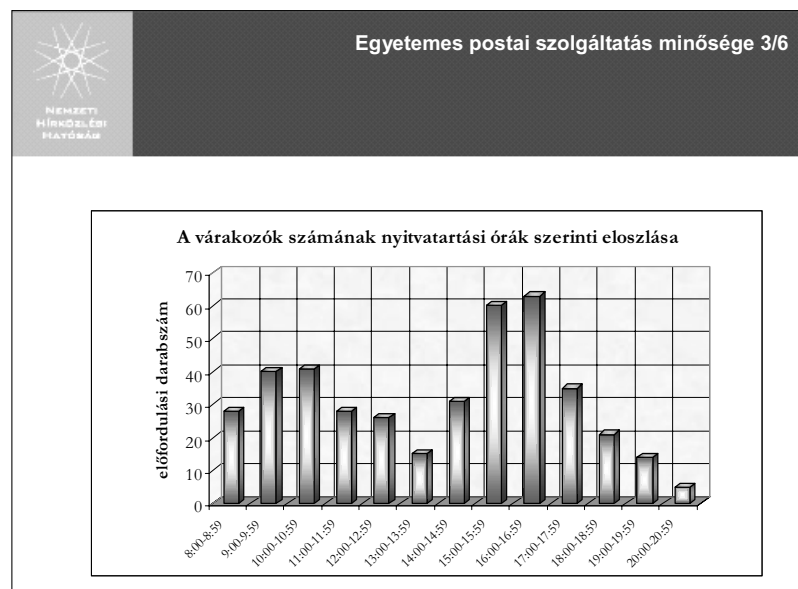
A következő: az időbeli hozzáférhetőség. 2004-ben a legtöbb ilyen minőségi paraméter teljesült. A mobilpostai ellenőrzésünk során, amikor a társadalmi, politikai botrány után mi is kénytelenek voltunk vizsgálni a mobilposták helyzetét, az derült ki, hogy időnként voltak olyan mobiljáratok, amelyek nem teljesítették azt a várakozási időt, ami ki volt írva, vagy egyszerűen meg se jelentek ott.

De én úgy gondolom, hogy erre most már sokkal nagyobb súlyt fektet a Magyar Posta és most már ilyen panaszok nincsenek. Ami meglepő, hogy még a Komlóskán, ahol örök perelők és támadók, mind a Magyar Postának, mind nekünk, még ott is a lakosság alapvetően elégedett a szolgáltatással, amikor nincs ott a polgármester.



Az időbeli hozzáférés követelménye 2004-ben 2 helyen nem teljesül. Az az új jogszabályi követelmény, hogy a nyitva tartás az 8.00 óra előtt 1 óra, vagy 17.00 óra után, most már minden érintett településen teljesül.

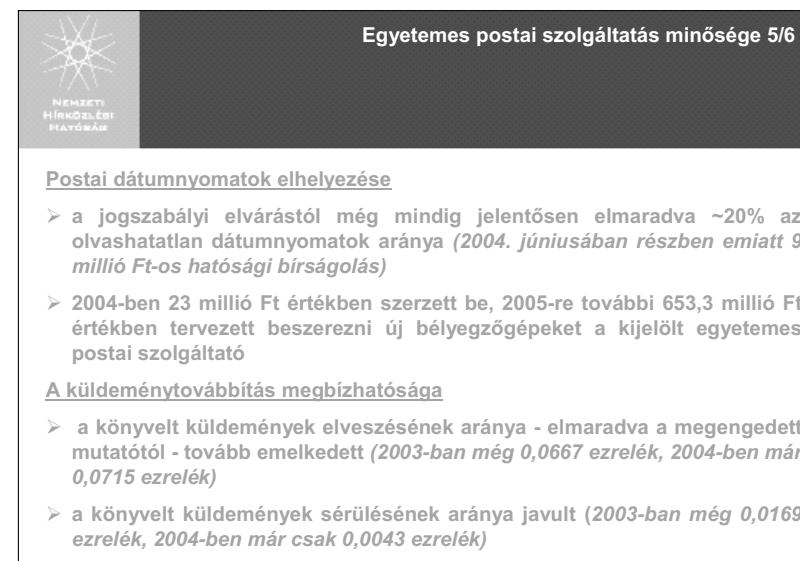
A várakozási, vagy sorban állási időnek a követelményét is vizsgáltuk, ill. a Magyar Posta is vizsgálta, amelynek a módszertanát jóváhagytuk. Tulajdonképpen a várakozási idő követelmény is alapvetően pár eset kivételével teljesült.



Az ábrán a várakozók számának nyitvatartási időn belüli megoszlása látható és talán nem meglepő, hogy éppen a délutáni órákban vannak a csúcsok. A munkahelytípusok átlagos értékeinek alakulását mértük, bár nekünk alapvetően az egyetemes szolgáltatásra várakozók idejét kellene vizsgálni. A legnagyobb a várakozás ott, ahol minden szolgáltatást igénybe lehet venni.

A neuralgikus pontunk továbbra is a dátum-nyomat. Jelentősen elmaradt a jogszabályi elvárástól, mert még mindig 20% az olvashatatlan dátum-nyomatok aránya. Pedig ezzel kapcsolatban többször volt bírságolás, egyszer 5 millió forintos, aztán egy 10 milliós, amiből másodfokon 9 millió lett. Ez még továbbra is rendezetlen, de úgy látom a posta által adott intézkedési tervből, hogy erre is komoly energiákat fordítanak. Részben új gépek beszerzésével, részben pedig a régiek cseréjével, ami ezt az olvashatatlan dátumnyomatot indokolja. Azon kívül, hogy ezt írja elő a jogszabály, meg ez a hatóság „nünüje”, ezen kívül nagyon fontos a postának is, pont az idegen vagy akár illegális levélkézbesítők és egyéb cégeknek az azonosítására, mert nagyon sokszor ezeknek a minőségi problémái is a postára hullanak vissza, mert ugye azt mondják, hogy a posta nem hozta. Talán nincs is tudatában valaki, hogy mondjuk az ELMŰ leveleit már nem a posta hozza, és egyszerűen megy a postához és panaszkodik. Ilyenkor jó bizonyíték, hogy kérem szépen, ezt nem is a posta kezelte, hiszen nincs rajta a postai dátum nyomat.

Amiben szintén némi elmaradást tapasztaltunk, ez a küldeménytovábbítás megbízhatósága. A könyvelt küldemények elveszésének aránya, annak ellenére, hogy a jogszabályban enyhítettük a postának a kötelezettségeit, még mindig nem sikerült teljesíteni.



Erre mindenképpen figyelni kell, én gondolom, hogy erre irányulnak azok a különböző kapuk és egyéb technikai beszerzések, amit a posta már működtet vagy beszerezni tervez.

A panaszokról kell még szólni. Érdekes, hogy a panaszok száma nagyobb arányban emelkedett, mint a kártérítésre kifizetett összeg változása. A panaszok száma 13,5%-kal, a kártérítés pedig mindössze 3%-kal emelkedett. 2004-ben összesen 4891 panasz vonatkozott az egyetemes postai szolgáltatásra, mi ezeket vizsgáljuk.

Egy újabb vizsgálatról szeretnék beszámolni. Idén vizsgálták a NHH szakemberei – országos szinten – a posta panaszkezelési rendszerét. Összességében megállapítottuk, hogy megfelel a törvényben, a rendeletben ill. a szabványban foglaltaknak.

Voltak még kisebb hiányosságok, de ezek egyediek. Ilyen például, hogy a panaszok egy részének még mindig nem marad nyoma, mert nem rögzítik a szóban elmondottakat. Az adatvédelmi előírások betartása is hiányos, mert követelmény, hogy ne lehessen olvasgatni bárkinek a panasztevő személyes adatait. Valamilyen régi beidegződés kapcsán, panasz helyett még mindig a tudakozódás felé hajtják az embereket és aki nem elég öntudatos és nem tudja a kettő között a különbséget, az elhiszi és ezzel ugyan csökken a panaszok száma, de nem kapunk reális képet a problémákról.

Az értékesítési akciók hatása a forgalomra (esettanulmány keretében, konkrét példákon keresztül) II. rész

(Az első rész lapunk előző számában jelent meg – Szerkesztő)

Ügyfél reakciók, ügyfelekkel kapcsolatos észrevételek:

- Az ügyfelek szívesebben meghallgatják a termékekről szóló információkat, ha nem az ablak mögött ül az ügyintéző és nem áll mögötte egy türelmetlen ügyfél.
- Az ajándékok, szórólapok izléses elhelyezése felkelti az ügyfelek érdeklődését.
- A feldíszített posta vonzza az ügyfeleket.
- A gyerekeknek szóló ajándékok közelebb hozzák a kisgyermekes szülőket.
- A felnőttek is értékelik az ajándékokat, nem csak a gyerekek. (Emberi tulajdonság, hogy szeretünk ajándékot kapni.)
- Voltak olyan ügyfelek, akik megszólítás nélkül érdeklődtek termékeink iránt.
- Az ügyfelek kellő tájékoztatást kapva később is visszatérnek a postára.
- Sok ügyfél számára ismeretlenek voltak a szolgáltatásaink!
- Néhány postán a sorban álló ügyfelek morgolódva jegyezték meg, hogy az értékesítő kollegák nem felvételi tevékenységet folytatnak!

Postai dolgozók reakciói:

- A munkatársak legjobb tudásuk szerint készültek fel a nyílt napokra, hogy megfelelő tájékoztatást tudjanak adni az ügyfeleknek.
- Az ablaknál ülő munkatársak segítették a kitelepült munkatársaik munkáját, folyamatosan ajánlották a szolgáltatásokat és irányították hozzájuk az ügyfeleket.
- A megtartott nyílt napok számának növekedésével a dolgozók egyre bátrabban szólítják meg az ügyfeleket és irányítják őket.
- A kiemelt postamenedzserek, körzeti postamenedzserek, hálózati értékesítési menedzserek egyaránt elősegítették az akció sikerességét.
- A dolgozók sikert könyvelhettek el, és jobban magukénak érzik az értékesítést, mint korábban!

Postahelyek önálló kezdeményezései:

- A posták gondosan megtervezték az értékesítés támogató eszközök felhasználását. (Termékhez, kérdőív kitöltéshez, komoly érdeklődéshez kötve azokat.)
- Az értékesítési napokat a posta a helyi információs kiadványban is megjelentette saját kezdeményezésre.

