PostaNyugdíj Program

Élethelyzethez igazodó nyugdíj-előtakarékosság

Velünk jó lesz nyugdíjasnak lenni!

- Rugalmasan módosítható díjfizetéssel*
- Díjátvállalás munkanélkülivé válás esetére kiegészítő biztosítás választható
- 10 év felett kamatadó mentes a mindenkori adójogszabályok szerint

* A szerződési feltételekben foglaltak szerint.

További részletek a szórólapon és a postai munkatársaknál • Ügyfélszolgálat: 06 40 200 480 • www.postabiztosito.hu

Az elérhető gondoskodás

Posta Biztosító

szakmai folyóirat

Posta

XIII. évfolyam

1.

szám

2011. március

Kiadja a Magyar Posta Zrt. és a Postások Szakmai Egyesülete

Posta

POSTÁSOK SZAKMAI EGYESÜLETE PSZE 40

A TARTALOMBÓL

- A Magyar Posta stratégiai keretrendszere, a megújulás programja
- Aktív értékesítést támogató környezet kialakítása a postahelyeken
- Eredményesen zárult a PostaAutóŐr kötelező biztosítási kampány
- A JNT Logisztikai és Biztonsági leányvállalat múltjának, jelenének és jövőbeli kilátásainak áttekintése
- A POSTAAUTÓ DUNA ZRT., mint a Postacsoport járművekkel kapcsolatos igényeinek szolgáltatója

Ajánlja fel Ön is
személyi jövedelemadója 1%-át!

POSTÁSOK SZAKMAI EGYESÜLETE

Kérjük, hogy személyi
jövedelemadójának
1%-ával támogassa Ön is a

PSZE

POSTÁSOK SZAKMAI EGYESÜLETE

működését!

Adószám: **18006647-1-41**

Szerviz

- Gépkocsi és motor-kerékpár javítás
- Műszaki vizsgáztatás
- Karambolos javítás
- Biztosítási ügyintézés

Alkatrész

- Személy-, teherautó és motorkerékpár alkatrészek gyári és után gyártott minőségben
- Kenőanyagok, gumiabroncsok és akkumulátorok forgalmazása

Kárfelvétel

- Kárfelvételi szakértői tevékenység
- Kárügyintézés
- Értékbecslés
- Roncsversenyeztetés

Műszaki vizsga

- Műszaki vizsgára felkészítés,
- Vizsgáztatás

Eredetiség vizsgálat

- Gyors kiszolgálással,
- Azonnal

Az önhöz legközelebb eső telephelyünk szolgáltatásairól tájékozódjon:
www.postaauto.com

A Postaautó Duna szolgáltatás igénybevételének jutalma maga a biztonság, az elindulás és a megérkezés nyugalma.

- **10% Postás kedvezmény a munkadíjból!**
- **5-10% Postás kedvezmény az alkatrészek árából!**

Az akció időtartalma 2011.03.01. - 2011.06.30.

Posta

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

XIII. ÉVFOLYAM 1. SZÁM
2011. MÁRCIUS

Kiadja: a Magyar Posta Zrt.
Felelős kiadó: Schmidt Pál vezérigazgató

A szerkesztőbizottság
elnöke: Dr. Oláh László
társelnöke: Varga Dezső
tagjai: Czakó T. Gáspár, Dömötörné Dr. Ács Katalin, Dvorák Ede, Fuchs Rita, Dr. Horváth Sándor, Dr. Lovászi József, Molnár Marianna, Molnár Sándor, Németh Emil, Novákné Halász Anna, Pandurics Anett, Vajta Zoltán, Vargáné Bótos Anna

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) 288-1652
levelezési címe: 1540 Budapest
e-mail címe: psze@posta.hu

Nyomdai előkészítés és nyomtatás: BESzK Nyomdaüzem
Felelős vezető: Mészáros Tamás

Terjeszti a Magyar Posta Zrt. Megjelenik negyedévente.

ISSN 1419-6239

Közlési feltételek:

A cikkeket e-mailen, illetve CD vagy DVD lemezen kérjük. Kéziratot csak kivételes esetben fogadunk el. Másodközlést nem vállalunk. Kéziratokat, rajzokat, fotókat nem őrzünk meg, és nem küldünk vissza.

E SZÁMUNK SZERZŐI

Czakó T. Gáspár	gazdasági igazgató	JNT Logisztikai és Biztonsági Kft.
Garai Gábor	hálózatmenedzsment irányítási munkatárs	Magyar Posta Zrt.
Egervári László	ügyvezető igazgató	Hírközlési Múzeumi Alapítvány
Jakab László	muzeológus	Postamúzeum
Kocsisné Papp Pálfi Ágnes	főosztályvezető-helyettes	MP Zrt. Hálózatirányítási főosztály
Kómár Bálint	értékesítés-támogatási munkatárs	Magyar Posta Zrt.
Makkai-Várkonyi Ildikó	igazgató	Postamúzeum
Szabó Andrea	marketing munkatárs	Magyar Posta Biztosító Zrt.
Szabó Jenő	muzeológus	Bélyegmúzeum
Szakmáry Ákos	programiroda-vezető	MP Zrt. Stratégiai Programiroda
Török Balázs	osztályvezető	MP Zrt. Hálózatszervezési és módszertani osztály
Vajta Zoltán	vezérigazgató	PostaAutó Duna Zrt.

TARTALOM

SZAKMÁRY ÁKOS: A Magyar Posta stratégiai keretrendszere, a megújulás programja . . . 3

KOCSISNÉ PAPP PÁLFI ÁGNES – TÖRÖK BALÁZS – GARAI GÁBOR – KÓMÁR BÁLINT: Aktív értékesítést támogató környezet kialakítása a postahelyeken . . . 21

SZABÓ ANDREA: Eredményesen zárult a PostaAutóŐr kötelező biztosítási kampány . . . 28

CZAKÓ GÁSPÁR: A JNT Logisztikai és Biztonsági leányvállalat múltjának, jelenének és jövőbeli kilátásainak áttekintése . . . 33

VAJTA ZOLTÁN: A POSTAAUTÓ DUNA ZRT., mint a Postacoport járművekkel kapcsolatos igényeinek szolgáltatója . . . 40

A Postások Szakmai Egyesülete életéből

EGERVÁRI LÁSZLÓ: Hagyományőrzés és hagyományteremtés a Postán és a Postamúzeumban . . . 50

JAKAB LÁSZLÓ – MAKKAI-VÁRKONYI ILDIKÓ: 160 éves a Budapesti Távíró . . . 55

SZABÓ JENŐ: Akik életükben magyar bélyegre kerültek . . . 61

MAKKAI-VÁRKONYI ILDIKÓ: A Múltidéző 2. című postatörténeti tanulmány-kötet bemutatása . . . 66

Nemzetközi postai hírek . . . 72

A cikkek angol nyelvű összefoglalója (Article summary) . . . 86

Címlap-fotó: nyitott pultos munkahelyek – Budapest 5. posta
Fotó: **Fazekas-Tarsoly Mihály**

A Magyar Posta stratégiai keretrendszere, a megújulás programja

A Posta helye, és szerepe a nemzet életében, a fejlődés útjának kijelölése a változás és az összefogás jegyében.

1. A Posta jövőképe

A Magyar Posta fejlődését, működését, szolgáltató tevékenységét, korszerű elveken alapuló, a hagyományokat szem előtt tartó hatékony és az ügyfelek igényeit a középpontba állító működésnek kell jellemeznie. Ez jobb minőségű szolgáltatásokat jelent, a rendelkezésre álló erőforrások ésszerűbb felhasználásával. Példája és kisugárzása folytán a korszerűen működő Posta a társadalom fejlődésének húzóerejévé válhat, és a változások kiteljesítésének ígéretét hordozza magában.

A Magyar Posta stratégiája rövid- és középtávon a következő fő értékek megvalósulását kívánja szolgálni:

- A postai szolgáltatások fejlesztésével jobbá és hosszabb távon olcsóbbá tenni a postai közszolgáltatást.
- A postai szolgáltatások egyetemességének fenntartásával, mindenki számára elérhető, ügyfélközpontú közszolgáltatásokhoz való könnyebb hozzáférés biztosításával olyan környezet alakítható ki, amelyben a közösségek továbbélési lehetőségei javulnak.
- A Magyar Posta fejlődési pályára állítása, amely megteremti a XXI. századi technológiai fejlődés okozta társadalmi változások és a postai hagyományos szolgáltatási kultúra harmóniáját, azzal a céllal, hogy a posta és ügyfeleinek kapcsolata az állampolgári és vállalkozói új igényeket kielégítő alapokra helyeződik.
- A versenyképesség kialakításával felkészülhet a posta, a közelgő piacnyitást jelentő EU kötelezvény betartására, sőt a régiójában vezető szerepet játszhat.
- A munkahelyteremtés, feladva azt az elvet, hogy a hatékonyság kizárólag a munkahelyek csökkentésével oldható meg.
- Új szolgáltatási platformok integrálása: A posta képes olyan széles körű személyre szabható lakossági, hivatali, üzleti szolgáltatások kialakítására, állami közszolgáltatási feladatok átvállalására, amelyek kihasználják kiépített kapacitásait.
- Az információs és kommunikációs technológia (továbbiakban: IKT) modern eszközeinek alkalmazása, használata és elterjesztése, ezáltal képes támogatni a tu-

dástársadalom kiépítésének folyamatát, fejlődését, a társadalmi-gazdasági versenyképesség fokozását.

A meghatározó elemek egymást feltételezik, egymást erősítik. A stratégia szemléletében azonosul az európai elvárásokkal-, tendenciákkal, de a hazai kiindulási feltételekre épít és megvalósítása során alkalmazni kívánja a hazai tudományos, szakmai és szervezési eredményeket.

2. Kiindulópontok, jövőbeni állapot

A Magyar Postának a XXI. század postájaként – a jelenlegi versenytársaink működési körén túl – szembe kell nézni és fel kell készülni a közelgő liberalizációra, annak üzleti és társadalmi hatásainak kivédésére. Mindeközben az állami vagyon megőrzése, a nemzeti-, közösségi és közösségformáló Posta jellegének és aktív szerepének erősítése a cél.

Ennek hiányában a folyamatos erózió, leépülés, szétforgácsolódás következik be 2013-ig. Ettől az időponttól viszont szembe kell nézni egy robbanásszerű változással. Amennyiben nem kerül sor a vállalat megerősítésére, úgy a Posta elveszti fontos piacait, és csak azok a területek maradnak meg postai ellátásban, ahol a költségek alakulása miatt „nem akar a verseny" kialakulni.

A megerősített Posta a társadalmi változások folyamatos követésével képessé válik, hogy hosszútávon biztonságos szolgáltatási hidat biztosítson a lakosság-, a vállalkozások és az állam között. Ennek a képességnek a birtokában korszerűbb lakossági-, hivatali-, üzleti, vagy társadalmi jellegű szolgáltatások nyújtásával a fejlődés stratégiáját vállalja fel. Így a Társaság olyan információ-, érték-, csomag- és szolgáltatás-közvetítő társadalmi szolgáltatóvá válik, mely megőrzi piacvezető pozícióját a jelenlegi alaptevékenységek körében, újrafogalmazza és újrapozícionálja a postai szolgáltatásokat, az új szolgáltatási szegmensekben piacvezető pozíciót ér el. Piaci körülmények között is gazdaságos, önfenntartó működését megnövelt társadalmi szerepvállalással kombinálja, ezzel a lakossági bizalmat erősíti, nemzetközi szerepvállalása során pedig nemzetközi mintaértékű működést valósít meg.

2.1 Stratégiai fókuszok

A fentiekből következően a stratégiai a következőkre koncentrál:

- Proaktív közreműködés a szabályozói környezet kialakításában
- A hazai piac megtartása, a postahálózat védelme
- Részvétel a közigazgatási reform feladataiban
- Infokommunikációs rendszerek széleskörű használata
- Valódi partnerségen alapuló stratégiai szövetségek megkötése a hálózati szolgáltatásfelhordás érdekében
- Részleteiben is kimunkált felkészülési program-rendszer végrehajtása, az innovatív szolgáltató vállalatok által kidolgozott üzleti, technológiai, irányítási modellek használata
- Regionális szerepvállalás.

2.2 Elvárások, kihívások, hajtóerők

1. ábra: A Magyar Posta előtt álló kihívások

A liberalizáció során három kockázati tényező merül fel az egyetemes szolgáltatási kötelezettséggel kapcsolatban: a levélvolumen csökkenése, az eddigi inkumbens, azaz piacvezető szolgáltató piaci részesedés csökkenése, valamint az ügyfelek igénye az olcsóbb szolgáltatás iránt nő.

A Magyar Posta a 2000-es évek elején elindított modernizációja óta nyereséges vállalat lett, bevételei meghaladják a 190 milliárd forintot, nyeresége az 5 milliárdot. Ennek ellenére a Posta, a világ postáihoz hasonlóan, igen nehéz helyzetben van, egyrészt a világgazdasági válság, másrészt és legfőképp az internet és a modern technológiák térhódítása okozta jelentős piacvesztés miatt.

Ezt a helyzetet tovább fokozza az Európai Unió által 2013-tól kötelező jelleggel előírt liberalizációs, piacnyitási kötelezettsége.

Az alternatív kommunikációs eszközök terjedése, és a fiatalabb generációk megváltozott fogyasztói szokásai ugyancsak nem teremtenek biztos pozíciót a Posta hagyományos szolgáltatásai számára.

A Postának mindezekre a kihívásokra választ kell adnia stratégiájában.

3. A Magyar Posta jelenlegi tevékenységeinek értékelése

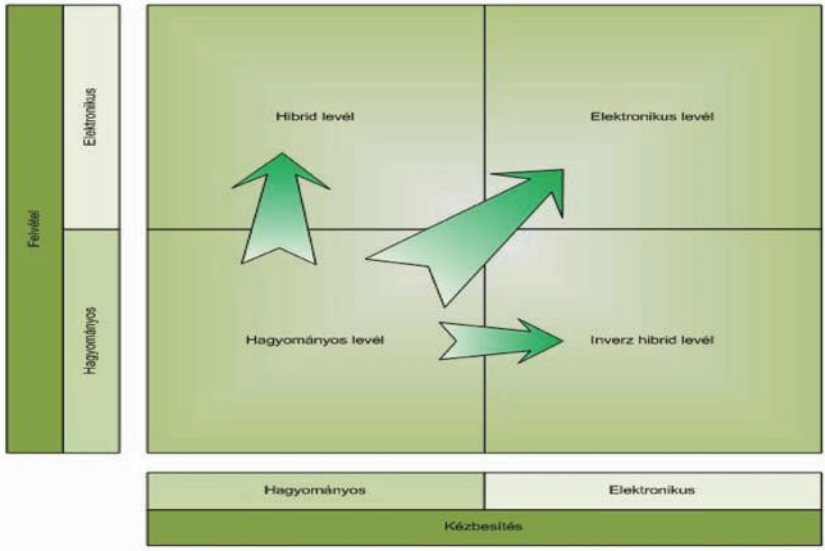
3.1 Levélpostai szolgáltatások értékelése

Ha a Magyar Posta piaci részesedését kifejezetten a fizikai levél küldemények körében értelmezzük, akkor a Társaság piaci részesedése meghaladja a 90%-ot. A hivatalos iratot jelenleg csak a posta kézbesíti, és a levél különszolgáltatások körében is 95% fölötti a Társaság piaci részesedése. Közönséges levél küldemények tekintetében ez az ér-

ték alacsonyabb, 90%-95% köze esik, az 50g alattiak tekintetében monopolhelyzetben van, a címezetlen küldemények piacán pedig a Társaság piaci részaránya 25% körül mozog. Az üzenetküldő piacnak az e-mail és a hibrid levél kb. 30%-át, a postai levélküldemények kb. 20%-át, a fax 3%-át és a telefon kb. 47%-át adja.

A 2008 végén kirobbant gazdasági válság hosszú távú piaci hatásai nehezen becsülhetőek. Várhatóan a válság után a fizikai levelek volumenének csökkenése megáll, de az európai postai szolgáltatók egyetértenek abban, hogy a levélforgalom 5-10 éven belül hanyatlásnak indul. A Magyar Posta jelentős kihívásokkal szembesül, hiszen a liberalizációval megszűnnek a fenntartott, eddig csak a posta által nyújtható szolgáltatások. A teljes piacnyitás során megjelenő versenytársak várhatóan a Magyar Posta nagy ügyfeleire összpontosítanak. Az ügyfelek folyamatosan törekednek a költség-racionalizálásra, alternatív megoldásokat keresnek, visszatérnek saját terjesztésre. Az elektronikus helyettesítő termékek elterjedése felgyorsul.

Az elmúlt időszakban a nemzetközi és a hazai helyzetet tekintve tehát egyértelműen tapasztalható, hogy a hagyományos levelek – melynek fő jellemzője, hogy felvétele és kézbesítése is hagyományos módon történik – volumene csökken, de emellett jelentős piaci növekedést mutatnak azok a levéltípusok, melyek felvétele, és/vagy kézbesítése elektronikusan történik.



2. ábra: A levelezési formák átrendeződésének szemléltetése

3.2 Logisztikai szolgáltatások értékelése

A Magyar Posta hagyományosan meghatározó szereplője a hazai CEP piacnak, ezen belül elsősorban a csomag, másodsorban a gyorsposta szegmensnek. A logisztikai bevételek közel 100%-a származik a CEP piacról. Az elmúlt években a Társaság arra fordította erőforrásait, hogy képes legyen a CEP piaci ügyfelek igényeit a legmagasabb mi-

nőségben kielégíteni. Ez a termékfejlesztésekben, illetve a kézbesítés minőségi javításában öltött testet, de nem sikerült a valósidejű nyomkövetés műszaki hátterének, ezzel az ügyfelek által elvárt szolgáltatás nyújtásának megvalósítása. Ennek ellenére a Társaság tartósan a piacvezető szolgáltatók közé tartozik Magyarországon.

A posták logisztikai piaci versenyében alapvetően a globális szolgáltatók vesznek részt hangsúlyosan, de a nemzeti posták a saját piacuk megőrzésére szolgáltatásfejlesztéssel, azon belül is leghangsúlyosabban a CEP piacon az elektronikus kereskedelemben való részvétellel biztosítják a bővülést. Ezzel egyidejűleg a díjak drasztikus csökkentésével is a piacon maradást segítik.

A stratégiai időtávon belül ezen a területen a fejlődés hajtóereje az üzleti (B2C) piacon a távkereskedelem (csomagküldő és internetes kereskedelem) bővülése lesz.

3.3 Pénzforgalmi szolgáltatások elemzése

A Magyar Posta hagyományosan jelentős szereplő a pénzforgalmi és a pénzügyi közvetítés lakossági piacán, akár a fizetési szolgáltatások forgalmát, akár az általa kezelt lakossági pénzügyi megtakarítások (pl.: ERSTE Banki portfolió (postai betétek, befektetési alapok, személyi kölcsön), állampapírok, lakás-előtakarékosság) állományát tekintjük.

A 2009 novemberében életbe lépett jogszabályi változások (2009. évi LXXXV. és LXXXVI. számú törvények) eredményeként a Magyar Posta Zrt. jelenlegi pénzügyi szolgáltatásai az alábbi jogi és üzleti kategóriákba sorolhatók:

- alanyi jogon végzett vagy kötelezett tevékenység (egyetemes postai szolgáltató Hpt. szerinti kötelezettségei)
- pénzforgalmi szolgáltató (pénzforgalmi intézmény) minőségben végzett tevékenység
- pénzügyi közvetítőként végzett tevékenység

A pénzforgalmi szolgáltatás újraszabályozása időben megelőzi a postai szolgáltatások liberalizációját, mely a Magyar Posta számára a pénzforgalmi szolgáltatásoknál jóval jelentősebb, alapvetőnek mondható kihívást fog jelenteni.

3.4 Biztosítási szolgáltatások elemzése

A Magyar Posta a biztosítási piacon a Magyar Posta Biztosítók szolgáltatásaiknak közvetítésén keresztül van jelen.

A hazai gyakorlatban több banki-biztosítói együttműködési modell létezik. A hagyományos partnerségek (pl. CIB-Generali) és a banki tulajdonú biztosító (Erste) mellett megtalálható a holding-struktúra (K&H) és legújabb formaként a biztosító által alapított bank (Allianz) is. Valamennyi modell sajátja a keresztértékesítés, és ezáltal mindkét fél partnerkörének bővítése, mint legfőbb üzleti előny. A pénzügyi válság következtében a biztosítások piacán is csökkent a fizetőképes kereslet, így a növekedés várhatóan szektorszinten is elmarad a korábban tervezettől.

A romló gazdasági helyzet ugyanakkor egy pozitív hatást is elindíthat: azok a felelősen gondolkozó ügyfelek, akik a korábban felvett hitelek visszafizetésének lehetőségét ma már nem látják olyan biztosan, utólag fedezik majd tartozásaikat a megfelelő biztosításokkal. Ez persze nem pótolhatja a megtakarítási életbiztosítások terén kieső bevételeket. Az életbiztosítási piac a válságtól függetlenül sem tudta volna tartani az utób-

bi évek kétszámjegyű növekedését, és törvényszerű volt bizonyos mértékű visszaesés. A kedvezőtlen hatások ezt a tendenciát teszik erőteljesebbé.

3.5 Hírlap szolgáltatások elemzése

A nyomtatott hírlap piaci csökkenése a változó fogyasztói szokások és az elektronikus helyettesítők térnyerése miatt fokozatosan gyorsul, 2009-ben soha nem tapasztalt zsugorodást eredményezett.

3.6 Kereskedelmi szolgáltatások értékelése

A Posta kereskedelmi tevékenysége jelenleg a szerencsejáték, mobilfeltöltő kártyák, utalványok, postai értékcikkek, pénzügyi értékcikk, valamint egyéb kiskereskedelmi termékek forgalmazását öleli fel, árbevételének néhány százaléka származik a kereskedelmi tevékenységből. A postai szolgáltatásokhoz, tevékenységhez közelálló termékek és szolgáltatások közvetítése jelentősen növelhető a következő években.

3.7 Távközlési szolgáltatások értékelése

A távközlési piacon a Posta a távirat szolgáltatással, valamint a Postafon márkanév alatt a Vodafone Magyarország Zrt. szolgáltatásának közvetítésével van jelen, az ebből származó árbevétel néhány százalék.

4. EU kötelezettség, piacnyitás

A közösségi postai szolgáltatások belső piacának fejlesztésére és a szolgáltatás minőségének javítására vonatkozó közös szabályokról szóló, 1997. december 15-i 97/67/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv [6] közösségi szintű szabályozási keretet hozott létre a postai ágazat számára. Ezek olyan intézkedéseket foglalnak magukban, mint az egyetemes szolgáltatás biztosítása, felső határok megállapítása azokra a postai szolgáltatásokra vonatkozóan, amelyeket a tagállamok egyetemes szolgáltatójuknak (szolgáltatóiknak) tarthatnak fenn, hogy megőrizzék az egyetemes szolgáltatást, továbbá ütemterv meghatározását a piacnak a verseny számára való további megnyitásáról szóló döntések meghozatalára, azzal a céllal, hogy megteremtsék a postai szolgáltatások közös piacát.

4.1 Liberalizáció következményei

2007-ben az európai levélpiac kb. fele liberalizált, 2013-ra pedig 100%-a versenypiaci körülmények közé kerül. A liberalizáció során három kockázati tényező merül fel az egyetemes szolgáltatási kötelezettséggel kapcsolatban:

- a levélvolumen csökken,
- az inkumbens szolgáltató piaci részesedése csökken,
- az ügyfelek igénye az olcsóbb szolgáltatás iránt nő.

A Postát a liberalizációval várhatóan újabb és a jelenleginél erősebb hatás fogja érni üzleti területén, mely drasztikus kihatással lesz a szolgáltatások minőségére, díjára és az alkalmazott emberi erőforrásaira egyaránt.

5. A nemzetközi trendek értékelése

A nemzetközi trendek és stratégiák elemzésével látható, hogy a posták piacvesztésük ellensúlyozása érdekében az elektronikus szolgáltatások, a pénzügyi, az e-kereskedelmi és a regionális növekedés irányába indultak el.

USA: A hagyományos posta szerepek újrafogalmazását sürgeti, az elektronikus üzenettovábbítási piacra (Trusted Third Party) független harmadik hiteles félként történő belépéssel komplex szolgáltatáscsomagokat kínál. Bevezette az elektronikus postabélyeg szolgáltatást a digitális aláírás kiváltására. Az USA kormánya postai piacát úgy védi, hogy nem liberalizálja a postai szolgáltatást.

Németország: A Német Posta kétpilléres stratégiát dolgozott ki, ami a levélre és a logisztikára épül, bevezette a Deutsche Post DHL márkanevet. Az új stratégia az átlátható struktúrára, a konszernen belüli befogadóképességre és az ügyfelek számára kidolgozott integrált megoldásokra épül. Ők is átvették az elektronikus postabélyeg szolgáltatást, amit EU konform aláírással és időbélyegzővel láttak el. A jövőt az e-kereskedelem bővülésében, a „profit a CSOMAGBAN" programban, az ügyfelek digitalizált kommunikációjában és az alaptevékenységük modernizációjában látják.

