



Posta Nyugdíjszámla: házhoz jön a pénz!

**Posta Nyugdíjkártya
most első éves
kártyadíj nélkül!***

A Posta Nyugdíjszámlával kézbesítője díjmentesen otthonába viszi nyugdíja Ön által meghatározott részét, míg a többi biztonságban gyarapodik számláján!**

A részletekről további felvilágosítást kaphat a postahelyeken, illetve postai kézbesítő munkatársainktól, valamint telefonon, a **06-40-46-56-66-os Posta TeleBank** számon vagy a www.posta.hu internetes oldalon.

Posta Nyugdíjszámlát kizárólag nyugdíjas törzsszámmal rendelkező belföldi természetes személyek igényelhetnek.

* Az akció a 2008. május 26. és 2008. augusztus 15. között megnyitott Posta Nyugdíjszámlához számlanyitáskor igényelt Posta Nyugdíjkártya (Főkártya) első éves kártyadíjára vonatkozik, amely 0 Ft.

** A nyugdíj maximum 50%-ának megfelelő összeget, de legfeljebb 100 000 forintot, havonta egy alkalommal. A nyugdíj kézbesítése díjmentes, azaz 0 Ft.

A Posta banki szolgáltatások elnevezés alatt értékesített pénzügyi termékeket és szolgáltatásokat az ERSTE BANK HUNGARY NYRT. nyújtja.

www.posta.hu

Posta
banki szolgáltatások
INTÉZZÜK, NEM BONYOLÍTJUK!

Posta

szakmai folyóirat

X. évfolyam

2.
szám

2008.
június

Kiadja a Magyar Posta Zrt. és a Postások Szakmai Egyesülete



A TARTALOMBÓL

- Életmód-adatbázis – a jövő leveleiért
- A Magyar posta felkészülése és feladatai a küldeményforgalom piacán várható versenyhelyzetre
- Tájékoztató a Posta Partner Programról
- Temesváron jártunk

V Á L T O Z Á S O K

A Postások Szakmai Egyesülete Központi titkársága új helyre – a Magyar Posta Zrt. központi irodaházába – költözött.

A következőkben az aktuális címekről és elérhetőségekről adunk tájékoztatást.

Cím: 1138 Budapest, Dunavirág u. 2-6.

Levélcím: **Budapest**
1540

Telefon: 06 (1) 767-8896

Mobil: 06 (70) 466-4100

Telefon/fax: 06 (1) 767-8899

E-mail: psze@posta.hu

A PSZE választott tisztségviselőinek és munkatársainak közvetlen elérhetőségei:

Dr. Horváth Sándor elnök	Telefon: 06 (1) 767-7525 Mobil: 06 (70) 466-1086 E-mail: dr.Horvath.Sandor@posta.hu
Dr. Oláh László örökös tiszteletbeli elnök	Telefon: 06 (1) 767-8898 Mobil: 06 (70) 466-4100 E-mail: Olah.Laszlo@posta.hu
Molnár Sándor főtitkár	Telefon: 06 (1) 767-8897 Mobil: 06 (70) 466-8151 E-mail: Molnar.Sandor@posta.hu
Biczó István ügyvezető igazgató	Telefon: 06 (1) 767-8895 Mobil: 06 (70) 466-4618 E-mail: Biczo.Istvan@posta.hu
Lukács Angéla munkatárs	Telefon: 06 (1) 767-8896 Mobil: 06 (70) 466-4100 E-mail: psze@posta.hu

INTERNET

www.posta.hu/Társasági információk/Egyesületek, intézmények/
Postások Szakmai Egyesülete

POSTAI INTRANET

<http://postaweb>/Társasági információk/Társadalmi kapcsolataink/
Alapítványok Egyesületek/Postások Szakmai Egyesülete

A **Posta** c. szaklap részére e-mail a psze@posta.hu címre küldhető.

Posta

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

X. ÉVFOLYAM 2. SZÁM
2008. JÚNIUS

Kiadja: a Magyar Posta Zrt.

Felelős kiadó: Szűts Ildikó vezérigazgató

A szerkesztőbizottság

elnöke: dr. Oláh László

társelnöke: Szivi László

tagjai: Dömötörné Dr. Ács Katalin, Dr. Horváth Sándor,
Jambrik Mihály, Képes András, Dr. Lovászi József,
Molnár Marianna, Molnár Sándor, Pandurics Anett,
Potykiewicz Tamás, Szarka Imre, Dr. Szebeny Botond

Felelős szerkesztő: Biczó István

Szerkesztőség

címe: 1138 Budapest, Dunavirág u. 2-6., Ny 2., Fsz. 11-12.

telefonszáma: (06-1) 767-8896

telefon/fax száma: (06-1) 767-8899

e-mail címe: psze@posta.hu

Nyomdai előkészítés és nyomtatás: Nyomda Üzemi és Ellátási Csoport

Felelős vezető: Mészáros Tamás

Terjeszti a Magyar Posta Zrt. Megjelenik negyedévente.

ISSN 1419-6239

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.

JELENLÉGI SZÁMUNK SZERZŐI:

Bognár Bertalan – Marketing irodavezető

Mohlné Gáspár Ildikó – irodavezető, Központi Hírlapiroda

Dr. Szebeny Botond – Nemzetközi üzletágvezető

Mátyási Koppány – Nemzetközi postaszabályozási munkatárs

Varga Bótos Anna – Nemzetközi postaszabályozási munkatárs

Dr. Oláh László – a PSZE örökös tiszteletbeli elnöke

Krutki Józsefné dr. – Hálózati üzletágvezető

Végh Tamara – Szakmai titkár

Tóth László – Kuratóriumi elnök, Dél-Alföldi Postatörténeti Alapítvány

TARTALOM

BOGNÁR BERTALAN: Életmód-adatbázis – a jövő leveleiért	3
MOHLNÉ GÁSPÁR ILDIKÓ: Piaci változások hatása a postai hírlapterjesztésre . . .	12
DR. SZEHENY BOTOND – MÁTYÁSI KOPPÁNY: Megszületett a harmadik közösségi postai irányelv, Magyarországon a teljes postai piacnyitás 2012. december 31-ig kell, hogy megvalósuljon	18
BOGNÁR BERTALAN: A Magyar posta felkészülése és feladatai a küldeményforgalom piacán várható versenyhelyzetre	23
VARGA BÓTOS ANNA: A Postások Szakmai Egyesülete a nemzetközi szinten	26
DR. OLÁH LÁSZLÓ: Szakmai előadás a PSZE Senior tagozatának tagjai részére a posta stratégia megújulásáról	29
KRUTKI JÓZSEFNÉ DR. – VÉGH TAMARA: Tájékoztató a Posta Partner Programról és a Hálózati Üzletág 2008. évi kiemelt feladatairól	31
DR. OLÁH LÁSZLÓ: Elköszöntünk Fábics Miklóstól, a PSZE ügyvezető igazgatójától	35
TÓTH LÁSZLÓ: Temesváron jártunk	36
Nemzetközi postai hírek	39

A címlapfotót **dr. Lovászi József** készítette.

BOGNÁR BERTALAN

Életmód-adatbázis – a jövő leveleiért

A Magyar Posta Zrt. életében a tavalyi év egyik legnagyobb projektje az életmód-adatbázis létrehozása és piaci értékesítésének megkezdése volt. Szinte nincs olyan kollégánk, aki valamilyen formában ne került volna kapcsolatba ezzel a feladattal.

Szeretném most bemutatni az adatbázis építés gondolati kialakulásától a megvalósításig azokat a feladatokat és kihívásokat, melyekkel meg kellett küzdenünk.

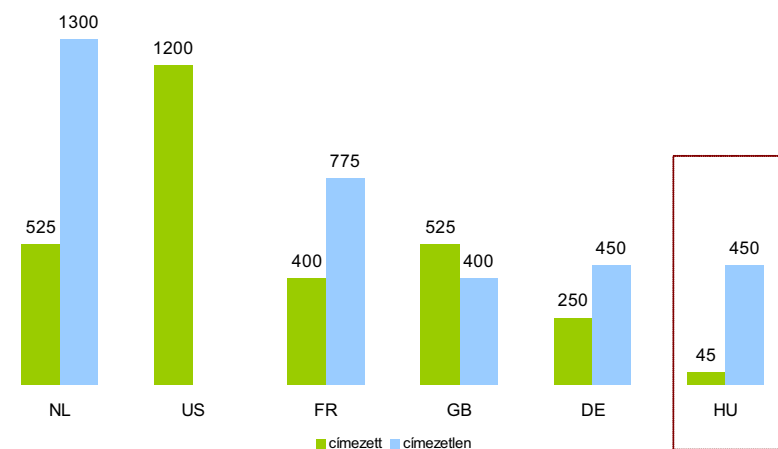
Előjáróban kezdjük azzal, hogy mit is jelent az életmód-adatbázis?

Magánszemélyek vásárlási, fogyasztási és egyéb háztartási adataikról gyűjtött információs adatbázis, amely alkalmas különböző szempontú lekérdezések alapján a marketing szempontoknak megfelelő célcsoport képzésre.

Folytatnám azzal, hogy az életmód-adatbázis koncepciójának megszületése előtt milyen szempontokat vizsgáltunk.

1. Nemzetközi kitekintés

Világszerte jellemző tendencia, hogy a kommunikációs technológia fejlődésével a feladott levelek mennyisége rövidtávon stagnál, hosszútávon pedig hanyatlik. A címzett levélküldemények piacának egyetlen nemzetközi tapasztalatok alapján is növekvő szegmense a Direkt Mailing, (DM), ezért valamennyi ország postája számára kiemelkedő szerep jut a DM piac igényeinek minél szélesebb kielégítésében ezen belül is a címzett és a címezetlen reklámküldemények volumenének növelésében.



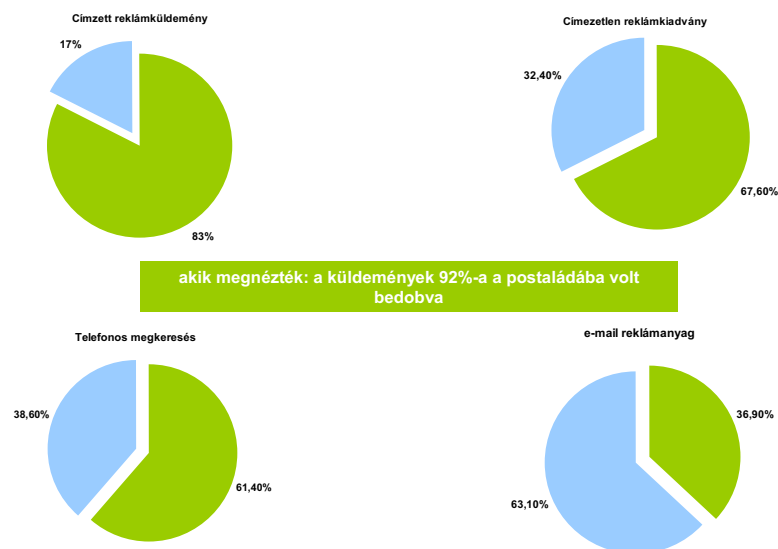
1. ábra Egy háztartásra jutó dm küldemények száma országonként
Forrás: IPC adatok – 2005

2. A hazai dm piac

Bár a címetlen reklámkiadványok esetében már csaknem elértük a „nyugat-európai átlagot”, ám a nemzetközi tendenciákkal szemben a címzett reklámküldemények 1/10-e, kb. 40-50 db jelenik meg a magyar postaládákban.

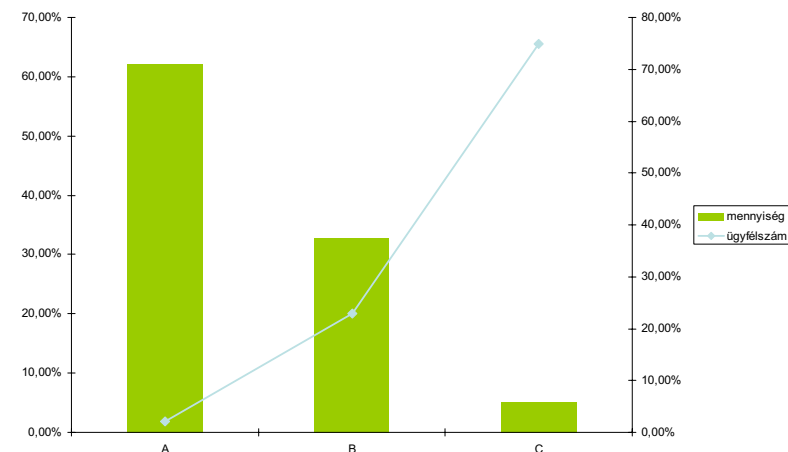
Ennek oka azonban nem magyarázható csak az általános gazdasági lemaradással, ezért közelebbről is górcső alá vettük a hazai DM piacot, melyben a Direkt Marketing Szövetség megbízásából, a Szonda Ipsos által készített DM ágazati kutatás volt segítségünkre. A kutatás az alábbi eredményeket mutatja:

- a teljes DM piac becsült forgalma 28,7 milliárd forint,
- a DM piac igazán aktív szereplői a nagyobb árbevételű cégek, az 50 M Ft alatti forgalmat generálók a volumen elenyésző hányadát adják,
- a cégek több mint 300 millió címetlen, csaknem 30 millió címzett küldeményt és mintegy 13 millió e-mailt küldtek el a kutatás évében,
- több, mint 276 milliárd forint értékű vásárlás történt a kutatás évében DM-eszközök hatására,
- a különböző reklámfelületeket összehasonlítva a DM-eszközök elfogadottsága a középmezőnyben helyezkedik el,
- elolvasás/meghallgatás szempontjából a címzett küldemények vezetnek, a címetlen és telefonos megkeresések nagyjából hasonlóak, a legkisebb érdeklődést az e-mail váltja ki.



2. ábra: DM küldemények olvasottsága, hallgatottsága az összes megkeresés százalékában
Forrás: DMSZ-Szonda Ipsos DM ágazati piackutatás – 2006

A kutatás alapján elmondható, hogy bár a DM hatékony kommunikációs eszköz, bizonyos okoknál fogva mégis kevesen használják, amit a postai címzett reklámküldemény-feladók körének ABC analízise is igazolt.



3. ábra: A Magyar Posta Zrt. címzett reklámküldemény-bevételét adó cégek ABC analízise
Forrás: Magyar Posta Zrt. SAP adatok – 2005

A hatékony DM kampányhoz nagy szükség van a hatékony célcsoport-képzésre, ehhez pedig biztosítani kell az alapot, az adatbázist.

2.1. Adatbázisok piaca Magyarországon

A magyarországi adatbázispiac az elmúlt években fejlődésnek indult. Léteznek fogyasztó adatbázisok, léteznek életmódszerű adatok is. De tovább folytatódott a céges és lakossági adatbázisok eltérő ütemű fejlődése a céges adatbázisok javára.

Főbb magánszemélyeket tartalmazó adatbázisforrások:

- BM Központi Nyilvántartás: korra, nemre és lakóhelyre lehet szűkítést kérni.
- Elsődleges adatbázisok (Optimusz, Maxima): szabadon felhasználható adatbázisok, melyekhez az adatokat interneten keresztül gyűjtötték. DM kampányok lebonyolításakor a postai dm-et nem nagyon ajánlják, az ügyfeleiket az email alapú dm-ekre próbálják rábeszélni. Optimusz kb 450 ezres, míg a Maxima kb 250 ezres adatbázissal rendelkezik.
- Másodlagos adatbázisok (SuperShop, Felicitas, Smart): alapvetően fogyasztói programok, széles körű adatgyűjtéssel, az adatokat azonban nem értékesítik. A programhoz támogatóként csatlakozó cégek küldhetnek ki az adatbázisban szereplők részére dm leveleket.
- Schober – mint listabroker: az adatvédelmi biztostól engedéllyel rendelkezik listabrokeri tevékenységre. Több cég adatbázisából szűrik le az ügyfelük igényeinek megfelelő adatbázist.

Ami tehát a DM piac viszonylag csekély aktivitásának egyik oka, az a **hatékony célcsoport-elérést biztosító, megfelelő méretű és törvényesen igénybe vehető lakossági életmód-adatbázis hiánya. A másik ok pedig, hogy a hazánkban tevékenykedő cégek jelentős része még nem ismerte fel a DM eszközben rejlő kommunikációs lehetőségeket.**

3. DM-startégiái céljaink

A piacnyitás közeledtével a számlatartalmú küldemények mellett a címzett reklámlevelek piacán várható a legerősebb verseny, hiszen a számla és a hirdetés tartalmú küldeményekre jellemző, hogy egyszerre nagy mennyiségben jelentkeznek, ezért kézbesítésük gazdaságosabban oldható meg. Így a dm levelek esetében is nagyon fontos, hogy a Posta a mai piac igényeinek megfelelő termékkörrel tudjon megjelenni. A Posta értékesítési célú címzett küldeményekből származó közel 5 milliárd Ft-os bevétele a teljes DM piac közel 17%-át teszi ki.