- A tájékoztatókat a kézbesítők személyesen adták át az ügyfeleknek, nem pedig a levélszekrénybe helyezték el azokat.
- Néhány postahely a komoly érdeklődőket kávéval is megkínálta.
- Akadt olyan postahely, aki saját kezdeményezésre készített piackutatást az ügyfelek körében, bekérve az ügyfelek javaslatait milyen akciókat fogadnának szívesen.
- Az ügyfelek részére saját összeállítású megtakarítási TOTO-t is készült.
- A nyílt napokon felhasználva a lehetőséget a pénzügyi szolgáltatásokon kívül a filatéliai termékek forgalmazására is törekedett néhány postahely.
- Javaslatokat tettek a posták az értékesítést támogató eszközök körének színesítésére, pl.: póló, sapka, esernyő, törölköző, postapajzs alakú persely, öngyújtó, notesz, csokoládé, sörnyitó
- Az eredményeken felbuzdulva több posta jelezte, hogy saját hatáskörben július hónap folyamán a megmaradt értékesítést támogató eszközök felhasználásával nyílt napokat fog tartani!

Postahelyek véleménye és észrevételei, javaslatai az akcióval kapcsolatosan:

- Kiemelkedőnek ítélték meg a biztosítás kötések forgalmának emelkedését.
- Alacsony megtakarítási forgalom a mezőgazdasági jellegű településeken.
- A komoly érdeklődésekből az akció után is lett üzlet.
- Sikerült megakadályozni azt, hogy az ügyfelek lejárt megtakarításaikat máshová vigyék, sőt néhány esetben az ajánlásoknak köszönhetően más pénzügyintézetből is áthozták a betéteiket.
- A „Terméktájékoztató” áttekinthetősége és tartalmában felülmúlta a korábbi összeállításokat, így nagy sikere volt mind az ügyfelek, mind a munkatársak körében.
- A nyílt napokon megszerzett információkat, ingyenes piackutatással teszik egyenértékűvé, s előnyként értékelik a kiélezett versenyhelyzetben.
- Nyílt napokon a postákon nap, mint nap jelentkező zsebesek nem mertek betérni az ügyféltérbe.
- Sajnos több esetben előfordult, hogy az értékesítés támogató eszközök késve érkeztek meg, ami kedvezőtlenül befolyásolta a nyílt nap eredményességét. Több postáról érkezett olyan visszajelzés, hogy a bögrék nagy része sérülten érkezett, az ajándék tollak nem fogtak.

Az akció elérte a célját. Termékeink ismertebbek lettek, a forgalom emelkedett. Ügyfeleinket aktív módon kerestük meg kellemes környezetet biztosítva számukra, érezhették, hogy nem csak egyik a sorban állók közt, hanem ők az ügyfél és mi, mint szolgáltató cég érte vagyunk.

Munkatársaink sikerélményként élték meg az akciót. A posták jelentős számú saját kezdeményezéssel járultak hozzá az akció sikerességéhez, mely azt sugallja számunkra, hogy a kreativitás lehetőségét meg kell adni számukra, mert ez segíti őket abban, hogy a sajátjuknak érezzék az akciót.

A beérkezett tapasztalatok felhasználásával és a hibáink kiküszöbölésével a jövőben még több sikeres „Értékesítési napok” akció kerülhet kiírásra, mely nagymértékben hozzájárul a bevételeink növeléséhez és piaci pozíciónk megszilárdításához.

„Kártyán nyertem!”

A Pénzügyi Szolgáltatások Üzletág (PSZÜ) a Postamat szolgáltatás népszerűsítése, értékesítésének elősegítése érdekében az igénybe vevők részére nyereménysorsolással egybekötött játékot, a közvetlen postai értékesítők és az értékesítést irányító és támogató munkatársak részére értékesítés ösztönző versenyt hirdetett 2004. július 1-től 2004. augusztus 31-ig.

Az akció leírása

A játék tartalma: azon ügyfelek, akik a játék ideje alatt bármely postahelyen a POS terminálon keresztül készpénzt vettek fel, fizettek be, vagy egyenleg lekérdezést hajtottak végre és 3 db sikeres tranzakciót igazoló bizonylatot beküldtek a PSZÜ-nek, sorsoláson vettek részt.

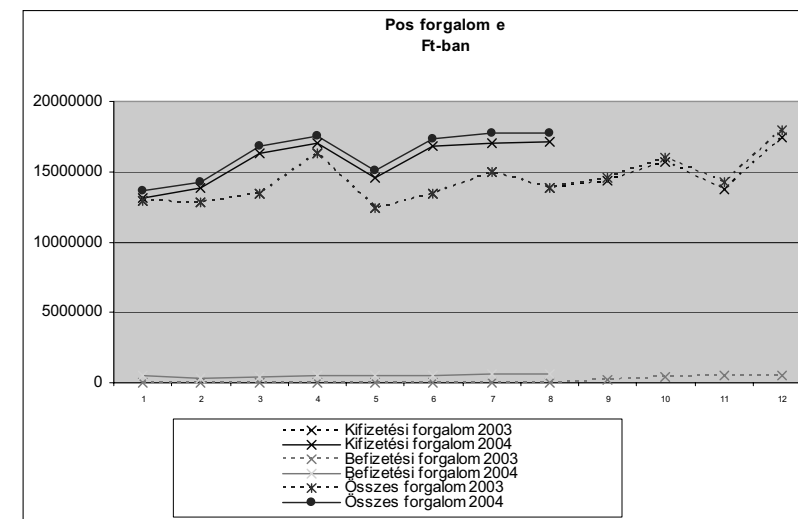
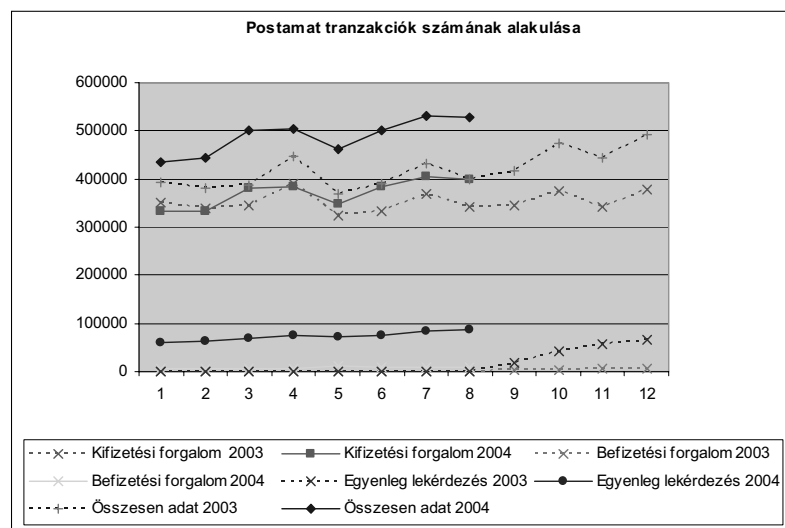
Nyereményként az első 1500 beküldőnek 2 pakli „postás” rómi kártya került megküldésre. Az akció ideje alatt hetente 10 db egyenként 15.000 Ft értékű Amstrad típusú hordozható CD-s rádiót sorsoltak ki. Fődíj: 1 db Skoda Fabia típusú személygépkocsi.

A játék népszerűsítése érdekében az Üzletág sokféle reklámeszközt biztosított.

Az ügyfélakcióval párhuzamosan munkavállalói értékesítési verseny is meghirdetésre került. A versenyben díjazásra kerültek a legjobb eredményeket elérő postahelyek, POS terminál kezelő, postavezető, hálózati értékesítési menedzser, kiemelt postamenedzser, körzetmenedzser. A jutalmazás módját a 15. számú melléklet szemlélteti. A posták a verseny során akciópontot gyűjthettek. A teljesítményelvárás alapja 2003. július-augusztus hónapok tranzakciószáma volt.

A forgalom alakulása az akció hatására

A Postamat forgalom 2003. évi és 2004. évi 1-8 havi adatait szemléltető diagramon jól látszik, hogy az akció időszakának forgalmi adatai, mind a tranzakciók számát, mind a forgalmazott összeget tekintve (a 2003. decemberi forgalmazott összeg kivételével) az akció ideje alatt mutatják a legmagasabb értéket.



A 2004 évi értékek a tranzakció számát tekintve átlagosan 22%-kal, míg a forgalmazott értéket tekintve átlagosan (az inflációs hatás kiszűrésével) 11%-kal magasabbak az előző év adott időszak adataihoz képest.

Az akció elvárásának alapját az előző év adott időszak forgalmi adatai képezték. Nézzük meg, hogyan alakult a forgalom.

Előző év azonos időszakához képest a tranzakciók száma 28%-kal, abszolút értékben 230 424 db-bal emelkedett. A forgalmazott összeg tekintetében az inflációs hatást kiszűrve ez 16%-os emelkedést, abszolút értékben 6.207 mFt .

A forgalomnövekmény 53.5 mFt bevétel növekedésnek felel meg.

Ez azonban nem reális érték, hiszen bázis időszakban a befizetések és egyenleg lekérdezések értéke gyakorlatilag nullával egyenlő. Az egyenleg lekérdezés lehetőségének bevezetésével pedig a fedezethiányos tranzakciók száma csökkent.

Ez év akciót megelőző azonos időszak adatait figyelembe véve a tranzakciók száma 10%-os mértékben, abszolút értékben 98.410 db-bal emelkedett. A forgalmazott összeg tekintetében ez 9%-os, abszolút értékben 3.072 mFt emelkedést jelent. Mindez bevétel szempontjából 23.9 mFt növekedést eredményez. Az adatokat a 19. számú melléklet tartalmazza.

Figyelembe véve azt, hogy 2003. augusztus hónapjában a július hónaphoz viszonyítva 7,3%-os forgalomcsökkenés mutatkozott, 2004 évben ezzel szemben az akció hatására ez a csökkenés 0,7%-os értékben állapodott meg. A 6,6%-os csökkenés megakadályozása 35140 db tranzakciót és 1.168,6 mFt forgalmat és összességében 8.7 mFt bevételt eredményezett.

Az akció hatására tehát összesen 32.7 mFt bevételnövekmény keletkezett a PSZÜ-nél.

Ezzel szemben az értékesítést támogató eszközök, reklámok, ajándékokra fordított költség adóvonzzal együtt 32 millió forint.

Közvetlen változó költségként felmerült még 234 eFt, ez a postamesterek részére kifizetett díj.