Belgium: A belgiumi postai piac már liberalizált. Követendő példaként a belga kormány piacnyitási stratégiában elfogadta az „EGYENSÚLYI MODELL"-t, melynek célja a piaci verseny fejlődése és az egyetemes szolgáltatás fenntarthatósága közötti egyensúly megtartása. Ezt állami költségmegosztással és a versenytársak felé szigorú működési feltételek megszabásával alakították ki (egyéni vállalkozó nem végezheti, 5 éven belül 80%-os lefedettség, 2 éven belül – 2 napos kézbesítést, minőségmérés).

Egyesült Királyság: Az Angol Posta olyan új szolgáltatási területek kialakításában látja a jövőt, mint online-shopok az e-kereskedelem, a banki-, pénzügyi szolgáltatások reklám és média szektor felé. Bekapcsolódtak az elektronikus kormányzati szolgáltatásokba is oly módon, hogy e-gov-shop pontokat hoztak létre.

Ausztria: Az osztrák posta a forgalmi tendenciák negatív kihatásait részben kompenzálta hatékonysági és költségcsökkentési intézkedésekkel, de a hangsúlyt az ügyfelekre helyezik fókuszban az innovációval, a termékegyszerűsítéssel-termékportfólió szűkítéssel, az on-line tevékenység bővüléssel, e-szolgáltatásokkal. Az Osztrák posta ezen felül a kiutat a regionális terjeszkedésben látja, így számunkra különösen figyelemreméltó, hogy a 2009-es árbevételének már a 30%-a külföldről, a régióból származik!

Nyomon követhetőek azok a törekvések, hogy a postai szolgáltatásnyújtók a kereskedelmi partnereik és végső ügyfeleik számára mind korszerűbb és összetettebb, új típusú, hozzáadott értéket teremtő, innovatívabb és személyre szabottabb szolgáltatásokat kínálnak.

Számos országban az állam komoly pénzügyi eszközökkel támogatja a postai hálózatot, kompenzációs alapból finanszírozza meg az egyetemes szolgáltatást és bizonyos közszolgáltatási feladatokkal is megbízza a postát, hogy további bevételeket biztosítson. Érzékelhető, hogy a nemzeti Posták alapvetően közösségi támogatásban részesülnek(tek). Ezekre a beavatkozásokra azért van szükség, hogy az egyetemes szolgáltatásokat a költségeinek alakulásától függetlenül, az ország minden pontján azonos feltételek mellett megtarthassa, és nyújthassa az ügyfeleinek. A Magyar Állam ezt a segítséget a nemzetközi érdekérvényesítés bővítésével, a hazai jogszabályokon keresztül, valamint az üzleti lehetőségek bővítésével, tevékenységek posta számára történő fenntartásával biztosíthatja.

6. A stratégián átnyúló alapelvek

6.1 A Postai Közösségi Szolgáltató Hálózat modellje

A Posta meglévő feladataira épülő, eddig kialakított hálózatának működését, működtetését biztosító, azt támogató rendszerek alapvetően a hagyományos postai tevékenységek ellátására épültek ki.

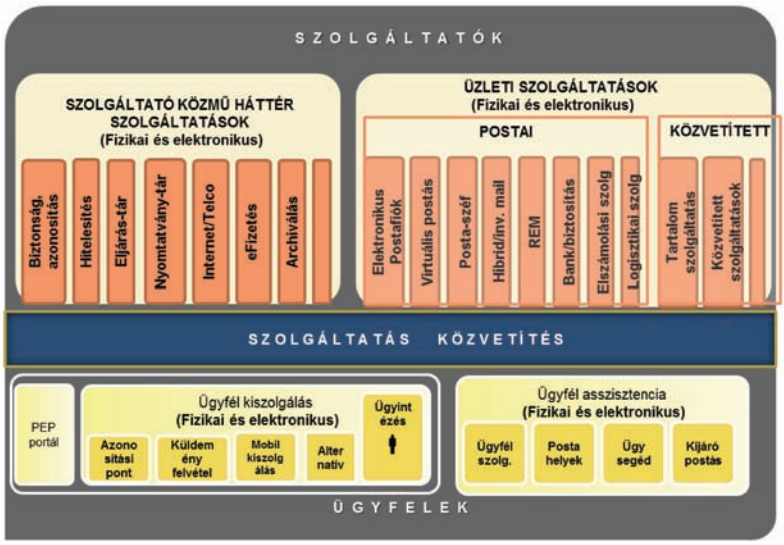
A meglévő rendszerek általános jellemzője, hogy az egyetemes postai szolgáltatások tekintetében biztosítják a közösségi hálózattól elvárt funkciókat. A jövő kihívásaira megfelelő válasz a Postai Közösségi Szolgáltató Hálózat létrehozása lehet.

A Magyar Posta ellátási rendszerét úgy kell átalakítani, hogy a létrejövő új Postai Közösségi Szolgáltató Hálózat a legnagyobb nyitottsággal – elérhető áron, megfelelő rendelkezésre állással, illetve megfelelő minőségben – tudja biztosítani további saját vagy külső szolgáltatások gyors integrálását.

A Postai Közösségi Szolgáltató Hálózat szabványos kommunikációs és csatlakozási feltételeinek ismeretében a továbbiakban bármely piaci szereplő akár létre is hozhatja és publikálhatja rajta a maga kisebb-nagyobb szolgáltatását.

A szolgáltatásokat ma már nem elég csak hagyományos formában nyújtani, az elmúlt években az infokommunikációs eszközök rohamos térnyerésével a társadalom elvárja a modern, több csatornán is elérhető szolgáltatásokat. Ahhoz, hogy a Posta ellátthassa az elektronikus térben is az információ-, érték-és szolgáltatás-közvető feladatait, ki kell alakítani a szolgáltatás-közvetítő funkciót megvalósító informatikai rendszert. Ezt csak egy szolgáltatás-orientált alapon működő architektúra és egy ehhez szorosan kapcsolódó olyan szolgáltatásközvetítő rendszer képes biztosítani, ami alkalmas a szolgáltatás-orientált eljárások kiszolgálására az interoperabilitási feladatok megvalósítására.

A szolgáltatási folyamatba tehát egyenértékű módon kell tudni bekapcsolni a hagyományos és az alternatív, elektronikus folyamatokat. A Szolgáltató Közmű modell alapján kialakított rendszer alkalmas a fenti elvárások teljesítésére.

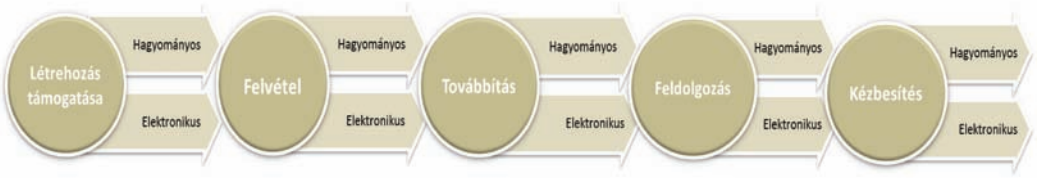


3. ábra: A Postai Közösségi Szolgáltató Hálózat

6.2 A szolgáltatási lánc beépülés

A szolgáltatásokat ma már nem elég „csak" hagyományos formában nyújtani, az elmúlt években az infokommunikációs eszközök rohamos térnyerésével a társadalom elvárja a modern több csatornán is elérhető szolgáltatásokat. A kétirányú kapcsolaton alapuló szolgáltatások kialakításánál érdemes figyelembe venni a kialakuló új társadalmi szokásokat, szolgáltatásokat.

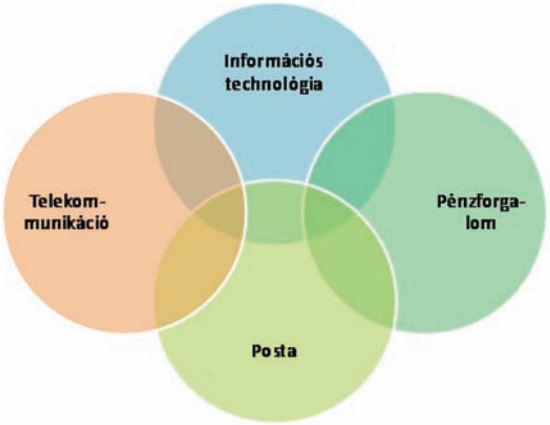
Szükséges a hagyományos és elektronikus postai szolgáltatások egységes szellemben történő újraértelmezése. Olyan integrált szolgáltatásokat kell kialakítani, ahol az ügyfél a közvetítési folyamat adott pontjain saját maga választhatja meg, hogy milyen formában kívánja igénybe venni az adott szolgáltatást, hagyományos, vagy valamely elektronikus (internet, fax, mobil, sms, telefonhívás) formában, vagy többféle-, összetett módon. Az ily módon integrált hibrid szolgáltatási folyamat teljes életciklusának nyomon-követhetőnek kell lennie.



4. ábra: Szolgáltatáslánc

6.3 Szektorális elmélet

Az utóbbi években jelentős mértékben fejlődtek azok az iparágak, amelyek a postai alaptevékenységek bizonyos részeit képesek kiszolgálni, illetve helyettesítő terméket nyújtani. Ebben a legnagyobb szerepük a telekommunikációs, az informatikai, valamint a pénzügyi szektoroknak és az itt jelenlévő szolgáltatóknak van. A hagyományos postai piac zsugorodásában is jelentős a szerepe a fenti szektorok felerősödésének, térhódításának. Megállapíthatjuk, hogy ezek a szektorok a postai szektort folyamatosan támadják, amely jelenségre választ kell adni, különben a liberalizációt követően a kimondottan alaptevékenységeket jelentő folyamatosan szűkülő piac nem tud elegendő tartalékot biztosítani. Természetesen a Postának mindig az alaptevékenységeire kell alapoznia jövőjét, ehhez illeszthető módon be kell lépnie az említett szektorokba. Meg kell keresni ezekben a „támadó" szektorokban kialakított helyettesítő termékeket, tevékenységeket illetve be kell azonosítani azokat a tevékenységeket, és szolgáltatásokat, melyek saját rendszerébe illeszthetőek, vagy üzletileg fontosak. Várhatóan azokon a területeken érhető el a legjelentősebb piaci előny, amelyek egyszerre több szektor résztevékenységét is lefedik.



5. ábra: Szektorális átfedések

7. A Magyar Posta fejlesztésének keretei

7.1 Kiindulópontok összegzése

Az eddigi szabályozások a Postát további „modernizációs" kényszerpályára kényszerítették, hogy felkészülhessen a néhány éven belül várható liberalizációra. Ez a felkészülés alapvetően a jogszabályi korlátozásokkal „engedélyezett és szegélyezett" kiútkeresésben, elszigetelt termékfejlesztésekben és rendszeressé váló szervezetkorszerűsítésben merült ki, miközben jelentős piaci elvárásoknak, igényeknek nem tudtunk megfelelni, valódi versenyhelyzetbe kerülni.

A piacnyitással egy időben várhatóan azonnal megjelennek a globális szolgáltatók és a szomszédos országok regionális szolgáltatói, akik máris ugrásra készen állnak, néhányan a hazai postai értékesítési tapasztalatok és hiányosságok ismeretében.

7.2 A változás szükségessége

Megállapítható, hogy a Posta a hagyományos szegmenseiben növelte hatékonyságát, és az utóbbi években nyereségesen működik, de nyereségessége rövidtávú, mivel ezt nem a folyamatosan az ügyféligényekhez igazított szolgáltatások bővítéséből befolyó többletbevételek okozzák, hanem ellenkezőleg a szolgáltatások kiszervezésével, megszüntetésével, a kapacitások csökkentésével, az árak emelésével éri el.

Első lépésként ki kell alakítani egy új stratégiai modellt, ez alapján egy új szabályozási modellt, megjelölve az érintett jogszabályokat, amelyeknek megszüntetése, összevonása, módosítása szükséges.

7.3 A Posta alapértékei és belső tartalékai

A Magyar Posta alkalmas arra, hogy megfeleljen napjaink kihívásainak, hiszen még birtokában van azoknak a képességeknek, amelyekre felépíthető a Posta megújulási stratégiája. Ezek a képességek a:

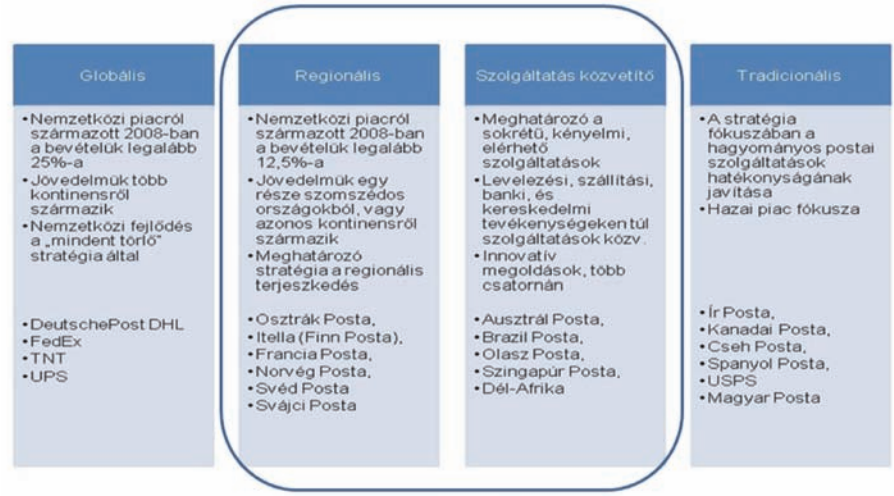
- **Bizalom:** a még meglévő személyes kapcsolatokon alapuló, valamint a postával, mint márkanévvel szembeni bizalom – jelentős piaci előny.
- **Felkészültség:** informatikai alaphálózatok megléte.
- **Jelenlét:** térségi hálózata egyedülálló, országos lefedettségű.
- **Szervezettség:** Magyarország egyik legnagyobb szervezete, jelentős humánerőforrással a háttérben.
- **Forrás:** Nagyvállalati lét, gazdasági méret.
- **Szolgáltatói tudás:** Több, mint 100 éves szolgáltatói múlt alapján a Posta képes a közigazgatási szolgáltatási szegmensbe belépni, banki-, és pénzforgalmi-, hírközlési-, kereskedelmi-, logisztikai szolgáltatásokat nyújtani.

7.4 Stratégiai fejlesztési keretek

7.4.1 Nemzetközi stratégiai fejlesztési keretek

Tapasztalati és a gazdasági környezet elemzése alapján biztosnak mondható, hogy a postapiacon globális szolgáltatóvá nem fejlődhet a Magyar Posta. Ezzel szemben vi-

szont nem lehet „tradicionális szolgáltató” sem, mert ezzel elherdálja a szaktudást, a képességet, és az erőforrásainak jelentős részét, és „csak egyetemes szolgáltatóként” aposztrofálhatja magát a Posta a nemzeti piacon.



Forrás: Accenture: Achieving High Performance in the Postal Industry 2010

A jelenlegi helyzetből a stratégiai kiutat a „regionális és a szolgáltatás-közvetítő” szerep és működés felvállalása jelentheti, melynek megteremtésével a Magyar Posta egy erős, nyereségesen működő, innovatív társasággá tud válni.

7.4.2 Postai szolgáltatások stratégiai fejlesztési keretei

Az elemzések alapján megállapítható, hogy a Magyar Posta helyes stratégiai fejlődési iránya az, ha a Posta nem lép ki a számára „testidegen” piacokra, hanem az alapképességeire alapozza a jövőjét úgy, hogy a szektorális elméletnek megfelelően megkeresi és beazonosítja a „támadó” szektorokban kialakítható helyettesítő termékeket, tevékenységeket.

A Postának határozottan kell fellépnie az újraértelmezett postai piac védelmében, a postai hálózat védelme kritikus a piacmegtartás és a piaci részesedés növelése szempontjából.

7.4.3 Pénzügyi szolgáltatások stratégiai fejlesztési keretei

A pénzforgalomról szóló új jogszabály megteremti a lehetőséget arra, hogy a Posta bizonyos értelemben pénzügyi intézményként is működhessen. A Postának a partnerség elve alapján erősítenie szükséges a pénzforgalmi jelenlétét, mivel kijelenthetjük, hogy ma a Társaság, megfelelő pénzforgalmi háttér nélkül nem képes megfelelően reagálni a kor és a piac stratégiai kihívásaira. A Magyar Posta egyik – a nemzetközi piacon is értékelt – dedikált sajátossága, hogy rendelkezik pénzpiaci pillérrel.

7.4.4 Informatikai és technológiai fejlesztések stratégiai keretei

A Posta technológiai fejlesztése egyrészt nélkülözhetetlen a saját hatékony működéséhez, másrészt nélkülözhetetlen ahhoz, hogy képes legyen belépni, és visszatérni az

infókommunikációs, a közigazgatási és a pénzügyi szektorok által veszélyeztetett területekre. A Posta szegmentált piacain történő piacra lépésére azonban nincs sok ideje, így szükségesnek látjuk az erőltetett menetű innovatív fejlesztések megvalósítását mind a front-office mind a back-office területeken.

7.4.5 Telekommunikációs fejlesztések stratégiai keretei

Elemzéseink alapján a Postának nem éri meg arra törekednie, hogy a telekommunikációs szegmensben önálló távközlési szolgáltató céggé váljon. Tekintettel arra, hogy az országos kiterjedésű hálózata működtetéséhez nélkülözhetetlen a telekommunikációs hálózatok igénybevétele, így ezen a területen a Posta partnerségre törekszik a meglévő hálózatok szolgáltatóival. Ugyanakkor a Posta képességei kihasználtságának növelésére célszerű a telekommunikációval kapcsolatos szolgáltatatás-közvetítési tevékenység erősítése.

7.4.6 Működési környezet fejlesztésének stratégiai keretei

A stratégiai célok teljesítéséhez mind a külső működési környezet biztosítására, mind a belső működés fejlesztésére és ebből adódóan külső-belső piaci szemléletváltásra is szükség van.

8. A Megújulás stratégiai programja

A stratégiában szereplő célok megvalósításához a szektoriális elméletet kell alapul vennie. A megújulás stratégiai program alapja, amelyet a Postának, és a postásoknak mindig szem előtt kell tartani, mint minden jól működő gazdasági társaságnak, hogy azzal foglalkozzon, amihez ért, ami az alaptevékenységeivel összeegyeztethető. Úgy gondoljuk, hogy ezeken a területeken a Posta minden olyan átfogó ismerettel rendelkezik, ami a sikerhez, a hazai piacok visszanyeréséhez, illetve régiós színtérre lépéséhez szükséges.

A fenti alapgondolatot követve a leginkább veszélyeztetett termékeink, illetve szolgáltatásaink terén innovatív fejlesztéseket kell végrehajtanunk. Az egyik legnagyobb veszélyt jelentő területnek, az elektronizálásnak a fejlődési szintjét el kell érnünk, és fel kell vennünk annak ütemét, sőt a sikeresség érdekében modernebbé kell válnia a Postának, mint a környezete. Ennek érdekében felül kell vizsgálni a szolgáltatásainkat, és meg kell állapítani, hogy a jelenlegi ügyféligényeknek mennyire felelnek meg, milyen értéknövelt szolgáltatással lehet javítani a kiszolgálási minőségen, majd ezt figyelembe véve kell kialakítani azok elektronikus megfelelőit, elektronikus elérhetőségét, illetve kiegészítő szolgáltatásaikat. Ezeket a fejlesztéseket haladéktalanul el kell kezdeni, hiszen a globális, illetve regionális postai vállalatok többségének ezekre kész megoldásaik vannak, melyek egy új piacra nagyon gyorsan adoptálhatók.

Az alaptevékenység legveszélyeztetettebb eleme a levél, amelynek a nemzetközi trendek is folyamatos csökkenését jelzik előre. Ezen a területen a piaci vezető szerep az előremenekülléssel tartható meg. Készüljünk fel az elektronizálás, és a liberalizáció együttes veszélyére, és szerezzük meg a hibrid levél piacot.

A Posta fejlesztései révén megteremtheti az Ügyfélkapus belépés lehetőségét, ezzel a közösségi pont funkciót is létrehozza. A közösségi pont fizikai megtestesülése a Ma-

gyar Postának az alaptevékenység kiszolgálására létrehozott hálózata, amely az egyik legnagyobb értékét jelenti, mellyel a mai napig rendelkezik.

A postahálózat mellett a fent már említett postai termékek elektronizálásához alapot biztosító információs szolgáltató rendszer adja a közösségi hálózat további elemét. A közösségi hálózatot úgy kell felépíteni, hogy az biztosítsa a szolgáltatások közvetítésének gyors beintegrálhatóságát.

A telekommunikációs piac térnyerését úgy tudja a Posta ellensúlyozni, hogy a környezeténél modernebbé válik, ennek egyik eszköze lehet az elektronikus, hitelesített postafiók biztosítása. A nemzetközi példákból jól látható, hogy a kiútkeresés egyik válasza a dokumentummenedzsment típusú feladatok felvállalása.

A pénzpiac fejlődése által a Magyar Posta legveszélyeztetettebb pénzforgalmi szolgáltatásának a készpénz-átutalási megbízásnak a csökkenéséből következő bevételkiesésre a Postának választ kell adni. Meg kell teremteni a számlavezetési képességet.

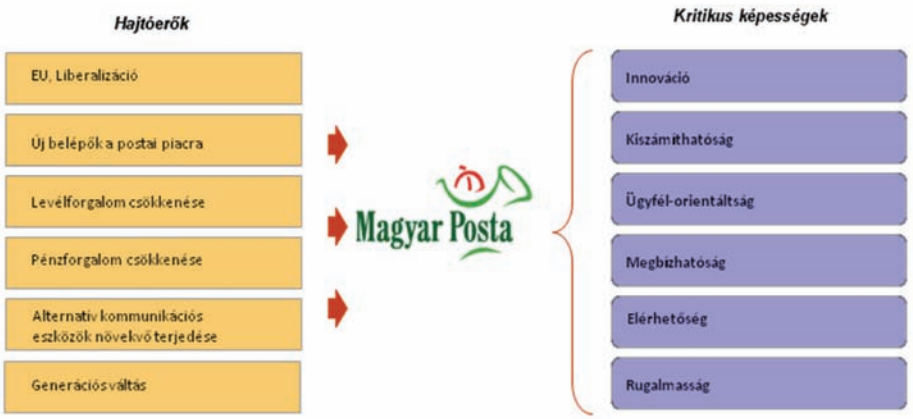
Az előzőekben meghatározott célok megvalósításához a szabályozási környezetnek és a tulajdonosnak egyértelmű támogatást kell biztosítania.

A megújítási stratégiai program olyan működésbeli változásokat indukál, amelyek a korábbi szervezeti keretekben nem voltak folytathatók. Olyan belső szervezetet szükséges kiépíteni, amely gyorsan és rugalmasan képes reagálni a piaci változásokra. Ehhez külső és belső szemléletváltozás is szükséges.

A továbbiakban azt mutatjuk meg, hogy a szektorális elmélet alapján milyen átfogó programokat kell elindítani, és megvalósítani annak érdekében, hogy 2013-ra egy valóban megújult Postát tegyünk láthatóvá.

8.1 Kritikus képességek kialakítása

Arra a kérdésre keressük a választ, hogy hol és miben kell jónak lennünk ahhoz, hogy egy hatékonyan és magas minőségi szinten működő postánk legyen. Az eddigi képességek, a hajtóerők és a piaci kihívások elemzésével meghatároztuk, hogy mely területek, kompetenciák fejlesztése szükséges ahhoz, hogy a Posta képes legyen megfelelni a stratégiában kitűzött céljainak. Ezek alapján a Postának a következő, számára új kritikus képességeket kell kialakítania:



6. ábra: Kritikus képességek

Innováció: Fel kell készülni a piac és a technológiai fejlődés okozta változások követésére, képesnek kell lenni az innovatív magatartás elsajátítására, a kutatás-fejlesztést támogató tevékenységét és fejlesztési projektjeit ebben a szellemben végeznie. A meglévő, motivált munkaerő szaktudásán és piacismeretén alapulva fejlesztenie kell a piacérzékenységet.

Kiszámíthatóság: A növekvő piaci versenyre tekintettel növelni kell kiszámíthatóságát, azt a képességét, hogy szolgáltatásait kiszámítható minőségben, idősávban, rendelkezésre állással legyen képes nyújtani, hogy ügyfelei tisztában legyenek azzal, hogy hol, mikor, milyen teljesítési határidőkkel, milyen szolgáltatásokat érhetnek el.

Ügyfél-orientáltság: Fel kell készülni az ügyfél-kezeléssel kapcsolatban a szemléletváltásra. Az eddigi ügyfélkapcsolati, ügyfél-kiszolgálási kultúráját sokkal intenzívebbé és érzékenyebbé kell tenni, képesnek kell lennie a leghatékonyabb ügyfél és marketing menedzsment módszerek alkalmazására, egy új szemlélet és kultúra bevezetésével, ami képessé teszi a Postát ügyfelei megtartására, ügyfélköre bővítésére. A Postának fel kell készülnie a meglévő piaci igények kiszolgálásán túl arra is, hogy képes legyen a gyorsan változó ügyfél igények kezelésére, és új igények felkeltésére.