A Posta 2007 előtti DM-piaci pozícióját az határozta meg, hogy nem kínált piac-specifikus, integrált DM szolgáltatást, így a piac is „csak” költségtényezőnek tekintette az igénybevétel lehetőségét. Leggyakrabban az üzleti értéklánc végére kerültünk, képességeink, lehetőségeink nem voltak egységes rendszerbe foglalva, így kiaknázva sem.

Stratégiai célunk – a DM piac építése és ezáltal a címzett reklámküldeményekből származó bevételeink növelése – érdekében szükségszerű volt, hogy a Posta kimozduljon költségtényező szerepéből („postaköltség”), és a marketingkommunikációs piac aktív szereplőjévé váljék.

E cél elérésére kínál megoldási lehetőséget az életmód-adatbázis létrehozása, mely a piaci úrt kihasználva egyedülálló szolgáltatással ösztönzi a kommunikációs piac szereplőit a DM küldemények használatára. Fellendítve a címzett reklámküldemény-forgalmat, lassítjuk a hazai levélpiacon is várhatóan bekövetkező csökkenő tendenciát és növeljük dm-ből származó bevételeinket.

Stratégiai céljainkat támogatja az új Posta Direkt almárka 2007-es piaci bevezetése, mely az életmód-adatbázisra, mint megkülönböztető termékre épített integrált dm szolgáltatást jeleníti meg a piacon.

4. Az adatbázis-építés megvalósítása

4.1. Kérdőív tartalmának kidolgozása

A projekt sikeressége és a jól értékesíthető adatbázis alapja a jól megszerkesztett kérdőív. A kérdőív összeállításakor először azokra a kérdésekre koncentráltunk, melyek szinte az „alap”-célcsoport képzési kategóriába tartoznak (pl.: kor, nem, háztartási jövedelem), ezek után pedig elsősorban a DM-et jelenleg is nagy tömegben feladók valamint a DM potenciál szempontjából a legnagyobb fejlődés előtt álló szegmensek számára fontos életmód-kérdéseket vettük számba. Ilyen potenciállal bírnak például az autókereskedők, a telekommunikációs cégek, a bankok és biztosítók, a katalóguscégek, a lapkiadók, ingatlanfejlesztők.

A kérdőív hosszúságának optimalizálása, valamint a kérdések értehetőségének biztosítása érdekében tesztet végeztünk, és ennek alapján véglegesítettük a kérdőívet. Végeredményként egy 84 kérdéskörből álló kérdőív jött létre. A kérdéskörök alapján 1500 különböző szűrőparamétert lehet igénybe venni, tehát elmondhatjuk,

hogy Magyarországon a legkifinomultabb célcsoport-képzési lehetőséget a Magyar Posta életmód-adatbázisa jelenti.

4.2. A kérdőív kitöltését ösztönző eszközök

Csak akkor mondható sikeresnek a projekt, ha megfelelő számú kérdőív érkezik vissza, ezért fontos volt, hogy a visszaküldési hajlandóságot ösztönözzük. Emellett a kérdőív kitöltöttségének mértéke is fontos tényező volt, hiszen az adatmegadás önkéntessége az egyes kérdésekre is vonatkozott, így sok visszaküldött kérdőív kevés válasszal szintén sikertelenséget eredményezett volna.

Ehhez több lépcsős stratégiát dolgoztunk ki:

1. Garantált ajándék az első 1000 visszaküldőnek: a gyors döntés ösztönzése érdekében. (A visszaérkezési ütem alapján elmondhatjuk, hogy a nagyszámú garantált ajándék megmozgatja a magyar lakosságot.)
2. 1000 db közepes értékű nyeremény kisorsolása az összes visszaküldő között az elfogadható nyerési esély, de még vonzó nyeremények biztosítása céljából a visszaküldött mennyiség növelése érdekében
3. 3 db nagy értékű nyeremény a teljes kitöltés ösztönzése érdekében

Számítottunk kézbesítőinkre is, hiszen a január 8-12 között kézbesítésre kerülő 3,6 millió db kérdőív címezetlen formában történő kézbesítése rájuk is nagy terhet rótt. Ezen felül kértük, hogy személyes kapcsolataikat, ismeretségüket felhasználva próbálják meg az embereket a kitöltésre és a visszaküldésre ösztönözni.

4.3. Visszaérkezés, feldolgozás

A kérdőíveket, szintén a válaszadási kedv növelése érdekében válaszborítékban lehetett visszaküldeni.

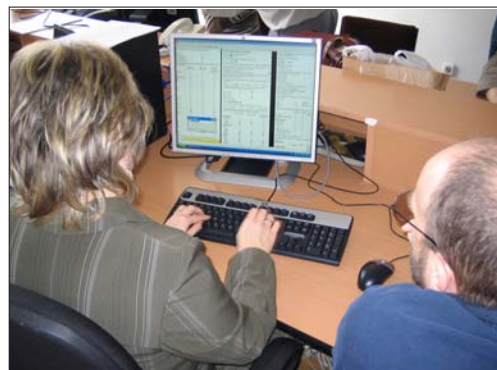
Közel 500 ezer küldeményt kaptunk vissza, sikeresen azonban csak 417 ezret dolgozhattunk fel. A két szám közötti különbséget a tévesen hozzánk küldött küldemények, a nem aláírt, így nem feldolgozható kérdőívek, valamint egyéb, az adatgyűjtéssel kapcsolatos megjegyzéseket tartalmazó küldemények adták.

A kérdőívek feldolgozása gépesített formában történt.

Először scanneltük a kérdőíveket, úgy, hogy a scanner egyszerre mind a két oldalt beolvasta. A scanner egy azonosítót is nyomtatott a kérdőívre annak érdekében, ha reklamáció érkezik, visszakereshető legyen.

A scannelt képeket egy karakter felismerő szoftver segítségével forgattuk át adatokká oly módon, hogy a szoftver a kérdésekre adott x-elős válaszokat automatikusan felismerte és a humán munkaerőnek csak a személyes adatokat kellett ellenőrizni, javítani, valamint a program által felismert x-ek megfelelő helyét rápillantással ellenőrizni.

A feldolgozás után a Posta címtisztító rendszerével az adatbázis címellenőrzését végeztük el, majd a többször szereplő adatok felesleges rekordjait töröltük.



Fotók: Orczy téri kérdőív-feldolgozó részleg
2007 tavasz

A törvényi előírásokon túlmenő adatvédelmi szempontok érdekében a személyes és az életmód adatok tárolását külön végezzük.

- A kérdőívből csak a személyes adatokat és az adatkezelési hozzájárulást tartalmazó oldalt tartottuk meg (a többit megsemmisítettük), a hátoldalon lévő egyéb adatokat pedig olvashatatlaná tettük.
- Elektronikus formában külön adatbázisban kerülnek tárolásra a személyes adatok és az életmód adatok, amit egy, a rögzítéskor véletlenszerűen generált azonosító köt össze.

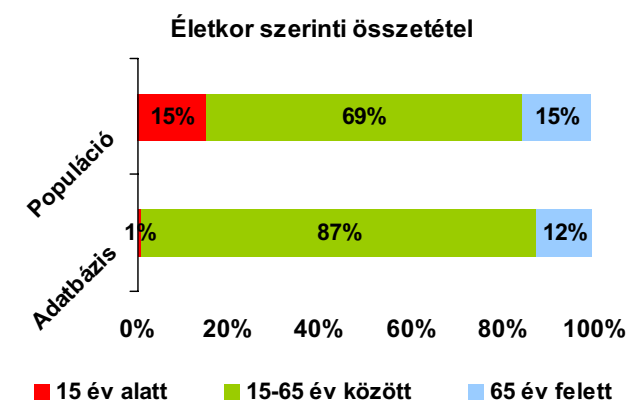
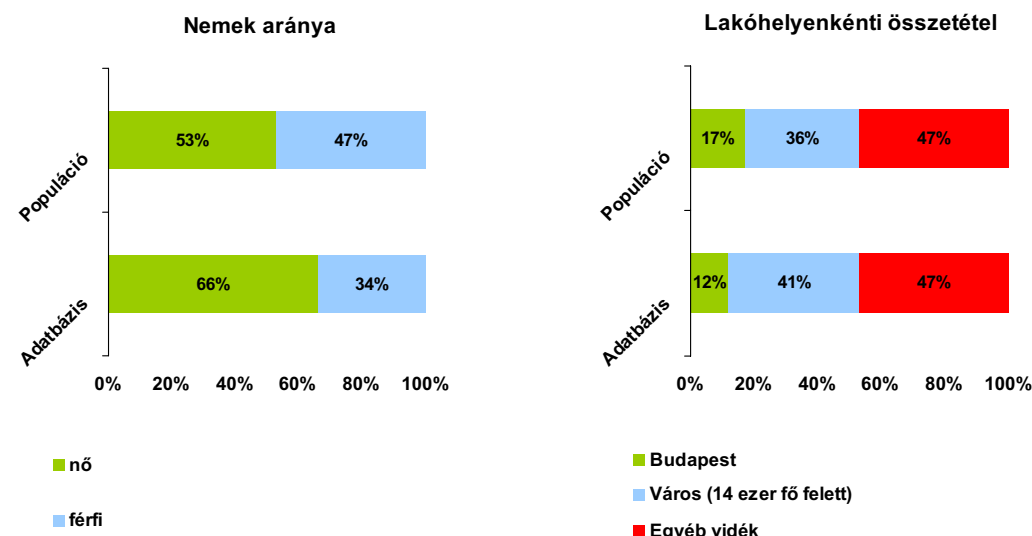
A kampányok lebonyolításához, a megfelelő célcsoport képzésekhez külön lekérdezőprogram került kialakításra.

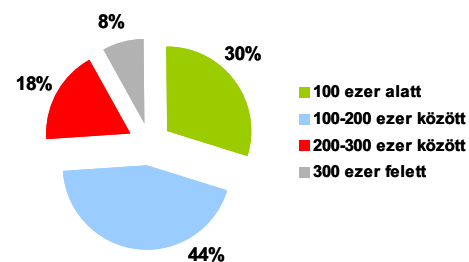
A kétféle adatbázishoz (személyes és életmód adatok) azonos személynek nincs hozzáférési jogosultsága, így senki nem tudja, hogy ki, milyen adatokat adott meg magáról.

Lekérdezésnél (pl.: árajánlat készítésekor) az a személy végzi a szűréseket, akinek az életmód adatbázishoz van hozzáférési joga. A különböző szűrések eredményeként csak darabszámot lát, amely azt mutatja, hogy az adatbázisban lévők közül hányan felelnek a meghatározott feltételeknek. Amennyiben megrendelés történik, a címlista generálásakor egy kampányazonosító megadásával a rendszer a háttérben összegyűjti azoknak az azonosítóit, akik a kampányban szerepelni fognak. A személyes adatok hozzárendelése az azonosító-listához annak a feladata, akinek a személyes adatokhoz van jogosultsága.

4.4. Az életmód-adatbázis összetétele

Az alábbi grafikonokból látszik, hogy a több mint 400 ezer személyt tartalmazó adatbázisunk viszonylag jól leképezi a teljes magyar lakosságban létező arányokat, sőt marketing szempontból bizonyos tényezőknél kedvezőbb a helyzet, mint a teljes lakosság összetételénél. Ilyen például az aktív korúak magasabb aránya az adatbázisunkban. A női célcsoport felülreprezentáltsága sem jelent problémát, hiszen ez csak azt mutatja, hogy a nők fogékonyabbak a kommunikációnak erre a formájára, mint a férfiak.



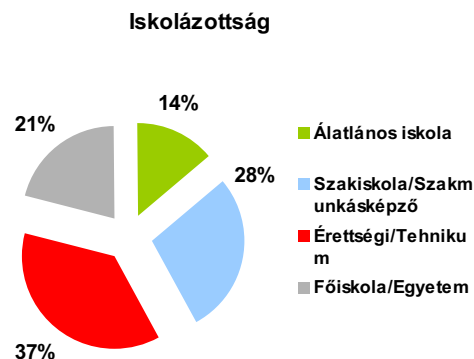


Nettó átlagkereset 2006-ban: 110.896 Ft

Általában egy háztartásban 2 felnőtt,
így a háztartás nettó átlagos jövedelme:
222 ezer Ft

KSH, 2006

Forrás: életmód-adatbázis adatok – 2007



5. Az integrált termékkör jellemzői

A Posta Direkt almárka alatt egy olyan több elemből álló összetett szolgáltatáscsomagot valósítottunk meg, amely a DM kommunikációs eszközt igénybevevő ügyfélkör számára teljes megoldást jelent a DM kampányok kidolgozására és megvalósítására. E komplex szolgáltatáscsomag magába foglalja a kampány stratégiai tervezését, a stratégiában meghatározott célcsoport elérését biztosító adatbázis összeállítását – természetesen az életmód-adatbázis alapján -, a címzett reklámküldemények gyártását és megszemélyesítését, a levelek postázásra való előkészítését (címezés, borítékolás), azok kézbesítését. A kézbesítés eredményeként megjelenő válaszok fogadása, elektronikus feldolgozása, a kampányokhoz tartozó nyereménysorsolások lebonyolítása szintén részét képezi az integrált szolgáltatásnak. A kampányok eredményeként esetlegesen postai kiszállítással megrendelt vásárlások is megjelenhetnek, melyre szintén megoldást nyújtunk. A Posta Direkt szolgáltatásainak működtetésekor a Posta saját belső kapacitásait (pl. EPK, Insertpack, kézbesítő hálózat, ügyfélszolgálat, nyomda stb.) kihasználva és szükség szerint külső alvállalkozók (kreatív ügynökség, grafikai stúdió, nyomda, stb.) bevonásával fővállalkozói szerepben jelenik meg. A postai reklámküldemények mellett e-mail kampányok bonyolítását is vállaljuk, hiszen adatbázis tagjaink 70%-a megadta e-mail elérhetőségét is.

Mindezekkel kívánjuk megvalósítani azt a célkitűzést, hogy a Posta kilépjen a költség-tényező kategóriából, és kommunikációs csatornaként a DM piac aktív és piacépítő szereplőjévé váljon.

6. Eredményeink

A szeptemberben kezdődött értékesítés eredményeként már több mint 30 kampány sikeres lebonyolításán vagyunk túl, mely összesen több mint 200 ezer küldeményt jelent.

3 megrendelőnk részére végeztünk e-mail alapú kampányt, így több mint 21 ezer e-mail kiküldése is megvalósítottuk már. Az ügyfélkörünk eddigi összetétele azt mutatja, hogy leginkább a katalógus-áruházak, távközlési, banki szektor, valamint a gépjármű-értékesítési szegmens mutat nagy érdeklődést termékünk iránt.

Legfontosabb referenciáink: Schafer Boutique, BonPrix, Citibank, Invitel, Renault, Citroen.

7. A jövő

Természetesen, mint minden szolgáltatás, termék de különösen az adatbázis csak akkor lehet sikeres, ha folyamatosan karbantartjuk, friss adatokkal töltjük fel.

Ennek érdekében a következőket tesszük:

- az adatbázisból indított kampányokból visszaérkező kézbesíthetetlen levelek címeit az adatbázisunkból töröljük,
- a jelenlegi adatkezelési hozzájárulást a jövő év végig kértük meg az adatbázis tagoktól, ezért a jövő év nagy feladata az adatbázis frissítése lesz, mely várhatóan szeptemberben realizálódik.

A Posta Direkt szolgáltatásainak fejlesztésére pedig már elindultak az előkészítő munkák. Folyamatban van:

- az adatbázis on-line elérési lehetőségének kidolgozása, így regisztrált felhasználóink az életmód adatbázisban, limitált kérdések esetében közvetlen lekérdezéseket végezhetnek, melyből szintén csak darabszámot kapnak eredményül,
- az e-mail mellett sms és mms alapú dm kampányok lebonyolítási lehetőségének kidolgozása
- a címetlen reklámkiadvány piacon való szerepvállalásunk erősítése érdekében pedig a geomarketing szolgáltatás kifejlesztése.

Ezúton is szeretném megköszönni a projektszapat és valamennyi érintett postai vezető és munkatárs segítségét ebben a nagy volumenű munkában, és bízom benne, hogy a 2008-as adatbázis frissítés feladatait is legalább ekkora lelkesedéssel és szakmai hozzáértéssel fogjuk végezni.

Piaci változások hatása a postai hírlapterjesztésre

2006. május 9-én 3 tulajdonosi Kiadó (Ringier, Népszabadság, SANOMA) és a Fiege cégcsoport bejelentette, hogy új terjesztő céget hoz létre a MédiaLOG Fiege Zrt.-t (továbbiakban: MédiaLOG), és önálló terjesztői hálózatot állít fel Budapesten és a kiemelt 104 településen. A MédiaLOG 49%-os kiadói (Ringier, Népszabadság, Sanoma) és 51%-os F-Log AG tulajdonrészrel a Fiege csoport leányvállalata. Az új piaci szereplő tőkeerős háttere és nemzetközi tapasztalata európai terjeszkedési terveivel megfelelő alapot biztosított.

Az elmúlt években az országos kiadású lapok terjesztésének piacán nem volt jelentős versenytársa a Postának, a megyei lapterjesztők (Axel Springer, Inform Média, Lapcom, PLT) a megyékben megjelenő helyi lapok piacán piacvezetők.