A POS terminálon lebonyolított tranzakciók távbeszélő vonalon keresztül bonyolódhatnak le. A nagy forgalmú postahelyeken a vonalak egy része bérelt vonal, így a forgalom változásától független a felmerülő költség. A kisebb forgalmú postákon azonban a tranzakciók számának növekedésével nő a távbeszélő költség is. A postamesterségek esetében a távbeszélő számla a vállalkozó költsége. A Magyar Posta Rt. és a Matáv Rt. között fennálló szerződés szigorúan bizalmas. Az akció hatására felmerülő tényleges távbeszélő költség nem állapítható meg. Ha azonban feltételezzük azt, hogy a forgalom nagy részét (kb 60%) a nagy posták generálják és a postamesterek forgalma 3%-ot tesz ki, egy tranzakció időtartama 30 másodperc és egy üzleti díjsomag csúcsidőre vonatkozó távolsági beszélgetés díja vonatkozik rá akkor közvetlen költségként 544 eFt összeg kalkulálható.

Ez utóbbi két költséggel az Üzletág nem számolt.

Az akció kizárólag pénzügyi szempontból nézve a vizsgált időszakban nem nevezhető sikeresnek. Mégis elérte célját, nőtt a forgalom és ismertebbek lettek a termékek. Mi az a plusz érték, amit az akció még magában hordoz?

Az akcióban rejlő plusz értékek

A cég szempontjából nézve:

- Az akció közvetett bevételeként könyvelhető el az ügyfelek által feladott 26.956 db bérmentesítve feladott levélpostai küldemény. Nagy részük közönséges levélpostai küldemény volt, de akadt köztük ajánlott és elsőbbségi levél is. Ez közönséges levélpostai küldemény tarifával számolva 1.294 eFt forgalmat eredményezett a Levél Üzletágának.
- 26.956 levél érkezett be, ami azt jelenti, hogy **26.956-szor írták le a Magyar Posta nevét!** Ahhoz, hogy pontosan megcímezzék a borítékot legalább 3-szor el kellett elolvasniuk a címet, amiben szintén szerepel a Magyar Posta Rt megnevezés.
- Három Postamat tranzakció lebonyolításához **minimum kétszer betért az ügyfél a postára.** Átlagosan két ablaknál intézte tranzakcióit. Mindeközben potenciális igénybevevőjévé válhatott bármely szolgáltatásunknak. Pl. más pénztintézet helyett a postán fizethette be kötelezettségeit, vagy éppen a sarki trafik helyett a postaboltban vehette meg kedvenc újságát. Az akció közvetett hatására létrejött forgalom nem mutatható ki.
- 1.500 család birtokában van postás rómi kártya, amivel esetenként eltölthetik szabadidejüket. S a játék teljes időtartama alatt akaratlanul is látják a „posta” szót játékos társukra pillantva.
- Amennyiben az akció hatására generálódott új szolgáltatást igénybevevők megelégedtek a szolgáltatás minőségével rendszeres igénybe vevőkké válnak, ami **hosszabb távú biztos forgalmat eredményez.** Az akció elhúzódó hatásának vizsgálatára év végén nyílhat lehetőség.
- A „MÁT” alkalmazásával munkatársaink aktív értékesítési szemlélete erősödött.
- Az ügyfelek reagáltak az akcióra. Az így elért ügyfélkör és forgalom megtartását (az emlékeztető reklámok mintájára) kisebb költségvetésű akciók is biztosítják.

Összegzés és javaslatok

A cég szolgáltatásainak, termékeinek mind nagyobb részének kell helyt állnia az erős piaci körülmények között. Ahol csak a legismertebbeknek, legjobboknak, legmegbízhatóbbaknak terem babér. A postai akciók legyenek azok külső vagy belső kezdeményezésűek egyre erősödő szerepet töltenek be a Posta életében. Az akciók segítséget nyújtanak termékeink megismeréséhez, forgalmunk növeléséhez, a vállalati image megteremtéséhez. Az akció, a szükségszerű jó a Postán!

A postai akciók sokszínűek és folyamatosan jelen vannak a posták mindennapjaiban. Nem múlik el olyan nap, amelyre nem vonatkozna akciós kiírás.

Figyelembe véve azt, hogy a posták a mindig folyamatban lévő akció teljesítésére összpontosítják a teljesítményüket, erőforrásaikat, **az egyes üzletági akció naptárak összehangolására** nagy hangsúlyt kell fektetni. Elkerülve ezzel azt, hogy munkatársaink terhesnek érezzék az értékesítést, és közömbössé váljanak.

Legeredményesebb az az akció, **amely az ügyfélre és a postai munkavállalóra egyaránt motiváló hatást ér el.** A tapasztalatok azt mutatják, hogy az ügyfelek vásárlási/forgalmazási kedvét csekély értékű, **szimbolikus ajándékok** is növelik. Így – az értékesítést támogató eszközök optimális felhasználásával – alacsony költségvetéssel is lehet eredményes akciót lebonyolítani

A posták értékesítési kedve nagyobb, ha az akcióban aktívan, saját ötleteik, elképzeléseik megvalósításával vehetnek részt. Az értékesítési akció megszervezésénél figyelni kell arra, hogy **a postáknak legyen lehetőségük az önmegvalósításra.**

Az akció alakulása, az ügyfél vagy munkatársi reakciók, vélemények, javaslatok lényeges **információ értékkel** bírnak, amelyeket be kell gyűjteni, feldolgozni és felhasználni a következő akciók eredményességének növelése céljából. Az így szerzett tapasztalatok felérnek egy komplex piackutatással. Segítik termékeink/szolgáltatásaink **létfajóságának megítélését a portfólión.**

Az akciókat megelőző gazdasági kalkulációt, az akció befejeztével a tényadatok birtokában felül kell vizsgálni. Az előkalkulációnál, valamint az utókalkuláció során, ahol nem állnak rendelkezésre pontos adatok, ott a **pesszimista** számítási módra vonatkozó szabályok kerüljenek alkalmazásra.

Az akció hatásának vizsgálatához elengedhetetlen, hogy az akcióban résztvevő postahelyek értékesítési forgalmának változásáról teljes körű információval rendelkezzenek az Üzletágak.

Bár tanulmányomban egy-egy esetet vizsgálva, figyelmen kívül hagytam a **közvetett (fix) költségek** hatásait, ezt az akciók összességét tekintve nem tehető meg. A közvetett költségek mértékéről az Üzletágak nem rendelkeznek információval, így azok számszerűsítése és az arányszámok karbantartása szükségszerűen elvégzendő feladat.

Mérlegelni kell a **költséghatékonyság** elvét. Az egyes akciókra fordított költség ne haladja meg a bevételeket és legyen arányban **hasznosság** tekintetében a többi akcióval. Az akciók értékelése üzletáganként, sőt akár előadónként eltérően történik, legtöbbször az akció kiírásában lévő elvárás teljesítése tükrében. Az Üzletági akciók egységes értékelését az akciópontrendszernek sem sikerült megteremtenie, mivel a meghatározott kereteken belül a kiíró hatáskörébe utalja az akciópont értékének, számításának és megszerzésének módját. A hasznosság és az összemérhetőség megállapítása érdekében szükségesnek tartom egy **egységes akció értékelési mutatórendszer kidolgozását és alkalmazását.**

SZEMELVÉNYEK A HAZAI SAJTÓBÓL (Összeállította dr. Lovászi József)

2005. június-október

Fejleszt a posta

Világ gazdaság, 2005. június 16., 1-9. oldal

A minőség javítása, a postai termékek körének bővítése és a pénzügyi szolgáltatásokból származó bevételek növelése a Magyar Posta kiemelt stratégiai célja a következő négy évben – nyilatkozta Szabó Pál vezérigazgató a Világ gazdaságnak. A versenyképességet javító fejlesztésekre a vállalat 2009-ig évente 16-18 milliárd forintot szán, kizárólag saját forrásokból. A társaság több új szolgáltatás bevezetésére készül a liberalizált levélpiacon piaci részesedésének megtartása érdekében (2006-tól 50 gramm feletti leveleknél, 2009-től valamennyi küldeménynél szabad a verseny). Június elsejétől tesztelik az új küldeménykövetési rendszert, amely lehetőséget teremt arra, hogy a szolgáltatást megrendelők szeptember elsejétől SMS-ben, illetve Interneten keresztül értesítést kaphassanak küldeményük sorsáról. A kiemelt ügyfelek számára az ügynevezett irodaházi modellt tervezik bevezetni, amelynek keretében a vállalat az ügyfelei telephelyén végezné el az adott partner postázási tevékenységét. A Magyar Posta közép távú tervei között szerepel a stratégiai partnerekkel – bankokkal, postabiztosítóval – való együttműködés révén a pénzügyi szolgáltatásokból származó bevételek növelése. Ennek megfelelően új lakossági banki szolgáltatások jelentek meg a posta portfóliójában.

Folyószámla a postán

HVG, 2005. június 18., 107-108. oldal

A Magyar Posta Rt. saját márkanéven értékesít folyószámlát és személyi kölcsönt fiókjaiban, s hamarosan megjelenik az új, elektronikusan nyilvántartott betétekkel is. „Nincs szó bankalapítási vágyakról, a fél éve kapható befektetési termékeket és a számlaszolgáltatást hitelintézeti, illetve értékpapírügynökként értékesíti a Magyar Posta, a termékek pénzügyi szolgáltatója pedig az Erste Bank Hungary Rt.” – adta meg a magyar ázatot a HVG kérdésére Szarka Imre, a Magyar Posta pénzügyi szolgáltatások üzletágának vezetője. A posta teljesen új alapokra helyezte az Erste Bankkal kialakított együttműködést, a posták már nem pusztán értékesítési pontok, mint a postabankos időkben. Olyan stratégiai partnerségről van szó, amelynek keretében a termékek feltételeiről is közösen döntenek, megosztják a bankkal a pénzügyi termékek eladásából származó bevételt, és nem csak jutalékért dolgoznak. Az osztozkodás arányai minden egyes termék esetében különbözőek.

Több mint ezer autót vásárol a posta

Napi Gazdaság, július 7., 5. oldal

Európai uniós nyílt közbeszerzési eljárás keretében 1097 fél-, illetve egytonnás, zárt felépítményű kis haszonjármű, valamint ötven 6,5 és 12 tonna összteherbírású nagy haszonjármű szállítására keres pályázót a Magyar Posta Rt., amely a szállítóeszközöket ütemezéssel, 2007 végéig vásárolná meg. E beszerzéssel 10-14 éves furgonjait cseréli majd le a Magyar Posta.

Jól működik a mozgóposta-szolgáltatás

Tolnai Népszó, 2005. július 23., 5. oldal

Kezdi megszokni a falusiak a mozgó postát. Amikor bezárták a hivatalt Csibrákon, sokan tiltakoztak, de mára már a legtöbben belátták, nem teljesen rossz az újítás. Mindennap jön a postás, házhoz viszi a leveleket és csomagokat, nem kell elballagni a falu központjába.