Megbízhatóság: A Postával szemben meglévő bizalmon felül a Posta tevékenységének a megbízhatóságát erősíteni kell, hogy képes legyen a globális szolgáltatókkal és a piacnyitás után megjelenő új piaci szereplőkkel is versenyben maradni. Ez a mérhető szolgáltatási szintek (SLA) minden ügyfél-kapcsolati és logisztikai tevékenységére történő kiterjesztésével és ezek hangsúlyos publikálásával érhető el. Az ügyfeleknél tudatosítani kell, hogy a Posta milyen megbízható szolgáltatásokra képes.

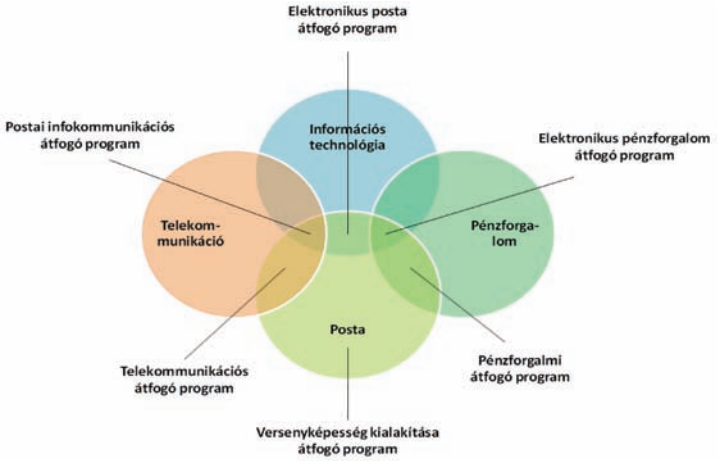
Elérhetőség: A Postát a jelenleg meglévő országos jelenlétén felül fel kell készíteni a többcsatornás elérhetőségre. A Postának képesnek kell lennie arra, hogy kiszolgálja a technológiai fejlődés következtében megváltozott piaci igényeket és az új kommunikációs térben is elérhetővé váljon. (pl. interneten, mobilon, az új régiókban, stb.)

Rugalmasság: A Postának ki kell fejlesztenie azt a rugalmas alkalmazkodóképességét, ami alapján képes lesz nem csak kiszolgálni, de elébe is menni a gyorsan változó társadalmi és a piaci igényeknek, változásoknak. Ehhez olyan vezetési, szervezet-átalakítási, szolgáltatásfejlesztési képességeket és szabványos működést kell kialakítani, ami alapján a Posta szervezete választ tud adni a gyorsan változó környezeti kihívásokra.

Az újonnan kialakítandó képességek birtokában lesz képes a Posta a stratégiájában megfogalmazott céljai elérésére.

8.2 Beavatkozási területek meghatározása

Ahhoz, hogy választ kapjunk és megoldásokat találjunk a versenyképes, eredményes és társadalmi szolgáltatások vonatkozásában, vizsgálat alá vonva a legdinamikusabban fejlődő piacokat, három olyan szektorral van, vagy lehet olyan átfedés, mely üzletileg fontos a Postának. Ezek a szektorok tartalmaznak olyan átfedést is, mely nem esik a Posta „üzleti jellegébe", de beilleszthető üzleti filozófiájába, mert biztosítja – a lakosság esélyegyenlőség biztosítása mellett – a Posta fejlődését is.



7. ábra: Szektorális ábra – átfogó program

Piaci lehetősége a Postának, hogy nem csak a szektorok átfedéseiben, hanem a szektorok önálló területeiben is megjelennek a Posta számára fontosnak ítélt, és megszerezhető tevékenységek. Ezek alapján elfogadható, hogy a különböző szektorok egymással behatárolt közös területeiben található tevékenységek azonos jellemzőkkel rendelkeznek, így azok menedzselésére egy-egy önálló átfogó program képzelhető el.

8.2.1 Postai szektor – Versenyképesség kialakítás átfogó program

A postai szektorban a piacbefolyásoló – piacvezető pozíció megtartása létkérdés. A 2013-tól érvénybe lépő liberalizáció közvetlenül tulajdonképpen csak ezt a területet érinti.

A Postának, a meglévő üzleteinek megvédése, piaci veszteségeinek minimalizálása céljából szükséges a meglévő termékek és szolgáltatások átgondolt fejlesztése, korszerűsítése, mely kellő alapot is ad az infokommunikációs és elektronikus szolgáltatások megvalósításához, valamint a hozzáadott értéket biztosító szolgáltatási csomagok kialakításához. Ezzel egyidejűleg meg kell valósítani azokat a fejlesztéseket, átalakításokat, melyek a hálózat működési, működtetési területét érintik a környezeti fejlődés kihívásának, a hatékonyságnövelés, vagy költségcsökkentés céljából. Fentieken túlmenően egy globális postai szolgáltatóval kell együttműködést kialakítani, mert ezáltal védhető meg piacunk egy jelentős része a többi globális szolgáltatóval szemben. Ezen túlmenően regionális terjeszkedésre is lehetőséget biztosít. Ezek a programok biztos, versenyképes alapokat nyújt a továbblépéshez. Sikeres megvalósítása egyúttal kellő pénzügyi alapot is biztosít a vállalat további fejlesztéseihez.

8.2.2 Posta és Telekommunikáció szektor – Telekommunikációs átfogó program

Ezen a területen, középtávon jelentős változások nem valószínűsíthetőek, tekintettel az infokommunikációs boomra. Így alapvetően a meglévő telekommunikációs területen lévő szolgáltatások megtartása a cél. A távirat megtartása mellett szól, hogy az általános költségeken felül a tőkeköltségek fedezetéhez is hozzájárul.

8.2.3 Posta és Információs technológia szektor – Elektronikus posta átfogó program

Az átfogó program a posta által meghirdetett és hagyományos postai szolgáltatásnak tekintett szolgáltatások elektronizálással, informatikai támogatással létrejövő, azokat kiegészítő elektronikus postai szolgáltatásokon keresztül történő piacvédő magatartása. Ehhez létre kell hozni a Postai Közösségi Szolgáltató Hálózat meghatározó elemét, az egységes postai információs szolgáltató rendszert, mely magában foglalja az elektronikus hitelesítés, a regisztrált szolgáltatások nyújtásának feltételrendszerét.

8.2.4 Posta és Pénzforgalom szektor – Pénzforgalmi átfogó program

Az átfogó program célja a készpénz átutalási megbízások igénybevételének szinten tartása az ebből származó bevételek megtartásához szükséges elektronikus rendszerek kiépítéséig. Ezt a készpénz-átutalási megbízások életciklusának meghosszabbításával, valamint a kiszolgálási minőség javításával tudjuk elérni.

8.2.5 Posta és Telekommunikációs, valamint Információs technológiai szektor – Postai infokommunikációs átfogó program

2013-ra képesek legyünk olyan elektronikus termékek kialakítására, melyek feloldják a telekommunikációs, az információs technológiák és a hagyományos információs csatornák eltérő megjelenési formájából fakadó különbségeket, és ezen keresztül megvédi a Posta piaci pozícióját.

Az egységes postai információs szolgáltató rendszer felhasználásával új infokommunikációs termékek, szolgáltatások kerülnek kialakításra, mely országos lefedettséget eredményez. Erősíteni szükséges a meglévő hibrid levél szolgáltatáson túlmutató hibrid, és inverz hibrid szolgáltatásokat a meglévő erőforrások rekonstrukciójával. Erre a fejlesztésre tervezhetővé válik a nyomdai piacon való jelentősebb szerepvállalás.

A közös területen lehetőségnek látjuk az elmaradott térségekben „wifi-falu" rendszer kialakítását és postai működtetését, mely a meglévő postahálózat fix pontjaira építhető. Ez, mint a Közösségi Szolgáltató Hálózat egyik alapja, lehetőséget biztosít az esélyegyenlőség megteremtésére, és a közigazgatásban felvállalható szerep kialakítására.

8.2.6 Posta és Információs technológiai, valamint Pénzforgalmi szektor – Elektronikus pénzforgalom átfogó program

A három szegmens találkozási pontjában találhatóak a Posta számára legfontosabb továbblépési lehetőségek, melyek jelentősen hozzájárulhatnak a posta gazdasági megerősödéséhez. A Posta területi jelenléte, és pénzforgalmi szolgáltatói tevékenysége alapján jelentős igény mutatkozik – elsősorban lakosság részéről – banki fizetési tranzakciók lebonyolítására, így stratégiai jelentősége van az ügyfelek ilyen irányú kiszolgálásának. Ebből származóan stratégiai célként fogalmazható meg, hogy a Postának saját jogon banki fizetési tranzakciók lebonyolítására is képessé kell válnia. A képességek kialakítása több lépcsőben történik, mely alkalmat ad önálló piaci mozgásokra a pénzforgalom, és az értékkereskedelem területén.

8.2.7 Stratégiai célokat támogató átfogó program – Környezet megszilárdítása átfogó program

A Nemzeti Posta stratégia megvalósításának és üzleti sikereinek támogatása céljából a környezeti változtatások kezdeményezésével és menedzselésével hozzá kell járulnia a sikeres működéshez. Ez az intézkedés az előző átfogó programokat közvetlenül, vagy közvetve érinti.

A jogszabályi környezet esetében el kell érni, hogy az EU-s kötelezettségek betartása mellett az állami tulajdonú Posta ne kerüljön versenyhátrányba a piacra belépő versenytársakkal szemben.

Egy biztonságos, fővállalati irányítású vállalati működtetési rendszert kell kidolgozni és megvalósítani, ezzel az irányítási, és a működtetési felelősségek különválaszthatók.

A postai termékek, szolgáltatások, az új tevékenységek ügyfelekkel történő megismertetése, és elfogadtatása, valamint a dolgozók azonosulásának növelését segítő kommunikáció biztosíthatja a stratégiai célok elérését.

Irodalomjegyzék

A Magyar Posta Zrt. stratégiája (2011-2015) vázlat (Magyar Posta Zrt.) prezentáció

Alapgondolatok a Magyar Posta stratégiájának átalakításához 2010.

Postapartner program áttekintés (Magyar Posta Zrt., 2010.) prezentáció

A Magyar Posta Zrt. automatizált küldemény-feldolgozásának továbbfejlesztése (MPL, 2010.07.21.) prezentáció

Tájékoztatás a Termelésirányítási Rendszer tervezése (TIRt) projekt eredményeiről és a Termelési Rendszer (TR) projekt feladatairól (Kuslits Béla, 2010.07.14.) prezentáció

Elektronikus levél szolgáltatások Társasági Projekt, Bemutatkozás – státusz (Magyar Posta, 2010.07.23.) prezentáció

PSZÁF IT megfelelési Projekt (PIMP) (Csuri Vilmos, 2010.07.20.) prezentáció

Cséfalvay Z., Matolcsy Gy. (2009.): Megújított szabadelvű és szociális piacgazdaság Magyarországon. Matolcsy György, Budapest

A Magyar Nemzeti Bank küldetése, jövőképe, értékei és kiemelt stratégiai céljai http://www.mnb.hu/Root/Dokumentumtar/MNB/A_jegybank/jegybank_strategiaja_20080206.pdf

„A köztudatos jegybank" A Magyar Nemzeti Bank társadalmi felelősségvállalási stratégiája http://www.mnb.hu/Root/Dokumentumtar/MNB/A_jegybank/A_koztudatos_jegybank.pdf

A kormányzati működést támogató infokommunikációs alapinfrastruktúra végponti elérést biztosító elkülönült aggregációs hálózatainak konszolidációja a gerinchálózati csomópontok virtuális egyesítésével – Megvalósíthatósági tanulmány (Kopint-Datorg, 2010. szeptember)

Szinergiák és továbblépési lehetőségek a pénzügyi szolgáltatásokban (Magyar Posta 2010.) prezentáció

A Kopint-Datorg Zrt., és a Magyar Posta Zrt., Az elektronikus közszolgáltatások területén kezdeményezett stratégiai együttműködésének előkészítő feltérképezése – státuszjelentés (Kopint-Datorg, 2010.05.17.)

LORA – CEP 07. A magyarországi CEP piac elemzése – 2009. (Logisztika Kft., 2010. szeptember)

A magyar hírközlési piac és a szabályozás fejlődése 2004-2008. (Nemzeti Hírközlési Hatóság, 2008.10.31.) kézirat

Chickán Attila (2008.): Vállalatgazdaságtan – 4. átdolg. bővített kiadás, Aula Kiadó, Budapest

A Hírközlési Érdekegyeztető Tanács tagjainak javaslatai az elektronikus hírközlési szabályozás felülvizsgálatához (2010. november)

Infringement eljárás összefoglaló – (Magyar Posta, 2010.) jegyzet

http://www.gfk.com/imperia/md/content/gfk_hungaria/pdf/press_h/press_20090721_h.pdf

Nyugat-európai posták 2010-es stratégiai intézkedései, jövőképe (Magyar Posta, Nemzetközi Igazgatóság, 2010.03.31.) kézirat

A Belga Posta bemutatása és postapiaci liberalizációs helyzete – vezetői tájékoztató (Magyar Posta, Budapest, 2010.10.01.) prezentáció

IPC Member Briefing – Magyar Posta (IPC, Budapest, 2010.11.09.) prezentáció, tájékoztatók

Nemzetközi hírlevél (Magyar Posta, 2009-2010.)

A Nemzeti Digitális Közmű Infrastruktúrája: Technológia és topológia, Dr. Sallai Gy. (MTA konferencia, 2009.01.26.) prezentáció

Magyar Posta Workshop, Hadnagy László (Microsoft Mo., 2010.10.27.) prezentáció

2003. évi CI. törvény a Postáról

2003. évi C. törvény az elektronikus hírközlésről

Magyar Posta Zrt. stratégiai jelentőségű K+F (13 téma 2008-2010.)

Dr. Turján Anikó (2009.): MNB tanulmányok 83., Postai Pénzforgalmi szolgáltatások Magyarországon.

Az IPC Az IPC jelentése a világ postai iparáról 2009.

Aktív értékesítést támogató környezet kialakítása a postahelyeken

A Magyar Posta és az Ügyfelek közötti kapcsolatot a szolgáltatás minőségén túl a szolgáltatást igénybe vevők kiszolgálási körülményei is alapvetően meghatározzák. Kiszolgálási körülményeken, a postahelyeken szerzett sokféle (ügyfél) tapasztalatot kell érteni, amibe beletartozik a kiszolgálást végző munkatársak magatartása, szakértelme és a postai belső környezet kialakítása is. Jelen írásunk fókuszában a posták kialakítása és annak az ügyfél elégedettségen keresztül, az értékesítési teljesítményre gyakorolt hatása áll.

Az aktív értékesítést támogató környezet kialakításának tudományos megalapozása

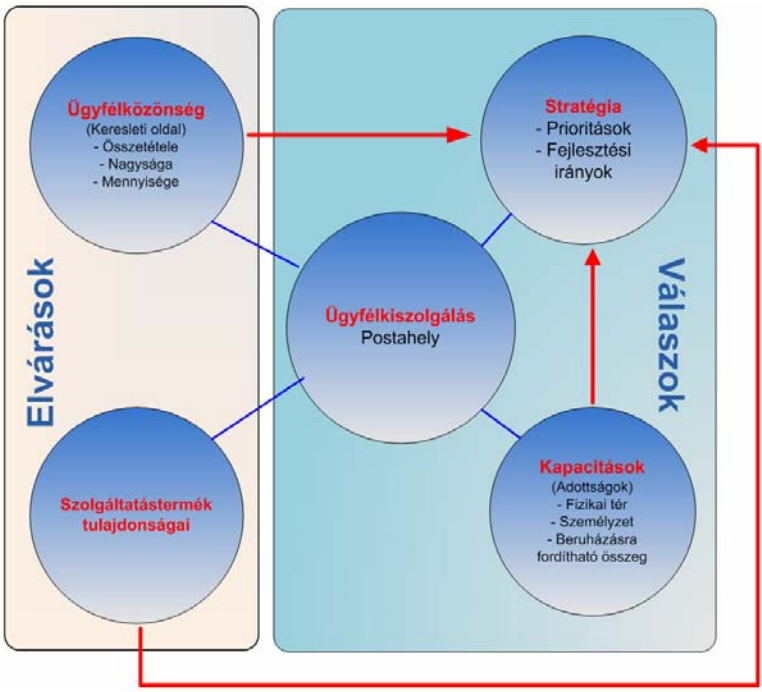
A szolgáltatás-vásárlási folyamat résztvevői az ügyfél és a szolgáltató cég munkatársa. Mindkét szereplő „teljesítményét" befolyásolja a fizikai környezet, mind vizuális megjelenésével, mind funkcionalitásával. A fizikai környezet szintén jelzi a szolgáltatás-teljesítményt, imázst teremt; szocializálja (tanítja) az ügyfelet; segítheti a szolgáltatás igénybe vételét; és lehetőséget biztosít a differenciálásra.

Az ügyfélkiszolgálás módjának megválasztását több oldalról kell megközelítenünk. Egyik oldal a szolgáltatás (termék) tartalma, jellege, típusa. Meg kell vizsgálni, hogy tömegtermék, minőségi termék, egyedi termék értékesítése-e a cél.

Másik oldal a célközönség, az ügyfélkör összetételének ismerete, az ügyfélelvárások feltárása. Az ügyfelek életstílusa, életmódja, attitűdjei meghatározzák az ügyfélkiszolgálási mód fogadtatását, az ügyfél szolgáltatás-vásárlásban való aktív részvétele révén a működés hatékonyságát. Az ügyfelek részéről jelentkező igények minőségéhez, mennyiségéhez is igazítani kell az ügyfélkiszolgálás módját.

Az ügyfél elvárásainak megfelelő szolgáltatásminőség egyik fontos meghatározója a szolgáltatás-vásárlás folyamata, ill. a helyszín, ahol a vevő kapcsolatba lép a szolgáltatóval; vagyis a szolgáltatás látható elemei. A szolgáltatás-vásárlás folyamatának milyensége, módja, a vásárolt szolgáltatás jellegéhez való illeszkedése, az ügyfél elvárásokhoz való közelsége befolyásolja a vásárolt szolgáltatás minőségének észlelését. Különösen igaz ez, ha a szolgáltatásért előre fizet az ügyfél. Az ügyfélkiszolgálás során meg kell győzni az ügyfelet a szolgáltató cég stabil, jó eredményű szolgáltatásáról. Az ügyfélkiszolgálás professzionalizmusa előrevetíti a szolgáltatásminőséget.

Az ügyfélkiszolgálás módját, rendszerét meghatározó tényezők



Az ügyfélkiszolgálás személyi tényezőjét, az ügyintéző munkatársak hozzáértését, felkészültségét a humán stratégia mentén megvalósuló képzések, kiválasztások terelik a megfelelő irányba.

Az ügyfélkiszolgálás tárgyi elemét szabályozza az Arculati kézikönyv, amely a stratégiai irányok mentén a funkcionalitást szem előtt tartva adja meg a lehetőséget a több szempontú ügyfélkiszolgálás megjelenítéséhez.

Az ügyfélkiszolgálás rendszerének kialakítása (mind a módszer, mind a fizikális környezet) előtt kihagyhatatlan lépés az adott helyszín vizsgálata mind a kapacitásokat (adottság), mind a helyi ügyfélkört, mind az irányadó tervszámokat tekintve.

A gyakorlati megvalósítás irányai

Az értékesítési környezettel szemben támasztott stratégiai elvárás, hogy bankszerű megjelenésével tudatosítsa a Magyar Posta pénzügyi szolgáltatóvá válásra való törekvését, ugyanakkor közvetítse a Társaság független, önálló arculatát is.

A postabelsők átalakítása szempontjából elsősorban a nagyobb üzleti potenciált képviselő A és B típusú posták jelentik a fejlesztés célcsoportját. A téma nagyságrendjére és jelentős beruházási forrásigényére tekintettel a posták helyzetének vizsgálata után az átalakítások ütemezetten, több évre elosztva valósulnak meg.

A Magyar Posta vezetése az értékesítést támogató környezet megteremtésének két konkrét iránya mellett tette le a voksát.

- Üvegezett bankfal nélküli, nyitott pultos kiszolgálás a közvetlenebb ügyfélkapcsolat megteremtéséért, illetve
- Ügyfélhívók rendszeresítése a sorban állás elkerülése és a diszkrét kiszolgálás biztosítása érdekben

Nyitott pultos kiszolgálás

A nyitott pultos munkahelyeken közvetlenebb, személyesebb kapcsolatot tud kialakítani a kezelő az ügyféllel, hallhatósága is jobb, a termék bemutatása egyszerűbb. Az üvegfal mögött az információk kevésbé voltak fogadhatóak, személytelennek tűnt sokszor az ajánlás.

A munkatársak részéről bátrabb az ajánlás, ha megvan a szemkontaktus lehetősége az ügyfél és a munkatárs között, mely az értékesítés egyik elengedhetetlen feltétele. Ügyfeleink a közvetlenebb kapcsolat miatt sok esetben bizalmasabb információt is hajlandók közölni.

A nyitott pult a termékek bemutatásához nagyobb teret ad, lehetőség van bemutató eszközök, tarifatáblázatok, kérdőívek, ajánlatok használatára. Kézzel fogható termékek (sorsjegy, kereskedelmi áruk) esetén egyszerűbb az árubemutatás.

A munkatársak a kifogásokra bátrabban mernek válaszolni, szemléltetés alkalmazásával az ellenvetések kezelése könnyebb.

Ügyfeleink a postaboltok esetében is nagyon kedvezően fogadják a nyitott pultos rendszert, hiszen így jobban átlátják a Posta által kínált termékválasztékot, így megnő az impulzus vásárlások száma.

Budapest 114. posta

Bár a nyitott pultos munkahelyek bevételre gyakorolt hatása közvetlenül nehezen mérhető, a tapasztalatok szerint a nyitott pultos munkahelyek jelentősen segítik az értékesítést. A kialakítása mellett, vagy azzal együtt a bevételek alakulására pozitív hatással van még a munkatársak oktatása, képzése, a motivációs rendszer, az elvárások növekedése, konkretizálása, figyelemmel kísérése, visszacsatolás.

Ami egyrészről előny, az másrészről felvet bizonyos biztonsági és egyéb problémákat, feladatokat. A nyitott pultos postahelyeken az általános biztonságérzet megteremtése miatt nagyobb jelentőséget kap a biztonsági őr folyamatos jelenléte és fokozott figyelme. Emellett az ügyfél közvetlenebb betekintést nyer a posta belső technológiai területeire, így az ottani bútorzat és burkolatok állapota, a rend és tisztaság lényegesen nagyobb hangsúlyt kap a kiszolgálási környezet megítélését illetően.

A posták nyitott pultos kialakítása a fentiek miatt jellemzően együtt jár az ügyféltér bizonyos mértékű rekonstrukciójával is, ezért a rendelkezésre álló források függvényében ezek a munkálatok csak több évre elosztva, ütemezetten valósíthatók meg. Az elmúlt évek ez irányú eredményeit az alábbi táblázat szemlélteti:

	2009 elején már nyitott volt	2009-ben nyitott lett	2010-ben nyitott lett	2011 terv	Összesen
A típus	34	15	16	5	**70**
B típus	36	28	3	15	**82**
C típus	27	3	4		**34**
D típus	14	-	-	-	**14**
Összesen	**111**	**46**	**23**	**20**	**200**

1. táblázat: Nyitott pultos postahelyek száma

A nyitott pultos kialakítással rendelkező postákon lefolytatott kutatások alapján az alábbi előnyöket és hátrányokat azonosítottuk.

ELŐNYÖK

Ügyfelek részéről

- Az ügyfelek jobban megnyílnak, ügyfél-centrikusabb, ember közelibb és közvetlenebb a kapcsolat, ez mindkét fél érdekeit szolgálja.
- Jobb, barátságosabb ez a megoldás.
- Nem kell hangosan beszélni az ügyintézés közben, könnyebb a kommunikáció.
- Bizalmat sugároz – „Bankszerű”
- Megújult, korszerű berendezés.
- Összességében mind a nyitott pultos rendszer, mind pedig az ügyfélhívók bevezetésének megítélése pozitív.

Munkatársak szempontjából

- Az ablakok a munkatársak munkáját megnehezítik, hiszen az ablakok révén nehéz a kommunikáció, olykor még az ügyfelek száját sem látták, így mindkét félnek fel kellett emelnie a hangját. A nyitott pultos kiszolgálás esetén hasonló problémák nem fordulnak elő.

- A diszkrétebb rendszer révén jobban tudják tájékoztatni az ügyfeleket a konstrukciókról, feltételekről, ami különösen a pénzügyi szolgáltatások tekintetében nagy előny. Mivel egyik félnek sem kell felemelnie a hangját, így az ügyfelek jobban megnyílnak a kiszolgálás során.
- A munkatársak folyamatosan látják, hogy éppen hány ügyfél várakozik.
- A munkatársak is egyértelműen a megváltozott rendszer mellett teszik le a voksukat, hiszen az a közérzetükre is pozitív hatást gyakorol.