A MédiaLOG megjelenésével új piaci helyzet állt elő, a Magyar Posta (továbbiakban: Posta) válaszut elkerült, vagy kivonul a lapterjesztés piacáról, vagy felveszi a versenyt. A Posta több gazdasági elemzés elkészítése után a lapterjesztési piacon való további részvételt választotta.

A 2007. január 1-jétől kialakuló versenyhelyzetre történő felkészülés és a zökkenőmentes átállás biztosítása érdekében, a Posta az alábbi főbb lépéseket tette 2006. év második felében:

- A MédiaLOG-gal tárgyalásokat folytatott az egyéb településeken történő kézbesítés és díjbeszedési tevékenység ellátásával, illetve a Harbor parki feldolgozó létszám és a 104 településen foglalkoztatott hírlapkészítők munkáltatói jogutódlásával kapcsolatosan. A tárgyalássorozat végén az együttműködést szabályozó Szolgáltatási és a Munkáltatói jogutódlásra vonatkozó szerződéseket 2006. augusztus 23-án írták alá a felek. A Szolgáltatási Szerződésben a Posta vállalta az egyéb településeken a hírlapok kézbesítését és az előfizetési díjak készpénzben történő beszedését, valamint a pénzügyi számlákról történő előfizetési díjak országos lehívását. A két cég a Posta által nyújtott szolgáltatások ellátásának technológiai lebonyolítását a Szolgáltatási Szerződés Technológiai Melléklet című dokumentumában részletesen szabályozták le.
- A Posta, annak érdekében, hogy a postai lapterjesztés továbbra is vonzó legyen 2007. évre, új Általános Szerződési Feltételeket (továbbiakban: ÁSZF) hirdetett meg a Kiadók részére. Az új ÁSZF-ben a korábbi szolgáltatási elemek felülvizsgálásra kerültek, egyes opcionális elemek az alapszolgáltatás részévé, egyes alapszolgáltatási elemek (pl. díjbeszedés) pedig opcionális elemmé váltak. 2007. évre napilap terjesztésre vonatkozó feltételek nem kerültek az ÁSZF-be meghirdetésre. A Posta a 2007. évi ÁSZF-ét a különkezelte színes és egyéb lapokra vonatkozóan 2006. szeptember 30-án nyilvánosan meghirdette. A MédiaLOG 3 tulajdonosi kiadójával ezzel egyidejűleg a lapterjesztési szerződéseket felmondta a Posta, a többi kiadóval nem.
- A MédiaLOG 2006. októberében meghirdette az ÁSZF-ét, a tarifa és kedvezményrendszerét. A MédiaLOG annak reményében, hogy a Kiadók vele szerződnek le 2007. évre, a színes lapok esetében a postai árakhoz képest alacsonyabb árakkal

lépett ki a piacra. A Posta ennek ismeretében a versenyképes tarifát alakított ki és ajánlott meg a Kiadóknak. A kialakult versenyhelyzet lehetővé tette, hogy a Kiadók a számukra legkedvezőbb szolgáltatást és árat nyújtó terjesztő céget válasszák.

- Az intenzív értékesítési munkának köszönhetően a tervezettnél lényegesen több kiadóval kötött a Posta lapterjesztési szerződést, a Kiadók inkább a biztonságot jelentő Postát választották 2007. évre, mint az ismeretlen, hazai referencia nélküli, új terjesztő céget. A piacon való helyzetünk megerősítését tovább segítette, hogy a FÁMA lapterjesztő cég (Közlönykiadó) felszámolta terjesztési hálózatát és a Postát bízta meg, közel 40 lapjának országos terjesztésével.
- Az év végi átállás zökkenőmentes lebonyolítása érdekében egy ún. átállási forгатókönyv készült, amely magában foglalta az új terjesztési rend felállításának (szerződéskötés, technológia, szervezet, informatika, szabályozás) folyamatait. Ennek keretében fel kellett készülni az informatikai rendszerben az elmenő kiadók adatállományainak átadására, a lapjaik 2007. évi előfizetési díjainak beszedésére, a végelszámolások elkészítésére, a két telephelyes feldolgozás helyett az egy telephelyes (Orczy téri) feldolgozás kialakítására, a postai szabályozások (MédiaLOG-os lapok és postai lapok kezelése) elkészítésére, a teljes kézbesítő hálózat oktatására, valamint Budapesten a PostaKézbesítő Kft. megalakulására. Az átállási forгатókönyvben meghatározott feladatok alapján, a szakterületek alapos és lelkiismeretes munkája eredményeképpen, a terjesztésben bekövetkezett változásokra történő átállás 2007. január 1-jére sikeresen zajlott le.

A piaci változásoknak megfelelően, 2007. január 1-től az előfizetési lapterjesztés piacán a Posta és a MédiaLOG között a Kiadókért a verseny megkezdődött.

A piaci változások hatása a termékportfolióra

Az új piaci szereplő megjelenésével, a postai hírlap termékportfolió összetétele nem változott meg, termékkivonásra nem került sor, továbbra is a 3 fő termék: az előfizetési lapterjesztés, a hírlapárusítás és az Insert Pack szolgáltatás megmaradt.

A szolgáltatás elemei azonban változtak, pl. kora reggeli kézbesítés helyett tárgynapi kézbesítést vállal a Posta, a díjbeszedés külön opcionális elemmé vált.

Postai előfizetési lapterjesztés

- Az előfizetési lapterjesztést a Posta meghirdetett ÁSZF alapján végzi a kiadói partnerek részére, amely szerint vállalkozik belföldre heti és havi lapok és egyéb periodikus kiadványok terjesztésére, illetve a lapok külföldre történő továbbítására. A szolgáltatás struktúráját tekintve a Posta alap-, (adatállomány kezelése, technológiai kezelés, országos kézbesítés, reklamációkezelés) és opcionális szolgáltatásokat (pld. díjbeszedés, lapok egyedi feldolgozása) kínál a megbízói partnerei részére.
- Az új terjesztő megjelenésével az országos napilapok tekintetében a Posta a napilap piac közel 95%-át elvesztette, ezért a Postával szerződő napilap kiadók részére –elsősorban a kis példányszámra tekintettel– 2007. évre nem hirdetett meg a Posta ÁSZF-et, hanem egyedi lapterjesztési szerződést kötött velük.
- Új szolgáltatásként a piacon megjelenő új terjesztő a MédiaLOG megbízásából az előfizetési lapterjesztés területén a Posta 2007. január 1-je óta alvállalkozóként is

ellátja az egyéb településeken a lapok tárgynapi kézbesítését, és a készpénzes díjbeszedést.

- Kiegészítő postai szolgáltatások a lapterjesztés területén a pályázatos, illetve szerződéses ügyfeleink részére vállalt kereskedelmi lapbeszerzések az un. speciális lapok terjesztése, továbbá valamennyi ügyfél részére biztosított import lap beszerzések, a devizás és forintos export lapterjesztés, valamint Budapest területén a korreggeli kézbesítés gépjárművel, az un. S-járat.

Hírlapárúsítás

- 2002. január 01-jétől a Posta és a Lapker Zrt. által létrejött Együttműködési Megállapodás alapján, a Posta kiskereskedőként végzi a hírlap árusítási tevékenységet a postai áruhelyeken, közreműködőkön keresztül (fiókpostá, postamesterség, postaügynökség) és mobil postákon, a megbízó által fizetett kiskereskedelmi jutalék ellenében.

Insert Pack

Az IP szolgáltatás alapvetően gépi technológián alapuló tevékenység, mely jellemzően kiadványok – lapok, folyóiratok, katalógusok, könyv alakú termékek – csomagolására specializálódott. Mint önálló, vállalkozói alapon nyújtott csomagolási szolgáltatás, más postai termékekkel, szolgáltatásokkal együtt (hírlap előfizetési tevékenység, levélpostai termékek, csomag termékek) a Posta egy értéknövelt szolgáltatása, melynek célja a postai szolgáltatásokat igénybevevő ügyfelek komplex kiszolgálása az ügyfél értékláncába beépülve, egyedi igények kezelése, a kiadványok minél esztétikusabb, ugyanakkor a postai feldolgozást könnyítő csomagolási formában történő továbbítása.

A piaci változások hatása az árbevételre

A MédiaLOG megjelenésével a Posta jelentős piacvesztést szenvedett el, hiszen 2007. január 1-jétől 15 Kiadó 62 lapjával szerződött le a MédiaLOG, melynek következtében kb. 3.500 mFt árbevétel kieséssel és 76.805 edb kézbesített példányszám kieséssel számolt a Posta.

Ennek egyik oka, hogy a MédiaLOG tulajdonosi körébe tartozó kiadók lapjainak forgalma a Posta előfizetési hírlapbevételének jelentős hányadát képviselte 2006. évben, a hírlapbevétel 43,3%-a az érintett lapok terjesztéséből származott.

2006. évben a Posta által feldolgozott 82,8 millió napilap példányszámból a 2 tulajdonosi kiadó: Népszabadság 40,5%-kal, a Ringier 23,6%-kal részesedett.

	2006. évi kézbesített db	Részesedés
Országos napilap	82 863 092	100%
Ebből:		
Népszabadság	33 597 289	40,5%
Ringier Kiadó	19 591 403	23,6%
Összesen	53 188 692	64,2%

Az előzetes tervektől eltérően a 2007. évi árbevétel és volumencsökkenés kisebb mértékű, ennek okai:

- A FÁMA (Közlönykiadó) 2006. december 31-ei hatállyal a terjesztői hálózatát felszámolta és közel 40 lapjának országos terjesztését a Postára bízta. Ez kb. 250 mFt árbevétel hatás.
- A hatékony értékesítési munka eredményeképpen 2006. decemberében a Postának 638 lapra volt szerződése, míg 2007. januárjában 708 lapra kötött szerződést.

Szerződéses állomány bemutatása

	2006.	2007. jan.	2007. szept.	2007. jan. vs. 2006.	2007. szept. vs. 2006.
Lapok száma	638	708	746	111%	117%
Kiadók	404	420	426	104%	105%

- A Posta a Kiadókkal közösen, az előfizetői állomány stabilizálásának érdekében, 2007. október végéig 49 lapra előfizetés-gyűjtési akciót bonyolított le, melynek eredménye 49 690 új előfizetés gyűjtése.
- A Posta az országos hálózati lefedettség, mint jelentős erőssége miatt tudott a MédiaLOG-gal megállapodni az egyéb települések vonatkozásában kézbesítési és díjbeszedési szolgáltatásra. A MédiaLOG 2007. július 1-jétől nem vitte el a Postától további 45 település kézbesítését. Az országos lefedettség miatt 1.703 mFt árbevétel keletkezik a Postánál.

Insert Pack

A szolgáltatást vállalkozói alapon nyújtja a Posta ügyfeleinek, melynek feltételeit az egyedi szerződések tartalmazzák. A szolgáltatás bevezetésekor a piacra lépés stádiumában árkondícióinak megalapozása megtörtént.

Azon ügyfeleink számára, akik több éve igénybe veszik szolgáltatásunkat az árkondíciók a működési környezet (makrogazdasági mutatók alakulása, versenyszféra adottságainak folyamatos átalakulása – infláció) változásának megfelelően kerülnek gazdasági évenként módosításra. Új megrendelők részére kialakított árkondíciók esetében kiindulási alap a szolgáltatáselemekhez kalkulált elsődleges és másodlagos költségek figyelembe vétele (költség alapú árképzés), az alkalmazott árrést viszont a szolgáltatás „eladhatósága” határozza meg, jellemzően versenytársakhoz, és a kínálathoz igazodva.

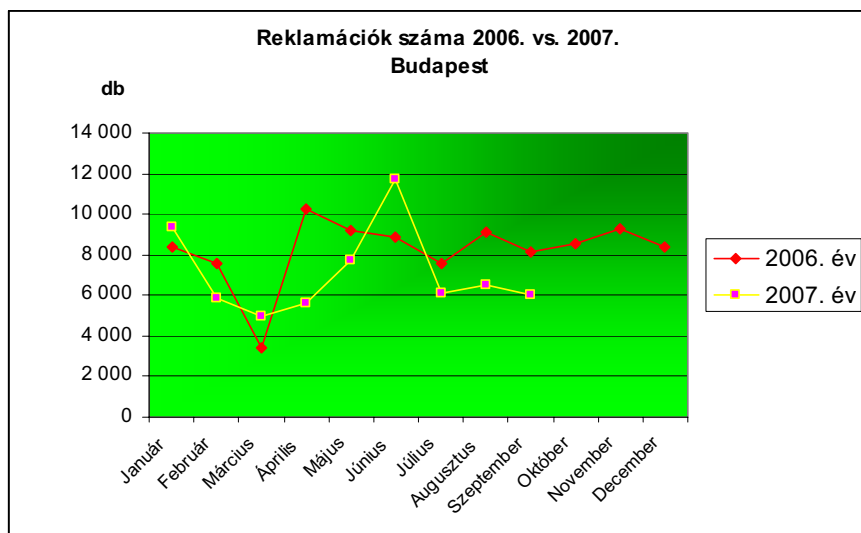
A piaci változások hatása a kézbesítés minőségére

Budapesten

A Posta 2007. január 1-jén létrehozta (kiszervezéssel) önálló leányvállalatát a Posta-Kézbesítő Kft.-t, aki Budapesten a hírlapok és a címezetlen reklámkiadványok kézbesí-

tését alvállalkozók bevonásával végzi. A Posta és a Postakézbesítő Kft. között szerződéses jogviszony áll fenn, mely szabályozza a hírlap kézbesítési tevékenység, az előfizetés felvétel és gyűjtés, a reklamáció kezelés folyamatait, díjazását, valamint minőségi mutatószám rendszer alapján a minőségi kézbesítés ösztönzési feltételeit.

A Posta 2007. január 1-jével Budapesten is megszüntette a kora reggeli kézbesítést. Ennek egyik következménye volt a reklamációk számának ugrásszerű megnövekedése.



Az év második negyedében rohamos minőségi romlás volt tapasztalható, ezért több lap kézbesítése átmenetileg átterelésre került a budapesti egyesített kézbesítői hálózatra, és a POKÉZ megkezdte a nem megfelelő minőségben teljesítő vállalkozókkal a szerződéses jogviszony megszüntetését és az új vállalkozói kör integrálását.

Vidéken

A postai terjesztésű lapok esetében 2007. január 1-jétől 104 településen a hírlapok kézbesítése – hírlapkézbesítők helyett – egyesített kézbesítők útján történik. A vidéki településeken (104+egyéb település) a postai lapok tekintetében a kézbesítés minősége jó, problémamentesen történik a tevékenység ellátása.

A MédiaLOG piacra lépésével 2007. januárban nehézségek merültek fel, amelyek egyrészt abból adódtak, hogy a német-cseh informatikai rendszerben nem tudták a Postától átvett adatokat hibamentesen betölteni. Ennek eredményeképpen a Posta az együttműködés során számos újszerű problémával szembesült, azaz a MédiaLOG nem tudta teljesíteni a Szolgáltatási Szerződésben meghatározott kézbesítési és elszámolási adatok átadását, kézbesítési listák és kiadványok időben történő feldolgozását és továbbítását, így a MédiaLOG-os lapok esetében a kézbesítésben az év első negyedében jelentős fennakadások adódtak.

Összességében elmondható, hogy a jelenlegi alvállalkozói kör stabilnak tekinthető, a minőségi javulás már érzékelhető. A kézbesítés minőségének stabilizációja elengedhetetlenül szükséges a kiadók és az előfizetők bizalmának erősítése érdekében.

A hírlap piaci változások hatása 2008. évre

Piaci információk a MédiaLOG működéséről

- A MédiaLOG-hoz szerződött Kiadók lapjai tekintetében a Posta által kézbesített területen az alábbi kiemelkedően magas példányszámcsökkenés tapasztalható.

Lapnév	2007. Márciusról Április hónapra példányszámcsökkenés (db)
Népszabadság	-139 872
Magyar Nemzet H-Z	-52 682
Story	-43 274
RTV Műsormagazin	-42 035

- A kiadói elégedetlenség fokozódik. A kézbesítés minőségi problémái, a nem hatékony díjbeszedés, az előfizetés-gyűjtés hiánya az egyéb településeken, az informatikai rendszerhibák, mind az előfizetők lemorzsolódását, a jelentős példányszámcsökkenést generálják.

A Magyar Posta hírlap piaci lehetőségei 2008. évben

A piaci változások ellenére a Posta továbbra sem tervezi a piacról történő kivonulást.

Az elsődleges cél a hírlapterjesztés piaci részesedésének stabilizációja, szinten tartása, aktív értékesítési munkával.

További cél a hírlap informatikai rendszer stabilizációja, a biztonságos működési háttér biztosítása.

A 2008. évi bevételi terv készítése során a jelenlegi piaci helyzet alapján kerültek meghatározásra a bevételi elvárások.

A **másodlagos cél** a stabilizáció mellett stratégiai szövetséges(ek), megyei terjesztők bevonásával a piaci részesedés növelése, azaz a Posta visszatérése a napilap terjesztési piacra.