Postabontás előtt

Heti Válasz, 2005. augusztus 4., 48-49. oldal

Miközben a Magyar Posta Rt. folyamatosan politikai támadások középpontjában áll, a konkurenciát jelentő vállalkozások szép csendben készülnek a fokozatos piacnyitásra. Az osztrák posta keleti irányú terjeszkedése keretében teljes egészében felvásárolta a címezetlen kiadványok – nyomtatott reklámanyagok, prospektusok, szórólapok, termék-minták, helyi lapok – kézbesítésének piacán vezető szerepet betöltő Feibra Magyarország Kft-t. A több lépcsőben kiteljesedő postai liberalizáció nyomán – melynek következő fázisa 2006. január elsején lép életbe, lehetővé téve, hogy a postán kívül más társaságok is kézbesíthessenek 50 grammnál nehezebb levél- és reklámküldeményeket – megindult a pozíciószerezés. A Heti Válasz annak járt utána, hogy a cégek hogyan készülnek a piacnyitásra.

A Feibra „távlati tervként nem zárja ki, hogy a postai liberalizáció kiteljesedésével bekapcsolódjon a címzett küldemények terjesztésébe” – nyilatkozta Varga Tibor ügyvezető igazgató, aki azonban hangsúlyozta: ez a tevékenység a címezetlen kiadványok terjesztésétől eltérő logisztikai megoldásokat, adatbázisokat, kézbesítési metódust követel. A több mint húszéves Meló-Diák Kft. aktívan készül a liberalizációra – jelentette ki Marosi László, a Meló-Diák Kft. ügyvezető igazgatója. Amikor a társaság beléphet a szabaddá váló piaci területekre, akkorra széles terjesztői hálózatra, mintegy hatvan nagyobb logisztikai raktárbázisra támaszkodhat. Az országos diákvállalkozási hálózatnak jelenleg is szinte minden nagyobb városban van irodája, menedzsmentje, a továbblépéshez, a járműpark fejlesztéséhez szükséges tőkeinjekciót pedig egy nemzetközi vállalat bevonásától reméli. A jelenleg főként könyv- és lapkiadással, valamint hír-apterjesztéssel foglalkozó Axel Springer saját hálózatának minél jobb kihasználása ér-

dekében tervezi, hogy belép a postai szolgáltatások szabaddá váló, vélhetően több milliárd forintos forgalmat elérő piacára – tudtuk meg Körtvélyesi Csabától, a társaság terjesztési igazgatójától. A piacnyitást követően a tömegigények kielégítésére is vállalkozna az Axel Springer. Ez természetesen a küldemények más szisztémában történő feldolgozását, a munkatársak létszámának bővítését s nem utolsósorban szállítmányozási beruházásokat követel meg a német háttérű cégcsoporttól. Körtvélyesi Csaba szerint minden a Magyar Postán múlik, amely a leendő konkurensekhez képest kiváló helyzetben várhatja a piacnyitást. A posta deklarált célja, hogy „profitcentrumként” működjenek különböző egységei, s minden üzletága nyereséges legyen, ezért nem valószínű, hogy könnyen feladná az általa uralt terepet. A nagy kérdés az, ki juthat be egyáltalán a postaládákhoz? Mert bár az Axel Springer már 13 éve jelen van a magyar piacon, még mindig azt tapasztalja – főként Budapesten és a nagyobb városokban –, hogy rendkívülien nagy a bizalmatlanság a terjesztőkkel és a kézbesítőkkel szemben. Ebből a szempontból a nyugdíjak és más pénzküldemények kézbesítését is végző Magyar Postának óriási az előnye.

Logikus üzleti tervek

Cash Flow, 2005. szeptember, 96-97. oldal

A Magyar Posta a pénzforgalmi szolgáltatások terén hagyományos szolgáltató, nagy múlttal és kellő tapasztalattal. A mindenki által ismert sárga csekken bármelyik postán, bármilyen hazai bankszámlára lehetséges pénzt befizetni. Az utóbbi időben a bankok szinte folyamatos támadásokat intéznek a csekkes pénzforgalom ellen, reklámokat, akciókat és kampányokat szerveznek. Ez érthető, hiszen nyilván minden pénzintézetnek arra a piacra fáj a foga, amelyet most a posta magáénak tudhat. A Magyar Posta csekkforgalma ugyanis meghaladja az évi 250 millió darabot, és a lakossági piacnak mintegy hetven százalékát birtokolja. Ez azt jelenti, hogy szinte minden háztartásban feladnak havonta minimum öt csekket. Annak ellenére, hogy a pénzügyi kultúra változásának korszakát éljük, a posta szolgáltatása őrzi erős piaci pozícióját. Ugyanis évről-évre a teljes piac bővülése tapasztalható. Egyre több szolgáltatás jelenik meg, amely egyre több csekket is jelent. Szarka Imre, a posta Pénzügyi Szolgáltatások Üzletág-vezetője: „Nem tévesztenek meg bennünket a sikerek. Ez a szép múlt, egy tradicionális, nagyon jó minőségű szolgáltatás, de most jött el az a pillanat, amikor váltanunk kell, hiszen a hagyományos, készpénzhasználatra alapozott pénzforgalmi szolgáltatások karrierje lassan lefelé ível. Az ügyfeleinket viszont nem szeretnénk elveszíteni... A jövő pedig a korszerű banki szolgáltatásokat jelenti.” A választás az Erste Bankra esett. Stratégiai partnerként a banki licencet és magát a banküzemi háttérrel adja. A postának ügyfélhálózatán túl rendelkezésére áll az évek óta meglévő tudás, hogy ügyfeleinek mit és hogyan lehet eladni. A cél az átlagemberek alapvető, mindennapos pénzügyi igényeinek kiszolgálása. Ehhez szükség van folyószámla-vezetésre, bankkártyára, hitelekre, pénzbetét lehetőségére. Gyakorlatilag a teljes lakosság ügyfélnek számít. Míg mások milliókat fordítanak reklámra, hogy céljaikat elérjék, addig a postára járók közvetlenül, személyesen megszólíthatók. Ez igencsak jelentős helyzeti előnynek számít, mivel a találati pontosság szinte száz százalék.

Mi áll az ivádi polgármester „tüzes” akciójának háttérében?

Népszabadság, 2005. szeptember 9., 5. oldal

A Zempléni Településszövetség a kisposták megmentésére indított, sikertelenül végződött aláírásgyűjtő akcióját követően sem adja fel törekvéseit, a 82 falut és várost tömörítő szervezet minden törvényes eszközt igénybe kíván venni céljai eléréséhez – közölte a Népszabadság tudósítójának érdeklődésére Köteles László komlóskai polgármester. A Heves megyei Ivádon – Ivády Gábor polgármester kezdeményezésére – jelképesen felgyújtottak egy mobil postakocsivá átfestett, kiselejtezett furgont, amelyre előzőleg „A posta tűzbe megy” feliratot festettek. – Ivádon több mint egy éve működik a mobilposta, s ez alatt az idő alatt egyetlen panasz sem érkezett a faluból a szolgáltatással kapcsolatban – közölte a Népszabadság érdeklődésére a mobilpostát működtető pétervásári postahivatal vezetője. Elmondta: a félezer lelkes Ivádra reggel kilenc óra után indul el a zöld autó, majd továbbhalad a szomszédos, alig több mint száz ember lakta Kisfűzesre. A szolgáltatás kiszámítható, mindig nagyjából azonos időpontban érkezik az adott településre – mondta a pétervásári hivatalvezető.

MPL – az innovációs pólus

Magyar Hírlap, 2005. szeptember 13., 20-21. oldal

Szinte a semmiből bukkant elő az MPL, a Magyar Posta logisztikai üzletága – írja a Magyar Hírlap. A sokéves tapasztalat és a legkorszerűbb technológiák szeptember elsejétől markánsan új arculattal párosulnak. – A névváltoztatás időzítése fontos volt. Az arculati elemek kidolgozása során lényegesnek tartottuk azt a dinamikus, újszerű, ám egységes irányvonalat követni, amely kiemeli az MPL-t a versenytársak közül, és tovább erősítheti versenyképességét – nyilatkozta Pusztai József marketing és értékesítési igazgató a lapnak. – Bár az újszerű megjelenés részben eltér a korábbi postaarculattól, a színvilág mindenképpen a Magyar Postáéra emlékeztet; szeretnénk megtartani, és tovább erősíteni a Magyar Posta olyan hagyományos értékeit, mint a megbízhatóság, a stabilitás és a kiszámíthatóság.

Természetesen az új arculat kialakítása nem merül ki az új lógóban. Szolgáltatásaink újra-pozicionálásával – és ügyfeleink tudatában a termékportfólióról kialakítandó kép meghatározásával – elindult egy tudatos, precízen felépített marketingkommunikációs folyamat. Az év hátralevő részében már ennek az új, markáns üzletágnak a piaci pozícióját szeretnénk tovább erősíteni, hogy az MPL-ről mindenkinek a logisztika jusson eszébe – a logisztikáról pedig az MPL.

Liberalizáció előtt önmagával versenyez a posta

A 2009-es nyitás előtt informatikai háttér megteremtésével kell felkészülni a várható új szereplők megjelenésére

Népszava, 2005. szeptember 22., melléklet 7. oldal

Ikettős szorításban működik ma a Magyar Posta – írja a Népszava. Rohamosan közeledik a postai piac liberalizálása. Monopolhelyzetét, piaci védettségét a Magyar