Vállalati stratégia szempontjából

- A változások pozitívan hatnak a pénzügyi és kereskedelmi termékek értékesítésére.

HÁTRÁNYOK

- A zárt kiszolgálási környezet nagyobb védelmet nyújt az ügyfelek részéről jelentkező esetleges atrocitások ellen.
- Fontos a biztonsági őr jelenléte, ami költségnövekedést jelent.

A nyitott pultok az ügyfélirányító rendszerrel együtt tudnak még hatékonyabban funkcionálni. A kezelő így csak egy ügyféllel van kapcsolatban, ami diszkrét ügyfélkezelésre ad lehetőséget, a következő ügyfél nem áll mögötte, nem sürgeti a kezelőt, az ellőtte állót. Az ügyfél nyugodtabban kérdez, nem érzi kellemetlenül magát a sorállás miatt.

Ügyfélhívó rendszerek

A sorban állás megszüntetésével az ügyfelek sorszámukat kezükben tartva döntési és térbeli szabadságukat megtartva vehetik igénybe a Magyar Posta szolgáltatásait, így nagyobb hangsúlyt kap a kulturált, ügyféligényeknek megfelelő ügyféltér kialakítása is.

További előny, hogy a munkatársakon nincs az a nyomás, mekkora sor áll, így minden ügyféllel diszkréten tud foglalkozni, az ő egyedi igényei alapján. Az ügyfél egyedül áll a kiszolgáló munkahelynél, így megoldottá válik a postai és banktitok megőrzése, az ügyfél személyes adatainak védelme. Ezáltal növekszik az ügyfelek bizalma a Magyar Postával és az általa nyújtott szolgáltatással szemben is.

A postákon bevezetett ügyfélhívó rendszer diszkrét kapcsolatot hoz létre a munkatárs és az ügyfél között. A megnövekedett bizalmi faktornak köszönhetően a banki típusú szolgáltatások forgalmára különösen nagy, de az egyéb szolgáltatási területek forgalmára is kedvező hatást gyakorolt. A megváltozott kommunikációs helyzetben jobban érvényesíthető és megerősíthető a posta felé tanúsított tradicionális bizalom is.

A rendszer bevezetésével a megnövekedett diszkréció és a korszerű környezet folytán az adott postahely vonzóbbá válik, ami forgalomnövekedést generál. (Gyakorlati tapasztalatok alapján a postabolt forgalma minden esetben megnő és a megtakarítások területén 15-20%-os forgalomnövekedés várható.)

A várakozási idő alatt (a sorban állás megszűnése miatt) lehetősége nyílik a szolgáltatónak, hogy az ügyfél figyelmét irányítsa. (Plakátok, szórólapok, hirdetőfelületek, ami lehet maga a kinyomtatott sorszám papírja is)

Az ügyfélhívó rendszerrel rendelkező postákon lefolytatott vizsgálatok alapján az alábbi előnyöket és hátrányokat azonosítottuk.

ELŐNYŐK

Ügyfelek szempontjából

- Hívószám nélkül gyakoriak a hosszú sorok, s az ebből adódó konfliktusok. A rendszer bevezetésével ezeket a problémákat ki lehet küszöbölni.
- A hagyományos rendszerben az ügyfelek gyakran nem tartják tiszteletben a biztonsági megállító táblákat. Hívószám mellett ilyen helyzetek nem fordulnak elő.
- Hívószámos rendszerben az ablakoknál egyszerre csak egy ügyfél tartózkodik. Ez ügyfél-centrikusabb kiszolgálást tesz lehetővé, hiszen közvetlenebb az ügyfél-alkalmazott kapcsolat; diszkrétebb, bizalmasabb légkört teremt közöttük.
- Az ügyfelek számára egybehangzóan a gyorsaság a legfontosabb szempont a kiszolgálás terén. A hívószámos rendszer eddigi tapasztalatai szerint rövidebbnek érzik a várakozási időt, s ez jótékonyan befolyásolhatja a postai és banki termékek értékesítését is.
- Le tudnak ülni, kényelmesebben tudnak várakozni.
- Jól eligazodnak a hívószámos rendszerben.

Munkatársak szempontjából

- A munkatársaknak van idejük lezárni a már kiszolgált ügyfél ügyeit, s koncentrálni tudnak a következő ügyfélre.
- Lehetőség van az ügyféligények felmérésére, a célirányosabb ajánlásra, így nő a munkatársak önbizalma a sikeresen realizált üzletkötésekből eredően.
- Speciális kiszolgálást, tudást igénylő termékek esetén az ajánlásokat követő átirányítás könnyebben megszervezhető az ügyfél várakoztatása nélkül.
- Bizalmasabb munkafolyamatok esetén (például pénzszámolás) az ügyfélkiszolgálás felfüggeszthető.
- Kulturáltabb ügyfélkezelést tesz lehetővé, ami a közérzetükre is pozitív hatást gyakorol.

Vállalati stratégia szempontjából

- A munkatársak véleménye szerint az ügyfélhívó elősegítené az értékesítési tevékenységet, s a tervszámok teljesítését.
- A változások pozitívan hatnak a banki termékek értékesítésére,
- A változtatás lehetőséget teremt a hagyományos posta-kép hátrányainak kiküszöbölésére.
- Hasznos statisztikák nyerhetők a hívószámos rendszerből.
- Az ügyfélhívó adatai munkaszervezési szempontból kiemelten fontosak, amellyel a hatékony emberi erőforrás felhasználás és az „elvárt” várakozási idő biztosítható.

HÁTRÁNYAI

- A munkatársaknak lehetőségük van arra, hogy a munkavégzés intenzitását indokolatlanul csökkentsék.
- A választható szolgáltatások munkahelyekhez rendelése közti különbségek miatt, ha adott esetben nem is kell sokat várakozniuk, az ügyfelek olykor nem értik, hogy miért kell másoknak kevesebbet várakozniuk.

	2009 elején már ügyfélhívós volt	2009-ben ügyfélhívós lett	2010-ben ügyfélhívós lett	2011 terv	Összesen
A típus	24	29	16	4	**73**
B típus	7	-	-	8	**15**
C típus	1	-	-	-	**1**
D típus	-	-	-	-	**-**
Összesen	**32**	**29**	**16**	**11**	**89**

Megjegyzés: 2009 évben 21 rendszer cseréje, 2010 évben további 3 rendszer cseréje is megvalósult

2. táblázat: Ügyfélhívóval rendelkező postahelyek száma

Az általános ingatlan átalakítási irányok mellett specifikált munkahelyek kialakításával tovább javítható az ügyfelek komfortérzete.

A speciális kiszolgálást igénylő termékek kapcsán kerültek kialakításra és folyamatosan bővítésre a Posta Pénzügyi Megoldások (PPM) munkahelyek, melyek a professzionális pénzügyi termék értékesítés alapkövei.

A kereskedelmi áruforgalmazás szempontjából a Postaboltok, mint speciális munkahelyek kiemelendők, ahol az árubemutatás segítségével többszörözhető a forgalom.

Összességében megállapítható, hogy az értékesítési környezet ilyen mértékű és számú fejlesztése már az ügyfél oldalról is észlelhető. Figyelembe véve, hogy az ügyfelek közel 60%-át az „A" és „B" típusú postahelyeken szolgáljuk ki, ügyfélérzet és üzleti potenciál alapján is ebben a körben célszerű a továbblépést tervezni. Az értékesítési környezet fejlesztését követően azt tapasztaljuk, hogy az aktív termékek esetében releváns bevételi különbség van (termékektől függően 5-7%) a jobb feltételekkel rendelkező postahelyek javára.

A Logisztikai és Hálózati Ágazati Igazgatóság céljai közt továbbra is szerepel az értékesítési környezet fejlesztése, modernizálása. Ez jelentheti az alapot új termékek bevezetéséhez, illetve a posták banki típusú megítélésének erősítéséhez.

Eredményesen zárult a *PostaAutóŐr* kötelező biztosítási kampány

A Posta Biztosító immár 8. éve vesz részt a kötelező biztosítási (kgfb) kampányban. Sikertermékét, a *PostaAutóŐr* kötelező gépjármű-felelősségbiztosítást 2010-ben és 2011-ben is piacképes díjakkal, többféle kedvezménnyel kínálja a postára betérő, valamint az interneten kötő Ügyfeleknek.
Elmondható, hogy a társaság több szempontból is sikeres kampányt zárt 2010 év végén, és a minden eddiginél erősebb árverseny közepette is sikerült növelnie Ügyfelei számát. Az év utolsó két hónapjában több mint 60.000 szerződést kötöttek a postai munkatársak.

A 2010-es kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási kampány rengeteg kihívást tartogatott az értékesítésben résztvevő munkatársak számára. Az utolsó hetek értékesítési hajrája, az üzletkötő munkatársak kitartása és pozitív hozzáállása meghozta gyümölcsét. A kampány sikeréhez több mint 8000 üzletkötő járult hozzá, köztük volt olyan, aki egymaga közel 200 szerződést kötött. A *PostaAutóŐr* termékhez bevezetett új Okozói kiegészítő biztosításból a postai munkatársak a kampány ideje alatt 2000 db-ot kötöttek meg. A meghirdetett kedvezmények idén is nagymértékben segítették az értékesítést, és a postai munkatársak számára kiírt 33%-os Postás kedvezményt is több ezer szerződésen vették igénybe.

Munkacsoport

A váltási kampányra történő felkészülést a Biztosító a Postával karöltve már 2010 nyarán elkezdte. Július 27-én alakult egy kampány előkészítő **munkacsoport,** melynek célja a kgfb-kampány előkészítése és menedzselése volt, a közösen meghatározott értékesítési tervszámok teljesülése érdekében. A munkacsoport heti rendszerességgel találkozott egészen a kampány végéig és a közös megbeszélések alkalmával, komplex kampány menedzsment folyamatot dolgozott ki. Minden lehetséges kommunikációs fórumot és eszközt kihasználva (Postás Magazin, Posta Pénz Piac, Biztos Tippek, postai intranet, Help Desk üzenet, SMS üzenet, postavezetői levelek, stb.) rendszeresen megszólította a postákat, postavezetőket,

támogató munkatársakat, névre szóló levélben fordult a kiemelt értékesítőkhöz. Az intenzív megszólítással a társaságok célja annak tudatosítása volt, hogy csak alapos, részletes értékesítés-szakmai felkészülés, kiemelkedően aktív ügyfél megszólítási, tarifálási tevékenység és postahelyi kampánymenedzseléssel ismételhető meg a korábbi év sikeressége.

Felkészülés a kampányra

A postavezetők feladatul kapták, hogy október első hetében jelöljenek ki egy értékesítési tapasztalatokkal rendelkező, feladat és teljesítmény orientált **postahelyi kampányfelelőst,** aki a postahelyi munkatársi közösségben összefogta a 2010-es kgfb-kampánnyal kapcsolatos feladatokat. Szintén saját hatáskörben **postahelyi kampánytervet** készítettek mely vonatkozott a munkatársak felkészítésére, a postahely értékesítési munkatevékenységének megszervezésére, a kampány I. és II. szakaszához kapcsolódó feladatok elvégzésére, a postahelyi nyílt napok ütemezésére, a „Tarifálási Pontok" üzemeltetésére. Fontos feladatuk volt a **postai munkatársak felkészítése** is: termékismereti, ügyfél megszólítási technikák megerősítése az oktatási anyagokból (Távoktatási anyag, Tudáspróba).

Minden postahely **tarifálási mutatószámot** (az akció során a postahelytől elvárt ügyfelek számára történő tarifálások száma) és egy **kötési terv darabszámot is** kapott. Az előbbi az üzleti és értékesítési tapasztalatok alapján került kialakításra abból a célból, hogy támpontot adjon a postahely számára az értékesítési aktivitás ütemezéséhez, az utóbbi a piaci környezeten, postahelyi adottságokon és társasági elvárásokon keresztül meghatározott, teljesítendő értékesítési darabszám volt.

Tavaly már októberben elkezdődött a kampány

- **I. szakasz:** a 2010. október 4-30-ig tartó „Felkészülési Kampány – Megszólító szakasz" célja a postahelyi felkészülés, aktív ügyfélmegszólítás, címgyűjtés, nyílt napok szervezése volt a postahelyi tarifálási irányszám eléréséhez. A folyamatot egy bankkártya méretű kW nyereménykártya segítette, mely felhívta az Ügyfelek figyelmét a tarifálási alapelv változására (cm3-ről kW-ra történő átállás), illetve a novemberi nyereményjátékra.
- **II. szakasz:** a 2010. november 1-től december 31-ig tartó „Értékesítési Kampány", azaz „Tarifáló szakasz" célja az üzemszerű tarifálás és értékesítés volt. Ebben a szakaszban kapott kiemelt szerepet az aktív értékesítés, a nyílt napok szervezése, a Tarifálási Pontok működtetése az akciós kötési terv teljesítése érdekében.

Együtt, biztonságban! – Országos reklámkampány

A ***PostaAutóŐr*** kgfb biztosítás illetve a Posta és Posta Biztosító népszerűsítését a két cég országos TV kampánnyal támogatta, reklámfilmünk novemberben került a Magyarország legnézettebb csatornái közé tartozó, TV2 valamint M1 műsorára. Az Ügyfelek az Axel Springer Magyarország autós magazinjaiban találkozhattak a kedvezményes kötést biztosító kupon hirdetésekkel, a biztosító hatezres saját adatbázisára pedig elektronikus DM levelet küldött ki. A hangsúly továbbra is a postahelyi kommunikáción volt, hiszen elsősorban a postahelyekre betérő Ügyfelek megszólítása és megnyerése volt a cél. A postahelyek akciós plakáttal, kétféle megszólító lappal, a kijelölt postákon molinóval,

plazma filmmel, nyílt napokat támogató eszközökkel (figyelemfelkeltő plakátok, szórólapok, ajándékok, játékok) készültek. Országszerte 277 db felmatricázott Volkswagen transporter hirdette a postahelyi kgfb kötés lehetőségét.

Ügyfélnyereményjáték

A biztosító sorsolásos nyereményjátékot hirdetett azon Ügyfelek részére, akik 2010. november 2. és 2010. december 31. között 2011-es évre szóló ***PostaAutóŐr*** kötelező biztosítási díjat kalkuláltattak, és a kitöltött, lepecsételt nyereményszelvényt leadták valamelyik postán. A játékban résztvevők között 2011. január 28-án kisorsolásra került 3 db MICHELIN Alpin 4 típusú téli gumiabroncs szett, 1 db iPad (érintőképernyős multimédiás eszköz), 3 db iPod nano (zenelejátszó) és 5 db hordozható Orion divX DVD lejátszó.

Újdonságok

A Posta Biztosító 2010 novemberétől új Okozói kiegészítő biztosítással lépett a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási piacra, mely a magyar biztosítási piacon újdonságnak számító, innovatív kiegészítő szolgáltatásnak bizonyul. Sokan nincsenek tisztában azzal, hogy a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás kizárólag az Ügyfél által másoknak okozott kárt téríti meg. De mi történik a károkozó Ügyfél saját autójával?

A saját autóban ugyanazon káresemény kapcsán keletkezett károk megtérítésére kínál megoldást a ***PostaAutóŐr*** kötelező gépjármű-biztosítás mellé választható Okozói kiegészítő biztosítás, mely a károkozó autóban bekövetkezett kárt is megtéríti 2 millió Ft-ig a biztosító Ügyféltájékoztató és biztosítási feltételek kiadványában meghatározottak szerint. Az önrész mértéke 10%, minimum 100 000 Ft. Az egyszerűen, szemle nélkül megköthető Okozói kiegészítő biztosítással a piaci ár töredékéért, az alapbiztosítás díjának 75%-ért, már átlag évi 15.000 Ft-ért kaphat az Ügyfél töréskár fedezetet. Induláskor az új kiegészítő biztosítás meghatározott személygépkocsi márkákra volt köthető: CHEVROLET, DACIA, DAEWOO, FIAT, FORD, HYUNDAI, KIA OPEL, PEUGEOT, RENAULT, SEAT, SKODA, SUZUKI és VOLKSWAGEN. A sikeres értékesítésre való tekintettel, 2011. február 15-től a biztosító a következő gyártmányokkal bővítette azon gépjárművek körét, melyekre Okozói kiegészítő biztosítás köthető: ALFA ROMEO, CITROEN, DAIHATSU, ISUZU, LADA, MARUTI, MAZDA, MITSUBISHI, NISSAN, TATA, TOYOTA és VOLVO.

Többféle kedvezmény – akár 30%

Az elmúlt években már megszokott kedvezmény rendszer, az Ügyféligényeket figyelembe véve tavaly tovább bővült.

Továbbra is megmaradtak a családi kedvezmények, foglalkozáshoz, nyugdíjas korhoz, közlekedéshez kapcsolódó kedvezmények, kiegészült a sajtó-termékekhez kapcsolódó kedvezmények köre a Kiskegyed Kupon-kedvezménnyel, valamint a nagy sikerre való tekintettel a postás munkatársak számára ismételten kiemelt, 33%-os kedvezményt biztosított a cég.

Gyermekkedvezmény	15%	Autó-Motor előfizetői kedvezmény	5%
Családi többautó-kedvezmény	10%	Autó-Motor kupon kedvezmény	5%
Nyugdíjas kedvezmény	10%	Kiskegyed kupon kedvezmény	10%
Közalkalmazotti, köztisztviselői vagy kormánytisztviselői kedvezmény	10%	E-mail cím kedvezmény	5%
B10 jóvezető-kedvezmény	20%	Kedvezmény legalább 3 éve nem váltóknak	10%
Tömegközlekedési kedvezmény	10%	Kedvezmény legalább 1 éve nem váltóknak	10%

A már ismert kedvezmények mellé néhány új is került a palettára, melyek segítségével nagyobb ügyfélkör számára tudtak előnyös díjat ajánlani: E-mail cím kedvezmény, kedvezmény legalább 1 éve nem váltóknak, ill. Kiskegyed kupon kedvezmény.

Néhány piaci információ az elmúlt év kgfb kampány tapasztalataiból és versenytársi környezetből:

- **Ugyan több szakértő újabb váltási rekordot jelzett előre, elmaradt a várt kötelező rekord,** az elmúlt évek folyamatos bővülése után tavaly megtorpant a biztosítót váltók száma.
- 4 millió ügyfélből **1,3 millióan váltottak biztosítót** a piac egyes szereplői által várt 2 millió helyett. 2009-ben ez a szám 1,5 millió volt! Ebből 1,16 millió volt az egyéni ügyfél, a többi pedig flottában biztosított jármű.
- 2010-ben az Ügyfelek több mint fele még mindig a személyes csatornákon keresztüli szerződéskötést preferálta. A Magyar Postán kötött szerződések esetében ez a szám még magasabb (60%), ami a postás kollégákba vetett bizalmat is tükrözi
- A kampányban a legnagyobb piaci részesedés növekedést a K&H biztosító érte el.
- A pozitív szaldóval záró biztosítók között szerepelt a Posta Biztosító is, a postai és az alkuszi csatornákon megkötött 106.000 db szerződéssel szemben csupán 86.000 db felmondás született a kampányban a biztosítónál.
- **A kampányt éles árverseny jellemezte:** 24.000 forintról **18.000 forint alá csökkent** a kötelezők átlagdíja a 2010. november-decemberi kampányban.
- **Az ügyfelek árérzékenysége jelentősen megnőtt a válság hatására.** Tájékozottabbak lettek, jobban utánajárnak az árnak. A döntésben fokozottan közre játszott az **ár mellett a biztosító megbízhatósága, stabil gazdasági háttere, és az Ügyfelek bizalma a Magyar Postában.**

Célba ért az iszapkárosultak támogatása, a Posta Biztosító 20 millió forinttal támogatta az iszapkárosultakat. A Magyar Posta Zrt. és a Posta Biztosító kiemelten fontosnak tartja a vörösiszap-ömlés katasztrófa által sújtott Devecser, Kolontár és Somlóvásárhely településeken élő károsultak terheinek enyhítését. Ezért a biztosító minden, a Magyar Posta Zrt. hálózatán belül megkötött, 2011. január 1-jei kockázatviselési kezdetű ***PostaAutóŐr*** kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási szerződés díjából rendkívüli kedvezményt adott. Az említett településeken élő személygépjármű-tulajdonosok – a három településre meghatározott speciális területi szorzónak köszönhetően – 2011-es biztosítási díjukból 90%-os kedvezményt kaptak.

Az év végi kötelező gépjármű-felelősség biztosítási kampányban az érintett településeken összesen 732 db szerződés született a Posta Biztosítónál. Ezen ügyfeleink közül 451-en a Magyarországon elsőként bevezetett Okozói kiegészítő biztosítást is kötöttek szerződéseikhez.

A Magyar Posta Zrt. és a Posta Biztosító összefogása összesen 20 612 412 Ft-tal enyhítette az iszapkárosultak terheit.

A JNT Logisztikai és Biztonsági leányvállalat múltjának, jelenének és jövőbeli kilátásainak áttekintése.

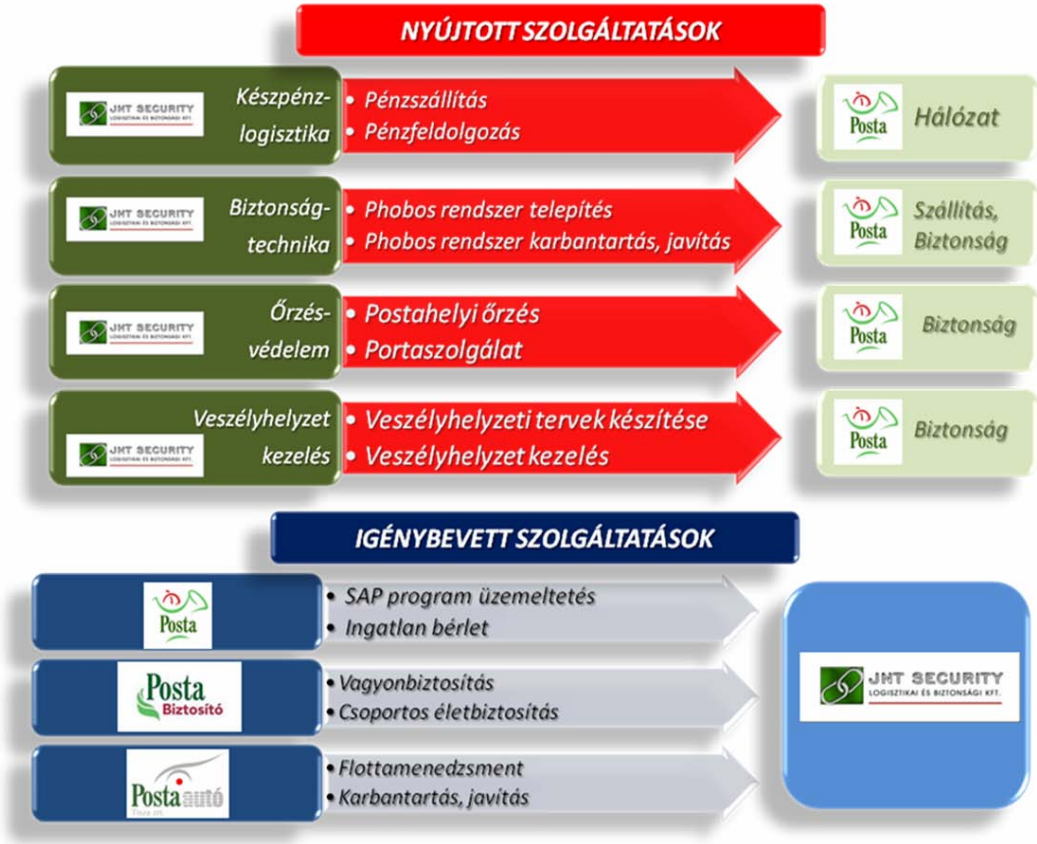
A JNT Security Kft. Magyar Posta számára betöltött szerepét, nem csak a postahálózat zavartalan működtetése szempontjából kiemelt jelentőségű készpénz-logisztikai szolgáltatások nyújtása, hanem a rendkívül koncentrált hazai készpénz-logisztikai piacon elfoglalt meghatározó szerepe is alakítja. A 100%-os tulajdoni részesedésű postai leányvállalat, közel 8 éves fennállása során a piaci összehasonlításban is élen járó, innovatív technológiák alkalmazásával teljesíti a küldetését: a szolgáltatás nyújtás árában megvalósuló tulajdonosi érték teremtést.

Az 5,2 milliárd éves árbevételű JNT Kft. a magyar készpénz-logisztikai piac meghatározó szereplője és a Magyar Posta Zrt. 100%-os tulajdonában álló legnagyobb leányvállalat mind üzletmérete, mind tőkésítettsége terén. A készpénz-logisztikai főtevékenység mellett, a JNT Kft. befogadó szervezete a Magyar Posta anyavállalatból kiszervezett tevékenységeinek: 2003-tól a postai objektumok élő erős őrzésének szervezését, 2011. január 1-től pedig a postai veszélyhelyzeti tervezési és kezelési feladatokat is ellátja. A JNT Kft. 600 fő körüli foglalkoztatott állományának jelentős része volt postai dolgozó.