A napilap piacra való visszatérés előkészítő munkálatai megkezdődtek és jelenleg is folynak.

Megszületett a harmadik közösségi postai irányelv, Magyarországon a teljes postai piacnyitás 2012. december 31-ig kell, hogy megvalósuljon

Végleg eldőlt: az európai postai teljes piacnyitás céldátuma: 2010. december 31. 11 tagállam – köztük Magyarország is – kétéves haladékot kapott, amelynek értelmében legkésőbb 2012. december 31-ig kell ezen országoknak postai piacukat teljesen megnyitni a verseny előtt.

Az erről rendelkező harmadik postai irányelv 2008. február 27-én jelent meg az Európai Unió Hivatalos Lapjában. Mindannyiunk előtt ismeretes, hogy az Európai Bizottság 2006 októberében egységes 2009-es piacnyitást javasolt.

A Posta szaklap oldalain már két alkalommal is lehetőség nyílt az uniós postai irányelvhez kapcsolódóan tájékoztatni az olvasókat az uniós postai liberalizáció háttéréről, az aktualitásokról (lásd a 2007. márciusi számban Dr. Szekény Botond, Varga Bótos Anna és Dr. Sümei Péter cikke: Az Európai Unió postai szabályozása és a postai liberalizáció legújabb fejleményei címmel; valamint dr. Szekény Botond és Mátyási Koppány cikke a 2007. augusztusi számban: A harmadik közösségi postai irányelv megalkotásának legújabb fejleményei címmel).

A korábbi két cikk a 2007. júliusi parlamenti első olvasatig kísérte végig a postai irányelvre vonatkozó döntéshozatali eljárást. Az azóta történeteket és társaságunk uniós lobbitevékenységét foglalja össze aktuális cikkünk.

Az Európai Unió Tanácsának álláspontja – az ún. tanácsi közös álláspont

Az európai uniós irányelvek általában az ún. együttdöntési eljárás szabályai szerint születnek meg. Az Európai Bizottság ennek értelmében tette meg javaslatát a postai irányelv szövegére 2006 októberében, amelyben 2009-et jelölte meg az uniós teljes piacnyitás céldátumának. 2007 tavaszán a parlamenti első olvasat szakaszában 5 parlamenti véleményező bizottság, valamint két külső véleményező szerepkörrel bíró uniós intézmény fejezte ki álláspontját (az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság – EESC, és a Régiók Bizottsága – CoR). A 7 véleményből csak kettő erősítette meg az eredeti 2009-es céldátumot, míg öt támogatta a postai piacnyitás elhalasztását, egyben 2012-öt jelölve meg megfelelő céldátumként. Mindezek után az Európai Parlament Közlekedési Bizottsága (TRAN) – a postai téma megbízott jelentéstevője, a német, néppárti Markus Ferber és az ún. árnyék-jelentéstevő brit, szocialista Brian Simpson közötti kompromisszum eredményeképpen – már kétlépcsős 2011/13-as céldátumot javasolt, amelyet az EP plenáris ülése 2007. július 11-én hagyott jóvá, amelyet ezután továbbított az Európai Unió Tanácsának.

A tanácsi munkacsoporti szakasz

A parlamenti munkával párhuzamosan a tagállamok kormányainak képviselői, a tanácsi postai munkacsoport is foglalkozott a kérdéssel, amely június elején a gazdasági miniszterek találkozáján is napirendre került. A német elnökségnek azonban csak egy összefoglalót, ún. progress reportot sikerült letenni az asztalra. 2007 első felében a Tanácson belüli álláspontok nem közeledtek, nem sikerült kompromisszumot elérni. A progress report áttekintette a tagállamok kormányainak álláspontjait, ehhez kapcsolódóan pedig azt, hogy az egyes tagállamok legkorábban mikor tartják megvalósíthatónak a teljes postai liberalizációt nemzeti piacukon.

2007 júliusában a tanácsi munkacsoport három alkalommal is összeült, immár a portugál elnökség alatt. A tagállamok képviselői ekkor már a parlamenti első olvasat főbb irányvonalait figyelembe véve tárgyaltak. 2007. augusztus végére a tagállamoknak véleményezniük kellett az irányelv, EP által elfogadott szövegét a portugál elnökség számára. Mindezek alapján 2007. szeptember elején a tanácsi munkacsoport vezetője bemutatta kompromisszumos szövegjavaslatát. A tanácsi előkészítő munka szeptember közepére lezárult, a kérdést a miniszteri ülés előtt a brüsszeli állandó képviselők vezetőinek megbeszélésére, a COREPER hatáskörébe küldték meg.

Politikai egyetértés a Miniszterek Tanácsában

A portugál elnökség által diktált szeptemberi intenzív előkészítő munka eredményeképpen, a postai irányelv a 2007. október 1-jei Közlekedési, Hírközlési és Energia Tanács napirendjére került. A miniszterek azonban nem az irányelv teljes szövegét vitatták meg, hanem ún. politikai egyetértés elérése volt ekkor a cél, ami csak a legfontosabb kérdésekre korlátozódott.

A minisztereknek két kérdésben kellett döntést hozniuk: a teljes postai piacnyitás időpontját meghatározni és eldönteni, hogy az expressz- és futárszolgáltatások helyettesítő szolgáltatásai lehetnek-e az egyetemes szolgáltatásoknak vagy sem. Az utóbbi kérdésben a tanács kimondta, hogy nincs alapvetően meghatározva, hogy az expressz- és futárszolgáltatások egyetemes szolgáltatást helyettesítő szolgáltatások, ennek eldöntése tagállami jogkörbe került, egyéni elbírálás lehetőségével.

A teljes piacnyitás időpontját tekintve, a Miniszterek Tanácsa támogatta az EP által jóváhagyott kétlépcsős piacnyitást, nevezetesen egyrészt 2010. december 31-ét; egyes tagállamok esetében pedig az irányelv végrehajtásának maximum két évvel történő elhalasztását. Ezt a lehetőséget a tagállamok minisztereinek kellett kérniük az ülésen. A parlamenti szövegváltozathoz képest jelentős eltérés, hogy a tanácsi szövegben a halasztással élni kívánó tagállamokat ezúttal megnevezték. Korábban éles kritika fogalmazódott meg a parlamenti első olvasatos változattal szemben, hogy a 7a cikk alapján bár az új tagállamok meghatározás egyértelmű volt, Görögországra és Luxembourgra csak körülírásuk alapján lehetett következtetni. A tanácsi változat ezt a problémát megoldotta azzal, hogy konkrét listát állítottak össze a többlet két éves időszakot alkalmazni kívánó országokról. Legkésőbb 2012. december 31-ig szükséges implementálni az irányelvet – tehát a gyakorlatban a postai piacukat teljesen megnyitni – a következő államoknak: Ciprus, Csehország, Görögország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Luxembourg, Magyarország, Málta, Románia, Szlovákia. Rendkívül fontos, hogy Bulgária, Észtország és Szlovénia különböző okokból nem kívánt él-

ni ezzel az opcióval. Mindezek által az uniós postai szektorban nem alkalmazható a régi tagállamok vs. új tagállamok felosztás.

Fontos továbbá, hogy pontosításra került a korábban nem kellőképpen precízen megfogalmazott viszonyossági záradék. A tanácsi döntés alapján az csak 2011 és 2013 között lesz alkalmazható, értelemszerűen a fentebb említett 11 tagállam egyetemes szolgáltatójának hátrányára, ha már teljesen liberalizált piacra kívánnak belépni.

Az ún. tanácsi közös álláspont

Az irányelv tanácsi teljes változata már a 2007. szeptemberi előkészítő tárgyalások során elnyerte véglegesnek mondható formáját. Az október 1-jei tanácsi döntés után október-november folyamán az irányelv szövegét a jogász-nyelvész bizottságok tekintették át, pontosították a nemzeti nyelvekre lefordított változatokat.

A teljes dokumentum jóváhagyására 2007. november 8-án került sor. Az Európai Unió Bel- és Igazságügyi Tanácsa vita nélkül, minősített többséggel fogadta el a tanácsi módosításokat tartalmazó irányelv-változatot. A döntés során csak Luxembourg szavazott nemmel a dokumentumra, míg Belgium tartózkodott.

A tanácsi változat a fentebb részletezett politikai döntéseke túl a további kérdésekben hozott változást a parlamenti első olvasathoz képest. A Bizottság által nyújtott iránymutatás alapján elkészülő nemzeti finanszírozási tervek elve helyett az irányelv-tervezet tanácsi változata mellékletet tartalmaz az egyetemes szolgáltatási kötelezettségek nettó költségeinek kiszámításáról. Így a tagállamoknak ezek alapján nem szükséges nemzeti finanszírozási terveket készíteniük. A tanácsi szöveg szélesebb lehetőséget biztosít a kijelölt egyetemes szolgáltatók számára az árszabályozásuk terén a teljes piacnyitás után, hogy versenyképes árak révén meg tudják tartani a tömeges küldeményeket feladó ügyfeleiket.

Az engedélyezési rendszer a tanácsi változat révén az egyetemes szolgáltatóra nézve szigorúbbá vált. Ezen verzió szerint az egyetemes szolgáltatási körön belül működő társaság engedélyezési eljárása során nem lehetne előfeltételként támasztani a szolgáltatóval szemben, hogy egyetemes szolgáltatási kötelezettséget lásson el, ezt csak a kijelölt egyetemes szolgáltatóval szemben lehetne előírni. Ez vonatkozhatna például a postai gyűjtés és kézbesítés gyakoriságára, minőségi megfelelésre, hálózati lefedettségre. A tanácsi szöveg ezen része ellentmondásokat is generál az irányelv szövegén belül. Az egyetemes szolgáltatások finanszírozásának egyik módszere az irányelvben is említett „play or pay” mechanizmus lehetne, ami alapján a piacra belépő társaság választhat, hogy egyetemes szolgáltatást lát el, azaz egyetemes szolgáltatási kötelezettséget ró rá az adott tagállam, vagy befizet a kompenzációs alapba. A magyar állam – a Magyar Posta egyetértése és támogatása mellett – a tanácsi szakasz során mindvégig határozottan kiállt ezen tanácsi módosító javaslat ellen. Az engedélyezési rendszerben rejelő ellentmondások várhatóan még 2013 előtt felszínre kerülnek azon tagállamokban, amelyek piacukat megnyitják és engedélyezési rendszert fognak alkalmazni, esetleg első alkalommal, számos tagállam ugyanis nem rendelkezik jelenleg engedélyezési szabályozással. Az engedélyezés problematikája tehát a tagállami alkalmazás során bizonyos, hogy elő fog kerülni, ebben az esetben az Európai Bizottság nyújthat majd szakmai támogatást majd a tagállamoknak (erre Magyarország a 2007. október 1-jei tanácsi ülésen egyébként ígéretet is kapott Charlie McCreevy belső piaci biztostól).

A parlamenti második olvasat – az irányelv végleges szövegének megszületése

A tanácsi első olvasat révén megszületett szöveget a Tanács visszaküldte az Európai Parlamentnek a parlamenti második olvasatra az együttdöntési eljárás keretében.

A Közlekedési Bizottság álláspontja

A parlamentben első körben az illetékes bizottság – a Közlekedési Bizottság (TRAN) – tárgyalta a kérdést, majd ezt követően a parlament plenáris ülése.

A tanácsi első olvasat után az Európai Bizottság és a téma parlamenti felelőse, Markus Ferber is azon véleményének adott hangot, hogy a Tanács szinte az összes parlamenti módosítást elfogadta, ennek megfelelően a parlament is hagyja jóvá – módosítások nélkül – a tanácsi változatot és ezzel meg is születhetne a harmadik uniós postai irányelv.

A TRAN bizottság 2007. november 20-án tartott vitát a postai irányelvről. Markus Ferber álláspontját több képviselő is támogatta, kiemelve, hogy az irányelv szövege jól tükrözi a Parlament és a Tanács közötti kompromisszumot, és hogy az elért eredményeket nem szabad veszélyeztetni. Számos képviselő azonban elégedetlenségének adott hangot, megemlítve többek között az engedélyezési rendszert, a szociális rendelkezéseket, az egyetemes szolgáltatások finanszírozásáról csatolt mellékletet, az árszabályozást, amelyekre vonatkozó rendelkezéseket nem tartottak megfelelőnek.

A Közlekedési Bizottság 2007. december 17-i ülésének napirendjén ismét szerepelt a postai irányelv. A bizottsági vita során Markus Ferber ismét javasolta, hogy a TRAN bizottság módosítások nélkül hagyja jóvá az irányelv szövegét. 2007. december 18-án a Közlekedési Bizottság egyetlen módosító indítványt sem fogadott el, a legnagyobb politikai csoportok között konszenzus alakult ki, amelynek eredményeképpen a bizottsági határozatot, azaz a Tanács által módosított szövegváltozat támogatását 37 igen, 2 nem és 6 tartózkodás mellett fogadták el a képviselők.

Plenáris döntés

Az EP TRAN bizottsági vélemény után a postai irányelv ismét a parlament plenáris ülése elé került. A 2008. január 30-i parlamenti vita után a plenáris ülés második olvasatban 2008. január 31-én – az illetékes TRAN bizottság ajánlásával összhangban – módosítások nélkül támogatta a tanácsi szövegváltozatot. A harmadik közösségi postai irányelv végleges szövege ennek értelmében megszületett.

A postai irányelv implementálása

Az irányelv szövegét 2008. február 20-án írta alá Hans-Gert Pötering, az Európai Parlament elnöke és az unió soros elnöki tisztségét ellátó Szlovénia nevében Janez Lenarčič, Európa-ügyi államtitkár. Az új postai irányelv – hivatalos nevén az Európai Parlament és a Tanács 2008/6/EK irányelve a 97/67/EK irányelvnek a közösségi postai szolgáltatások belső piacának teljes megvalósítása tekintetében történő módosításáról – 2008. február 27-én jelent meg az Európai Unió Hivatalos Lapjában, amely még aznap hatályba lépett. A tagállamok kötelesek az új irányelvet átültetni nemzeti jogukba, az irányelv rendelkezéseinek megfelelő belső jogi aktusokat – a postai törvény módosítása, rendeletek megalkotása – 2011/13-ig elvégezniük. A tagállamoknak azonban nem szükséges kivárniuk a céldátumokat, amennyiben megfelelőnek tartják, 2011/13 előtt bármikor

rendelkezhetnek saját postai piacuk megnyitásáról. A tagállami implementálás során a tagállamok számíthatnak az Európai Bizottság iránymutatására és segítségére.

Fontos megjegyezni, hogy a derogációra lehetőséget kapott tagállamoknak 2008. augusztus 27-ig kell értesíteniük az Európai Bizottságot, megerősítve azon szándékukat, hogy élni kívánnak a végrehajtási haladékkal.

A Magyar Posta uniós lobbytevékenysége

2006 nyarán a bizottsági javaslat megszületése előtt már megalakultak a különböző érdekcsoportok az európai nemzeti szolgáltatók között. Az egyetemes szolgáltatások finanszírozását – a fenntartott szolgáltatási kör hiányában – bizonytalanoknak tartó uniós posták 2006 nyarán létrehozták az ún. EPICURE-csoportot, amely a teljes piacnyitás elhalasztását javasolta. Az együttműködéshez csatlakozott a magyar, a belga, a ciprusi, a francia, a görög, a lengyel, a lett, a luxembourgi, a máltai, az olasz, az osztrák, a spanyol és a szlovák egyetemes szolgáltató. A 2009-es céldátum mellett az angol, a német, a holland, a svéd, és a finn egyetemes postai szolgáltató sorakozott fel.

A Magyar Posta 2006 nyaratól összehangolta az EPICURE-postákkal uniós lobbytevékenységét. A MP az eltelt másfél év alatt folyamatosan kapcsolatban állt az uniós döntéshozókkal a társaság lobbytevékenységében résztvevő vezetők és munkatársak révén. Az Európai Bizottság tekintetében dr. Szabó Pál vezérigazgató tárgyalta Charlie McCreevy belső piaci biztossal és Jörg Reinbothéval, a Bizottság postai területének irányítójával. A MP együttműködött az EP postai témában illetékes magyar tagjaival: a szocialista Gurmai Zitával és Herczog Edittel, valamint a néppárti Barsiné Pataky Etelkával és Becsey Zsolttal (általuk lehetőségünk volt Markus Ferber EP jelentéstevő és Brian Simpson EP árnyék-jelentéstevő számára érveinket kifejteni); a tanácsi munka során a Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, a Külügyminisztérium és a Nemzeti Hírközlési Hatóság vezetőivel és munkatársaival; a CoR és az EESC magyar tagjaival (az EESC munkájában dr. Szebeny Botond nemzetközi üzletágvezető a munkaadói oldal hivatalos szakértőjeként közvetlenül is részt vett).