Posta minden szolgáltatása elveszti. A 2009-es piacnyitásra úgy kell felkészülnie, hogy versenyhelyzetben is meg tudja védeni pozícióit. Veszélyeztetni a forgalmat az internet felfutása is, hiszen a digitális csatornákon egyszerűbb és gyorsabb a kommunikáció, mint levélben, táviratban. A Népszava arról kérdezte Szabó Pált, a Magyar Posta vezérigazgatóját, hogyan készül a Magyar Posta a váltásra. – Mindenekelőtt az alapeszköz-ellátást javítottuk jelentősen. 2002-ben 938 IPH munkahely volt, 2005-ben 3642. Közel 10 ezerrel növeltük a mobiltelefonok számát. Az intranetbe bekötött posta 2002-ben még ismeretlen fogalom volt, ma közel 300 ilyen postafiókunk van. Egy fejlettebb, célirányosabb SAP verzió bevezetése kezdődik, amellyel tovább tudjuk növelni az IPH rendszerek kiterjesztését is. Fontos állomást jelent az integrált rovatoló rendszer (IRR) bevezetése, amelynek eredményeként a küldemények közvetlenül jutnak el a kézbesítőkhöz. Több felesleges munkafázist ki tudtunk így iktatni. Komoly informatikai háttérrel kellett kiépítenünk ahhoz, hogy szeptember 1-jétől bevezessük a küldemények nyomon követő rendszerét. Különszolgáltatásként vállaljuk, hogy SMS-ben tájékoztatjuk a feladót, éppen hol van az útnak indított csomag vagy ajánlott levél. Hamarosan már a címzettet is hasonló módon tudjuk tájékoztatni, hogy időben felkészülhessen a fogadásra. Ez különösen fontos lehet a nemzetközi küldeményeknél, vagy például ha egy direct mail akció lebonyolításával bíznak meg bennünket. Jövőre vezetjük be az integrált szállításiirányítási rendszerünket. A posta 4000 gépjárművet használ szerte az országban. Ennek az optimális kihasználása biztosítható a járatszervezéssel, azzal, ha az egy irányba tartó csomag-, levél- és pénzzállítás összehangoltan történik. A járatok kihasználtsága erősen függ a szezonális ingadozásoktól. A napi átlag 3-4 millió küldemény feldolgozása július-augusztusban a felére csökken. Tehát elegendő kisebb kapacitású – és fogyasztású – járműveket indítani, és a budaörsi logisztikai központot sem kell csúcsra járatni. Térinformatikai rendszert is felállítunk. A minőségi szolgáltatáshoz hozzátartozik az ügyfélszolgálati rendszerünk teljes körű kiépítése. Azt hiszem, a Magyar Posta az egyetlen a közszolgáltatást végző társaságok közül, amelynek még mindig nincs meg a háttére ehhez. Call Centerünk és ügyfélszolgálatunk ugyan működik, kék- és zöldszámokon elérhetőek vagyunk, de a rendszer még nem alkalmas arra, hogy e-mailben vagy SMS-ben válaszoljunk a megkeresésekre. Azt akarjuk elérni, hogy az ügyfélszolgálat mélyebben integrálódjon a postai folyamatokba, mert csak így működhet valóban ügyfélbarát módon. Ennek rendszernek a pályázatát jövőre írjuk ki, s elképzeléseink szerint nyárig meg is valósítható az átalakítás. Újabb tendereket egyelőre nem akarunk kiírni, hiszen 1,5-2 milliárdos projektekről van szó és csak olyan fejlesztéseket akarunk indítani, amelyek megvalósítása a jelenlegi menedzsment kompetenciájába tartozik.

Túljárnak Vágó eszén a postások

*Fosztogatják a békéscsabaiak a Legyen ön is milliomos!-t
Blikk, 2005. szeptember 26., 1-9. oldal*

Békéscsabán lassan számolni kezdhetik a milliomos postásokat – írja a Blikk. Némedi József után – aki három éve a Legyen ön is milliomos! történetében másodikként vitt el húszmilliót – Korcsok Zsolt (34) is teli zsebbel távozik Vágó Istvántól (56). Az intelligens

levélkihordót egyébként éppen kollégája, József készítette fel a játékra. Zsolt szerint jó lenne, ha egyszer külön műsort csinálnának a békéscsabai postásokkal. – Szívesen játszanék újabb postással Békéscsabáról – mondta Vágó István.

Kiváló munkát végzett postások

*Idős asszony életét mentették meg a fiatal emberek
Népszava, 2005. október 8., 10. oldal*

Az év postása címet idén – rendhagyó módon – ketten kapták meg: két mobilpostás, Brakszatórisz András és Kondacs János. Mindketten a Makó 1 posta kézbesítői. A szakmai zsűri választása azért esett rájuk, mert Ambrózfalván június 21-én megmentették egy nyolcvanéves idős, egyedülálló asszony életét. A néni összeesett az udvarán, összezúzta az arcát, combnyaktörést szenvedett, nem tudott felállni. Feltételezések szerint több napja feküdhett ott az idős asszony, aki már nem is tudott beszélni, mire megtalálták. Azonnal segítséget, orvost, mentőt hívtak. Az év postásai október 7-én Szabó Pál vezérigazgatótól és Gurzó Tivadartól, az előző esztendőben hasonló díjat kapott postavezetőtől vehették át az elismerést. Az év legjobbjai a Magyar Postánál 2005-ben: ÉV POSTÁSA: Brakszatórisz András és Kondacs János (Makó, Csongrád megye). ÉV KÉZBESÍTŐJE: Bódogh Ferenc (Szentlőrinc, Baranya megye). ÉV POSTAVEZETŐJE: Harnos Csaba (Szeged, 1. sz. posta). ÉV ÉRTÉKESÍTŐJE: Juhász Ferencné (Szekszárd 1. sz. posta). POSTABIZTOSÍTÓ KÜLÖNDÍJASA: Kapusi Istvánné (Dunaújváros, 1. sz. posta). HÍRLAPSZOLGÁLATÉRT ÉRMET KAPOTT: Ódor Zoltánné (Szigliget, Veszprém megye)

Egyre nyereségesebb a szolgáltatótársaság

*A teljes liberalizációra készül a Magyar Posta
Népszava, 2005. október 10., 13. oldal*

Gyorsaság, megbízhatóság, eredményes piaci jelenlét. Ezek a Magyar Posta új jelzőszavai. Az állami tulajdonú társaság a 2009-es piaci liberalizációra készül, amikor elveszíti monopolhelyzetét, és csupán egyike lesz a magyar piac szereplőinek. Ahhoz, hogy eredményesen vegye fel a versenyt a konkurensokkal – köztük például az osztrák postával –, jelentősen javítania kell versenyképességén. Éppen ezért Szabó Pál vezérigazgató szerint elengedhetetlen a szolgáltatási minőség további javítása, versenyképes vállalási díjak kialakítása és a működési költségek csökkentése. – Idén augusztus végéig csaknem 5,3 milliárd forint üzemi eredményt terveztünk, ezzel szemben 10,3 milliárdot értünk el – nyilatkozta Szabó Pál a Népszava kérdésére. – Az év hátralévő részében a beruházásokhoz kapcsolódó költségek éves szinten mérsékelni fogják ezt az adatot, aminek következtében 6,7 milliárd forint üzemi eredménnyel számolunk 2005-re. Ez 30-35 százalékkal jobb a tervezettnél, és 50 százalékkal haladja meg a tavalyi adatot. Ez az eredmény a 39 ezer postás munkáját dicséri. A Magyar

Posta Rt. egyre jobban és eredményesebben működik: 2002 a válságkezelés időszaka volt, amit a gazdálkodás stabilizálása követett 2003-ban. Az elmúlt esztendő már a logisztikai hálózat átalakításának jegyében telt. Létrehoztuk Kelet-Közép-Európa egyik legmodernebb postai logisztikai központját. Az idej a minőség javításának az éve, a következő esztendőnek pedig az értékesítés éve elnevezést adtuk. Ez arra utal, hogy a 2009-re várható teljes postai liberalizációig stabilizálni szeretnénk piaci pozíciónkat. Tavaly a társaságnak a nettó árbevétel alapján 85 százalékos volt a részesedése a postai piacon. Minthogy bevételeink kétharmada az üzleti ügyfelektől származik, ezért a következő időszakban főként rájuk koncentrálunk – nyilatkozta a vezérigazgató. A tudósító kérdésére kijelentette: a Magyar Posta nem érett a privatizációra, jövedelmezőségi mutatói nem jelentenek vonzerőt sem a szakmai, sem a pénzügyi befektetők számára. Magánosításról legfeljebb 2009 után lehet majd beszélni, amikor a posta monopolhelyezete megszűnik. A postások fizetését firtató kérdésre kifejtette: – November végén megkapja mindenki a tizenharmadik havi bérét. Emellett ez évtől 100 ezer forint értékű béren kívüli juttatásban is részesülnek a dolgozók, ami figyelembe véve, hogy a postai átlagkereset bruttó 132 ezer forint, akár egy tizennegyedik havi fizetésnek is megfelel. Jövőre több milliárd forintot kell majd fordítanunk a keresetek emelésére. Ehhez nem igénylünk állami mentőövet. Előteremtjük a szükséges forrást. Ez viszont azzal jár, hogy 2006-ban a tulajdonosnak jóval kisebb üzemi eredménnyel kell beérnie, mint 2004-ben vagy 2005-ben – hangsúlyozta Szabó Pál.

Erősít a postákon az Erste

Világ gazdaság, 2005. október 12., 15. oldal

A Magyar Posta Rt. és az Erste Bank Hungary Rt. között 2004-ben megkötött stratégiai együttműködés keretében a következő hónapokban újabb 120 postahelyen válnak elérhetővé a Posta banki szolgáltatások. A két cég tervei szerint 2006 első negyedének végére a jelenlegi kétszáznál hatvan százalékkal több, 320 postán jelennek meg ezek a korszerű banki szolgáltatások.

Beléptek piacunkra az osztrákok

Magyar Nemzet, október 14., 12. oldal

Engedélyezte az osztrák és a magyar versenyhivatal az Österreichische Post AG számára a Feibra Magyarország Kft. teljes mértékű felvásárlását – adta hírül a Magyar Nemzet. Szakértők szerint a tranzakció jelentősége elsősorban az, hogy azzal az esedékes hazai postai piacnyitásra készülnek az osztrákok. A Magyar Nemzet érdeklődésére az osztrák posta vezérigazgatója elmondta: hosszabb távon szívesen vásárolnának részesedést a jelenleg még állami kézben lévő Magyar Posta Rt.-ben.

Választási nyereség a Magyar Postánál

Népszabadság, 2005. október 17., 1-12. oldal

– A posta állami támogatás nélkül működik és nem politikai tényező – nyilatkozta a Népszabadságnak Szabó Pál vezérigazgató. – Ha szándékai ellenére időszakosan mégis belekeveredik a pártok közti torzsalkodásba, az független a kampányidőszakoktól. A választásokat piaci lehetőségnek tekintjük. Ezért az országgyűlési választások idejére már valamennyi parlamenti párttal megkötöttük a választási együttműködési megállapodást. Emellett a parlamenten kívüli erőket is megkerestük. A politizálás már nem a mi dolgunk. – Szabó Pál az interjú további részében egyebek között kifejtette: – A postai piac megnyitásának eszmei időpontja 2009 januárja. Egyáltalán nem biztos azonban, hogy a liberalizációra ekkor valóban sor kerül. Miközben ugyanis a svédek már nyitottak, az angolok pedig januárban követik a példát, az olasz és a francia posta nem pártolja az ügyet. Emellett én sem vagyok nagy harcosa a gyors piacnyitásnak, mert tudom, hogy mennyire sebezhetőek vagyunk. Gyengeségünk egyik oka, hogy nem készült olyan szabályozás, amely megoldással szolgálna a piac újraosztására. Holott, azt hiszem, nem járná, hogy a kialakulatlan feltételrendszer miatt a Magyar Postának vissza kellene vonulnia Ormánságba vagy a Viharsarokba, a pénzügyi intézetek számlaleveleit és előnyös feldolgozási költségek mellett kézbesíthető küldeményeit pedig új csapatok vinnék!