Illeszkedés a Posta-Csoportba

A JNT Kft. szervesen illeszkedik a Magyar Posta Csoportba:

- árbevételének 88%-a származik a Magyar Posta részére nyújtott négy tevékenységi kör keretében nyújtott szolgáltatásokból,
- ráfordításainak 5,7%-át a Magyar Posta Csoport tagvállalatai felé fizeti ki.



A JNT által nyújtott szolgáltatások a Magyar Posta alábbi fő folyamataihoz kapcsolódnak:

- a Posta-hálózat készpénz menedzsment tevékenysége;
- a belső postai pénzszállítás technikai támogatása;
- a postai objektumok biztonsága;
- a posta veszélyhelyzet kezelése és az arra felkészülés folyamata.

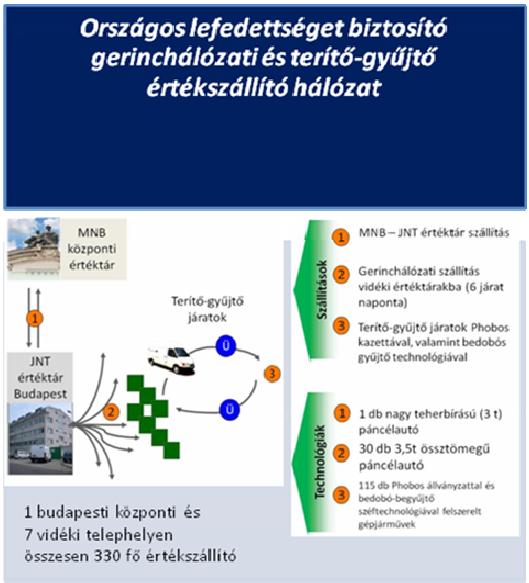
Országos lefedettségű készpénz-logisztikai hálózat

A JNT logisztikai eszközei, valamint szolgáltatásai a Magyar Posta igényeire kerültek kialakításra a Posta-Csoport szintű készpénz-logisztikai koncepció alapján. A készpénz-logisztikai koncepció fő jellemzői:

- nagy értékű, biztonsági kockázatot jelentő pénzszállítás Magyar Postán kívülre szervezése,

- az illetéktelen hozzáférési kísérlet esetén a bankjegyeket forgalomképtelenné tevő (megfestő) biztonsági értékszállító kazetta rendszer bevezetése a humán kockázat csökkentése érdekében,
- az éjszakai pénzfeldolgozás megvalósítása.

A JNT egy budapesti integrált szállítási és feldolgozási központ mellett 6 vidéki értékfeldolgozó/járatindító és 7 szállítási telephellyel rendelkezik. A szállító kapacitást 145 db értékszállító tehergépjármű képezi.



A JNT készpénz-logisztikai hálózatának fő jellemzői:

- *országos lefedettség:* 90-95 terítő-gyűjtő járat, naponta kétszer (reggel és este) képes napi 1 000 – 1 200 pontot felkeresni;
- *egy napos hálózati átfutás:* esti gerinchálózati szállítás a budapesti központ és a 6 vidéki értékfeldolgozó/járatindító depók között,
- 45 db ATM berendezés napközbeni felkeresése túrajáratban,
- teljes körű éjszakai feldolgozási tevékenység: az esti járatok által begyűjtött pénz feldolgozása éves szinten 2 500 – 3 000 milliárd forint értékben.

A készpénz-logisztikai piac áttekintése

A **készpénz-logisztikai tevékenység** a forgalomban lévő készpénz (belföldi és külföldi bankjegyek és érmék)

- fizikai kezelésére (szállítás, tárolás, ATM-be töltés) kiterjedő logisztikai,
- valamint a forgalomba visszaforgatásra kerülő készpénz mennyiségi, minőségi és valódiság szerinti, MNB rendelet által szabályozott szortírozásra kiterjedő komplex, kiegészítő pénzintézeti tevékenységnek minősülő szolgáltatás.

A készpénz-logisztikai tevékenység eredménye a banki ügyfelek készpénz-bankszámla pénz közötti konverziója. Ebből kifolyólag a készpénz-logisztikai szolgáltatások tipikus igénybevevői a nagy készpénzforgalommal rendelkező vállalkozások, úgy mint:

- bankok, posta (fióki és ATM hálózat),
- kereskedelmi és szolgáltató vállalkozások.

Az általános közvélekedés szerint a készpénz használat folyamatosan csökken, az elektronikus készpénz helyettesítő megoldások (hitelkártya, internetes bankolás, mobiltelefonos fizetés stb.) térnyerése miatt. Ezzel szemben az elmúlt 15 év statisztikája mind az Euro-övezetben, mind Magyarországon a használatban lévő készpénz mennyiségének legalább inflációs mértékű bővülését mutatta. Ez egyáltalán nem ellentmondás, ha a gazdaság bővülésének (bruttó hazai termék, GDP), és a teljes monetáris bázisnak (készpénz és számlapénz) az együttes alakulását vizsgáljuk. Megállapítható, hogy a gazdaság növekedése elsősorban a készpénz helyettesítő fizetési módok növekedésével járt együtt, míg a háztartások mindennapi megélhetéséhez kötődő fogyasztás továbbra is hagyományos készpénz használathoz kötődik.

A készpénz arányának alakulását a teljes pénzállományon belül jelentősen befolyásolja mind a készpénz helyettesítők alternatív költsége, mind a készpénzforgalomra épülő fekete- és szürkegazdaság kiterjedtsége. A hazai készpénzforgalomra – és itt is elsősorban a Magyar Posta készpénzforgalmára – szignifikánsan kihat a közszolgáltatások és az állami transzferek fizetési forgalmára vonatkozó szabályozók is.

A ***hazai készpénz-logisztikai piac egészében rövid-közép távon stagnáló keresletet vetít előre.*** Az egyes részszegmensek alakulását jelentős diverzifikáltság jellemzi:

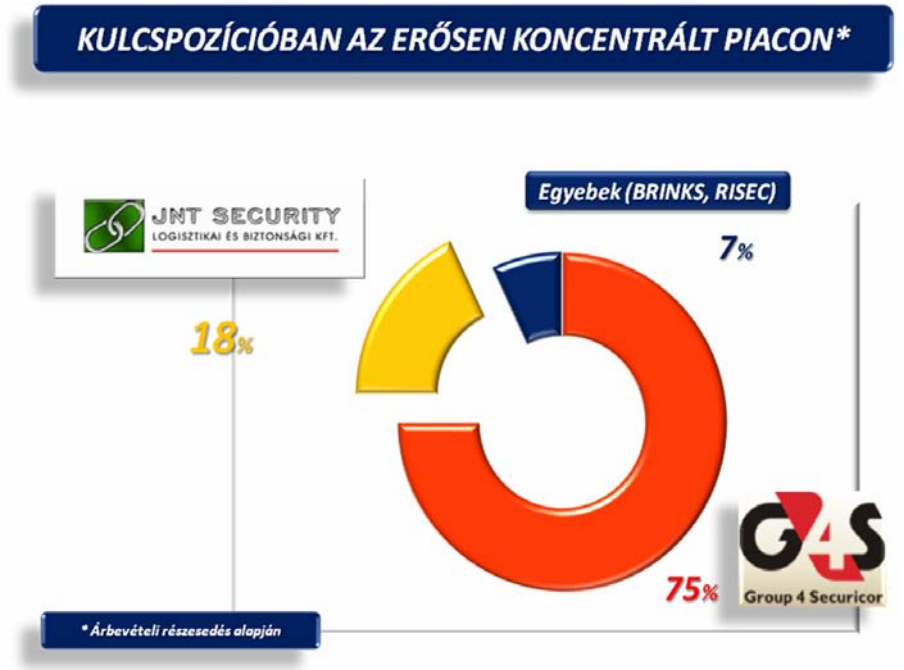
az ATM hálózati szegmens forgalmi részaránya várhatóan tovább bővül a bank- és posta fióki készpénzforgalom csökkenése mellett.

A hazai készpénz-logisztikai piac elmúlt és előttünk álló 5-10 évének fejlődésére jelentős hatást gyakorolt a Magyar Nemzeti Bank piacszabályozó stratégiája, valamint a technológiai fejlődés. Az MNB a 2000-es évek első felében stratégiai döntést hozott emissziós tevékenységére (kibocsátás, bevonás, váltás) jellemző magas logisztikai költségszintjének csökkentésére: a jegybank olyan hosszútávra meghirdetett díjpolitikát vezetett be fokozatosan, amely a gazdaságban jelentkező készpénz kereslet és kínálat térben és időben való kiegyenlítését a piacon működő készpénz-logisztikai szolgáltatókra hárította át. Ezen stratégia meghatározó mérföldkövei:

- 2005-2006. években megszűntette korábbi országos fiókhálózatát,
- üzleti kapcsolatát a készpénz-logisztikai szolgáltatókra korlátozta,
- a bankjegyek gazdaságba való visszaforgatására szigorú minőségi elvárás rendszert (technológia adaptálás) írt elő.

A jegybank emissziós tevékenységének súlycsökkenéséből kifolyólag, megnőtt a piaci szolgáltatók tevékenységének minőség biztosítási felelőssége. Ezt a Nemzeti Bank a bankjegy feldolgozási tevékenység, minőségi előírásainak szigorításával oldotta meg: 2012-ig fokozatosan megvalósul a bankjegy feldolgozási forgalom, legalább 90%-ban az MNB által minősített gépeken történő végzése.

A piaci környezet adottságaiból kifolyólag, a **hazai készpénz-logisztikai piac rendkívül koncentrálttá vált** az elmúlt 6-7 évben: domináns pozíciót szerzett a multinacionális hátterű G4S csoport, ami mellett egyedüli jelentős szereplőként a JNT Kft. volt képes pozícióját megőrizni. A többi szereplő együttes becsült részesedése nem éri el a 10%-ot.



A JNT fejlődési pályája

A JNT 2003-ban vette át a kisebbségi postai tulajdonú Defend Kft. tevékenységét. Az azóta eltelt közel 8 év 4 markáns periódusra osztható.

2004-2005-ben megvalósult a vállalat újraszervezése

A 2003-as indulást követően a vállalati szervezet és folyamatok újraszabására volt szükség 2004-ben. Az újraszervezés eredményeként létrejött nyereséges működés, biztosította a feltételeit a Phobos rendszer alkalmazásán alapuló, megnövekedett postai szállítási szolgáltatás kialakításának.

A biztos alapok megteremtését követően vált lehetővé, az első jelentős nem-postai üzletfejlesztések: a Szerencsejáték Zrt. és az ERSTE Bank együttesen kb. 300-350 egységet számoló fiókhálózatának kiszolgálása.

2006-2007-ben megvalósultak a stratégiai technológiai modernizációs beruházások

Az érték feldolgozási tevékenység modernizációja keretében, bevezetésre került az MNB elvárásainak megfelelő gépi bankjegyszortírozás (Giesecke&Devrient technológia), valamint a budapesti telephelyen koncentrált nagyüzemi bankjegyfeldolgozás.

Az értékszállításban bevezetésre került a meglévő Phobos technológia mellett az azt kiegészítő és hatékonyabbá tevő begyűjtő széf rendszer.

Ezen beruházások révén a JNT mind a minőség, mind az önköltség terén a piaci viszonyok között is élen járó technológiához jutott.

2008-2009-ben a készpénz-logisztikai szolgáltatási portfolió kiegészítésre került az ATM szolgáltatással

A stratégiai célként megfogalmazott, pénzintézeti ügyfél szegmensben való terjeszkedési képesség megteremtése érdekében, a JNT létrehozta ATM szolgáltató kapacitásait és referencia ügyfélként megszerezte az Allianz Bankot.

Ezen időszakban sor került a gerinchálózati szállításban kulcsszerepet betöltő páncélautó park megújítására is.

2010-2011-ben új termékek bevezetése a piacszerzés érdekében

A társasági stratégia alapján, a piaci expanziós képesség folyamatosan megújuló biztosításához, a JNT új szolgáltatással jelentkezik a hazai készpénz-logisztikai piacon: bevezeti nagy készpénzforgalmú vállalkozások részére a cash-ín (automata készpénzbefizető berendezés) géprendszer üzemeltetési szolgáltatást, amely mind a megrendelő, mind a szolgáltató számára jelentős megtakarítást eredményezhet a hagyományos készpénz-logisztikai szolgáltatás értékláncához képest.

Stratégia

A JNT, mint kiszervezett belső szolgáltatást teljesítő leányvállalat küldetése a szolgáltatás nyújtás árában megvalósuló tulajdonosi érték teremtés.

A küldetés az alábbi stratégiailag kiemelt célok teljesítésén keresztül valósul meg:

- postai igényekre optimalizált kapacitások kialakítása és fejlesztése,
- meglévő kapacitások fajlagos költségének csökkentése nem postai üzletekkel, amelyek beruházási hányada alacsony,
- folyamatos innováció az alkalmazott technológiában és a szolgáltatás kínálatban a versenyképes hatékonyság fenntartásához.

A hatályos közbeszerzési törvényi környezetben, a postai árbevételek legalább 80%-os arányának fenntartása szükséges, a Magyar Posta és a JNT közötti közvetlen szerződés lehetőségének biztosításához.

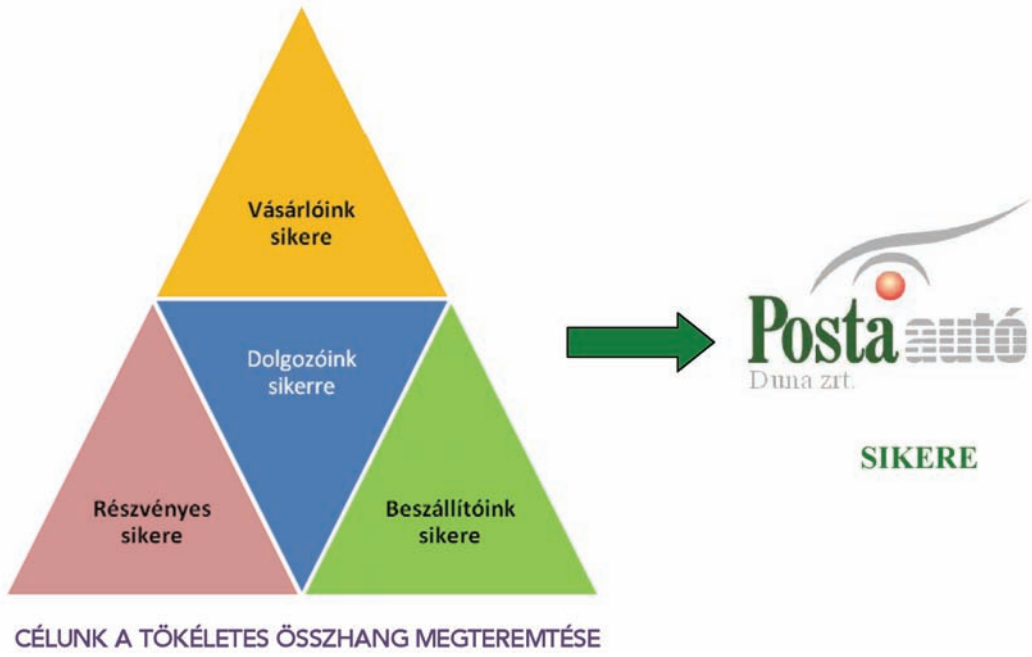
„Az elindulás és a megérkezés nyugalma”

A POSTAAUTÓ DUNA ZRT., mint a Postacsoport járművekkel kapcsolatos igényeinek szolgáltatója

A célok

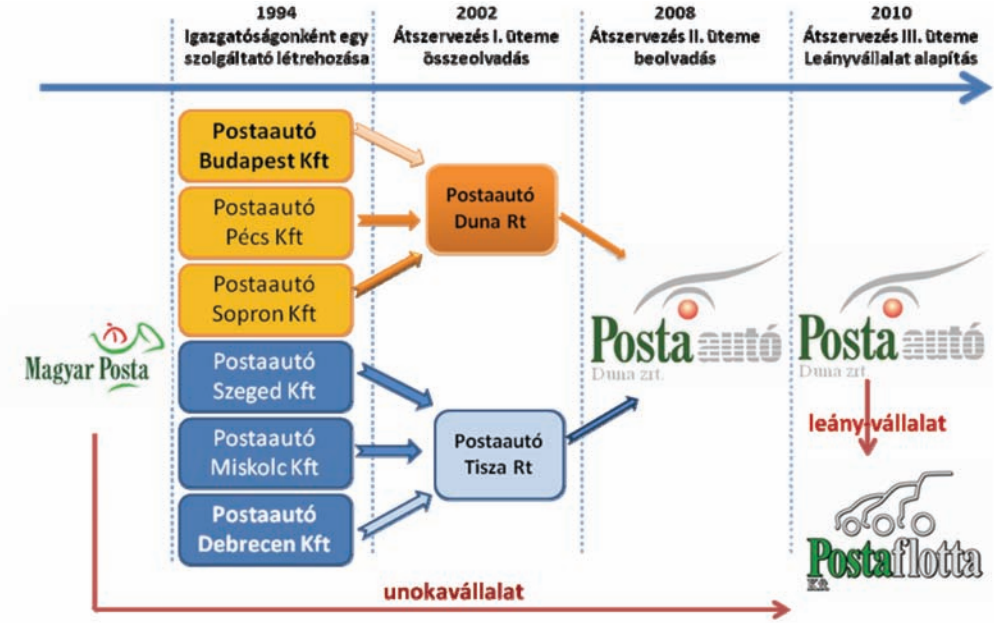
A Postaautó Duna zrt. szolgáltatásainak sokrétűségét hosszasan lehet elemezni, azonban ha ezeket egy csokorba össze akarjuk foglalni, akkor azt mondhatjuk, hogy a nyújtott szolgáltatások összessége nem más, mint **egy biztonságos érzés, ami az „elindulás és megérkezés nyugalmában” testesül meg.**

Minden törekvésünk ezt a célt szolgálja, mert ha partnereink a szolgáltatások igénybevételekor, munkatársaink a szolgáltatások nyújtásakor, beszállítóink az igényeink kielégítésekor ezt érzik, akkor megoldást találtunk minden felmerülő problémára, és megvalósítottuk a tulajdonos Magyar Posta Zrt. elvárásainak is a megfelelést.



A kezdetektől-napjainkig

A Postaautó társaságok története a Magyar Posta Zrt. területi igazgatóságainak szállítási üzemeiként kezdődött. A szállítási üzemek javító műhelyeként a Magyar Posta Zrt. járműveinek javítását végeztük. A 90-es évek elején az új Márkakereskedések és Márkaszervizek létrejötte, a járműpark elsősorban nyugati járművekre történő lecserélése, a hihetetlenül gyors technikai fejlődés kikényszerítette a megváltozott piaci viszonyokhoz történő alkalmazkodást, a külső partnerek kiszolgálását. Ezen célok hatékony megvalósítására jöttek létre a Postaautó Kft-k.



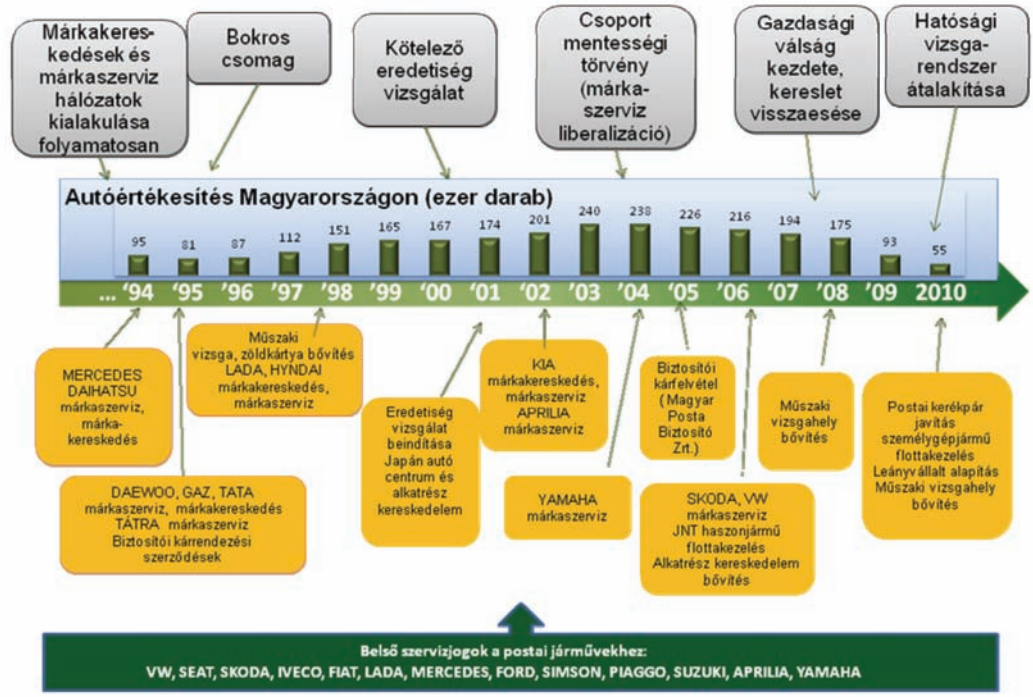
Az átszervezések hatására létrejött az országos lefedettséggel bíró 23 telephelyet üzemeltető, márkaszerviz jogosultságokkal rendelkező, kereskedelmi és flottakezelési tevékenységet végző hatékony szervezet, egységes vállalatirányítási, és auditált minőségirányítási rendszerrel.

A társaság főbb adatai 2010-ben:

Saját tőke:	2,0 Mrd Ft
Jegyzett tőke:	1,2 Mrd Ft
Nettó árbevétel:	3,8 Mrd Ft
Létszám:	290,0 Fő
Adózás előtti eredmény:	58,0 Millió Ft
Átlagkereset (teljes munkaidős):	200 211 Ft/hó

Tevékenységbővülés a piaci változások tükrében

Társaságunk az alapfeladatnak tekintett járműjavítási tevékenységet folyamatosan bővítette, új üzletágakat és szolgáltatásokat honosított meg a piaci lehetőségek és a rendelkezésre álló erőforrások függvényében.



Láthatjuk, hogy a Társaságunk folyamatosan fejlesztette szolgáltatásait, építette mind a belső, mind a külső piacait. Ez a folyamatos fejlesztés biztosítja, hogy a válság elhúzódó hatása ellenére is eredményes, fizetőképes, és megfelelő alternatívát tud kínálni a munkavállalói számára.

Telephelyi struktúra

A piaci elvárásoknak megfelelően kialakult a telephely struktúra, mely az elsődlegesen a postai igények kielégítésétől a márkafüggetlen nyílt szakszervizen át a hivatalos márkaszervizig nyújt megnyugtató megoldást. A térképen a teljes joggal szereplő szervizjogokat, míg a telephelyek neve mellett a hatósági és a biztosítói jogosultságokat jelöltük.

A postai járművek javításához szükséges szakismeretekkel, célszerszámokkal a belső szervizjogosultságokon keresztül rendelkezünk.

- Társaságunk az alábbi helyeken rendelkezik saját ingatlannal:
  Nyíregyháza, Mátészalka, Hatvan, Salgótarján, Cegléd, Szolnok, Kiskunhalas, Tatabánya, Székesfehérvár, Veszprém, Keszthely, Szombathely.
- Az alábbi telephelyeken pedig a Magyar Posta Zrt.-től bérli a szolgáltatásai nyújtásához szükséges ingatlanokat:
  Budapest, Debrecen, Miskolc, Szeged, Pécs, Sopron, Békéscsaba, Kecskemét, Eger, Győr, Siófok, Kaposvár (T-com tulajdon).

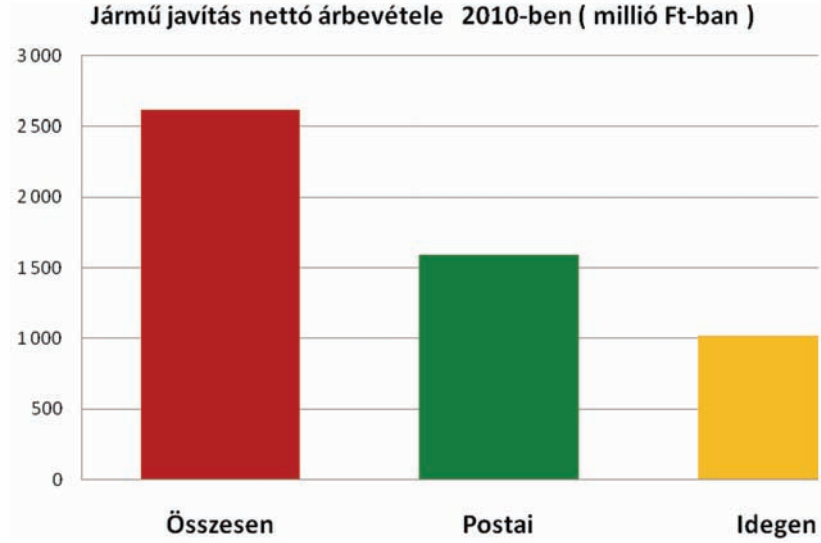
A Társaság telephelyei többségében egybe esnek a szállítási üzemek telephelyeivel, így 50 km távolságon belül országosan javítási szolgáltatást tudunk nyújtani a Magyar Posta Zrt. részére.