A 2007. június 18-i EP TRAN döntés után az EP bizottság magyar tagjai és – a Magyar Posta vezetése részéről – Szűts Ildikó általános vezérigazgató-helyettes közös sajtótájékoztatót számolt be a média résztvevőinek a strasbourgi szavazásról, amely a fordulópontot jelentette az irányelv döntéshozatali eljárása során. Mindemellett a MP folyamatosan véleményezte az aktuális szövegváltozatokat, módosító indítványokat – a TRAN 2007. június 18-i szavazása előtt szám szerint 553 indítványt – az ehhez kapcsolódó szakmai háttér munkát a Nemzetközi Üzletág és a Jogi Igazgatóság végezte. A társaság vezetői részt vettek különböző vitafórumokon, workshopokon, a társadalmi párbeszéd folyamat rendezvényein. Kiemelendő az európai szocialista frakció által 2007. február 8-án megtartott ún. nyilvános szakmai meghallgatás, amelyen Szivi László üzleti vezérigazgató-helyettes ismertette a Magyar Posta álláspontját a postai liberalizációhoz kapcsolódóan. A magyar postai szakszervezetek csatlakoztak az európai postai szakszervezeti szövetség felhívásaihoz.

Sikerként értékelhető, hogy a Magyar Posta és az EPICURE-csoport álláspontjával megegyezően megtörtént a piacnyitás elhalasztása, a fenntartott szolgáltatási kör teljes mértékben történő megőrzése, valamint az, hogy az egyetemes szolgáltatók rugalmasabb árszabályozást alkalmazhatnak, hogy az árbevétel szempontjából fontos, kiemelt ügyfeleit megtarthassa a társaság.

A kapott haladékat azonban társaságunknak maximálisan ki kell használnia, hogy a liberalizációt felkészült, gazdaságilag hatékony társaságként várhassa majd.

A Magyar Posta felkészülése és feladatai a küldeményforgalom piacán várható versenyhelyzetre

Mára már közhelyesnek is tűnhet az a sokat ismételt megállapítás, mely szerint a Postával szemben két fő alapelvárás fogalmazódik meg: egyrészt egyetemes postai szolgáltatóként eleget kell tennie szolgáltatási kötelezettségének, másrészt üzleti alapon működő vállalként a versenypiacon is helyt kell állnia.

A Posta jövőjét, jövőbeni szerepét a liberalizációval létrejövő piaci helyzet, a piacnyitás ténye és annak részletes feltételrendszere alapvetően meghatározza. Ezért a Magyar Postának – stratégiájának megfelelően – olyan változásokat kell megvalósítania, amelyek eredményeképpen egy üzleti alapon működő, hatékony, teljesítményelvű, rugalmas és egyben ügyfélközpontú szolgáltatóvá válik.

A levélforgalom jelentős részét produkáló, így a Posta rentábilis működését biztosító üzleti szféra által gyakorolt nyomás egyszerűen megfogalmazható szempontokat jelöl ki: monopolszerepből a versenypiaci szereplővé kell átalakulni, melyhez a kedvező árszint és alapelvárásként magas minőségi szint társul.

A **levéltérmekek** esetében így fő stratégiai célkitűzésünk – a piaci pozíció megőrzése – érdekében az ár-érzékeny nagy forgalmú ügyfelek által tapasztalt árszint kedvezőbbé tétele kiemelt feladatként jelent meg. Ennek megfelelően megkezdjük az árképzési rendszerünket érintő változtatásokat, melyek egyrészt a liberalizációt megelőzően lassíthatják legnagyobb fogyasztóink költségracionalizálás (levélforgalmuk csökkentése) érdekében megeendő lépést, másrészt a kialakuló versenyhelyzetre is felkészítik társaságunkat.

A Posta egyetemes szolgáltatóként az ország teljes területén megkülönböztetésmentesen biztosítja szolgáltatásait, ugyanakkor a fogyasztói szokások és az üzleti jellemzők alapján – az ügyfél-elvárások minél magasabb színvonalú kielégítése érdekében – két fő csoport különböztethető meg:

- *kis volument* feladó ügyfelek,
- *nagy volument* feladó ügyfelek – egyszeri több száz darab és e fölötti feladásokat lebonyolító ügyfelek.

A termékportfólió fejlesztésének stratégiáját meghatározza az a célkitűzés, mely szerint portfólió alapon több lépésben szétválasztjuk a nagy és a kis mennyiségű küldeményt feladó igénybevevői szegmenseket.

A megvalósítás iránya a technológia támogatásából eredő költséghatékonyság által kialakított árszerkezet, mely meghatározott felvételi helyhez és mennyiségi sávhoz tartozó opcionális díjcsökkentő elemeket tartalmaz.

Kialakítását két tényező idézte elő:

- Egyrészt a belső technológia hatékonyságnövelésének kényszere.
- Másrészt a postai küldeménytovábbítás folyamatából megtakarítható költségeket ebben az új termék kategóriában juttattuk érvényre; ez biztosította az egyedi levél-nél kedvezőbb ár kialakítását, a nagytömegű feladások piacának megtartását.

A piaci szempontok kezelésére, a jövedelmezőség emelésére, illetve a liberalizációt követően megjelenő versenyhelyzetre történő felkészülésünkre irányuló törekvéseinket a 2006. évtől megvalósított tarifarendszer-fejlesztési stratégiánk szolgálja. Ennek keretében a teljesen eltérő technológiájú kiszolgálást igénylő ügyfélszegmensek termékportfólió- és tarifaszintű szétválasztását társaságunk már a 2006-ban bevezetett tarifarendszerrel megkezdte. Ekkor az újonnan megjelenő hozzáférési pont szerkezetű ár az első lépés volt a tömeges feladásokat differenciáltan kezelő tarifarendszer kialakítása útján. Az áralkalmazás gyakorlati tapasztalatai alapján azonban szükséges volt annak továbbfejlesztése, országos kiterjesztése, így erre alapozva vezettük be 2007. január 1-jével tömeges tarifarendszerünket.

A tömeges tarifarendszer lényege, hogy az eltérő igényeket támaztó ügyfelek eltérő technológiával történő kiszolgálása során keletkező postai megtakarításokat a megfelelő ügyfélszegmensek számára kedvezőbb tarifákban érvényesítjük.

A tarifarendszer bevezetésének eredményeként a levélfeladások volumenszerkezetében változás figyelhető meg, mely a nagyobb mennyiségek feladásának tömeges felvételi pontok felé terelődésében nyilvánul meg. A forgalom átrendeződése technológiai költségmegtakarításokat eredményez, mely fedezetet biztosít a költségérzékenyebb kulcsügyfelek elvárásainak jobban megfelelő árképzés alkalmazására, és javítja jövedelmezőségünket.

Az ügyfélmegtartás második legfontosabb alappillére – a kedvező árszint mellett – a megfelelő minőségű szolgáltatásnyújtás, mely mára természetes alapkövetelménnyé vált.

Ennek megfelelően, valamint törvényi kötelezettségeink révén is nagy erőforrásokat és figyelmet szentelünk szolgáltatásminőségi színvonalunk fejlesztésének.

A minőségjavító intézkedések eredményeként 2007-ben az elsőbbségi küldemények átfutási ideje a jogszabályban meghatározott értéket (D+1 85%) jelentős mértékben meghaladta, valamint megközelítőleg elérte a vezetői elvárásokat is (D+1 93%). A korábbi időszak tükrében értékelve az elsőbbségi levelek esetében 2006. évhez képest átlagosan 0,5 százalékpontos, a nem elsőbbségi küldemények esetében pedig 0,75 százalékpontos javulást értünk el.

Az előző évhez képest – az átfutási idő mellett – jelentősen javult az elveszett vagy tartalomhiányos, illetve a sérült küldemények aránya is, ezek az értékek mind a törvényi, mind a vezetői követelményeknek megfelelnek.

Ahhoz, hogy a Magyar Posta képes legyen magasabb árakat érvényesíteni, a megfelelő minőségi elvárások teljesítésén túl szükséges a termékek pozícionálása, más alternatív szolgáltatásoktól való megkülönböztetése.

A levélpiactól eltérően, mely esetében ma még védett szereplők vagyunk, a logisztikai szolgáltatásainkkal versenyipiaci környezetben kell nyereséges működést biztosítanunk.

A **csomagszállítási** piac általánosan növekvő tendenciát mutat. Ezen belül a nemzetközi piac nagyobb mértékű gyorsulást produkált, mint a belföldi. A dinamikus növekedés egyre nehezebbé válik. A hazai csomagszállítási piac átalakulóban van, már nem jellemezhető csupán belföldi szolgáltatásteljesítéssel, egyre inkább regionális megoldásokat kell biztosítani. Azoknak a piaci szereplőknek, akik versenyben szeretnének marad-

ni a belföldi és regionális szolgáltatások mellett nemzetközi viszonylatban is meg kell felülniük az ügyfelek elvárásainak.

Ennek megfelelően a Magyar Posta is arra törekszik, hogy portfóliója teljes körű legyen, mind belföldi, mind nemzetközi relációban magas színvonalú szolgáltatásokat tudjon biztosítani. Az expressz logisztikai piacon már évtizedek óta jelenlévő Belföldi és Nemzetközi EMS Gyorsposta szolgáltatások még ma is megállják a helyüket a versenyben.

Az Európai Unió bővítését követően vélhetően új piacok nyílnak meg a csomagszállításban érdekeltek számára. Egyre több vállalat keres azonban az eddiginél költségkímélőbb, de hasonlóan magas színvonalú megoldást logisztikai feladatainak ellátására. Ennek az igénynek eleget téve az év elején elindítottuk a Posta Sped International szolgáltatást, amellyel az Európai Unió valamennyi országa viszonylatában lehetővé vált nemcsak export-, hanem importszállítás is. Továbbá a kiscsomagokon túl már egységakománnyok vagy több darabból álló szállítmányok nemzetközi fuvarozását is el tudjuk végezni.

A gyors ütemű fejlődés mellett látható, hogy a piac szereplői az elvárások maradéktalan teljesítését tűzték ki célul. A nyomkövetés, az információszolgáltatás a küldeményekről, illetve a pontosság a jelen piaci helyzetben már alapelvárásnak tekinthető egy-egy megrendelés elnyerésért folytatott „harcban”. Minden piaci szereplőnek előre kell lépnie az információszolgáltatás területén, megoldásokat kell nyújtania arra, hogy megbízóik saját versenyképességüket növelni tudják a logisztikai szolgáltatások által. Mára már nehezen képzelhető el olyan szolgáltató, melynek technológiai folyamatait nem támogatja professzionális, naprakész informatikai infrastruktúra, ezért kiemelt figyelmet fordítunk támogató rendszereink folyamatos fejlesztésére.

A vállalati folyamatok informatikai támogatásával olyan többletinformációk nyerhetők, amik ügyfeleinknek is komoly értéket jelentenek. Ügyfeleink igényeinek minél tökéletesebb kielégítése, elégedettségük javítása érdekében 2005. őszétől elektronikus értesítési szolgáltatás-csomagot vezettünk be Elektronikus Értesítési Rendszer (EÉRT) néven, melynek segítségével a feladott csomagküldemények felvételi-továbbítási-kézbizetési státuszáról tudunk információt szolgáltatni. Az információkat az EÉRT jelenleg három különböző kommunikációs csatornán biztosítja: sms-ben, e-mailben, interneten.

Mindezek mellett szintén elsőrendű követelmény lett a tökéletesen precíz készpénzkezelés is, amely követelménynek megfelelően augusztusban új szolgáltatással, az Egyszerűsített utánvétkezeléssel (EUV) jelentünk meg a piacon. A rugalmas, piaci igényekre épülő szolgáltatás valódi mérföldkőnek számít az életünkben, hiszen nemcsak egyfajta filozófiaváltást jelent a vállalatban belül, de a változás szinte a teljes szállítási és kézbesítési rendszert érinti. Az EUV háttérben tulajdonképpen egy új informatikai rendszer bevezetése áll, amelynek segítségével rugalmas és ügyfélközpontú szolgáltatást tudunk nyújtani azon ügyfeleinknek is, akik a küldeményszállítás mellett a csomagok ellenértékének beszedését is ránk szeretnék bízni.

A kitűzött piaci célok elérése megköveteli, hogy tovább folytassuk a marketing és értékesítési képességek fejlesztését a piacismeret és a működésmód területén. A teljes piacnyitás időpontjára a lehetséges versenytársakéhoz hasonló marketing eszköztárat és költséghányadot kell biztosítanunk.

A szolgáltató megítélését, és ezen keresztül a versenykörnyezetben megcélzott szerepének elérését nagymértékben meghatározza a szolgáltatás közvetlen igénybevételi helyszíne. Ennek mentén postahelyeink folyamatos korszerűsítését, felújítását végezzük, melyek már korunk követelményeinek megfelelő, átlátható igénybevételi feltételeket, kultúrált környezetet biztosítanak ügyfeleink számára.

A Postások Szakmai Egyesülete a nemzetközi szinten

Sikereink az Eurojumelages zürichi kongresszusán

A Postások Szakmai Egyesülete kapcsolatrendszerében s tevékenységében előkelő helyet foglalnak el a nemzetközi kapcsolatok, kitekintés más országok tapasztalataira s ezek beépítése a szakmai munkába. A szervezet külkapcsolatainak fejlődésében fontos állomás volt a Postai és Távközlési Partnerprogramok Nemzetközi Egyesületéhez, az Eurojumelages-hoz való csatlakozásunk 2000-ben. Azóta e szervezettel való kapcsolatunk számos távlatot és teret nyitott számunkra a nemzetközi szinten való tevékenységhez, a partnerszervezetekkel való együttműködés szorosabbra vonásához és a tapasztalatcsere kiszélesítéséhez. Belépésünk óta tevékenyen részt veszünk az Egyesület munkájában, 3 évente megtartott kongresszusain és a kongresszusok közötti időszakban a folyamatosságot biztosító Igazgató Tanács évi ülésein dr. Oláh László személyében, aki alelnöki tisztséget tölt be az Egyesületben.

Ennek keretében mérföldkőnek tekinthető mind az Eurojumelages, mind a PSZE szempontjából az Egyesület zürichi kongresszusán való részvételünk, amelyre 2007. november 9-10-én került sor. A PSZE képviselőjében dr. Horváth Sándor elnök, Nagyné Haja Mária, a kelet-magyarországi szervezet elnöke és Varga Bótos Anna szakértő vett részt. A kongresszuson kiemelt napirendi pont volt a magyar egyesület tiszteletbeli elnöke, dr. Oláh László vezetésével kidolgozott határozati javaslat előterjesztése.

E határozati javaslat megszületését gondos előkészítő munka előzte meg. Ennek során 2007. szeptember 27-28-án Budapesten egyeztető megbeszélést tartott az Eurojumelages ad hoc „Bővítési munkacsoportja”, amely az egyesület igazgatósági tagjaiból, a Magyar Posta és a PSZE vezetőiből alakult meg (a németországi Wolf Shiffer, a romániai Mariana Petre, a franciaországi Michel Morel, Szivi László üzleti vezérigazgató-helyettes, dr. Oláh László és dr. Horváth Sándor, a PSZE elnökei, dr. Szebeny Botond nemzetközi üzletágvezető s munkatársai részvételével). Ezen az összejövetelen a fő vitatéma az volt, hogyan lehetne nagyobb hangsúlyt, jelentőséget adni a szervezet tevékenységében a szakmai kérdéseknek, fórumok, tapasztalatcserek rendezésének, jobban figyelembe véve az Eurojumelages Alapokmányában lefektetett céloknak megfelelően a postai és távközlési szektor fejlődésének eredményeit, tendenciáit, szabályozási, üzemeltetési, technikai, minőségfejlesztési, piackutatási tapasztalatait. Ennek a megbeszélésnek az eredményeképpen döntés született arról, hogy a „Bővítési munkacsoport” határozati javaslatot nyújt be a zürichi kongresszuson a szakmai kérdések és találkozók előtérbe helyezésének elősegítésére.

A határozattervezetet dr. Oláh Lászlónak, a PSZE tiszteletbeli elnökének akadályoztatása miatt a PSZE nevében Varga Bótos Anna terjesztette a kongresszus elé jóváhagyásra. Egyúttal röviden bemutatta a PSZE szervezetét, kiemelve a 2004. évi átszervezések eredményeit, az egyesület tevékenységét, szakmai munkáját, különös tekintettel az utóbbi időben tartott rendkívül sikeres nemzetközi konferenciákra (Liberalizációs Fórum, Szimpózium a levélfeldolgozás automatizálásról stb.). Kifejezve a magyar egyesület érdekeltségét abban, hogy az Eurojumelages kibővüljön elsősorban az új EU-tagországok és -tagjelölt országok irányában. A PSZE és a „Bővítési munkacsoport” határozati javaslatát a zürichi kongresszus egyhangúlag, közfelkiáltással elfogadta, s a szakmaiság megerősítésének célfeladata ezzel bekerült az EuroJumelages tevékenységi tervébe.

A kongresszuson tisztújítás is történt. Megválasztották az Eurojumelages új elnökét, alelnökeit, Igazgató Tanácsát és fő tisztségviselőit. A szervezet elnökévé a francia Marie-Paule Richonner-t választották (az előző ciklusban Anglia töltötte be ezt a posztot). A két alelnök, dr. Oláh László, a PSZE tiszteletbeli alelnöke és a német Wolf Schiffer lett a következő hároméves ciklusra. Az új Igazgató Tanács a kongresszus után megtartotta első alakuló ülését, ahol meghatározták a tevékenységi terv fő kereteit s az igazgatósági munka irányvonalát.