Nemzetközi postai hírek

(Az összeállítást a Nemzetközi Üzletág anyagai alapján dr. Lovászi József készítette)

2005. július-október

Rekord minőség az Angol Postánál

www.postinsight.com – A Royal Mail dolgozói idén április és június között 93,4%-os rekord minőségi szintet teljesítettek a másnapi kézbesítésű elsőosztályú levelek esetében, ami közelíti az előírt célokhöz. Ez az utóbbi tíz évben elért legjobb teljesítmény, ami további javulást mutat a január-márciusi időszakban elért addigi legjobb eredményekhez képest is.

Az Algériai Posta a második helyre szorult a nemzeti levélpiacon

www.algerie-dz.com – A szigorúan szabályozott algériai levélpostai piac ellenére néhány év alatt piacvezető lett a DHL Algéria. 2003 óta, mióta ez a piac megnyílt a versenytársak előtt, a 3 fő szereplő a DHL Algéria, a UPS Algéria és a nemzeti posta. A DHL egyértelműen az élre került a hivatalos 2005-ös adatok szerint. A szállítási piaci rész 76,82%-a (78.851 postai termék kiszállítása) a DHL-é, míg a nemzeti postáé csak 11,21%. Az Algériai Postai és Távközlési Hatóság újabb versenytársaknak is engedélyt kíván adni a jövőben, így erősítve a konkurenciát a piaci szereplők között, amellyel a minőség javítására sarkallja őket.

Az Ír Posta a vidéki postahivatali automatizálás kérdését vizsgálja

E-POSTAL NEWS, Issue 252 – Az Ír Posta 10 vidéki postahivatal számítógépesítésével azt teszteli, hogy az automatizálás hatására hogyan emelkedik a postákon az üzleti jellegű tranzakciók száma. A számítógéppel felszerelt postákon az ügyfelek hozzájuthatnak az összes típusú üzleti jellegű postai szolgáltatáshoz, így például banki szolgáltatásokhoz, elektronikus számlafizetéshez, belföldi és nemzetközi telefon-feltöltéshez, valamint a Posta Takarékpénztár szolgáltatásaihoz. Az Ír Posta átfogó marketing tevékenységgel támogatja a postahivatali tesztelést, melynek segítségével a postákon lebonyolított tranzakciók számának maximalizálását tűzik ki célul. A helyi lakosokat ösztönözni fogják arra, hogy próbálják ki az új szolgáltatásokat és gyakrabban vegyék igénybe a helyi postahivatalt.

Átalakul a Kínai Posta

www.postinsight.pb.com – A kínai Állami Tanács végre jóváhagyta a hosszú évek óta napirenden lévő postai reformok kérdését. Az új rendszer szerint a kormány felügyeleti jogköre és a postai szolgáltatások elkülönülnek egymástól. A kínai Állami Postahivatal át-

alakítása során megalakul egy hatósági szerv, amely az ágazat felügyeletét látja el, felelős a törvények megalkotásáért és a kötelezettségek betartásáért. Ez a szerv teljesen függetlenül működik majd a postai szolgáltatótól. Az újonnan megalapított China Post Group Co. – Kínai Postacsoport – lesz felelős a különféle postai szolgáltatásokért. Jelenleg a State Post Bureau látja el a postai szolgáltatások felügyeletét és a profit-orientált vállalat szerepkörét is. A postai reformokkal egy időben Postai Takarékpénztár alapítását is tervezik, mivel a Kínai Posta bevételeinek 39%-a postai megtakarításokból adódik.

Az osztrák postai piac liberalizációja

www.postinsight.pb.com – A hamburgi MRU GmbH (Manner-Romberg tanácsadó cég) tanulmányt készített az osztrák postai piac liberalizációja témában, mely teljes terjedelemben a http://www.postinsight.pb.com/files/Manner_Romberg.pdf web címen olvasható. A tanulmányban érdekes elemzést találhatunk az osztrák postai piac lehetséges fejlődési irányairól 2015-ig. Ezek szerint 4 lehetséges út áll az osztrák közszolgáltató előtt: továbbra is állami postaként üzemelni, vagy hálózati postává alakulni – melyben az Osztrák Posta, mint privatizált hálózati üzemeltető és piacvezető szerepel –, esetleg Euro-postává alakulni – tehát valamelyik európai posta részévé válni –, illetve régió-postaként tovább funkcionálni – ami azt jelenti, hogy a működési területen versenyhelyzet alakul ki, de nincs domináns piacvezető postai szolgáltató.

A japán felsőház elutasította a Japán Posta privatizációjával kapcsolatos terveket

<http://de.search.news.yahoo.com> – Már csak a felsőház beleegyezésére volt szükség ahhoz, hogy a japán miniszterelnök Junuchiro Koizumi Japán Postára vonatkozó privatizációs tervei zöld utat kapjanak. Ám a felsőház 125 szavazattal 108 ellenében leszavazta az erősen vitatott reformterveket. A döntés kormányválságot idézett elő. A médiumok hírei szerint szeptember 4. és 11. között akár előrehozott választásokra is sor kerülhet a jelenlegi parlament feloszlása után. A képviselők azzal indokolták döntésüket, hogy a posta privatizálásával 270.000 alkalmazott komoly hányadát fenyegetheti a munkanélküliség veszélye, s a fennmaradó munkahelyek is bizonytalanná válhatnak. Még Koizumi pártján belül sincs összhang a posta privatizálására vonatkozóan.

A Finn Posta stratégiai akvizíciója

Market flash 2005. aug. 8. – A Finn Posta meg akarja szerezni a Dániában lévő Combifragt A/S logisztikai céget, mely leányvállalatokkal rendelkezik Észtországon, Litvániában és Lettországon. A Combifragt a Nordic Chain hálózathoz tartozik, melynek tagjai Dánia, Norvégia, Svédország és Finnország. Ez az akvizíció a finn postai stratégia része, azaz így kívánják erősíteni pozíciójukat Skandináviában, a Balti országokban és Oroszországban.

A Belga Posta Internetes butikját már a nagy ügyfelek is igénybe vehetik

www.post.be – Az idén májusban bevezetett online vásárlási lehetőséget már nemcsak a magánügyfelek vehetik igénybe, hanem az üzleti ügyfelek is. A vállalati ügyfélkörhöz igazodva a Belga Posta biztosítja, hogy nagyobb mennyiséget lehessen elektronikusan megrendelni, s a termékek választékát is bővíti (Prior és Non Prior bélyegek, öntapadós bélyegek, Kilopost küldeményekhez jelzők, filatéliai termékek, előre bérmentesített termékek, csomagolóanyagok, stb.). A rendelés biztonságos úton kerül kézbesítésre. Vonalkód segítségével a küldemény útja végig követhető. Minimum 25 eurós rendelés esetén a biztonsági kezelésért és kézbesítésért nem számol fel külön díjat a szolgáltató.

A Német Posta egyre erősebb az ázsiai piacon

<http://de.biz.yahoo.com> – A Deutsche Post sajtójelentése szerint 2005 első félévében kétszámjegyű növekedési ráta volt tapasztalható az ázsiai / csendes-óceáni területek expressz piacán a német vállalat számára. Különösen a kínai régióban voltak kiemelkedően jók az eredmények. A Német Posta a jövőben Ázsiában a légi hálózat és az elosztó központok területén tervez nagyarányú beruházásokat.

A spanyol küldemény-feldolgozó üzemeket modernizálják

www.postcom.org – A Spanyol Posta elfogadta a feldolgozó-központok modernizálására kiírt terveket. A vállalat célja az, hogy az új berendezések üzembe helyezésével javítsák a 30 ezer alkalmazott munkakörülményeit, valamint egységesítsék a vállalat arcukat és javítsák a szolgáltatásminőséget. A Correos 1800 feldolgozó üzemet működtet.

Elektronikus bélyeg a Cseh Postán

www.postcom.org – A jövő hónaptól a cseh lakossági és üzleti szolgáltatóknak lehetőségük lesz elektronikus bélyegzővel ellátni a hivatalos küldeményeiket. Az elektronikus bélyegzőt a cseh Információtechnológia Minisztérium fejlesztette ki, mely segítségével az egyszerű elektronikus dokumentumok hivatalos iratokká alakulnak, és ugyanolyan jogosultsággal bírnak, mintha hivatalos aláírással lennének ellátva.

Kezdetben csak az Osztrák Posta negyedét privatizálják

<http://news.orf.at> – Az osztrák rádió hírei szerint a posta csak fokozatosan kerül tőzsdére. Az első lépésre 2006 tavaszán kerülhet sor, amikor az Österreichische Post 25%-át privatizálnák, nyilatkozta a felelős miniszter Hubert Gorbach. Ezt követheti később a közszolgáltató cég 50%-ának privatizálása. Várhatóan a jövő hét folyamán dönt a kormány ebben a kérdésben, s ad zöld utat a megvalósítás kidolgozásához.

Privatizálják a Román Postát

www.postinsight.pb.com – Románia hamarosan privatizálja a Román Postát és a nemzeti rádió vállalatot. A rádiót a jövő év végén adják el, a postát először átszervezik, és csak 2008-ban értékesítik. Az állam azt szeretné, ha találna egy stratégiai befektetőt, aki átvinné a postai vállalatot. Az állami tulajdonban lévő Román Posta részvényeinek 25 százaléka, valamint a román távközlési cég 20 százaléka egy kárpótlási alapba kerül, amiből a kommunista rendszerben elvett tulajdonokat kompenzálják.

Új postatörvény Ausztriában

www.kleine.co.at – A minisztertanácsnak szeptember 6-án, kedden kellett döntenie az új postatörvény tervezetéről. A törvény a 2006-ra tervezett postai tőzsdére vitel előkészítése. Rögzítésre kerül továbbá, hogy a teljes postai monopólium megszűnésének időpontját 2009-re tervezik. Ezen kívül az infrastruktúráért felelős miniszter vétőjogot kap arra az esetre, ha az Osztrák Posta újabb hivatalokat akarna bezárni.

Egyre kedveltebb a csomagautomata a Német Postánál

www.deutschepost.de – Németországban a nagyvállalatok körében egyre elterjedtebb megoldás, hogy saját területükön állítanak fel postai szolgáltató helyet, illetve úgynevezett Packstation, csomagautomata telepítését teszik lehetővé, mely a DHL innovatív csomagkézbesítési szolgáltatása. További cégek is tervezik a szolgáltatás igénybevételét. 2005 végéig 200 újabb csomagautomata felállításával a Packstation hálózat száma 600 fölé emelkedik. Már több mint 250.000 regisztrált ügyfél él a csomagautomata szolgáltatás igénybevételének lehetőségével, s 85%-uk elégedett vele. 2006 végéig számos további város is bekapcsolódik ebbe a hálózatba.