Márkaszervizek				Márkafüggetlen szakszervizek				Postai javítás szervizei	
Békéscsaba		VIZSGA		Cegléd		VIZSGA		Kaposvár	
Budapest		VIZSGA		Győr		VIZSGA		Siófok	
Debrecen		VIZSGA		Kecskemét				Szolnok	
Eger		VIZSGA		Kiskunhalas		VIZSGA		Szombathely	
Keszthely		VIZSGA		Mátészalka				Tatabánya	
Pécs		VIZSGA		Miskolc		VIZSGA		Veszprém	
Székesfehérvár		VIZSGA		Nyíregyháza		VIZSGA			
				Salgótarján		VIZSGA			
				Sopron					
				Szeged		VIZSGA			

Kárfelvétel Műszaki vizsga Eredetiség vizsga

Tevékenységek a számok tükrében

Társaságunk alaptevékenysége a járműjavítás, melybe beleértjük a márkaszervizi, hatósági, káreseményes, szakszervizi és egyéb kiegészítő tevékenységeket is.



A javítási árbevétel az összes nettó árbevétel 68%-át teszi ki, és 40%-a a külső piacról származik.

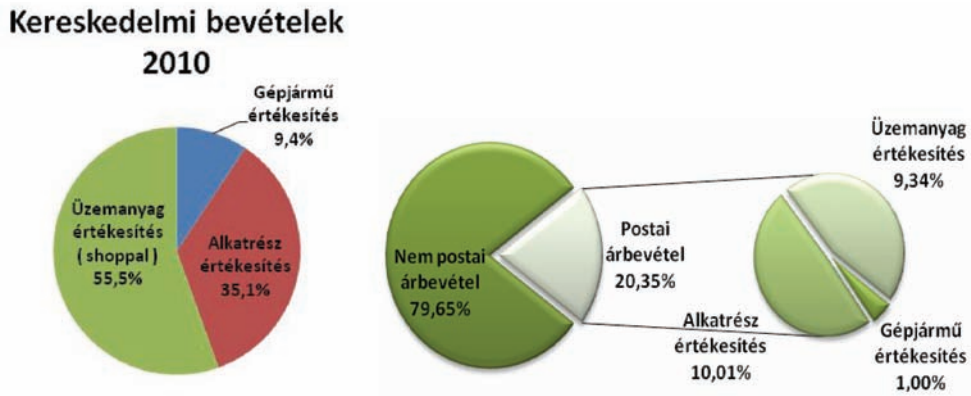
Az alaptevékenység mellett jelentős bevétel termelődik a kereskedelmi tevékenységből, mely három fő területet foglal magában.

➢ Üzemanyag kereskedelem
MOL franchise kút

- Alkatrész kereskedelem
  (Márkaszerviz telephelyek + Nyíregyháza)
- Járműkereskedelem
  Mercedes transporterek

A kereskedelmi bevételek a gazdasági válság hatására főleg a járműkereskedelem terén (2008. év 556 MFt, 2010. év 80 MFt) jelentősen csökkentek. Ezen a területen nem csupán a jármű darabszámok estek vissza, hanem az értékesítéshez kapcsolódó hitel kihelyezések is.

A kereskedelmi bevételek az összes nettó árbevétel 23%-át teszik ki, és közel 80%-a a külső piacról származik.

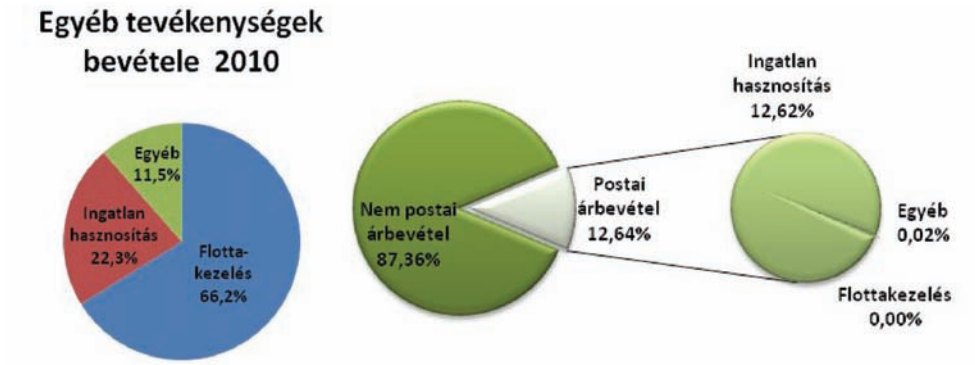


Az értékesítési bevételek közül az üzemanyag forgalmazás a legjelentősebb 55,5%-kal (464 millió Ft.), míg az alkatrész értékesítés 35%-ot (294 millió Ft.) tesz ki.

Terveink szerint a budapesti Shell kút Mol franchise rendszerben történő üzemeltetésével az üzemanyag értékesítési bevételek a háromszorosára nőhetnek, míg a jármű kereskedelem néhány éven belüli felfutása a jelenlegi üzemanyag értékesítésnek megfelelő jármű bevételt eredményezhet. Ezáltal a javítási és kereskedelmi bevételek nagyságrendje közelebb kerül egymáshoz, elősegítve a több lábon állás előnyeiből való profitálást.

Az egyéb tevékenységből származó bevételek két fő részből állnak, és a nettó árbevétel 9%-át teszik ki.

- Flottamenedzsment szolgáltatás, mely magában foglalja:
  - Bérbeadás
  - Terv szerinti karbantartás
  - Terven felüli karbantartás
  - Téli-nyári gumiabroncs csere, tárolás
  - Assistance
  - Kárügyintézés
  - Flottakezelés
- Ingatlanhasznosítás, valamint az ehhez kapcsolódó közüzemi szolgáltatások.



Naturális mutatószámok

Megnevezés	2010. év
Számlázott óra	218 307
- ebből kerékpár javítás	30 862
Műszaki vizsga (db)	15 239
Zöldkártya (db)	13 593
Eredetiségvizsgálat (db)	2 995
Kárfelvétel (db)	5 890
Járműértékesítés (db)	28
Értékesített üzemanyag (ezer liter)	1 692
Flottakezelt jármű (db)	243
- ebből Postaflotta	127
Létszám (fő)	295

Társaságunk folyamatosan elemzi, hogy a mennyiségi mutatószámok alapján milyen pozíciót foglal el a piacon, és ennek figyelembevételével határozza meg céljait mind rövid, mind hosszú távon.

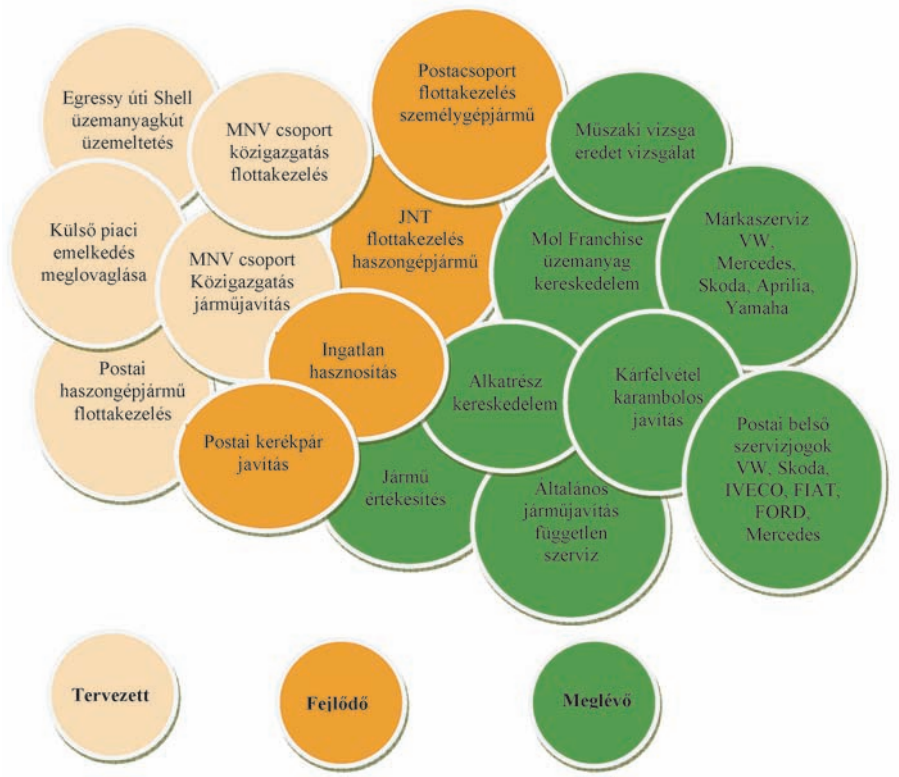
Minőségirányítás (TÜV)

A Postaautó Duna zrt. mind a 23 telephelyén ISO 9001 szerinti tanúsítás van érvényben a javítás, kereskedelem, hatósági tevékenységek és a flottakezelés területén.

A folyamatos fejlesztés 1996. évben indult, a minőségirányítási védjeggyel „Ajánlott és ellenőrzött szolgáltatóhely", majd 2009-ben vált teljessé az összes telephely vonatkozásában.

Stratégiai irányok 2011

A meglévő, a fejlődő és a tervezett tevékenységek folyamatos fejlesztése



A Postaautó Duna zrt. stratégiai tervét megelőző vizsgálatok alátámasztották, hogy a Magyar Posta Zrt. járműüzemeltetési biztonságának egyik garanciája a Társaságunknál történő karbantartás és javítás. Ahhoz, hogy meg tudjunk felelni a Magyar Posta Zrt. elvárásainak, jelentős mértékű fejlesztésekre volt és lesz is szükség, azonban a rendelkezésre álló kapacitások lehetőséget biztosítanak a külső piacon való eredményes részvételre is.

A stratégia főbb célkitűzései az alábbiak:

- A Magyar Posta Zrt. és leányvállalatai járműveinek szervizeléséhez szükséges szervizjogok megszerzése, ezen járművek teljes körű kiszolgálása,
- A márkaszerviz szolgáltatást igénylő külső ügyfélkör további fejlesztése,
- A Magyar Posta által igényelt telephelyek fenntartása és üzemeltetése,
- A márkakereskedések és márkaszervizek továbbfejlesztése, új márkákkal is,
- A káreseményekkel kapcsolatos munkák növekvő arányú realizálása, különös tekintettel a Magyar Posta Biztosítóval való együttműködésre,
- Az alkatrész-forgalmazásban rejlő lehetőségek hatékonyabb kihasználása, új üzletek megnyitása,
- A független javítópiac iránt érdeklődő nagyflottás partnerek megtartása, a tőlük származó bevételek növelése,
- A hatósági engedélyekhez kötött szolgáltatási paletta bővítése, mind új szolgáltatások, mind új telephelyek bevonásával,
- A postai kerékpárjavítás hatékonyságának javítása, az átfutási idők csökkentése,
- A postai és az állami szektor flottakezelési igényeinek a kielégítésében való növekvő részvétel, mind a személy, mind a haszongépjárművek területén. Ehhez a POSTAFLOTTA Kft-vel, valamint a külső szolgáltatókkal jól együttműködő flotta szervezet kialakítása és folyamatos fejlesztése,
- A MOL franchise kúthálózat fejlesztése a Budapest, Egressy úti telephelyen,
- **Aktív üzemeltetése a rendelkezésre álló eszközöknek és a humán erőforrásoknak, garantálva a szolgáltatás színvonalát hatékony gazdálkodás mellett, és készen állni arra, hogy a piaci fellendülés időszakában az újra megjelenő vevői igényeket ki tudjuk elégíteni.**

A Postaautó Duna zrt. tevékenysége, megszerzett piacai, a rendelkezésre álló erőforrások, kiegészülve a munkavállalók elhivatottságával, szakértelmével, valamint a Magyar Posta Zrt. anyagi és kapcsolati tőkéjével garanciát biztosítanak arra, hogy a kitűzött célok megvalósuljanak és a Társaság eredményesen, egyre növekvő piaci részesedés mellett, folyamatosan fejlődve működjön tovább.

2010 decemberében a karácsonyi ünnepek előtt két kulturális jellegű rendezvényen vehettek részt az érdeklődő tagjaink.

December 8-án **Hagyományőrzés és hagyományteremtés** a Postán és a Postamúzeumban címmel közös szakmai napot rendeztünk a Hírközlési Múzeumi Alapítvánnyal. A rendezvény keretében ismerkedhettek meg a résztvevők a Postamúzeum **160 éves a Budapesti Távíró** című kiállításával is.

December 16-án a Kelet-magyarországi PSZE szervezet Dél-alföldi területi csoportja rendezvényén mutatta be Makkai-Várkonyi Ildikó a postamúzeum igazgatója a Délalföldi Postatörténeti Alapítvány gondozásában kiadott „Múltidéző 2" című ismeretterjesztő könyvét.

A következőkben e rendezvényekről az elhangzott előadások összefoglalóival adunk részletesebb tájékoztatást.

I.

Hagyományőrzés és hagyományteremtés a Postán és a Postamúzeumban

(A Postások Szakmai Egyesülete 2010. december 8-án tartott Szakmai napon elhangzott előadás)

A Hírközlési Múzeumi Alapítvány

Alapvető- és egyben legfontosabb feladata az Alapítók által használt, több évtizedes, esetenként több évszázados tárgyak, dokumentumok összegyűjtése, megőrzése, restaurálása, majd múzeumainkban kiállítóhelyeinken történő bemutatása egyszóval, közkincsé tétele a látogatók, érdeklődők számára.

Az alapítvány mindössze 20 éves, de az általa működtetett múzeumok és az azokban lévő műtárgyak többsége sokkal régebbiek, és igaz, hogy valamikor az alapító vállalatok valamelyikénél alkalmazták ezeket, vagy hozzájuk kapcsolódik, de jelenleg már nemzeti kincs, az egész Magyar nemzeti kultúra elválaszthatatlan része. Ez a tudat a három alapító vállalat közül legjobban a Magyar Postánál maradt meg. A munkatársak itt őrzik még napjainkban is, a több generációval előttük dolgozók által rájuk hagyott örökséget. Természetesen a használatból kivont berendezések, készülékek, megsárgult dokumentumok a legjobb és legalkalmasabb helyre, Postamúzeumba kerülnek.

Vegyük sorra, nézzük meg a Postamúzeum történetét, de mielőtt ezt tennénk, tekintsük meg képzeletben azt az épületet, ahol a múzeum 1972 óta van.

A Postamúzeum épületének története:

Az Andrássy út 3 sz. alatti Saxlehner palota a 338 négyszögöles telken 1886-ban épült fel, Czigler Győző műegyetemi tanár tervei alapján. Építtetője Saxlehner András nagykereskedő, a Hunyadi János keserűvíz forgalmazója volt. Az épületet a kor legkiválóbb mesterei kivitelezték, azok a mesteremberek, akik a budapesti Operaházat építették és annak befejezése után kezdték meg a munkát. A palotán dolgozott Lotz Károly freskófestő, Pucher József építőmester Seenger Béla és Weisinger György kőfaragómester, Horváth József ácsmester, Thék Endre asztalosmester, Jungfer Gyula műlakatos, Forgó István üveges, Szandház és Szabó épületszobrász és Zellerin Mátyás bádogosmester.

Saxlehner András halála után, az örökösök 1934. május 19-én eladták a Magyar Nemzeti Bank Nyugdíjalapjának. 1939-től a Magyar Posta bérli az épület egy részét, majd 1950-ben államosítják. Kezdetben a Magyar Bélyeggyűjtők Országos Szövetsége,

1972-től napjainkig, pedig a Postamúzeum került elhelyezésre az épület legimpozánsabb termeibe.

A Postamúzeum története:

A központi Postamúzeum Budapest VI. kerület, Andrássy út. 3. szám alatt található. Az első postatörténeti gyűjtemény a Magyar Királyi Posta Országos Gazdászati Hivatalának és Távírda Központi Raktárának anyagkészletéből jött létre, 1885 és 1890 között. Ezzel a gyűjteménnyel már 1885-ben országos kiállításon mutatkozott be a Magyar Királyi Posta. Kolossváry Endre főmérnök előterjesztésére, Heim Péter és Pfannschmidt Kálmán tanácsosok ellenjegyzése mellett 1890. szeptember 26-án Baross Gábor miniszter megalapította a Postamúzeumot. Sok viszontagságos évtizedet követően, újjáalakulása után, 1955-ben nyitotta meg első állandó kiállítását a Magyar Posta vezérigazgatósága Krisztina körúti 7. emeleti termeiben. Jelenlegi helyére, a 19. század végén emelt műemlék épületbe 1972-ben költözött. Gyűjtőkörébe a postai, távközlési és műsorszórási emlékek tartoznak, tágabb értelemben a teljes hírközlés történet és archívum. Vagyis, e múzeum őrzi legteljesebben a Magyar Posta történetének emlékeit. Tárgyi gyűjteménye több mint 31 ezer darabot, dokumentációs gyűjteménye több mint 500 ezer, adattára 64 ezer, könyvtára több mint 16 ezer darabot tart nyilván. A Postamúzeum kiállítóhelyein, összesen 2100 négyzetméternyi területen, változatos tematikájú kiállításokkal várja a posta és a hírközlés iránt érdeklődő közönséget. A 2000-ben megnyílt állandó kiállítás „Múzeum *a múzeumban”*, a Postamúzeum gyűjteményeit mutatja be, a jellegzetes vagy éppen egyedi tárgyakkal és dokumentumokkal. Jelenlegi időszaki kiállítása a „Telegráftól *az SMS-ig*" címmel a 160 éves pesti távíró történetét mutatja be eredeti tárgyakkal, berendezésekkel.

A Postamúzeum kiállítóhelyei:

Balatonszemesi Postamúzeum kiállítóhely

A Hunyady-család balatonszemesi birtokán a 18. század utolsó negyedében istálló céljára emelt barokk műemléképület 1962. óta ad otthont a Postamúzeum kiállításainak. A Hírközlési Múzeumi Alapítvány 2003- és 2004-ben felújíttatta a kincstári tulajdonban lévő patinás ingatlant, s megépíttette a kiállított fogatolt- és gépjárművek, valamint a mozgópostakocsi védelmére szolgáló kocsiszínt.

A szépen kialakított udvar méltó környezetet nyújt Trischler Ferenc szobrászművész alkotásának, a hírközlési emlékműnek, amellyel a közeli és távolabbi múltban, a hírvivői szolgálatuk teljesítése közben elhunyt postásoknak, távközlési és műsorszórási dolgozóknak állít közös kegyeleti emléket egyetlenként Európában.

A hajdani istállóépületben berendezett új állandó, a *„Kocsiszekértől a postaautóig”* című kiállítás, a Postamúzeum járműgyűjteményének válogatott darabjait tárja a közönség elé. Az épület történetéhez is kapcsolódva, a kiállítás a postai szállítás történetét mutatja be a 15. századi kocsiszekértől, a közelmúlt motoros meghajtású postaautójáig.

A több évszázados istállóépületben és a Dunántúl jellegzetes népi gazdasági épületét mintázó lábaspajtában elhelyezett eredeti és modellezett járművek, a korhű postai egyenruhákba öltöztetett bábuk, s a keretekben lévő dokumentumok, fényképek, térképek egy postatörténeti utazásra invitálják a kedves látogatót.

Postacím: 8636 Balatonszemes Bajcsy-Zsilinszky Endre út 46.

Nagyvázsonyi Postamúzeum kiállítóhely

A Kinizsi vár tövében, 1925-ben épült műemlékké nyilvánított parasztházban létesült a kiállítóhely. A faluképi jelentőségű, műemlék épületben 1968 óta láthatóak hírközléstörténeti kiállítások. Állandó kiállítása *„Balaton-felvidék hírközlési emlékei"* a Balaton-felvidék posta- és távközlés-történetének tárgyi emlékeit valamint dokumentumait mutatja be, lehetőséget kínálva néhány régi telefon használatára és a postamúzeumi CD-ROM kiadványok megismerésére.

Postacím: 8291 Nagyvázsony Temető u. 3.

Delizsánsz kiállítóterem

Debrecenben 1980-ban nyílt meg az első postatörténeti kiállítóhely, amellyel teljesült Dr. Soó Rezső kétszeres Kossuth-díjas botanikus akadémikus végakarata, az hogy a városra hagyományozott és a Bélyegmúzeum gondjaira bízott 225 000 darabos filatéliai gyűjteményéből évről évre újabb motívum gyűjteményeket állítsanak ki az érdeklődő debreceniek számára.

A Soó Rezső-emlékszobát 1995-ben alakították ki a Magyar Posta Zrt. Debreceni Igazgatósága épületében. A debreceni posta és távközléstörténet jellegzetességeit megörökítő kiállítás a terem közepén elhelyezett „postahivatal" körül felállított tárlókon tanulmányozható.

A kiállítóhely látogathatósága átmenetileg szünetel

Postacím: 4026 Debrecen, Múzeum u. 3.

Postamúzeum Ópusztaszer kiállítóhely

Az Ópusztaszeri Nemzeti Történeti Emlékpark területén, a Tömörkény községből áttelepített községháza és postahivatal épületében 1987-ben nyílt meg, a működő Múzeumposta és a postatörténeti kiállítások. Jelenleg a *„Postamesternők emlékezete"* és *„Puskás Tivadar hírmondója"* kiállítások látogathatók.

A telefonhírmondó rendszerében korszerű berendezések segítségével termenként kapnak magyar, angol, német nyelvű tárlatvezetést a látogatók. Az udvaron védőtető alatt egy ló vontatta hírlapárusító-kocsit láthatunk, az istállóban egy rekonstruált delizsánsz és egy helyi szállítóeszköz, a laptika áll.

Postacím: 6767 Ópusztaszer, Szoborkert 68.

Postamúzeum Hollókő kiállítóhely

1990 májusában nyílt meg a világ kulturális örökségéhez tartozó Hollókő védett faluközpontjában a Postamúzeum kiállítóhelye. A *„Palócföld postája"* című kiállítás, két teremben mutatja be a több megyére terjedő néprajzi csoport, a palócság postahálózatának fejlődését és a palócokkal összefüggő postai emlékeket. Ez utóbbiak a képeslapoktól a bélyegeken át a bankjegyekig jellegzetes palóc tájakat, viseleteket és embereket örökítenek meg.

Postacím: 3176 Hollókő, Kossuth u. 80.

Telefónia Múzeum kiállítóhely

Az 1991-ben megnyitott múzeumban, működőképes állapotban látható az 1928-1985 között üzemelt és 3400 előfizetőt kiszolgált Rotary 7A1-típusú távbeszélőközpont.

A gépteremhez csatlakozó helyiségekben a magyar telefónia 120 évét, valamint a Magyar Távközlési Rt. (Matáv) mai nevén Magyar Telekom Nyrt. első tíz esztendejét ismerhetik meg a látogatók.

Postacím: 1014 Budapest, Úri utca 49.
(Pénteken 15.30 után, illetve szombaton és vasárnap az Országház utca 30. felöl, lehet bejutni a múzeumba.)

Rádió-és Televíziómúzeum kiállítóhely

1995. december 1-jén, a magyar rádió műsorszórás kezdetének 70. évfordulóján nyílt meg a múzeum, a rádióállomás egykori adótermében és a csatlakozó kisebb helyiségekben. A magyar rádiózás és televíziózás történetét, a stúdiók, az adók és vevő berendezések fejlődésének bemutatásával ismerhetjük meg.

A korszerű számítógépes információs rendszer mintegy szaklexikon kínál részletes ismereteket a kiállítás képeihez. A terem galériáján hangrögzítő berendezések, kábelek, szigetelők, valamint a mennyezetig felmagasodó polcokon kiállított vevőberendezések katalógusa található. A csatlakozó folyóson a katonai hírközlés és a rádióamatőrök emlékei sorakoznak.

Két teremben Dr. Békésy György Nobel-díjas fizikus akadémikus, postamérnök Hawai egyetemről hazatért kísérleti berendezései találtak otthonra, mellettük a magyar rádió muzeális berendezéseivel egy stúdiót és egy technikai szobát találunk. A múzeum kertjében, a magyar műsorszórás jeles személyiségeinek emlékoszlopait és a műsorszórás „nagy tárgyait", antennákat, talpszigetelőket, fényszórókat láthatunk.

A kert kilátóteraszán elhelyezett távcsővel megszemlélhetjük a látóhatár peremén a Duna ezüstös csíkja mögött zöldellő Csepel szigetéről, a magyar rádió műsorszórás bölcsőhelyéről idelátszó, védett ipari műemlékünket, a Lakihegyi szivar alakú antennatornyot.

Látogatni csak előzetes bejelentkezés alapján lehet.

Postacím: 2049 Diósd, Géza fejedelem útja 11.