A szervezet tevékenysége hatékonyságának növelése érdekében az új elnök öt munkabizottságot hozott létre: a Nyelvtanfolyamok Bizottságát, a Kommunikációs Bizottságot, a Tevékenységfejlesztési Bizottságot, a Bővítési Bizottságot és az Ifjúsági Bizottságot. Az elnöknő szorgalmazta a bizottsági munka folyamatosságát s az eredményekről való rendszeres számadást. A PSZE a Bővítési Bizottságban vállalt szerepet, amelynek tagjává választották dr. Oláh Lászlót. Feladatunk lesz, hogy a szomszédos országokkal felvegyük a kapcsolatot, és elősegítsük ezen országok bekapcsolódását az Eurojumelages tevékenységébe. Az elfogadott határozattervezet nyomán a szakmai munka elősegítésére az Ifjúsági Bizottság kapott megbízást.

Az Eurojumelages keretében a zürichi kongresszusi találkozók eredményeképpen a szomszédos országok közül a román szervezettel tervezünk az idén közös programokat. A franciaországi Toulouse részéről is érkezett érdeklődés közös tevékenységek szervezésére, s más országok képviselőivel (Lengyelország, Németország, Olaszország) is sor került kapcsolatfelvételle, kétoldalú megbeszélésekre.

Az Eurojumelages egyesület sokéves múltja és tapasztalatokra visszatekintő szervezet, amely jövőre ünnepli fennállásának 50. évfordulóját. Tagjai közé tartozik Franciaország, Németország, Olaszország, Nagy-Britannia, Írország, Spanyolország, Portugália, Svájc, Magyarország, Lengyelország és Románia számos postai és távközlési szakmai egyesülete. Az egyesület tevékenysége dinamikusan fejlődik és bővül. Fő tevékenységi területei magában foglalják nyelvtanfolyamok szervezését partner egyesületeknél, kölcsönös látogatásokat, sporteseményeket és versenyeket (sí, kerékpár, gyaloglás, futás), nemzetközi szakmai szemináriumok, fórumok rendezését, diákidőmunka szervezését. Honlapja (www.eurojumelages.eu) nemrég kezdte meg aktív működését.

A Postások Szakmai Egyesülete a nemzetközi szinten című cikk melléklete:

A „Bővítési” munkacsoport által benyújtott határozati javaslat

Mint ismeretes, a magyar egyesület (PSZE) a Dublini Kongresszuson, ill. az EUROJUMELAGES Igazgatótanácsának értekezletein több alkalommal felvetette, hogyan és milyen feltételekkel lehetne előmozdítani az UIJPT/ EUROJUMELAGES alapokmányában rögzített célok egyikének megvalósítását, nevezetesen a szövetség tevékenységei közé felvett szakmaiság valóra váltását.

Megállapítást nyert, hogy a nemzeti szövetségek tagjainak többsége és maga az EUROJUMELAGES is egyetért a magyar egyesület véleményével. Nem sikerült azonban megfelelő megoldást találni ennek az alapidokumentumban rögzített célnak gyakorlati megvalósítására.

Ahogy a nemzeti szövetségek képviselőinek különböző felszólalásaiból is látszik, néhány ország érvényben tartja és megvalósítja ezt a célkitűzést, mivel találkozik során (kétoldalú vagy többoldalú látogatások, nemzetközi hetek, nemzetközi konferenciák, szakmai fórumok, stb.) programjaik napirendjére tűznek olyan tevékenységeket, amelyek a postai üzemeltetők jelenlegi törekvéseivel kapcsolatosak (például: a postaszolgálatok új stratégiái, a liberalizáció, stb.).

Nemrégiben, az EUROJUMELAGES Igazgatótanácsának legutóbbi értekezletén az egyik munkadokumentum a következőképpen említette az Eurojumelages terjeszkedését és modernizálását: „Ha fejlődésre és térhódításra vagyunk hivatottak, az EUROJUMELAGES tevékenységének a szakmára is ki kell terjednie, de az az egyöntetű nézet alakult ki, hogy ez szinte teljesen megszűnt...”.

A hiányosság pótlása érdekében az Igazgatótanács bonni ülésén létrehozott egy *ad hoc* munkacsoportot, melynek tagjai Németország, Franciaország, Románia és Magyarország (Elnökség).

Ez a munkacsoport Budapesten tartott tanácskozást dr. Oláh László elnökletével.

A munkacsoport mélyreható vizsgálat alá vetette a kérdés minden részletét, és élénk véleménycserét folytatott a témával kapcsolatban. Teljes mértékben egyetértett az EUROJUMELAGES elnökének a CA 2007. 1.-Doc 4 sz. dokumentumban megfogalmazott véleményével, nevezetesen azzal, hogy fel kell újítani az EUROJUMELAGES alapokmányának 2. cikkében rögzített célkitűzést.

A munkacsoport úgy határozott, hogy e területen nem ad kötelező jellegű utasításokat, azonban célszerűnek találta felhívni az EUROJUMELAGES tagszövetségeinek figyelmét az említett cikk gyakorlati alkalmazásának fontosságára.

E cél megvalósítása egyebek között a környezet folyamatos változásán, illetve az új tagok közötti kölcsönös szakmai tapasztalatcserén alapszik, annak érdekében, hogy állást foglaljanak a postákat foglalkoztató nagy horderejű problémák megoldásában.

A fentiek értelmében az Igazgatótanács – a munkacsoport tevékenységének eredményeképpen – azt javasolja a Közgyűlésnek, hogy fogadjon el egy ajánlást, mely kidomborítja a nemzeti szövetségek szakmai tevékenységének szükségességét és fontosságát, s megbízza az EUROJUMELAGES-t annak érdekében, hogy ez a tevékenység a jövőben szerepeljen és nagyobb hangsúlyt kapjon a programokban, az egyes szövetségek lehetőségeihez mérten.

Szakmai előadás a PSZE Senior tagozatának tagjai részére a postai stratégia megújításáról

A PSZE a korábbi években folytatott gyakorlatának a folytatásaként 2007-ben is számos szakmai konferenciát rendezett az aktuális szakmai kérdésekről, mint pl. a liberalizáció, a humánpolitika, a logisztika stb. tárgykörében, amelynek résztvevői minden esetben nagy érdeklődéssel kísérték az elhangzott előadásokat s a feltett konzultációs kérdésekből pedig arra lehetett következtetni, hogy postásaink igenis szívükön viselik a posta sorsát, de különösképpen a jövőjét.

Hasonló megállapítás érvényes azokra az előadásokra is, amelyeket a 10 évvel ezelőtt létrehozott Senior tagozat tagjai részére szervez, évente több alkalommal is az Egyesület. A nyugdíjas postás kollégáink nagy és élénk figyelemmel kísérik, a postákon végbemenő eseményeket és mindazokat a változásokat, amelyek általában a megújulás jegyében mennek végbe.

Bánóczy Katalin tagozatvezető kollégánkkal folytatott egyeztetés alapján, az Egyesület Elnöksége úgy vélte, hogy a 2007. évi szakmai rendezvények, fórumok befejezéseként olyan témát kellene választani, amelyről még előadás nem hangzott el illetőleg amely aktuális jellegénél fogva, valóban felkeltheti nyugdíjas szakembereink érdeklődését, s egyúttal eligazodást is ad a postai jövőkép alakulásáról. Így ezúttal a postai stratégia, illetőleg annak továbbfejlesztett, megújított változata került napirendre a 2007. november 21-én az Egyesület székházában tartott szakmai előadáson, amelynek téma-vezetője Jambrik Mihály stratégiai koordinációs igazgató volt.

A szép számmal megjelent résztvevők – köztük számos, volt vezető beosztású postás – nagyon átfogó és szinte minden fontos részletre kiterjedő előadást hallgathattak a megújult postai stratégiáról, amelyet az időközben bekövetkezett változások, a várható liberalizáció, az új szemlélet stb. tettek szükségessé.

A külső szakemberek véleményének a meghallgatása is elősegítette az új postai stratégia elfogadását. Az egyik alapidilemma az volt, hogyan lehetne az egyensúlyt megtalálni a működés során, hogy ne sérüljenek a tulajdonosi jogok, egyúttal a postának meg is kell felelnie a társadalmi és politikai elvárásoknak és ne jöjjön létre társadalmi feszültség, s ugyanakkor fel is kell készülni a postai piacnyitásra.

Az előadó számokkal mutatta be az MP Zrt. 2006. évi pénzügyi eredményeit, s meglepőnek hangzott, hogy az EU-n belül a hazai postai hálózati szabályozás az egyike a legszigorúbbaknak, s a gazdaságtalanul működő postahelyek száma 50% felett van. 2006-ban és már ez évben is jelentősen javultak a minőségi mutatók, amelyet az UPU arany fokozatú minőségi Tanúsítvánnyal is honorált. A 2013-as liberalizáció után is, a Magyar Postának versenyképesnek és nyereségesnek kell lennie, amely a jövőkép egyik fontos alapelve kell, hogy legyen.

Az előadó foglalkozott a szolgáltatások területén szükségessé váló intézkedésekkel, külön kiemelve azt a fontos követelményt, hogy a posta 2012-ig ugyan 5%-os piaci részesedés csökkenést prognosztizál, de növelni kívánja vagy legalább megtartani a nagy ügyfelek számát, illetve a Direct Mail forgalmat további 22-23%-os részesedéssel. A pénzügyi szolgáltatásokat is az ügyfelek igényeihez kell igazítani (sárga csekk, nyugdíj-kifizetés). Hasonló elvárásokat fogalmazott meg az előadó a logisztikai szolgáltatások területén is (Futár-Expressz-Csomag /CEP/ szolgáltatás).

Tovább kell folytatni a hálózat modernizálását, a postai partneri rendszert tovább kell erősíteni, valamint a hatékonyság növelése érdekében folyamatosan fejleszteni kell az üzletágak struktúráját.

Az elhangzott, igen színes és tartalmas előadást nagyon sok kérdés követte, amelyek mind azt bizonyítják, hogy a nyugdíjas postásaink nem felejtettek el „postásul” gondolkodni és felvetéseikkel még gazdagabbá tették a közel 2 órás szakmai fórum színvonalát.

Tájékoztató a Postapartner Programról és a Hálózati Üzletág 2008. évi kiemelt feladatairól

Előszó

Az alább közölt cikk a Magyar Posta stratégiáját képező, kiemelkedő fontosságú feladattal, a hálózat átalakítás nagyon aktuális kérdéseivel foglalkozik. Nemzetközi tapasztalataim szerint a posták a szerkezet átalakítást, nevezetesen postahivatalok hálózat korszerűsítéséhez az elmúlt években elég lassan, talán egy kissé félve fogtak hozzá. Talán érthető, ugyanis egy meglévő, s az elmúlt évtizedekben jól működő hálózatról van szó, s egész szerkezetének a megváltoztatása pedig elsősorban az ügyfelek részére nyújtott szolgáltatások színvonalát is érinti; ugyanakkor a posták részéről jelentős gazdasági megfontolást tesz szükségessé.

Mivel a küldeményforgalom piacán már évek óta egyre jobban erősödik a verseny, az állami postáknak sürgős feladatává vált a jövedelmezőség kritériumának a megőrzése, sőt emelése a szolgáltatások színvonalának javítása.

A liberalizáció közelsége óhatatlanul a postákat arra kényszeríti, hogy áttekintsék és egyidejűleg át is szervezzék postahálózatukat úgy, hogy megőrizzék versenyképességüket a versenytársakkal szemben.

Reméljük, hogy a közölt cikk alkalmas lesz arra, hogy tisztább képet kapjunk a reális szerkezetátalakítás szükségességéről.

Köszönjük, hogy Krutki Józsefné dr. Hálózati Üzletágvezető asszony és munkatársa Végh Tamara vállalkoztak az előadás megtartására.

Oláh László

Összefoglaló a PSZE Senior tagozatának 2008. 03. 19-i rendezvényén elhangzott előadásról

Előadók és az összefoglalást készítették:

Krutki Józsefné dr. Hálózati üzletágvezető

Végh Tamara Szakmai titkár

A részletes bemutató a partnerségi elképzelések megjelenésétől a meghirdetett program jelenlegi státuszáig adott átfogó képet.

Jelenleg az EU-n belül a magyarországi hozzáférési szabályozás az egyik legszigorúbb. Ennek ellenére a Magyar Posta az első hat, legtöbb állandó szolgáltató helyvel rendelkező posta közé tartozik az EU-ban, a közreműködők aránya a nemzetközi gya-

korlathoz képest alacsony. Postahálózatunkban, a gazdaságtalanul működő postahelyek aránya 50% feletti.

Képeken bemutatásra kerültek azok az európai partnerségi megoldások melyek a Magyar Posta. részére is útmutatást adhatnak.

A hálózatmodernizáció során,

- 2000 – 2004 között indítottuk el a mobilpostákat, amik jelenleg mér több mint 300.000 embert érint az országban,
- 2007. év tavaszán 104 nagyvárosi posta esetében végeztünk el nyitva tartás szűkítést és ahol szükség volt erre ott, postabezárást

Az elmúlt év kiemelkedő feladat volt a postahálózat üzleti potenciál alapján történő besorolása, tipizálása. Ez a tipizálás adta az alapot azon postakör meghatározásához, melyek a Postapartneri programban érintettek.

Mi is a Postapartneri program?

Célunk:

- állami vagyon hatékony működtetése
- lakosság részére változatlan, biztonságos hozzáférés biztosítása
- liberalizáció által kikényszerített versenyre való felkészülés
- közel 900 szolgáltató hely vállalkozásba adása (így 88%-ról 57%-ra csökkenjen a saját üzemeltetésű postahelyek aránya)

Mindeközben:

- jogszabályi előírásoknak való megfelelés biztosítani kell
- garantálni kell a szolgáltatás folytonosságát
- országos hálózati lefedettség megmarad

A Magyar Posta felelősséget vállal a szolgáltatásért, ezért már a közel tíz éves hazai postapartneri tapasztalatokra épülve, a nemzetközi gyakorlathoz illeszkedően meghirdette a

Postapartner Program 2007-2009

Vállalkozásba adás

A közbeszerzési eljárással történő vállalkozásba adás 1172 „D” típusú postahelyet érint az 1332-ből.

I. ütem:

A kiírás megyékre történt, az érintett megyék: Heves, Komárom-Esztergom, Somogy, Szabolcs-Szatmár-Bereg.

A vállalkozásba adandó postakör: 291 posta (ebből 185 postai működtetésű, 106 mai is vállalkozói működtetésű)

Az előminősítési hirdetés az elmúlt év őszén került megjelenésre (2007.10.13), melyre 180-an jelentkeztek. A jelentkezések zöme csak egy megyére történt. Az értékelés után, az eredményes jelentkezők részére a részvételi felhívás január közepén ke-

rült kiküldésre (2008. 01.15.). A jelentkezők zöme jelenlegi közreműködő. Jellemzően ebben a szakaszban az önkormányzatok érdeklődése elmaradt a várakozásoktól.

A kijelölt postahelyekből, csupán 39 posta nem kapott jelölést, de ezek a későbbiek során újból meghirdetésre kerülnek.

Nemzeti Vagyongazdálkodási Tanács március 5-én döntött a Postapartner program országos kiterjesztéséről.

II. ütem

A kiírás megyékre történt, az érintett megyék: Baranya, Fejér, Veszprém, Csongrád, valamint Budapest.

A vállalkozásba adandó postakör: 218 posta (ebből 162 postai működtetésű, 56 mai is vállalkozói működtetésű)

A Partnerekkel történő együttműködés támogatása: informatikai rendszer kerül fejlesztésre, amely segíti a vállalkozó és a Partner munkáját is. Jelenleg a rendszer tesztelés alatt van.