Októberre befejeződik a Belga Posta privatizációja

www.postinsight.pb.com – A belga pénzügyminiszter tervei alapján idén október közepére befejeződik a belga postai szolgáltató cég, a „De Post/La Poste” privatizációja. A kabinet szeretné véglegesíteni a tőkenövelés szabályozását, a törvénymódosítást, az üzleti tervet és az új befektető cégekkel, a brit CVC Capital Partners-szel és a dán nemzeti postai szolgáltatóval kötendő szerződést.

Mehet a posta magánkézbe Japánban

www.mti.hu – Japánban másodszor is miniszterelnökké választották Koidzumi Dzsunicirót, aki reformprogramot hirdetett. Koidzumi Dzsuniciro kormányfő és Liberális Demokrata Pártja (LDP) nagy arányú győzelmével zárultak a japán választások, melyen a la-

kosság megszavazta a kormány reformprogramját, azon belül is a posta privatizációját. „Szeretnék köszönetet mondani a népnek” – mondta tévébeszédében az újrávalasztott miniszterelnök. „Az eredmények láttán úgy gondolom, a nép kedvező ítéletet mondott a postareformról.”

Komoly vetélytárs fenyegeti a Német Posta piacait

www.netzeitung.de – A világméretű Otto csomagküldő társaság 2008-ra Hermes leányvállalatán keresztül be akar kerülni a német levélpiacon. A Hermes vezetője úgy nyilatkozott, hogy 2008. január elsejétől 11.000 Hermes Shopjában elhelyezett saját levélszekrényeinek keresztül teljes területet lefedő levélhálózatot fog kialakítani, levéldíjait pedig 10-15%-kal lesznek a Német Posta tarifái alatt. A Hermes a csomag üzleti területen már most is komoly konkurenciát jelent. 2005 végéig a magánügyfélkörben lévő mostani piacrészt kívánják 15%-ra megháromszorozni, 2007-re pedig 20-25%-os piacrésszel szeretnének rendelkezni. Az üzleti ügyfélkör mai 33%-os része 37-38%-ra fog emelkedni.

2010-ben 713 postahivatallal lesz kevesebb a Belga Postánál

www.lalibre.be – Mostantól számítva 5 éven belül komoly változások várhatóak a postahivatali hálózat területén Belgiumban. Előzetes felmérések szerint 713 postahivatal megszűnésével számolnak a szakemberek a „posta üzletek” („magasins postaux”) javára. Ezek azok a postapontok, melyek például a szupermarketekben találhatóak. Konkrétan 1300 postapont fennmaradása mondható biztosnak, s a posta saját alkalmazottakkal 589 postahivatalt fog tovább üzemeltetni, egyet-egyét közigazgatási területenként. Az új működési szabályzat még azt sem szabályozza, hogy a postapontokat (magasin postal) feltétlenül postásoknak kell fenntartani.

A Belga Postánál is beindul az Internetes nyomkövetés

www.post.be – 2005. szeptember 19-étől a belga La Poste ügyfelei személyesen követhetik nyomon az Internet segítségével ajánlott, biztosított és értéknylvánításos küldeményeiket, melyeket vonalkóddal látnak el a feladáskor, s így postai kezelésük folyamán könyvelt küldeményként kerülnek be a rendszerbe. Az ügyfél egyetlen kattintás segítségével meggyőződhet küldeménye aktuális státuszáról.

A Német Posta új versenytársa

www.postcom.org – Vezető német kiadó vállalatok egyesültek, hogy a Német Posta versenytársai legyenek. A közös vállalatot három nagy kiadó, az Axel Springer, a Holtzbrinck és a WAZ-csoport hozta létre azzal a céllal, hogy a kiadóvállalatokhoz

kapcsolódó összes postai tevékenységet elvégezze. Az új cég vezetője a TNT kelet- és közép-európai részlegének korábbi vezérigazgatója lett, aki a saját vállalkozásának is 25%-os részesedést szerzett a kiadók mellett. 2010-re egy milliárd eurós bevétel megszerzését tűzték ki célul. Az ország teljes területét lefedő kézbesítés üzleti ügyfelek részére 2006-ban valósul meg, majd ezt követően kerül sor a magánügyfelek részére történő kézbesítés beindítására. A vállalat, aminek nevet még nem adtak, a Német Posta után a második legnagyobb postai szolgáltatóvá kíván válni Németországban.

Intelligens levélszekrények a Szaúdi Postánál

E-Postal News, 2005. szeptember 12-16, Issue No. 270, p.3. – Korábban a szaúdiaknak a postahivatalokba kellett elmenni a küldeményeik átvételéhez, de mint arról már hírt adtunk, a Szaúdi Posta fejlesztési projektjének keretében hamarosan sor kerül a levelek, csomagok és pénzküldemények házhöz kézbesítésére (Nemzetközi Hírlevél, 2005. május 27). A Szaúdi Posta intelligens, chippekkel működő postaládákat szerel fel a közeljövőben a háztartásokban, és ezzel az ország területén működik majd a világ legnagyobb rádió frekvenciás azonosítási rendszere. A chipket az új postaládák elejére szerelik, amelyek jelzik a kézbesítőnek, hogy a jó címet találta meg. A postás a levelek azonosításhoz kézi leolvasó-berendezést használ. A Szaúdi Posta weboldalán egy nyomkövető rendszer is működik majd, ami a regisztrált felhasználóknak a küldeményük aktuális helyzetéről ad tájékoztatást. A Szaúdi Posta kb. 5 millió intelligens postaláda felszerelését tervezi.

Az Osztrák Posta Németországban

www.horizont.at – Az Österreichische Post AG bejelentette, hogy irodát nyitnak Németországban (Kölnben), amely ez év novemberétől támogatni fogja a német vállalatok direkt marketing tevékenységét Ausztriában és a közép-európai térségben. Az Osztrák Posta elnöke szerint, az SPI-val (Swiss Post International) végzett közös munkájuk annyira sikeres és súrlódásmentes volt, hogy elérkezett az ideje annak, hogy önálló tevékenységbe kezdjenek a német piacon.

Képeslap vagy e-mail?

www.posinsight.pb.com – A Royal Mail a Fiala Levélírók Versenyéhez kapcsolódóan egy felmérést végzett 1200 kisiskolás körében, amelynek eredményeképpen kiderült, hogy a gyerekek 95%-a szerint sokkal izgalmasabb hagyományos képeslapot vagy levelet kapni, mint e-mailt. A válaszokból azt is megtudták, hogy melyek azok a kedvenc ünnepek, amelyek alkalmából szívesen kapnak és küldenek képeslapot a kicsik. Ezek a születésnapok, a karácsony és a Bálint Nap.

A Német Posta minőségi mutatói

www.deutschepost.de – A Deutsche Postnál a közönséges levelek kézbesítése területén mért minőségi mutatók messze felülmúlják a törvényi előírásokat. A feladás, illetve az utolsó levélszekrény ürítés utáni másnapi kézbesítés 95% fölött van Németországban, a törvényben előírt 80%-kal szemben. Ez a gyorsasági mutató más országokban általában csak az expressz felárral feladott küldeményeknél tapasztalható.

Az első igazi mobil posta Ausztriában

www.post.at – Az Österreichische Post a Post.Partner (posta partner), a Post.Servicestelle (postai szolgáltatóhely), valamint a külterületi kézbesítő (aki esetenként felvevői tevékenységet is végez) mellett új „postahely fajtát” kíván meghonosítani Ausztriában, az úgynevezett Post.Mobil-t (mobil postát). Az első mobil posta október 10-től, a második október 17-től kerül beüzemelésre a salzburgi körzetben. Ezek az új „postahivatalok” nemcsak mozgékonyak, de ugyanolyan jól felszereltek, mint helyhez kötött társaik. Itt nemcsak postai küldeményeket lehet feladni, hanem nagymennyiségű reklámküldeményt is. A P.S.K. (Posta Takarékpénztár) szolgáltatásait is igénybe vehetik az ügyfelek, valamint kereskedelmi termékeket is vásárolhatnak. Előzetes megrendelés alapján mobil és fix hálózatos telefonok vásárlására is van lehetőség. A gépjármű a Renault Österreich és a Grieskirchner Fahrzeugbauer Gföllner közös fejlesztése. A mobilpostai gépjárművek vezetőinek biztonságát a GPS nyomkövető rendszer és egy különleges riasztóberendezés biztosítja.

Újra napirenden a Japán Posta privatizációja

<http://info.france2.fr> – A képviselők Junichiro Koizumi újraválasztása után most már 338:138 arányban megszavazták a Japán Posta privatizációjára vonatkozó törvénytervezetet. A miniszterelnök elképzelése szerint a négy szervezeti egységre bontott – takarékpénztár, biztosítás, kézbesítés és hivatali hálózat – posta privatizációja 2007 és 2017 között fokozatosan valósulna meg.

A Belga Posta szövetségre lép a Dán Postával

www.lalibre.be – Guy Verhofstadt, a belga miniszterelnök a Dán Posta vezetőinek jelenlétében 2005. október 12-én bejelentette a Belga Posta részleges privatizálását és szövetségét a Dán Postából és a CVC brit befektetési alapról létrejött konzorciummal. A konzorciumé lesz a belga La Poste részvényeinek 50%-a mínusz egy részvény 300 millió eurós tőkeemelés útján.

A Német Posta átengedi hivatalainak egy részét a Postabanknak

www.bvdp.de – A Német Posta és a Postabank közös döntése alapján 850 postahivatal 9.500 munkatárssal együtt átkerül a Postabank saját üzemeltetési körébe. Ezzel a lé-

péssel a Postabank, amely az utóbbi időben az egyik legerősebb bankká nőtte ki magát, tovább bővíti hálózati kapacitását. A Német Posta Postabankban meglévő többségi tulajdonrészét a változtatás nem érinti. A posta ügyfeleinek pedig az ország postahivatalaiban továbbra is biztosítják a teljes körű postai szolgáltatások igénybevételének lehetőségét.

A Német Posta lesz a legnagyobb magán levélkézbesítő Hollandiában

www.spiegel.de – A Deutsche Post erősíti piaci pozícióját Hollandiában. A bonni konzern átveszi a holland levélkézbesítő vállalat, a MailMerge többségi tulajdonát. Így a már a Német Posta tulajdonában lévő vállalatokkal – Selekt Mail Nederland, Interlanden, Selektvracht és Global Mail DHL – a legnagyobb privát szolgáltató lett a holland levélpiacon a német közszolgáltató vállalat. Hollandiában már részben liberalizált a levélpiacon, ahol a címzett küldemények 10%-os piaci része a Német Postáé.