Postakürt Galéria kiállítóhely

A Magyar Posta Rt. Miskolci Igazgatóságának 4. emeletén nyílt meg 1998-ban a Miskolc és környékének postatörténetét bemutató állandó kiállítás. Több mint 200 év történeti dokumentumai, okmányok, térképek, tárgyak, és egy múltszázad eleji postahivatal berendezése segít megismerni az észak-magyarországi postaszolgálatot. A helyi érdekességek mellett, a kiállításban az igazgatóság területén lévő posták munkatársaitól beérkezett régiségek, fényképek, írások gyűjteménye is megtekinthető.

Postacím: 3525 Miskolc, Kazinczy utca 16.

Kőszegi Postamúzeum kiállítóhely

A Postamúzeum 12. filiáléja, a Kőszegi Postamúzeum 2004. április 24-én nyílt meg a város egyik felújított műemléképületének földszinti helyiségeiben, a Rájnis utca 3. szám alatt. A több száz éves múltú ház egykori tulajdonosa Gerhauser Samuel postamester volt. Kőszeg város mentén már a koraújkortól kezdve fontos közlekedési útvonal haladt, ezért választottuk a kiállítás vezérfonalául az utazás, a postaszállítás bemutatását. A boltíves kapualjból nyíló első terem témája a 15-18. századok szállítás- és utazástör-

ténete, s a korabeli európai postaút, melyet a keretekben elhelyezett képek, térképek, s a számítógépen megtekinthető digitalizált képanyag reprezentálnak. A kor felidézését segíti az egész falat betöltő Kőszeg metszet, az előtte álló korhű császári postalegény viseletbe öltöztetett bábu, s a két járműmodell, a Mátyás kori kocsi szekér s a 18. századi delizsánsz.

Külön emléksarkot alakítottunk ki Kőszeg szülöttének, Hübert Károly néhai postahivatal-vezető tiszteletére.

A kiállítást a Zengben (Senj – Horvátország) álló kapu modellje, s egy 19. századi utazóláda zárja, visszatérve a kiinduló témához, az utazáshoz.

Postacím: 9730 Kőszeg, Rájnis u. 3.

Miskolc Teletár tanulmánytár

A távközlés-történeti bemutató raktár 2007-ben nyílt meg az egykori avasi telefonközpont épületében. A TELETÁR a telefónia történetébe vezeti be a látogatókat, sok-sok távközléssel kapcsolatos – korábban raktárakban tárolt – távközlés-történeti műtárgy és berendezés bemutatásával. A régi morze távírók, fadobozos fali és asztali telefonkészülékek, kézi kapcsolású, valamint automata telefonközpontok közül több ma is működőképes állapotú. A közel 600 m^2-es raktárteremben mintegy másfél ezer kiállított tárgy kapott helyet. A kisebbek (távíró és telefonkészülékek, valamint alkatrészek és műszerek) polcokon láthatók. A nagyobb berendezések, pl. a manuális és automata telefonközpontok, távíró-, illetve átviteltechnikai és áramellátó berendezések keretsorokba rendezve idézik fel az egykori központok hangulatát, egészen 1881-től napjainkig. Az előadóteremben, amely 30 fős csoportos foglalkozások megtartására is lehetőséget nyújt, a távközlés történetével kapcsolatos DVD- és VHS filmeket tekinthetnek meg a látogatók. A kiállítás tárgyairól részletes információk találhatók az érintőképernyős információs pulton, amely kvíz kérdések segítségével játékos formában is lehetőséget ad az ismeretek bővítésére.

A bemutatott távközlés-technikai tárgycsoportok az alábbiak:

– Távírótechnika: a Morse távírótól a telefaxig, illetve képtávíróig
– Távbeszélő-technika: a Bell hallgatótól az elektronikus központokig
– Átviteltechnika: az elektroncsövektől a modern technológiáig
– Hálózattechnika: a légvezetéktől a fényvezetőig

Postacím: 3529 Miskolc Avas, Szentgyörgy u. 23.

II.

160 éves a Budapesti Távíró

(Elhangzott a Postások Szakmai Egyesülete és a Hírközlési Múzeumi Alapítvány 2010. december 8-án *„Hagyományőrzés és hagyományteremtés a Postán és a Postamúzeumban”* címmel megrendezett közös szakmai napján.)

A Postamúzeum állandó kiállításában és filiáléiban kiállított műtárgyak mellett a gyűjteményi raktárak is őriznek olyan posta- és távközlés-történeti ritkaságokat, amelyeket egy-egy évforduló kapcsán a nagyközönség elé tárunk. Ebben az évben a távíró-történeti gyűjtemény ritkán látott darabjait mutattuk be a szakmának és az érdeklődőknek.

A ***„Telegráftól az SMS-ig”*** című időszaki kiállításunk megrendezéséhez a pesti távíró 160 éves évfordulója kínált apropót. A magyarországi táviratozásnak voltak előzményei, hiszen a pozsonyi országgyűlés idején 1847/1848-ban már volt távíró összeköttetés Bécs és Pozsony között, ám 1848 márciusában, a forradalom kitörésekor, az osztrák kormány a pozsonyi távíróállomást bezáratta s a távírászokat visszarendelte. Ezzel le is zárult a magyar távírószolgálat kísérleti korszaka. A kiállításban látható 1901-ből származó térkép a történeti Magyarország távírda hálózatát ábrázolja. A Postamúzeum térképgyűjteményében van egy négy darabból álló térképsorozat, amely szemléletesen illusztrálja azt a fejlődést, amelyet ez az ágazat a 19. század második felében bejárt. A Klösz Nyomdában készült térképek jól illusztrálják, hogy a magyarországi távírda vonalak néhány évtized leforgása alatt az egész országot behálózták[1].

Az első magyar, a Pest-Pozsony közötti távíróvonal megépítésére a magyar szabadságharc leverését követően, 1850-ben került sor, s még az év október 1-jén megnyitotta kapuját az első távíróhivatal Pesten, az egykori Károly-kaszárnyában (ma ez az épület Budapest Főváros Főpolgármesteri Hivatala, az V. kerületben, a Városház utca 9-11. szám alatt). Az első távíróállomás három Morse-rendszerű domboríróval kezdte meg működését. A forgalom növekedése miatt a pesti távírdát 1854-ben a Régi posta utcába költöztették, ahol a gépek száma már elérte a 28-at, majd 1860-ban a Lloyd-palota[2] első emeletére helyezték át.

[1] A kiegyezés idejére a nagyobb városok között megépültek a távíróvonalak. Ekkor már megvolt a távírda hálózat a Pest-Kecskemét-Szeged-Temesvár, a Pest-Cegléd-Debrecen-Nyíregyháza vonalon, ebből elágazott a Nagyvárad és Arad irányába menő vonal, s elkészült a Miskolc-Kassa távírda vonal is.

[2] A Lloyd Palotát, az egykori Pesti Polgári Kereskedelmi Testület székházát Hild József tervezte. A második világháborúban annyira megsérült, hogy 1949-ben lebontották.

1867-ben a kiegyezés értelmében a magyar kormány 181 állami és 144 vasúti távíróállomást vett át a bécsi kormánytól 1 Hughes- és 205 Morse-géppel. Az első Hughes-összeköttetés Béccsel létesült. 1871-ben szükségessé vált a távíróállomás további bővítése, ezért a szerviták temploma mögötti telket – az egykori Gránátos (ma Városház), a Zsibárus (ma Párizsi) és az Úri, majd Koronaherceg (ma Petőfi Sándor) utcák által határolt területet – megvásárolták a posta és távírda számára, és itt építették fel a Főpostát, amelyet 1873-an adtak át a forgalomnak. A Főposta III. emeletén alakították ki a Központi Távírdát. Az épület tetején két vasbordázatú kupola készült a távíró- és a telefon- vonalak fogadására. A rácsos szerkezetű kupolák felszínét a négy égtáj felől bejövő, illetve kimenő vezetékeket tartó szigetelők[3] borították. A 19. század végére, a rendelkezésre álló hely szűknek bizonyult a Központi Távírda számára, ezért szükségessé vált az átépítése. Az építkezés idejére a hivatalt a Szerecsen (ma Paulay Ede) utcai távbeszélőközpontba helyezték át. Az átépítéssel – mely 1906-ban fejeződött be –, két termet nyertek a Morse- és Hughes-gépek elhelyezésére. A Párizsi utca felőli Hughes-gépteremben 16 sorban 96 gépet, a Petőfi Sándor utcai oldalon a Morse-gépteremben 7 sorban, 28 asztalon 112 Morse-készüléket szereltek fel. A gépterem sarokrészében a különféle váltók (vonal-, telep-, Morse-, Hughes-) voltak elhelyezve.

A pesti távíróállomás 160 éves jubileuma alkalmából megnyitott időszaki kiállításunkban olyan műtárgyakat állítottunk ki, amelyet együtt még nem láthatott a sem a szakma, sem a nagyközönség. A kiállított távírók, távgépírók egy részét az ország különböző városaiból, vidéki filiáléinkból, a debreceni Delizsánsz Kiállítóteremből, a miskolci bemutató-raktárunkból a Teletárból, a soproni postai és távközlési gyűjteményünkből, illetve rákospalotai raktárunkból szállítottuk ide, az Andrássy úti anyamúzeumba.

A Postamúzeum anyagának gyűjtése az 1880-as években kezdődött. Ez bizonyára sokak számára ismert tény, hiszen a közelmúltban emlékeztünk meg a postai gyűjtemények létrehozásának 125., idén pedig a Postamúzeum alapításának 120. évfordulójáról, azt azonban talán kevesen tudják, hogy az első műtárgyként regisztrált tárgyak a távírók voltak. A magyar postán a használatból kivont, leselejtezett, illetve az oktatási célra szánt távírógépeket a budapesti Főposta egyik első emeleti termében gyűjtötték össze. Ezzel az egyre gyarapodó anyaggal mutatkozott be a Magyar Királyi Posta 1885-ben a Magyarország mezőgazdaságát, iparát, kereskedelmét és közlekedését bemutató országos kiállításon.

Tizenegy évvel később, az 1896-ban megrendezett millenniumi kiállításon a már szervezett gyűjtőmunka eredményeként létrejött postai műtárgy-együttes mellett az egyre gazdagodó távírógyűjteményt is kiállították a Városligetben, a 131. számú ún. postapavilonban[4]. Kiállításunknak ebben a termében látható még egy postatörténeti érdekesség, az ezredéves kiállítás installációs bútorainak csúcsdísze. Ez az unikális tárgy valószínűleg igen kalandos utat járt be. Néhány éve egyik lelkes kollégánk az ecseri piacon bukkant rá a nem mindennapi postatörténeti tárgyra, s megvásárolta a múzeumnak, a barokkos stílusú koronás, villámos-postakürtöt ábrázoló táblaképet. Akkor még nem ismertük szár-

[3] A Postaépítészet Magyarországon. Budapest, Távközlési Kiadó, 1992. című kiadvány Postaépítészetünk a századfordulón (1867-1918) fejezete alapján.

[4] Bartók Ibolya: Jubileumi kiállítás a Postamúzeumban. In Hírközlési Múzeumi Alapítvány Évkönyv 2006. Budapest, 2007. 68-73. p. alapján.

mazását, ám a korabeli fényképek minden kétséget kizáróan bizonyítják, hogy az ezredéves kiállítás, kiállítási bútorainak díszítő eleme került be a gyűjteményünkbe.

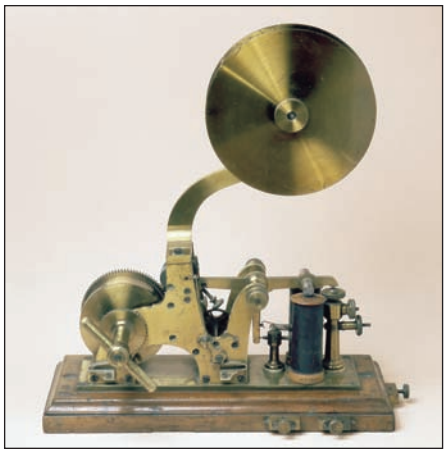
A hírközlés, a hírek minél gyorsabb, s minél nagyobb távolságra eljuttatásának az igénye szinte az emberiséggel egyidős törekvés, ezért tárlatunk első termében, dióhéjban a távírózás történeti előzményeiről, is szólunk, s egy rövid időutazás keretében bemutatunk néhány hírközlés-történeti érdekességet. Egy működő dioráma segítségével a látogatók megismerkedhetnek az ógörög fáklyatávíróval. Ennek fényjeleivel már időszámításunk előtt 450 körül továbbítottak híreket.

Bemutatjuk a 18. századi francia feltaláló Claude Chappe optikai távjelzőjét is, melynek segítségével már 1972-ben 196 különböző jelzést lehetett küldeni nagy távolságokra. Az egymástól 12-15 km-re levő őrházak tetején egy árbocrúdra szárnyakkal ellátott kart szerelt, amelyeket az őrházakból lehetett mozgatni, s különböző állásba helyezni. A karok és szárnyak különböző pozíciói egy-egy betűt jelentettek, melyekkel Chappe megalkotta saját jel-ábécéjét. Optikai távjelzője egy jól működő rendszert alkotott, a 19. század közepén hálózata 4800 km hosszú volt, s 29 várost kötött össze a francia fővárossal, Párizzsal.

A történetírás hazai kísérletekről is beszámol. Chudy József magyar zeneszerzőnek redőnyös szekrényével 32 féle fényjelet lehetett adni, s ezzel betűket továbbítani. Találmányát 1787-ben mutatta be Pozsonyban, de továbbfejlesztésére nem került sor, így ez a kísérlet is a postatörténeti kuriózumok sorát gyarapítja.

Az időszaki kiállítás első termét „Morse-terem"-nek neveztük el, hiszen itt a fókuszban Samuel Morse találmánya, a róla elnevezett Morse-távíró áll.

Kísérleti telegráfjával első ízben, 1837-ben küldött szöveget. A Morse távírókkal kódolt szöveget lehetett továbbítani, hiszen a betűk és számok helyett a Morse-ábécé) jeleit, pontok és vonalak kombinációit továbbították. Az első Morse készülékek az ún. „domborírók" voltak, amelyek egy rúgós óraművel továbbított papírszalagra belenyomták a Morse-ábécé jeleit. 1856-ban megjelentek az ún. „kékírók" amelyeknél a papírszalagra egy elektromágnessel vezérelt festékes írókészülék írta rá a jeleket. A Morse vétel egyszerűsítése érdekében bevezették a hallás utáni vételt, amikor az ún. kopogó segítségével az akusztikusan felerősített Morse jeleket a kellő jártassággal rendelkező távírász le tudta jegyezni, illetve legépelni.



Időszaki kiállításunkon nagyon szép és különleges kivitelű Morse írókészülékek láthatók, a működéshez szükséges tartozékokkal együtt. (papírszalagok, szalagorsók, billentyűk, kopogók, stb.) A Postamúzeum rendkívül értékes távírógyűjteményének néhány korai darabját is itt – időszaki tárlatunk első – a Morse gépeket bemutató termében állítottuk ki. A többnyire rézből készített, hosszú élettartamra tervezett, különböző típusú Morse vevőkészülékek bepillantást engednek a korabeli technika magas színvonalába.

Ugyancsak az első teremben emlékezünk meg azokról a jeles magyar postamérnökökről

is – Hollós József, Kiss József –, akiknek a távíró tökéletesítésében, továbbfejlesztésében múlhatatlan érdemeik vannak. Hollós József 1885-ben szerzett gépészmérnöki diplomát a Műegyetemen, majd a magyar posta szolgálatába lépett; volt főmérnök, a Posta és Távírda Vezérigazgatóság műszaki igazgatója, majd 1918-ban kinevezték postavezérigazgatónak. Már 1893-ban, a chicagói világkiállítás magyar küldöttségének tagjaként tanulmányozta az amerikai távíró- és távbeszélő-hálózatot. Erről beszámolót írt Baross Gábor miniszternek, s tapasztalatait könyvben is kiadta. Első jelentős fejlesztése egy duplex üzemű távírórendszer kidolgozása volt, amelyet 1899-től vezettek be a forgalmasabb magyar vonalakon. Amellett, hogy jelentősen hozzájárult a magyarországi távíró- és távbeszélő rendszer modernizációjához, Hollós József a Morse- és a Hughes távírók tökéletesítésével is méltán kiérdemelte a figyelmet. Hazánkban elsősorban a Kiss-, illetve Hollós-féle Morse-távírók terjedtek el. Gyakran a gyártó szerint hivatkoztak a gépekre, s ezért a Kiss-, illetve Hollós-féle távírók mellett megkülönböztetünk Svéd és Társa-, Siemens- és Hasler-féle távírókat is.

Második termünkben a távírógépeknek egy másik nagy családjával, a *betűíró távírógépekkel* ismerkedhetünk meg. Ennek a típusnak az úttörője a 19. század közepén David Edward Hughes volt. A róla elnevezett távírógép már nem jeleket, jelkombinációkat, hanem szöveget továbbított; itt a vevőszerkezet nyomtatáskor már betűket nyomtatott a papírszalagra, így azt a táviratlapra ragasztva közvetlenül lehetett kézbesíteni.

A betűíró távírógépek kapcsán is elmondhatjuk, hogy vannak jeles magyarok, akiknek nevét jegyzi a hírközlés- és a technikatörténet. Pollák Antal és Virág József gyorstávírója a századfordulón valamennyi típus között a leggyorsabb volt, latin betűs folyóírással óránként átlagosan 40 000 szót lehetett vele továbbítani. Abban az időben ez a gyorsaság elképzelhetetlennek tűnt, hiszen a Morse-féle gépeknek óránként 600-700, Hughes-féle távírónak pedig 1500-2000 szóra volt kapacitásuk. Kiállításunkban látható a Pollák-Virág féle gyorstávíró modellje, amelynek eredetije Németországban, a müncheni Deutsches Museum-ban van.

Pollák Antal 1895-ben képek és kézírás továbbítására alkalmas távírót tervezett, amelyet teleautográfnak (fototelegráfnak) nevezett. Szabadalmának bejelentésekor ismerkedett meg Virág József gépészmérnökkel, aki később a Szabadalmi Hivatal albírója lett. A két kreatív elme eldöntötte, hogy társulnak, s közösen olyan távírót alkotnak meg, amely minden eddiginél gyorsabb átvitelre képes. Tervüket sikerült valóra váltaniuk. A róluk elnevezett gyorstávírót 1899-ben próbálták ki, a gépet készítő Egyesült Villamossági Rt. és a szegedi távírda között. Ekkor óránként 80-100 ezer szót továbbítottak. Ezt követően találmányukat a Magyar Mérnök és Építész Egyletben is bemutatták 1899-ben. A siker ott sem maradt el, a jelenlévők hangosan ünnepelték a két feltalálót, maga Eötvös Loránd is gratulált nekik. (Eredetileg ez a készülék is Morze-jelek továbbítására volt alkalmas, ám Pollák és Virág szakértők tanácsára berendezésüket 1901-ben átalakították, és a gyorstávírót latin betűs szavak továbbítására is alkalmassá tették.

A gyorstávírót a mintegy 1000 km hosszú Budapest-Berlin vonalon is kipróbálták, mely alkalommal 70 ezer szavas óránkénti sebességet értek el. A német és az egész európai sajtó szuperlatívuszokban írt a magyar találmányról, s a technika csodájaként emlegették. Hamarosan a tengeren túl is bemutatkoztak vele. Amerikában a találmányt a Chicago-Milwaukee vonalon mutatták be, ahol először 80 ezer szó/óra gyorsaságot értek el, majd a sebességet növelve mindenki nagy ámulatára 140 ezer szó/óra eredményt produkáltak. A morzejelű gyorstávírót az Egyesült Villamossági Rt. az 1900. évi párizsi világkiállításon is kiállította. A gyorstávíró útját mindenütt siker övezte[5].

1902-ben – az immáron betűíróvá átalakított készüléket – a Budapest-Pozsony vonalon is bemutatták óriási sikerrel, ám a magyar postaigazgatás mégis elzárkózott a gyorstávíró használatától, rendszerbe állításától. Azt hozták fel érvként, hogy: *„…a magyar igazgatás területén nincs két olyan hivatal, amelynek forgalma ily nagy teljesítőképességű berendezést még csak rövid ideig is munkával elláthatna.”*[6] A feltalálók viszont, a gyorstávíróért a Magyar Tudományos Akadémiától 1903-ban – megosztva – megkapták

[5] Bödők Zsigmond: Magyar feltalálók a hírközlés történetében. Dunaszerdahely, Nap Kiadó, 2006. A Pollák virág féle gyorstávíró fejezete alapján. 214-220.

[6] Bödők Zsigmond: Magyar feltalálók a hírközlés történetében. Dunaszerdahely, Nap Kiadó, 2006. 218. p.

a Wahrmann-díjat.[7] (Virág József sajnos már csak posztumusz díjként, mivel 1901-ben 31 éves korában elhunyt.) Pollák Antal 1934-ben könyvet is írt készülékükről, melyben a következő áll: *„úgy látszik, hogy a gyorstávíró még túl korán született, még nincs szükség ilyen nagy teljesítőképességű készülékre."*[8] A Pollák-Virág távíró teljesítményét fél évszázadig nem lehetett túlszárnyalni, sajnos azonban csak technikatörténeti kuriózum maradt. Örömünkre szolgál, hogy ennek a szenzációs találmánynak a modellje megtekinthető kiállításunkban.

S ugyancsak ebben a teremben szólunk a századforduló nagy szenzációjáról az olasz Guglielmo Marconi és az orosz Alexander Sztyepanovics Popov találmányáról, a drótnélküli távíróról. Marconi és Popov 1896-ban majdnem egy időben mutatták be „drótnélküli" távírójukat. Az első szikratávíró-állomásokat 1897-ben állították fel. Az 1900-as évek elején már nagyon sok hajóra szereltek szikratávírót (Többek között a Titanicra is. A Titanic rádiósai a Marconi társaság alkalmazásában voltak, nem a hajótársaságéban).

A magyar posta szakemberei már 1896-ban elkezdték tanulmányozni a szikratávírót. Az első kísérletek 1903-ban történtek. Hollós József 1903-ban a Fiume–Ancona közötti vonalon folytatott rádiótávíró-kísérleteket. A további kísérleteket Csepel és Újpest között, majd Budapest és Bécs között végezték. 1906-ban az Adriai-tengeren az Előre hajón berendezett mozgóállomásról folytattak sikeres kísérleteket.

A Csepelen felállított 7,5 kW-os szikraadót 1914. október 15-én adták át a forgalomnak, majd 1914. november 1-jén megindult a katonai és diplomáciai rádiótávíró-levelezés. A leadandó táviratokat futár útján juttatták el az adóállomásra, majd később Hughes-összeköttetést építettek ki a Központi Távírda és a csepeli adó között.

Ugyancsak kiállításunk második termében mutatjuk be a 20. században használt korszerűbb betűíró készülékeket. A távgépírók családjának legfontosabb típusai mellett olyan eszközöket is megismertetünk a közönséggel, mint amilyen a személyhívó, a telefax illetve a minitex, amelyek még nem is olyan régen a mindennapi életünk részét alkották.

A modern muzeológia egyik kulcsfogalma az interaktivitás; technikatörténeti kiállításoknál ma már szinte alapkövetelmény, hogy a kiállított műtárgyakat, illetve modelljeiket működtetni is lehessen. Ennek a követelménynek tárlatunk megfelel, hiszen a kiállított műtárgyak közül néhányat a látogatók is kipróbálhatnak.

Nem feledkeztünk meg azokról a dokumentumokról, a táviratlapokról sem, amelyek ezeknek a készülékeknek a produktumai, a hírek, az információk hordozói voltak több mint másfél évszázadon keresztül. Összeállítottunk egy válogatást postakezelt táviratlapokból és dísztáviratokból.

Sokan talán úgy gondolják, hogy az SMS-ek, e-mailek világában, amikor több száz, vagy akár több ezer kilométer távolságra másodpercek alatt lehet információkat, híreket röpíteni, ez a szolgáltatás már a múlté. Azonban annak ellenére, hogy a telex-szolgáltatás 2002-ben megszűnt, természetesen ma is lehet táviratot küldeni, s ezt illusztrálandó, postatörténeti érdekességként kiállítottunk egy mai táviratot is, amelynek a továbbítása már nem távgépíróval, hanem telefax készülékkel történt. Ezzel szerettük volna demonstrálni, hogy a 3. évezredben is működik ez a postai szolgáltatás.

[7] A Wahrmann érem a Magyar Tudományos Akadémia egyik legrangosabb, legrégibb díja. 1899. és 1933. között az Akadémia a Wahrmann Mór Alapítványból évente jutalmazta a kereskedelem és ipar területén elért kiváló érdemeket. Azok a személyek és szervezetek nyerték el, akik különösen sokat tettek a tudományért, s annak társadalmi elismertetéséért. A Magyar Tudományos Akadémia 3/2003/IV.25. Elnökségi Határozatával a mai korhoz igazítva felújította a Wahrmann Mór emlékérem adományozásának hagyományát. A Wahrmann Mór-érem az akadémiai díjrendszerben az Akadémiai Aranyérem után – amely csak akadémikusoknak adható – az Akadémia második legjelentősebb díja.