A Hálózati Üzletág 2008. évi kiemelt feladatai

A Hálózati üzletágban az idei évtől megalakult az Értékesítési igazgatóság, támogatva a 2008. évi üzleti célok megvalósulását. A szervezet olyan felelősségi rendszert épített ki, amely lehetővé teszi

- a reakcióképességünk jelentős növelését,
- a döntési folyamatok gyorsítását
- új, a vevőknek jobban megfelelő termékek, termékcsomagok kialakítását,
- a postahálózat szerepének növelését az üzleti célok mentén, a postahelyek, mint értékesítő pontok központi szerepet kapjanak,
- értékesítési tevékenység aktivizálását az értékesítési képességek és az értékesítés támogatás fejlesztésével,
- a lakossági, és üzleti ügyfélszegmensek mellett a kis- és közepes ügyfélszegmens megkülönböztetését és megkülönböztetett kezelését,
- a piac, az ügyfélelemzés, az értékesítési folyamat módszertani alakítása, követése minél közelebb kerüljön az értékesítés tényleges végrehajtási feladataihoz
- a szervezet elsősorban értékesítési támogatást nyújt a postahelyi munkatársaknak, értékesítési folyamatot szervez, és értékesít a kisvállalkozói szegmensben

Az idei év kiemelt üzleti céljai:

- Ügyfélszegmentáció
- Kisvállalkozói termékcsomag kidolgozása
- Belső ügynöki értékesítési rendszer kidolgozása (Mobil sales force)
- Kisvállalkozói ügyfélkártya kiterjesztése
- Kisvállalkozói multicsatornás értékesítési rendszer felépítése, összehangolt működésének kialakítása
- Az Egyéni Fejlesztési Program kiterjesztése valamennyi ügyfélkapcsolatban dolgozó tudásának fejlesztésére
- Tanácsadó munkahelyek ügyfélkezelési módszertanának kialakítása, a módszertan alkalmazása, finomhangolása

Az idei év kiemelt feladatai a felvételi és a kézbesítési területen:

- a posta belső üzleti szempontú kialakítása
 - kiemelt posták nyitott pultossá tétele
 - ügyfélhívó rendszerek alkalmazása
- könnyített felvételi folyamat kialakítása a kis- és középvállalkozások részére, ezzel is csökkentve a várakozási időt és növelve az ügyfelek elégedettségét,
- postahelyi felvételi folyamatok áttekintése, racionalizálási lehetőségek keresése
- postavezetők ellenőrzési tevékenységét támogató, valamint a kezelést segítő IPH megoldások kidolgozása
- pénzügytechnológiai változásokból eredő feladatok:
 - készpénzmenedzselés változása
 - megbízói adatkezelési változások
 - 1, 2 Ft-os érmék kivonása
 - nyugtaadás
- levélgyűjtő szekrények cseréje
- Postai Járásnyilvántartó Rendszer egységes informatikai alapokon történő megvalósítása
- kézbesítés monitoring rendszer kialakítása, működtetése
- szolgáltatásminőség folyamatos javítása:
 - átfutási idők javítása
 - várakozási idők javítása

Elköszöntünk Fábics Miklóstól, a PSZE ügyvezető igazgatójától

Bensőséges találkozóra gyűltek össze a PSZE országos elnökségének a tagjai a közelmúltban, hogy elköszönjünk Fábics Miklóstól, aki több, mint 10 éven át ügyvezetőként aktívan tevékenykedett az Egyesület zavartalan működése érdekében. Személye ez idő alatt szinte hozzá nőtt a szervezet minden rendezvényéhez, azokhoz az eseményekhez és változásokhoz, amelyek a PSZE 15 éves fennállása során végbementek. Jómagam, mint az Egyesület alapító elnöke kértem föl arra, nem vállalná-e el a megüresedett ügyvezető igazgatói poszt betöltését. Örültem amikor igent mondott, s hamarosan aktív hozzáállásával vetette magát a szervezési, s a gazdasági ügyek intézésébe.

A részére rendezett nagyon barátinak, de ünnepélyesnek is mondható ebéddel egybekötött összejövetelen szinte valamennyi elnökségi tag részt vett, s képviseltették magukat a regionális szervezetek is. Hogy hivatalos jellege is legyen az ünnepségnek dr. Horváth Sándor a PSZE elnöke ebből az alkalomból köszöntötte Fábics Miklóst, kiemelve, hogy a vele töltött viszonylag rövid idő alatt nagymértékben segítette az Egyesület átalakításával kapcsolatban felmerülő feladatok megoldását, s mindennapos szakmai fórumon a hitelesség és a megbízhatóság jellemezte munkáját. Munkájának részletes értékelését azonban jómagam, mint az Egyesület volt elnöke, de mint annak jelenlegi tiszteletbeli elnöke tartottam. Nem kívánok ezúttal részletekbe bocsátkozni, hiszen a fenti sorokból már jól látható, hogy a PSZE egyik vezető munkatársa konstruktív résztvevője volt a PSZE egész zavarmentes működésének. A felmerült problémában minden esetben gyorsan és nagy hozzáértéssel reagált, a legkritikusabb időszakokban sem lett úrrá rajta a másoknál esetleg tapasztalt pánikhangulat. Mindig a helyén volt és a legjobb időben. A Posta c. lap főszerkesztőjeként végzett munkája során felejthetetlen érdemeket szerzett. Ezt követően a régiók nevében meleg szavakkal üdvözölte őt. Nagyné Haja Mária, a kelet-magyarországi szervezet elnöke is, aki megköszönte azt a segítséget, amelyet Fábics Miklóstól kaptak még korábban az igazgatóságok szervezetein belül működő szakmai szervezetek, s az új szervezeti felállásban is.

Az üdvözlő szavak elhangzása után egy kicsit meghatottan köszönte meg azt a lehetőséget, hogy hosszú éveken keresztül a PSZE csapatának a tagja lehetett, amelyben munkáját mindig örömmel végezte, s meggyőződése, hogy tevékenysége során ő is eredményesen hozzájárult a Postások Szakmai Egyesületének az eddigi sikereihez.

Munkáját a Magyar Posta Zrt. vezetése is elismerte, és részére a 2008. március 15-ei ünnepség alkalmából vezérigazgatói dicséret kitüntetést adományozta, melyhez a jelenlévők szívből gratuláltak.

Jó egészséget és hosszú életet kívánunk Miklós barátunknak!

Temesváron jártunk

Több mint két éve történt, amikor dr. Oláh László PSZE elnök bukaresti útját követően tájékoztatta a területi PSZE szervezeteket arról, hogy több romániai PSZE csoport jelezte szándékát a magyarokkal történő kapcsolatfelvételre. Akkor sajnálattal tapasztaltuk, hogy a Dél-alföld közeléből egyetlen jelentkező sem akadt.

Folyó évben ismét felmerült a kapcsolatfelvétel a határ mentén élő szakmai egyesületi tagokkal és postásokkal. Szeged város testvértelepülése Temesvár. Természetes, hogy a kapcsolatfelvétel erre a területre irányult.

Dr. Oláh László örökös tiszteletbeli elnöknek köszönhető, hogy a személyes találkozónkat előkészítette, és részben megszervezte.

Október 3-án Szegedről 43 fővel különjáratú busz indult Temesvárra. Az utasok részben PSZE tagok, részben postás nyugdíjasok voltak. Sokan életükben először jártak e határhoz közeli nagyvárosban.

Nagyon kedves fogadtatásban részesültünk. Octavian Breazu operatív igazgató és Sanda Soporian PSZE elnök asszony fogadott bennünket. Megtisztelő volt számunkra, amikor az operatív igazgató tájékoztatóján megjelentek az igazgatóság vezető munkatársai is, Stăicut Ioan Marian és Florin – Titus Popovici igazgató urak.



A temesvári postaigazgatóság vezetői és a PSZE elnök asszony

Megtudtuk, hogy a temesvári postaigazgatóság négy megye szakmai irányítását látja el és 2 millió ember postai kiszolgálásáról gondoskodik. A régmúltból a Bécs-Temesvár távíró-összeköttetés úttörő szerepe került kiemelésre. Ma már a távbeszélő és műsorszórás náluk is a postától elkülönítve működik.

A postaszolgálat területén a klasszikus tevékenységen túl jelentős feladat hárul rájuk a csekkbefizetések felvételében, az on-line utalványszolgálat ellátásában, valamint a címezetlen nyomtatványok kezelésében. A nyugdíjuttalványok kifizetését Romániában a Román Posta végzi.

A postai küldemények feldolgozásában és irányításában Bukarest és Brassó tölt be meghatározó szerepet. Utóbbi kedvező földrajzi fekvése miatt kapott kiemelt jelentőséget.

Romániában 1995-ben szűnt meg a vasúti szállítás és ekkortól tértek át az egész ország területén a közútra.

A piaci versenyhelyzet országukban az elmúlt évek során jelentősen változott. Több területen, így például a csomagoknál jelenleg is több szereplős a piac.

A operatív igazgató tájékoztatását követően Tóth László röviden beszélt a magyar posta történetéről és megemlékezett az UPU megalakulásának 133. évfordulójáról. Kiemelte, hogy Románia, mint alapító tag kezdettől fogva segíti e szervezet munkáját és működését.

Octavian Breazu igazgató úr a kölcsönös tájékoztatás után üzemlátogatásra invitálta a szegedi csoportot. Megtekintettük a szépen berendezett vendégszobákat, majd a jól felszerelt oktatótermet. Tapasztaltuk, hogy a rendelkezésre álló informatikai eszközöket nemcsak a postások veszik igénybe, hanem oktatásokat vállalnak külső partnerek részére is.

Ezt követően Temesvár 1. számú posta felvételi terem megtekintésére került sor. A korszerű, európai színvonalú ügyfélkapcsolat mindenkiben nagy tetszést váltott ki. A hatalmas ügyféltér és a nyílt pultos kiszolgálás bizalmat keltett bennünk.



A temesvári postapalota

A postapalota 1913 óta Temesvár postaszolgálatának fellelője. A 12.000 négyzetméteres területen 227 szoba található. Külön is megemlíteném az a szociális érzékenység, amelyet a látogatásunk során tapasztaltunk. Dicséretes, hogy egy épületen belül található a postás óvoda, a postai szakképzést biztosító létesítmény (igaz ma már ez az oktatási minisztérium kötelekébe tartozik). Itt van elhelyezve az a 110 kézbesítő, akik feladata az egész város területére biztosítani a kézbesítést, valamint ezen épületben található a már említett Temesvár 1. számú posta felvételi részleg és a területi igazgatóság.

Az üzemi látogatás során lehetőségünk volt kérdéseket feltenni vendéglátóinknak. Így megtudtuk, hogy a 320.000 lakosú Temesvár postai ellátásáról különböző pontokon 17 posta gondoskodik.

A „MOL” bevásárlóközpont látogatása során felkeltette érdeklődésünket, a komplexum postája melyet megtekintettünk.



Áruházi posta

Gyorsan elszaladt a Temesváron töltött idő. Sok ismerettel lettünk gazdagabbak és mélyen megemlíteném az az emberség, és az a barátság, amellyel a temesvári igazgatóság vezetői és Sanda Soporian PSZE elnök asszony fogadott és törődött velünk.

2008 tavaszára vendéglátogatóinkat meghívtuk Szegedre. Reméljük, hogy az első lépés megtétele után egy gyümölcsöző jó kapcsolat alakul ki a két „szomszédvár” között.

Nemzetközi postai hírek

2008. első negyedév

Válogatta: dr. Lovászi József

Forrás: www.posta.hu/sajtoszoba

A Cseh Posta gyógyszereket árulna

www.postinsight.com – Postahivatal hálózatának jobb kihasználása érdekében saját gyógyszertárak üzemeltetését tervezi a Cseh Posta. A _eská po_ta vezérigazgatója, Karel Kratina elmondta, hogy a vállalat vény nélkül kapható gyógyszerek árusításába kezdene, és ezeket a többi kereskedelmi és postai termékhez hasonlóan, szabadon meg lehetne vásárolni a hivatalokban. A további tervek között szerepel az is, hogy a gépjárműflotta szabad kapacitását könyvterjesztésre használnák fel.

A Német Posta a gyógyszerpiacon végez tesztek

Weekly Mail & Express News, 2008. március 13. – A Deutsche Post AG a német diszkont gyógyszertárral, az Easy-Apotheke-vel együttműködve tervezi gyógyszerek és gyógykészítmények értékesítését. Az ügyfelek a megrendelő nyomtatványokat a postahivatalokban tölthetik ki, a küldeményeket pedig két napon belül kapják kézhez. Az Easy-Apotheke ügyvezető igazgatója szerint ezzel az együttműködéssel a leggyorsabb gyógyszerkézbesítés válik lehetővé a piacon. A bevezetést megelőző tesztfolyamatok 6 hónapon át tartanak Stuttgart, Hannover és Hildesheim 18 postahivatalában.

A Svájci Posta új partnersége

www.post.ch – A Svájci Postánál még 2006 októberének végén határozták el, hogy 2008 végéig 200 új postaügynökséget hoznak létre „posta a fűszerüzletben” elnevezéssel. Ennek érdekében már 2007-ben partnerségi megállapodást kötött a Svájci Posta a Volg üzletláncal, s most a második stratégiai partnert is kiválasztották. A PAM kiskereskedelmi üzletláncal már alá is írták a keretszerződést, melynek értelmében a falusi kis üzletekben a levél- és csomagtermékhez kapcsolódó legkeresettebb postai szolgáltatásokat lehet igénybe venni, valamint a PostFinance Card segítségével pénzt lehet felvenni, illetve átutalni. A fűszerüzletek nyitvatartási ideje mindenképpen vonzó lehet a vidéki ügyfelek számára.

A Svájci Posta megszünteti a levélszekrények 10%-át

www.tsr.ch – Mostantól számítva 2010-ig a levélszekrények 10%-a tűnik el Svájcban. A levélszekrények megújítása elnevezésű projektnek része az elhelyezésük felülvizsgálata, kicserélése és a legkevésbé kihasználtak leszerelése. A megszüntetésre ítélt levélszekrények pontos számát még nem határozták meg, mivel a helyi közösségek visszajelzését is figyelembe kívánják venni a végleges döntés előtt. A megmaradó levélszekrények helyére modernebb és biztonságosabb modelleket szerelnek majd fel.

Teljes egészében privatizálják a Máltai Postát

www.postinsight.com – A máltai kormány bejelentette, hogy eladja a Málta Postában meglévő 40%-os részesedését, így a szolgáltató teljes egészében privatizált lesz. A postai szolgáltatások privatizálásának befejeztével a Lombard Bank birtokolja majd a legtöbb részvényt. A részvényeket egyenként 0,25 eurocentért lehet megvásárolni, az ajánlat január 18-áig áll nyitva. A Maltapost elnöke, Dr. Joseph Said elmondta, hogy az emberek véleményével ellentétben a posta az egyik leghatékonyabb szolgáltató Európában, és egy 40 országot érintő tanulmányban is a 16. helyen végzett.

Két éve liberalizálták az Egyesült Királyság postai piacát

Weekly Mail & Express News, 2008. január 03. – A Postcomm megbízásából 2007-ben készített tanulmány szerint a brit postai piac liberalizációjából adódó előnyöket két év után már nem csak a nagyfeladók, hanem egyre nagyobb mértékben a kisebb vállalkozások is ki tudják használni. Ezen kívül a postai szolgáltatóknak fontos feladatot jelent, hogy a digitális korszak által támasztott kihívásoknak állandó jelleggel meg tudjanak felelni. A kutatási eredményekből az is kiderül, hogy bár a Royal Mail maradt a domináns szolgáltató, 5 kis és közepes vállalkozásból 1, a nagyobb vállalkozásoknak pedig egyharmada vesz igénybe egynél több postai szolgáltatót. A Postcomm éves Versenypiaci Tanulmánya arról számol be, hogy a levélküldemények száma 2%-kal csökkent az elmúlt évben, ezzel szemben a DM szolgáltatások igénybevétele növekvő tendenciát mutat, elsősorban az építőiparban, jótékonysági és egészségügyi intézményeknél. Bevételi eredmények szempontjából sikeres kezdeményezésnek bizonyult az ún. „közvetlen” szolgáltatók megjelenése, akik maguk gyűjtik be és dolgozzák fel a küldeményeket, amelyeket aztán a Royal Mail kézbesít.

A Royal Mail újra ügyfelet veszett a TNT-vel szemben

Weekly Mail & Express News, 2008. január 03. – Újabb nagy ügyfél, az angliai Preston városának tanácsa választotta a Royal Mail helyett a TNT-t. A tanács jóváhagy-

ta azt a tervet, amely szerint valamennyi küldeményüket a TNT kezelné, ám a „Downstream Access” nevet viselő megállapodás értelmében azt a Royal Mail juttatná el a címzettekhez. A „Downstream Access” keretein belül a versenytársak dolgozhatják fel és kezelhetik a küldeményeket, ám azt az Angol Posta kézbesíti. A Royal Mail panaszt tett a Postcommnál, mert véleménye szerint ezzel az eljárással a riválisok üzletet halászhatnak el a nemzeti szolgáltatótól, a munka nehezebb része azonban rájuk marad.

Az Olasz Posta legújabb tervei

www.bvdp.de – 2007-ben az Olasz Posta belépett a mobiltelefon üzletbe. Massimo Sarmi, a Poste Italiane vezérigazgatója azon a véleményen van, hogy a PosteMobile, mint új virtuális mobilszolgáltató, három év alatt 2 millió új ügyfelet és 500 millió euró bevételt hozhat a cégnek. Az Olasz Posta arra törekszik, hogy amennyire lehet, kiépítse elektronikus szolgáltatási platformját. A fent említett legfiatalabb projektjével, a mobiltelefonnal a minimál összegek fizetésének módját is gyökeresen meg kívánják változtatni. Az Olasz Posta a feltölthető Prepaid-kártyáknak legnagyobb forgalmazója. Például a szülők ily módon utalják gyermekeiknek zsebpénzüket, ez a kártya az első számú fizetőeszköz az Ebay-nél is Olaszországban, stb. Az elképzelések szerint a mobiltelefon Sim kártyáját össze fogják kapcsolni a postabank egy számlaszámával vagy egy Prepaid kártyával, s utána már akár egy kávét is gyorsan kifizethetünk postai mobiltelefonunk segítségével.