Önkiszolgáló részleg az osztrák postahivatalokban

www.postcom.org – Az Osztrák Posta 24-órás önkiszolgáló részleget hoz létre a 200 legnagyobb postahivatalában. Az elkövetkezendő öt évben 45 millió eurót költenek a postahivatali hálózat korszerűsítésére, ennek keretében kerül sor az önkiszolgáló egységek bevezetésére. Az első szakaszban kizárólag banki szolgáltatásokat kínálnak 24 órában, így pl. készpénz automatákat, továbbá betétek elhelyezését és átutalásokat végző gépeket illetve fénymásolókat állítanak üzembe. Jövőre postai szolgáltatásokat is kínálnak majd a non-stop üzemelő önkiszolgáló-rendszerű posták, így lehetőség nyílik regisztrált levelek és csomagok feladására. Az önkiszolgáló posták bevezetésével nem a munkaerő megtakarítása a cél, hanem az ügyfelek kényelmi szempontjait vették figyelembe.

A Szlovén Posta helyzete

www.postcom.org – Az elmúlt években a Szlovén Posta sikeresen összehangolta a szolgáltatásait a piaci követelményeknek és az EU előírásoknak megfelelően. A maribori székhelyű vállalat új, korszerű szolgáltatásokat vezetett be. A Szlovén Posta a minőségre, az új pénzügyi, az elektronikus, valamint a hagyományos postai szolgáltatásokra fókuszál. Az EU-tagság magával hozta a versenytársak fokozott megjelenését a postai piacon, valamint a megváltozott üzleti feltételeket. A Poste Slovenije csak az új technológiai megoldások felsorakoztatásával tudja versenyben tartani a vállalatot és képes jó eredményeket elérni. Az egyik legnagyobb kihívás az eddig 100%-os állami tulajdonban levő Posta privatizációja lesz.

LEVELEZÉSI ROVAT

Rovatvezető: Molnár Marianna

Címzett: Posta Szaklap Levelezési rovat

Küldi: Mátészalka 1. sz. Körzeti posta

Tárgy: Belföldi utánküldéssel kapcsolatos információ kérés

A belföldi utánküldéssel kapcsolatban merül fel kérdésünk, illetve kérnénk az állásfoglalást, mivel a posták eltérő gyakorlatot folytatnak ezzel kapcsolatosan.

Az Üzletszabályzat 6.3.2.9. pont második bekezdése értelmében „A Posta az utánküldés szolgáltatást külön megjelölt kezdő időpont hiányában legkésőbb a bejelentést követő 5. munkanaptól a **szerződésben rögzített időpontig teljesíti.**”

A kilencedik bekezdés szerint „A szerződés határozatlan időre, vagy naptári negyedév végéig szóló határozott időtartamra köthető meg”

A tizedik bekezdés szerint „....Az átalánydíjat legalább az igénybevétel naptári negyedévből hátralévő időszakra meg kell fizetni”

A posták a fent felsoroltakat eltérően értelmezik. Elfogadják az olyan utánküldés megrendelést, amely egyik hónap közbülső napjától, a másik hónap közbülső napjáig szól és 1 hónapra eső díjat számolnak fel. Szintén elfogadásra kerül olyan szerződés mely egy hónap közbülső napjától a másik hónap végéig szól, de ez nem a naptári negyedév utolsó hónapja. Ilyen esetben is töredék díj felszámítását végzik. A szabálytalan szerződéskötéssel kapcsolatos visszajelentéseket nem fogadják el.

Ez elsősorban ideiglenes távollét esetén fordul elő, mert az ügyfél esetenként csak néhány hétre utazott el és addig kérné a küldeményei utánküldését.

Véleményünk szerint ebben az esetben az ügyfélnek hazatérése után lehetősége van a szerződés felmondására és díjvisszatérítésre.

Az utánküldés szolgáltatással kapcsolatban a másik gondot az jelenti, hogy az ügyfél kérheti, hogy az utánküldés szolgáltatás megszűnését követően küldeményeit a régi címen tovább kézbesítsék.

Az utánküldést jelző lapon ennek jelölésére nincs lehetőség. Jó lenne úgy kialakítani az Utánküldés jelző lapot, hogy a kézbesítő részére tájékoztatást adjon arról, hogy az utánküldés lejárt után a régi címen kell-e, vagy nem kézbesíteni a küldeményt.

Válaszukat köszönöm.

Tisztelettel:

Szabó Gábor
postavezető

A válasz:

Utánküldés szolgáltatás

Az utánküldés szolgáltatás vonatkozásában a díj megállapítása és az utánküldést jelző lap rovatainak pontosításával kapcsolatosan merültek fel kérdések. Ennek megfelelően a szolgáltatás ezen területeinek részletesebb ismertetése a következőkben olvasható.

A szolgáltatás általános igénybevételi jellemzőit az Üzletszabályzat 6.3.2.9 sz. pontja részletezi. A kezelési folyamatok szabályozását a 90/2003. sz. vezérgazgatói utasítás tartalmazza.

Utánküldés szolgáltatás átalány díjának megállapítása

A szerződés határozatlan időre, vagy naptári negyedév végéig szóló határozott időtartamra köthető meg. A határozatlan idejű szerződés megszűnik a díj nem fizetése esetén. Az átalánydíjat legalább a szerződéskötés naptári negyedévéből hátralévő időszakra előre meg kell fizetni. A hónap 20. napja után létrejött szerződés esetén a szerződéskötés hónapjára nem kell átalánydíjat fizetni, egyébként a szerződéskötés hónapjára a teljes havi díj fizetendő.

A határozatlan időtartamra kötött szerződés esetén a díjat negyedévenként előre, legkésőbb a tárgynegyedév első napján kell megfizetni.

A fenti tényeknek megfelelően a szerződés időtartama kezdődhet töredék hónappal, de a befejezésének legalább naptári negyedév végéig kell tartani, a díjat ennek megfelelően kell beszédni.

Példa

1. Az ügyfél január 10-től január 30-ig más címen tartózkodik.
Ebben az esetben a díj teljes negyedévre vonatkozik, azaz 2200 Ft.
2. Az ügyfél május 15-én egy hónapra elutazik és küldeményeit új címre kéri.
Ebben az esetben a díj a töredék negyedévre megfelelő, vagyis 2x730 Ft, azaz 1460 Ft.
3. Az ügyfél augusztus 25-én kéri az utánküldés szolgáltatást szeptember 28-ig.
Ebben az esetben a díj 730 Ft

Abban az esetben, ha az ügyfél rövidebb időre szeretné kérni a szolgáltatást, az átalánydíjat az adott naptári negyedév végéig meg kell fizetni, majd a szerződés felmondása alkalmával (pl. nyaralásból való visszaérkezést követően) lehetőség van a szerződés megszűnésének hónapját követő időszakra eső átalánydíj visszatérítésére.

Utánküldést jelző lap

Az utánküldő postán az utánküldések megrendelését kezelő dolgozónak az „Utánküldés bejelentése” c. nyomtatvány alapján jelző lapot kell kiállítania. A jelzőlapokat a kézbesítő részére, legkésőbb az utánküldés kezdetének napján, munkakezdetkor át kell adni.

A szolgáltatás meghosszabbításakor az előzőekhez hasonlóan, értelemszerűen kell eljárni, új jelzőlapot nem kell kiállítani, de az új teljesítési időszakot fel kell jegyezni.

Az utánküldés szerződés megszűnését követően az utánküldést jelző lapot a kézbesítőnek nem kell tovább magánál tartani, ezáltal azon nem kerül feltüntetésre a lejáratot követő ügyfél igény, vagyis a régi címen történő további kézbesítés vagy a régi címre érkező küldemények feladónak történő visszaküldése.

HELYREIGAZÍTÁS

A Posta szaklap 2005. évi 2. számából, **Csegezi Tamásné – A postabélyeg reneszánsza** című cikkének záró gondolatai sajnálatos módon kimaradtak.

A hibáért Olvasóink elnézését kérjük.

A kimaradt utolsó két bekezdést ezúton, pótlólag közreadjuk:

A magyar bélyegek világa számtalan „titok” felfedezésére kínál lehetőséget. Maguk a bélyegek a posta szolgáltatásai révén könnyen elérhetők és megvásárolhatók:

előfizethetők, megrendelhetők, személyesen, postai úton vagy akár a postai honlapon, esetleg e-mailen keresztül is.

Az eddig elmondottak remélhetően bizonyítják, hogy a papírcsodákba zárt üzenetek a XXI. század emberét is megszólíthatják. A folyamatosan megújuló bélyegvilág felfedezéséhez a bélyegképekbe zárt üzenetek és titkok feltárásához hasznos időtöltést, kellemes felfedező utat és tartalmas kikapcsolódást kívánok.

TISZTELT OLVASÓK!

Kérjük, segítsenek abban, hogy a PSZE munkájába mind több szakember bekapcsolódhasson. A belépni szándékozók töltsék ki a következő oldalon lévő belépési nyilatkozatot, vagy annak másolatát és juttassák el:

- **a munkavégzésük helye szerint területileg illetékes PSZE tisztviselőhöz,**
- **vagy az egyesület budapesti titkárságához: 1410 Budapest, Pf.: 135.,**
- **vagy e-mail címünkre: OlahLaszlo@posta.hu és psze@posta.hu**

A PSZE tagjai a Posta című szaklapot, egyesületi szolgáltatásként, ingyenesen megkapják.

A Magyar Posta Rt. 2005. közepétől a szaklap példányszámát felemelte. Így lehetőségünk nyílt arra, hogy ezentúl a III. osztályú postákra is eljuttassunk 1-1 szolgálati példányt.

Szerkesztő

BELÉPÉSI NYILATKOZAT

(kitöltése nyomtatott betűvel)

Alulírott

..... a Postások Szakmai Egyesületének

Tagja kívánok lenni.

ADATAIM:

Munkahelyem: (Igazgatóság, osztály)

.....

Munkahelyi címem:

Beosztásom:

Telefonszámom:

Fax számom:

Lakáscímem: (irányító számmal)

.....

A Posta című szaklapot az alábbi címre kérem:

.....

Tudomásul veszem, hogy a tagdíj 1 500 Ft (nyugdíjasoknak és diákoknak 300 Ft).

A tagsági díj a Posta című szaklap előfizetését is magába foglalja.

A tagdíjat a belépési nyilatkozat elfogadása után megfizetem.

Dátum:.....

Aláírás:.....