A Francia Posta innovációja

www.laposte.fr – A Francia Posta „ColiPoste” ágazata, ami a lakossági csomagok 48 órán belüli kézbesítésével foglalkozik, új online bérmentesítési lehetőséget ajánl ügyfeleinek. 2008. január 10-től a magánügyfeleknek lehetősége nyílik arra, hogy csomagjaikat Interneten keresztül, a www.colissimo.fr illetve a www.laposte.fr honlapokon bérmentesítsék. Elegendő néhány kattintás és az ügyfél elkészítheti a csomagszállító levelet, melyen feltünteti a csomag súlyát, a rendeltetési helyét és a küldés módját, mielőtt kifizetné a bankkártyájával a szállítás díját. Ezután mindent kinyomtat egy A4-es lapra, melynek egy része a csomagra kerül, másik részét pedig a felvevő lebélyegzi. Amint a csomagot a feladásra kellőképpen előkészítették, akkor már gyorsabban megy a feladás a postahivatalban vagy a direkt erre a célra létrehozott gyorsított eljárásra specializált felvevőablakoknál. Az új szolgáltatás egyelőre csak belföldi és ajánlott küldeményekhez vehető igénybe.

Öt éven belül átalakulhat a Lengyel Posta

www.postinsight.com – Állami vállalatból az Államkincstár tulajdonában lévő részvénytársasággá alakulhat a Lengyel Posta, amely a jövőbeni privatizáció lehetőségét is fel-

vetethi. A lengyel infrastruktúra miniszter-helyettes véleménye szerint a Lengyel Posta megérett a privatizációra és arra, hogy tevékenységét üzleti alapokra helyezték. Ezen kívül azt is hangsúlyozta, hogy mindent el fog követni annak érdekében, hogy a postai szolgáltató egy dinamikus vállalattá váljon és az új törvény 2008 közepéig bevezetésre kerüljön. A tervek szerint a részvények nagyobb része az állam tulajdonában marad, fenntartva ezzel a vállalat ellenőrzésének jogát, míg a másik részét tőzsdére bocsátják, ám a miniszter-helyettes szerint ez 2010 előtt nem várható.

Újabb magán postai szolgáltató használhatja a Spanyol Posta hálózatát

www.postinsight.com – Hálózat hozzáférési megállapodást írt alá a Spanyol Posta a madridi székhelyű magán postai szolgáltatóval, a Norcorreo S.L.-l. A Correos tavaly írta alá első ilyen jellegű szerződését a Cartes Lleida-val (Nemzetközi Hírlevél, 2007. augusztus 10.), és az állami szolgáltató szerint más magán vállalattal is előre haladott állapotban vannak a tárgyalási folyamatok. A hozzáférési megállapodás több olyan követelményt tartalmaz, amelyet a Norcorreo-nak teljesítenie szükséges ahhoz, hogy használhassa a Spanyol Posta hálózatát. Ezek pl. a jogi átláthatóság, a szabályozások tárgyilagossága és diszkrimináció-mentesség. A spanyol postai szolgáltató hálózatához való hozzáférést egy 2006 novemberében jóváhagyott törvény szabályozza.

Csökkenti a vidéki kézbesítések számát a Correos

www.postinsight.com – A spanyol kormány engedélyezte a Spanyol Posta tervét, amely szerint a fűtaktól több mint 250 méterre lévő háztartásokba nem kell kézbesítenie. Az alacsony népsűrűségű, vagy elszigetelt vidéki régiók közül legfőképpen Galícia tartomány bizonyos területei azok, amelyekbe a Correos ezentúl nem kézbesít sem leveleket, sem csomagokat. A spanyol postai szolgáltató javaslata szerint az érintett részekben a lakosok ún. közösségi levélszekrényekből hozhatnák el küldeményeiket. Ezek elhelyezésének körülményeit egy a helyi, vagy szomszédos település városházával kötött szerződésben rögzítenék. A szakszervezetek nem örülnek a döntésnek, hiszen Spanyolország-szerte kb. 445.000 embert érintene a postai szolgáltatások csökkentése.

Kenya helyett Svájcban rendezik az UPU-kongresszust

Az Egyetemes Postaegyesület Igazgatási Tanácsa (CA) – amelynek Magyarország is tagja – Bernben megtartott ülésén döntött arról, hogy a 24. UPU kongresszus helyszínét, amely az eredeti tervek szerint a kenyai Nairobi lett volna, módosítják az országban megváltozott biztonsági helyzet miatt. A következő UPU kongresszust új helyszínen, a svájci Genfben rendezik meg, várhatóan az eredetitől eltérő időpontban, 2008. július 20. és augusztus 13. között. A kongresszus szervezését az UPU Nemzetközi Irodája a

svájci kormánnyal együtt végzi. Az Igazgatási Tanács döntésének részét képezi az is, hogy a 24. UPU kongresszus elnökségét változatlanul Kenya látja el, valamint az UPU alapokmányának megfelelően a két kongresszus közötti időszakban a CA elnöki posztját is Kenya tölti majd be, ugyancsak az eredeti terveknek megfelelően.

A Belga Posta új szolgáltatása

www.post.be – A Belga Posta ismét szociális érzékenységét bizonyítja új szolgáltatásának bevezetésével, melynek az a lényege, hogy a mozgáskorlátozott ügyfeleket személyesen keresi föl a posta munkatársa, így lakásukon vehetik igénybe a legalapvetőbb postai szolgáltatásokat. Az otthonukhoz kötött ügyfeleknek nincs más dolguk, mint a kézbesítőnek jelezni, hogy látogassa meg őket. Ez úgy történik, hogy a levélszekrényre, vagy a lakás ablakába kiragasztanak egy „SVP Facteur” („Legyen szíves kézbesítő”) feliratot, és a kézbesítő ebből a jelzésből tudni fogja, hogy szükség van rá. Ily módon a mozgáskorlátozott személy bélyeget vásárolhat, közönséges és ajánlott küldeményt adhat fel és 300 euróig átutalást kezdeményezhet.

Közös vállalatot hozott létre a Norvég és a Finn Posta

www.postcom.org – Itella Information AS néven hozta létre közös vállalatát az Itella (Finn Posta) és a Norvég Posta. A Finn Posta 51%-ban, a Posten Norge 49%-ban részesedik az információlogisztika területén tevékenykedő vállalkozásból. Közös célkitűzés, hogy az Itella Information AS vezető szerepet kapjon a norvég információlogisztika piacán, pl. a digitális nyomtatásban, a dokumentumkezelésben, az elektronikus továbbításban és archiválásban. A Norvég Posta az új vállalatba kívánja áthelyezni a teljes információlogisztikai szegmensét, ez pedig 25 millió eurós bevételt jelent már az Itella Information AS működésének kezdetétől.

Nyilvánosak a Post Office Londonnal kapcsolatos tervei

Weekly Mail & Express News, 2008. február 21. – Hat hetes időtartamra hirdetett nyilvános helyi konzultációt a Post Office a Londonra vonatkozó ún. Area Plan elképzelésével kapcsolatban. Az Area Plan-ben foglalt javaslat szerint a jövőben egy 681 postahelyből álló hálózat nyújtaná a Post Office szolgáltatásait, ez pedig 169 postahely bezárását jelentené. A most nyilvánosságra hozott Post Office indítvány támogatja a kormány által korábban megfogalmazott nemzeti hozzáférhetőség kritériumait. Ennek megfelelően a 7 millió londoni 89,4%-a észre sem venné a változást, a maradék 10,6% pedig egy mérföldön belül hozzáférhetne egy alternatív megoldáshoz, sőt ebből 5,9% fél mérföldön belül vehetne igénybe a postai szolgáltatásokat. A Post Office terveinek véglegesítése előtt egyeztetéseket folytatott a Postwatch-csal (független fogyasztók ér-

dekképviselő) és a helyi hatóságokkal egyaránt. Figyelembe vették a földrajzi tényezőket, a helyi közlekedési lehetőségeket, az alapszolgáltatásokhoz való alternatív hozzáférési megoldásokat és demográfiai adatokat.

A legnagyobb szakszervezet is késleltetné a holland postai piac megnyitását

Weekly Mail & Express News, 2008. február 28. – Hollandia legnagyobb szakszervezete, az FNV Bondgenoten véleménye szerint akkor lehet a holland postai piacot teljes mértékben a verseny előtt megnyitni, ha már a szektor valamennyi munkavállalója megfelelő munkaszerződéssel rendelkezik és megkapja a minimálbért. A Selekt Mail és a Sandd dolgozói pl. csupán a minimálbér 40%-át keresik, és heti két-három napot dolgoznak. Ezen kívül a két említett szolgáltató nem köt munkaszerződést dolgozóival, akik fizetésüket a kézbesített küldemények darabszáma után kapják. Amint arról tavaly december 14-i hírlevelünkben beszámoltunk, a holland kormány elhalasztotta a 2008. január 1-jére tervezett teljes piacnyitást. A döntés legfőbb oka a német kormány kézbesítők minimálbérére vonatkozó határozata volt, amely jelentős akadályokat gördít a versenytársak, így a TNT elé is. A németországi változásoktól és a holland munkatárgyalásoktól függően a kormány a július 1-jei teljes piacnyitás lehetőségét helyezte kilátásba.

Döntés született Svájcban a liberalizációról

CEP News, 2008/10 – A magán postai szolgáltatók számára kedvező döntést hozott a svájci kormány, ugyanis Svájcban a tervezettnél előbb nyílik meg a postai piac. Az eredeti elképzelések szerint 2011 előtt nem csökkentették volna a monopóliumi határt 50 grammra, ám a legutóbbi határozat értelmében ez 2009. április 1-jétől mégis bekövetkezik. A teljes piacnyitás időpontjának 2012-t jelölték meg. A jogszabálytervezet szerint a teljes piacnyitást követő 5 évben az alap postai szolgáltatásokat a posta nyújtaná. Ezt követően az egyetemes postai szolgáltatás nyújtására pályázni lehetne. Az új, postai szolgáltatásokra vonatkozó törvény értelmében pedig létrehoznának egy független kormányhatóságot, a Postai Szolgáltatások Bizottságát. A minisztérium külön kihangsúlyozta, hogy elsősorban egyenlő versenyfeltételek kialakítása a cél, például a postai szolgáltatások ÁFA-szabályozása tekintetében. A Svájci Posta jelenleg a 100 gramm alatti szolgáltatásokra a törvények értelmében nem számít fel ÁFÁ-t, amely révén versenyelőnyben van jelenleg is. A fenntartott szolgáltatási kör teljes eltörlése után megszűnne a Svájci Posta szolgáltatásainak ÁFA-mentessége. A posta az alapszolgáltatások minőségének kockázatát látja a liberalizáció időpontjának előre hozásában, továbbá nem ért egyet a minisztérium azon döntésével, amelyben megtiltja a PostFinance tevékenység kibővítését. Véleményük szerint, mivel a posta nem kapott banki jogosultságokat és ezért nem kínálhat sem jelzálog, sem kölcsön szolgáltatásokat, a svájci gazdaság sérülhet.

Csomagfeladás benzinkútnál Szlovéniában

www.postcom.org – Együttműködési megállapodást írt alá Szlovén Posta a Petrol szlovén energiaszolgáltatóval. Az ún. Petrol Package projekt értelmében a jövőben a Posta Slovenije ügyfeleinek lehetősége lesz arra, hogy csomagjaikat benzinkutakon adják fel, vagy vegyék át. A küldemények négy különféle méretére terjed ki a szerződés, és azokat a postai nyitva tartási időn kívül is át lehet venni. A májusban záruló tárgyalási folyamatokat követően a projekt valamennyi üzemanyagtöltő állomásra kiterjedhet. A tervek szerint a későbbiekben más postai termékek értékesítésére is sor kerülhet a benzinkutakon.

A Francia Posta ablakos munkahelyeinek modernizálása

www.rtl.fr – A francia La Poste nyilvánosságra hozta 2008-2012-es stratégiai programját, mely „Teljesítmény és bizalom” névre hallgat. Három fő célkitűzés került előtérbe annak érdekében, hogy csökkentsék a sorban állást és a várakozási időt a postákon. Az egyik ilyen intézkedési terv, hogy ha a címzett nincs otthon, akkor a kézbesítő másnap újra kiviszi a csomagot, illetve az ajánlott küldeményt, amennyiben az ügyfél felhív egy adott telefonszámot. Ezzel az a cél, hogy a postákon csökkenjen az őrzendő tárgyak mennyisége és az ebből származó ügyfélszám növekedés. A tervek között szerepel postapontok nyitása kereskedelmi egységekben, melynek szintén az lenne a célja, hogy a túlterhelt postahivatalok helyzetén könnyítsenek. Az elképzelések között szerepel az is, hogy csúcsgazdálkodási időben minden ablakot kinyissanak, s ilyenkor a back-office munkatársak időszakosan front-office tevékenységet látnának el.

Egyesül a Svéd és a Dán Posta

www.postinsight.com – Szándéknyilatkozatot írt alá a Svéd (Posten) és a Dán Posta (Post Danmark) egyesüléséről a svéd vállalkozási, energetikai és kommunikációs minisztérium, a dán közlekedési minisztérium és a CVC Capital Partners (CVC). A társulás célja, hogy a jobb versenyképességgel rendelkező közös vállalatnak köszönhetően meg tudjanak felelni a növekvő piaci kihívásoknak. A várhatóan 2008 végéig létrejövő közös vállalat a svéd és a dán állam, valamint a CVC tulajdonában lesz. Az anyavállalat svéd lesz, a vezérigazgatóság székhelye Stockholmban kap helyet. A svéd állam és a Svéd Posta alkalmazottai a részvények 60%-át, míg a dán állam és a Dán Posta munkavállalói a részvények 40%-át birtokolják majd. A szavazati jogokat tekintve a svéd állam ugyanannyival rendelkezik, mint a dán állam és a CVC együtt. Az új vállalaton belül speciális üzletágak kialakítását tervezik. A hagyományos postai tevékenységet minden állam saját hatáskörében, saját szabályozásának megfelelően látja el a jelenleg is használt márkanevek alatt. A logisztikai üzleti tevékenységet egy közösen létrehozott üzletág saját brand

alatt végzi, míg az információs logisztikai és grafikai tevékenység Strafors néven jelenik meg a közös vállalat portfóliójában.

A Német Posta eladja ingatlanjainak egy részét

www.dpwn.de – A Német Posta 1 milliárd euró értékben eladja ingatlanjainak egy részét a Lone Star amerikai befektető cégnek. Az ingatlaneladás része a tavaly novemberben bemutatott Roadmap to Value tőkepiaci programnak. Az eladás kb. 1 300 ingatlant érint túlnyomórészt Németország területén. A Német Posta az ingatlanok egy részét egy bérleti szerződés keretében visszabéri. Az ingatlanok vételárának kifizetése több lépésben történik, de a nagy része 2008 végéig realizálódik. Az ingatlanértékesítés nem érinti a Deutsche Post ügyfelei és a munkatársai felé vállalt kötelezettségét.

A Francia Posta és az eBay partneri szerződése

www.laposte.fr – A La Poste és az eBay partneri szerződést írtak alá annak érdekében, hogy az eBay felhasználói mostantól egyszerűbben bérmentesíthessék csomagjaikat. Az online bérmentesítési mód 10000 eBay.fr tag igényeit elégíti ki oly módon, hogy praktikusabban, időtakarékosabban és megbízhatóbban intézhetik tranzakcióikat. Az eBay.fr felhasználónak nem kell mást tennie, mint néhány kattintással elkészíteni a szállítólevelet, melyen fel kell tüntetni a küldemény súlyát, rendeltetési helyét, a küldés módját (egyszerű vagy biztosított ajánlott) mielőtt kifizetnék a PayPal segítségével, mely az eBay.fr –on a legkedveltebb fizetési mód. Ezután ki kell nyomtatni a szállítólevelet egy egyszerű A4-es lapra, melynek egyik felét rá kell ragasztani a csomagra, a másik felét pedig a felvevő a posta számos gyors ablakánál, ahol az egyszerűsített csomagfelvétel intézhető, lebélyegzi a felvevő munkatárs. Az online szolgáltatás ingyenes, s a csomag feladása nem kerül többbe, mint egy, a postahivatalban klasszikus módon feladott csomag.

Tanulmányt készített a Royal Mail az online vásárlásokról

Weekly Mail & Express News, 2008. március 6. – Egy, a Royal Mail által készített tanulmány szerint két dolog nagyon fontos ahhoz, hogy az ügyfelek szívesen vásároljanak az interneten. Az egyik a kézbesítés költségeire vonatkozó pontos információ, a másik a küldemény útjának nyomon követhetősége. Tízből 8-an még a megrendelés elküldése előtt szeretnének pontos tájékoztatást kapni a kézbesítésről, 77%-uk pedig naprakész információkat vár a megrendelt áru útjáról. A kedvezőtlen szállítási költségek miatt 10-ből több mint négyen fejezik be a tranzakciót még a megrendelés véglegesítése előtt. A kézbesítésben szerzett tapasztalat és gyakorlat csak máso-

dik az árfekvés után, amely meghatározó az online vásárlás során. A vásárlók 94%-a hajlandó újra ugyanattól az internetes szolgáltatótól vásárolni, amennyiben elégedett volt küldeményének kézbesítésével.