[8] Bödők Zsigmond: Magyar feltalálók a hírközlés történetében. Dunaszerdahely, Nap Kiadó, 2006. 220 p.

III.

Akik életükben magyar bélyegre kerültek

Az alább olvashatók egy megkezdett kutatás részeredményeire épülő előadáson hangzottak el 2010. december 8-án a Postások Szakmai Egyesületének a Hírközlési Múzeumi Alapítvány Postamúzeumának auditóriumában tartott ülésén. Megkezdett kutatás, mert amúgy sem lehet egykönnyen végleg lezárni, hiszen mindig születnek újabb bélyegek, amelyekre még kerülhetnek élő személyek. De azért is, mivel az elmúlt tizennégy évtized alatt napvilágot látottak jó néhány olyan címletet tartalmaznak, amelyeken további ismeretlen arcokról derülhet ki, hogy még életben voltak, amikor bélyegre kerültek.

Miért is foglalkozom e témával? Amikor 2009-ben felkérést kaptunk a Magyar Posta Zrt. felső vezetésétől, *A magyar bélyeg története* című könyv megírására, felötlött a lehetőség: nézzük meg, miként tükröződik a magyar történelem a magyar bélyegeken? Már elég régóta az a vélemény alakult ki a legfelkészültebb, szenvedélyüket tudományos alapossággal művelő filatelisták körében, – amit a Bélyegmúzeum munkatársai is osztanak – hogy a filatélia nagyon rászolgálna arra az elismerésre, hogy a történettudomány segédtudományának tekintsék. E nézet alátámasztására a könyv csak korlátozott mértékben és mellékesen alkalmas (hiszen nem ezért született meg), de egy fejezetben vázlatosan erre is kitérhettünk.

A történelem tükröződésének sokféle vetületében az egyik a személyiségek ábrázolása. Kiket, mikor, hogyan jelenítettek meg bélyegen – sokat elárul a korszakról, a kibocsátásról döntők értékrendjéről, akaratlan és sugalmazott szándékairól. Érdekesnek tűnt szembesíteni a jelen kibocsátási alapelveit a múltbeli gyakorlattal, illetve a deklarációkat a valósággal.

Napjainkban általánosságban oly módon ad ki bélyeget személyekről a Magyar Posta, hogy élőkről és halálozási évfordulókról nem emlékezik meg, születési évfordulók esetén pedig az 50-nel oszthatók alkalmából. Ezen alapelvek, mint visszapillantásunkból látni fogjuk, nem öröktől fogva létezők, és, ha a nagyvilágban széttekintünk, ugyancsak látunk más kibocsátási politikákat. De szembesíthetjük más személyábrázolási műfajokkal is a bélyeget, például a köztéri szobrok (továbbá domborművek, emléktáblák) állításának gyakorlatával.

Nos, úgy tűnik, teljes a szinkron a hazai praxisban. Köztéren sem állítunk élő embereknek szobrot. A közvélekedés szerint döntse el az utókor, ki volt méltó arra, hogy nyilvánosan emlékezzenek egyik vagy másik hírnévre szert tett hazánkfiáról. Jó ideje ezt hallani Magyarországon e kérdésben. De vajon mióta? Segítenek-e a bélyegek a válaszadásban?

Úgy tűnik, igen. Végig nézve a magyar bélyegtermést a kezdetektől, vagyis a kiegyezéstől napjainkig, máris akad néhány nyilvánvaló példa arra, hogy bizony bőven akad olyan közismert alak, aki már életében bélyegre került. Mindjárt a „nyitókép" *Ferenc József* őfelsége, magyar királyi minőségében.

Akkoriban ez teljesen bevett gyakorlat, más országok bélyegein is többnyire a regnáló uralkodó adja a fő motívumot, sőt, maga a bélyeg születése is ez irányba terelte a követőket, hiszen az első postajegy, az 1840-es Black Penny *Viktória* királynőt ábrázolta. A monarchikus berendezkedésű országokban ez a tradíció napjainkig is töretlen. Persze, köztársaságokban sem szokatlan a köztiszteletnek örvendő elnökök megjelenítése.

Tehát a kezdeti és sokáig élő nemzetközi szokásokkal egybevág a 20. századi hazai folytatás is. *IV. Károly* és *Zita* királyné koronázási ünnepségére megjelent bélyegpárunkat tekinti a szakirodalom az első igazi alkalmi kibocsátásnak.

Majd a két világháború közötti periódusban *Horthy Miklós* kormányzó portréjával találkozhatunk több ízben is. Az sem példa nélküli, hogy egy állam vezető személyiségének a családtagjai is bélyegre kerülnek. Nálunk a kormányzó felesége és frissen megözvegyült menye a második világháború alatt kiadott Vöröskereszt-sor két címletén látható.

A háború utáni új politikai rendszert megtestesítő szimbólumok mellé emblematikus személyiségek is felsorakoztak az újdonsült szocialista országokban. Nálunk az élők sorából *Sztálin* és *Rákosi Mátyás* emelkedett ki annyira, hogy bélyegképül szolgálhasson. A generalisszimusz már 1947-ben kiérdemelte e nagy tisztességet, és halála előtt ötször is kiadtak róla vagy budapesti szobráról néhány címletet. Népünk bölcs vezére pedig 60. születésnapjára kapott efféle ajándékot a Magyar Postától. Kétségtelen, hogy kimutatható a kiválasztódás folyamatában folytonosság a népszerű államférfiak és a tekintélyuralmi rendszerek vezetői között, de azért érzékelhető a különbség is. A sztálini személyi kultusznak elnevezett jelenség aztán annyira mély nyomot hagyott a magyar köztudatban, hogy 1956 után a felszíni megnyilvánulásait gyökerestül igyekeztek eltüntetni. *Kádár János,* a következő egyharmad évszázad névadója, gondosan felépített puritán imázsával példázta ezt a szakítást legmarkánsabban, s normává emelte, hogy élő politikusról, de más személyiségről sem kerülhet köztérre semmilyen műfajú ábrázolás. Miközben olyan „furcsaságokat" olvashattunk a hetvenes évek igen csak szűken adagolt bulvárhíreiben, hogy szobrot állítottak *Pelének* Brazíliában, valójában még aktív játékospályája vége felé, vagy *Nurmi*nak a helsinki olimpiai stadion előtt. Ami máshol az élet tarka velejárója volt, az itthon a magyar valóságtól idegen hóbortnak tüntetett föl.

E ponton aztán elágazott utunk még a kulturálisan és földrajzilag hozzánk legközelebb lévő baráti országokétól is, mert *Ceausescu*ról, *Husák*ról, *Titó*ról bizony adtak ki bélyegeket éppúgy, mint *Kim Ir Szen*ről vagy *Mao Ce-tungról.*

A norma követője lett természetszerűleg a Magyar Posta is. Élő politikusról nem jelent meg azóta sem magyar bélyeg. A kiterjesztés azonban az íratlan deklarációk szintjén minden más tevékenységi körben hírnévre szert tettekre ugyanígy vonatkozott. Elvileg a mai napig is ezen korlátok szellemében alakítják ki a magyar bélyegeken ábrázolható személyek körét.

Ám, a szabály azért születik, hogy legyen mi alól kivételt tenni. Nézzük csak a bélyegtermést a sztálini kultusz végnapjaitól jelenünkig. Kutatásaim eddig már közel száz élő személyt találtak. Mégsem fog fölháborodni senki, aki az imént taglalt alapelvet magáénak vallja. Ugyanis a szép számú társaságot – alig néhány kivételtől eltekintve – sportolók és űrhajósok alkotják. Különös idoljai ők a 20. századnak, irigyelt és csodált bálványaink keleten és nyugaton egyaránt. Olyan emberek, akik bármelyikünk álmait váltották valóra – helyettünk. *Jurij Gagarin, Neil Armstrong, Balczó András* vagy *Egerszegi Krisztina* életműve, illetve annak azon szelete, „amiért szeretjük" őket, nem lehet kérdőjeles.

Az sem tanulság nélkül való adat, hogy – az űrkorszak hajnalától, vagyis Gagarintól kezdve főként a hatvanas és a hetvenes években sorjáztak az űrhajós bélyegek, vagyis a rendszerváltás előtt volt igazi divattéma – nagyjából fele-fele arányban jelenhettek meg magyar bélyegeken a szovjet és az amerikai asztronauták. Az emberiség hőseinek kijárt az egyenlő bánásmód már abban az időben is, azaz nem osztották fel őket haladó és reakciós űrhajósok csoportjára. Rajtuk kívül természetesen megtaláljuk még *Farkas Bertalant* is, de az első, aki nem a két űrnagyhatalom képviselője volt, a csehszlovák színekben repülő *Vladimir Remek* szintén látható az 1978-as Prága-kisíven.

A sportolóknál gyökeresen más a helyzet. Ők kivétel nélkül magyarok. Megesett, hogy ők voltak az ábrázolás célpontjai, máskor csak modellként használta föl képüket, mozdulatukat a bélyegtervező. (Itt jegyezzük meg, hogy a 2006-ban útjára indított Olimpiatörténet blokkszériának köszönhetően kétévente számos, még élő magyar sportemberrel bővül a lista, s már megelőzik mennyiségben az űrhajósokat.)

Ezzel el is érkeztünk a módszertani csomóponthoz. Hogyan és miért ábrázoltak élő személyeket a magyar bélyegeken, illetve hogyan deríthető föl a kevésbé nyilvánvaló kilétűekről, hogy őket keressük? Az említett előadást kiegészítő vetítettképes bemutatón is e szempontrendszer alapján követtük végig az egyes csoportokat.

Kezdjük a legnyilvánvalóbbal, amikor az adott személyiség ábrázolása volt a deklarált cél. Az ábrázolásból felismerhető a kiléte, és/vagy ráírták a nevét a bélyegre, esetleg a kibocsátás szándéka a Magyar Posta- és Illetékbélyegek Katalógusából is ráutal. Példaként a Horthy- és a Gagarin-bélyeget hozhatjuk fel.

A következő csoportot sem nehéz azonosítani. Nem olvashatjuk ugyan a nevét a bélyegen, de annyira ismert arc, hogy nem téveszthetjük össze senki mással. Az úgynevezett turulos Ferenc József-bélyeg vagy az 1947-es Sztálin-portré testesíti meg e kategóriát.

Megesik, hogy csak onnan tudjuk, kit látunk a bélyegképen, hogy rá van írva. Mert a stilizált grafikából rá nem jönnénk. A 25 éves az űrkutatás című sor egyik értékén *Alekszej Leonov*ot, az első űrséta végrehajtóját tisztelhetjük ily módon, amint a Holdraszállás 20. évfordulóján kiadott blokkon Armstrongot is ennek köszönhetően azonosíthatjuk. (Mert akár *Edwin Aldrin* is lehetne!)

A következő csoportot azok a címletek képezik, amelyeken a személyek kilétéhez egyedül a katalógus ad segítséget, mert sem a bélyegre nincs ráírva a név, sem az ábrázolásból nem ismerhetjük fel. Ilyenek az 1973-ban kiadott müncheni, illetve az 1976-os montreali olimpiai érmesek sorozat vívócímletein látható alakok (Fenyvesi *Csaba, Tordasi Ildikó).*

A korábbiak egy variációja, amikor a név nem olvasható, de a katalógus közli, és felismerhető a grafikából az arc. (Szintén az előbbi érmes sorokból *Gedó György* és *Földi Imre.)*

Egyetlen olyan bélyeget találtam, amelyen a még életben lévő személynek a szobrát vitték bélyegre – a már fentebb említett budapesti Sztálin-szoborról van szó egy 1951-es kiadású címleten, amely „népünk nagy barátja" 72. születésnapja tiszteletére látott napvilágot.

Lényegesen különbözik az eddigi kategóriáktól, amikor csak úgy mellékesen szerepel a bélyegen azonosítható élő személy. Mert nem az ő ábrázolása volt a fő cél, de kibocsátási alkalom vagy egyéb motívumok, feliratok egyértelművé teszik kilétét. Így találhatunk rá *Edward White*-ra, az amerikaiak első űrsétálójára az 1966-os Űrpárosok sorozat 2 Ft-os címletén. De nem lehet kétséges az sem, hogy az 1976-os Bolygókutatás-blokk Voszhod 2 feliratú keretképén, köldökzsinóron lógó figurája csakis Leonov lehet.

Kicsit nehezebb a dolgunk, amikor a tervező művész csupán modellt keresett, például egy-egy sportesemény illusztrálásához. Több háttérismeretre van szükség az azonosításhoz. Mint az 1953-as Népstadion-sor 30 filléres értékén látható úszónő esetében, aki kétséget kizáróan *Székely Éva*. Az arcvonásai, a mozdulat is ezt igazolják. Továbbá abban az esztendőben még csak három úszásnem létezett, a pillangóúszást 1954-ben nyilvánította önálló úszásnemnek a nemzetközi szakszövetség, éppen a mi Pillangókisasszonyunk produkciójára reagálva. Székely Éva ugyanis az új technikát kihasználva nyerte meg az 1952-es helsinki olimpián a 200 méteres mellúszás aranyérmét. *Gergely Gábor* pedig a frissen felépített Budapest Sportcsarnok első világversenyének arca bélyegen is visszaköszön. (A világ- és Európa-bajnok asztaliteniszező később újságíró lett, s el is mondta egy múzeumi riportkészítés alkalmával, mennyire büszke erre az 1982-es bélyegre, illetve a tényre, hogy életében ilyen megtiszteltetés érte.) Ugyanide tartozik a Münchentől Motrealig-blokkon tüzet gyújtó hölgy is. *Maria Moszkoliu* a sport oldalvizén került a névsorba, de igazából ő egy görög színésznő. Az 1960-as évek elejétől évtizedeken át ő gyújtotta meg az olimpiai lángot, a Nap sugarait fémtükörbe gyűjtve az ókori játékok színhelyén állott Héra-templom romjai mellett.

Megesik, hogy minden szereplő neve olvasható a bélyegen, mégsem tudjuk az ábrázolásból és a háttértudásból kisakkozni, melyikük kicsoda. Így jártunk az 1969-es Szojuz 4-5 szelvényes bélyegpárjával, de nem jobb a helyzet az 1970-es Apollo 12-vel sem. (Ha csak azt nem feltételezzük, hogy az előtérben lévő, jobban kidolgozott figura a parancsnoké, *Pete Conrad*é lenne. Ám ez akkor is csak feltevés, nem bizonyíték.)

Végül egy olyan csoportot is találtam, ahol alappal gyanítom, hogy sem a megrendelő, azaz a posta, sem a tervező nem volt tisztában azzal, hogy élő embereket visz közvetlenül vagy közvetve bélyegre. A motoros repülés 75. évfordulóján megjelent sorozat 4 forintosán *Magyar Sándor* is látható az 1932-ben lezuhant *Endresz György* mellett.

A lényeg a történelmi tettnek számító 1931-es óceánrepülés volt, a bélyegen a híres gép, a Justice for Hungary és utasai egyenrangú fő motívumok. De nem sokan sejthették, hogy Magyar Sándor akkor még életben volt. Csak három évvel később halt meg az Egyesült Államokban. A közvetett ábrázolást pedig az 1958-ban megjelent Sport sor birkózó címlete példázza. A két birkózó által megformált kompozíció tulajdonképpen egy olimpiai ezüstérmet elnyert szobor grafikai rekonstrukciója. Az 1932-es olimpián (akkor még voltak művészeti versenyek is a nyári játékokon) *Manno Miltiádész* (aki nem mellesleg az első két magyar labdarúgó bajnokság gólkirálya!) a szobrászati kategóriában második lett, a Birkózók című alkotásával, amihez modellül két korabeli kötöttfogású kiválóságot kért fel.

Dr. Varga Béla az 1912-es olimpia félnehézsúlyú bronzérmese, valamint *dr. Papp László,* az 1928-as olimpia középsúlyú ezüstérmese volt e két sportember, akik 1969-ben, illetve 1986-ban haltak meg. Tehát a bélyeg kibocsátása idején még bőven éltek.

További két személyiséget találtam, akik egyik „foglalkozási" csoportba sem illenek bele: *Kodály Zoltánt* 1953-ban láthattuk bélyegen a Zeneszerzők sorozatban.

Annál is meglepőbb e tény, mert közismert, hogy a nagy nemzetközi tekintélynek örvendő zenetudós és pedagógus még Rákosival is ujjat mert húzni, midőn visszautasította a felkérést, hogy komponáljon új magyar himnuszt, mert mégse járja, hogy egy kommunista ország himnusza az Isten szóval kezdődjék. Kodály azonban úgy gondolta, nagyon is jó az, ami van. Az viszont nem meglepő, hogy 1991-es, első magyarországi látogatása idején *II. János Pál* pápa is kapott egy blokkot. Persze, ha nagyon akarjuk, őt besorolhatjuk a politikus kategóriába, elvégre egy szuverén állam feje volt.

Ők ketten, továbbá Sztálin, Gagarin és Edward White egy külön kis csapatot is képeznek: róluk életükben és haláluk után is adtak ki magyar bélyeget. Ferenc Józsefre is áll ez oly értelemben, hogy bélyeg a bélyegen kompozícióban klasszikus címleteket újból felelevenítettek, pl. bélyegnapok és filatéliai évfordulók alkalmából, s ezek sorában az őt ábrázolók közül is akad néhány.

A kutatást új forráscsoport bevonásával lehet még folytatni. A bélyegek kiviteli grafikáinak jelentős részét is a Bélyegmúzeum őrzi. Ezeken az egyedi műalkotásokon még számos olyan információt sejthetünk, amelyek további nevekkel és adatokkal gyarapíthatják a meglévő névsort.

IV.

A *Múltidéző 2.* című postatörténeti tanulmánykötet bemutatása

(Elhangzott a Postások Szakmai Egyesülete Dél-alföldi Területi Csoportja *2010. december 16-án* megtartott kecskeméti rendezvényén)

Nagy tisztelettel és szeretettel köszöntöm a szakmai nap minden résztvevőjét, s e helyről is szeretném megköszönni Tóth Lászlónak a Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány kuratóriuma elnökének, és dr. Lovászi Józsefnek a kuratórium titkárának a megtisztelő felkérést a *„Múltidéző 2."* című kötet lektorálására. Ez a feladat új és izgalmas szakmai kihívást jelentett számomra, s tanulságos volt a kötet anyagának megismerése.

Lovászi József a betördelt, nyomdakész anyagot pdf-formátumban elküldte, így már a könyvbemutató előtt virtuálisan „belelapozhattam" a kiadványba, s örömmel láttam, hogy egy igényes, gazdagon illusztrált könyv kerül a magyar posta múltja iránt érdeklődők kezébe.

Szakmai lektorként természetesen nem a kötet könyvészeti és tipográfiai jegyeivel, hanem tartalmi vonatkozásaival foglalkoztam, így engedjék meg, hogy a továbbiakban a *„Múltidéző 2."* kiadvány fejezeteiről szóljak pár szót, s ennek kapcsán megosszak Önökkel néhány gondolatot.

A mű címe is jelzi, hogy nem egy kísérletről, szárnypróbálgatásról van szó, hiszen a most bemutatásra kerülő könyv nem önálló kötetként, hanem egy *postatörténeti sorozat* második darabjaként jelent meg. Az előszóban Tóth László elmondja, hogy több mint hét éve – a „Múltidéző 1." kiadvány – kedvező fogadtatása után határozták el, hogy folytatják *„a múlt föltárását, a posták, postás szervezetek és személyiségek könyv formában történő bemutatását"*[9].

2007-ben, az önálló Magyar Posta megalakulásának 140. évfordulója alkalmából a Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány és a Postások Szakmai Egyesületének Bács-Kiskun, Békés- és Csongrád megyei tagcsoportjai pályázatot hirdettek postatörténeti tanulmányok írására. Még a jubileumi évben 10 pályázatot értékelt és díjazott a szakmai zsűri, s a most megjelent könyv törzsanyagát a pályázatra benyújtott írások alkotják. Időközben több olyan tanulmány is elkészült, amelyeket a kötet szerkesztője érdemesnek találva a publikálásra, beemelt a készülő kiadványba.

A kötet négy nagy témakört ölel fel, amelyeket egy postatörténeti adattár, a mai Bács-Kiskun, Békés és Csongrád megye területén egykor és ma működő posták, távírdák és távbeszélő-hivatalok nyitási dátumokkal ellátott lajstroma, illetve a dél-alföldi régió postavezetőinek névsora követ.

Az első nagy témakör a ***„Posták és postások – régen és ma"*** címet kapta, s tizenegy hosszabb-rövidebb lélegzetű tanulmányt tartalmaz. Fontos hozadékuk ezeknek az

[9] Múltidéző 2. Szentes, Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány 2010. 7. p.

írásoknak a *helyi vonatkozások* bemutatása. Több fejezet szerzője az általános postatörténeti előzményekre is hangsúlyt helyezett, mégis azokra a kuriózumokra hívom fel a figyelmet, amelyek a helytörténeti események szövetébe ágyazva mutatják be a dél-alföldi térség postai múltját.

Különösen bővelkedik efféle postatörténeti érdekességekben a Gádorosról szóló tanulmány; ebből megtudhatjuk, hogy Juszt Zsigmond magyar író utazásai során gyakran igénybe vette a postakocsit. Itt olvashatjuk azt is, hogy 1901-ben, amikor Bánfalva település felvette a Gádoros nevet, a postamesterség abban a Fő utcai házban működött, amelyben később Udvardi Kossuth Lászlóné, Petőfi Sándor első szerelmének unokája élt.

Olyan helyi eseményekről tudósítanak a szerzők, amelyeket a klasszikus postatörténeti művekben nem találunk meg, ugyanakkor ezek a művelődéstörténeti adalékok színesítik, kiegészítik meglévő ismereteinket.

Varga Lászlóné egy terjedelmes tanulmányban Kecskemét postatörténetének újabb kori történetét foglalja össze eredeti források alapján, sok illusztrációval.

Takó Nikoletta írásában a szegedi nagyposta ismertetése kapcsán a város postatörténetét is bemutatja. Ír az 1879-es nagy tiszai árvízről, s az azt követő újjáépítésről, melynek során megépült a szegedi főposta épülete. A történeti kutatáson alapuló tanulmány részletesen bemutatja a tervezés és a kivitelezés fázisait, s a korabeli sajtóhírekből is kapunk ízelítőt. A tanulmányt számos illusztráció tervrajzok, korabeli fotók teszik még hitelesebbé.

Az első nagy tematikus rész fejezeteiből megismerjük a dél-alföldi településeknek az *első postamestereit*, akik az elmúlt századokban gondot viseltek a hírek, az információk továbbításáról. Megbecsült emberek voltak, akiket számon tartottak, hiszen nevüket feljegyezték a krónikák. A történetírás lapszéli nevei ebben a kötetben főoldalra kerültek.

A tanulmányokból megtudhatjuk, hogy több száz éve is működött már a posta a Dél-Alföldön. Kecskeméten már 1696-ban Lipót császár utasítására a budai legfelsőbb postahivatal a Buda és Szeged közötti postaszállítással Fejős Jánost bízta meg; az ő halála után 1697-ben a budai helytartótanács Kecskemét városának adta bérbe a postát. Néhány évvel később, 1713-ban a „hírös város" tanácsa Muraközi Sámuel jegyzőt bízta meg a postai teendők elvégzésével, s ettől kezdve volt szervezett és rendszeres postai szolgáltatás Kecskeméten. Orosháza első postamestere Masznitius Omazta Tóbiás volt az 1780-as években. A korabeli levelezésekből megtudjuk, hogy gondos gazda volt, hiszen a tűzvészben megsérült orosházi lóváltóállomás istállóját ő építette újjá. A derék Omazta postamester gyermekei is a posta szolgálatába álltak, róluk is megemlékezik az egyik fejezet szerzője. Tótkomlóson Horváth András, Gyulán Kostyán Imre működtették a postaállomást. Kondoroson Pethe József községi jegyző, Gyomaendrődön Perke József volt a település első postamestere.

Vannak „fiatalabb" posták is, Csabaszabadi megállóhelyen Bakos Lajos vasúti kiadó- és váltóőr teljesített postai szolgálatot az 1910-es években, Magyardombegyházán Garán János volt az első hivatalvezető. Csabacsüdön Komornyik Pál postaszállító állt a helyi postaügynökség alkalmazásában, aki 1947-ben jelentkezett az áttelepülési felhívásra, hogy átköltözik Cseh-Szlovákiába, később azonban, mégis elállt szándékától, s tovább szolgált a csabacsüdi postán. A fent említett személyek – postamesterek, postatisztek, hivatalvezetők –, a postatörténet hétköznapi hősei; s természetesen nemcsak ők, hanem a későbbi korok és napjaink postásai is, akiknek nevei szintén szerepelnek a

kötetben s – hála a Múltidéző 2. kiadványnak –, már nem fognak a feledés homályába merülni. Ezért is tartom nagyon fontosnak ezeket az írásokat, mert a régmúlt és a jelenkor postásainak méltó módon állítanak emléket.

A következő nagy tematikus csoport a ***„Postás életutak"*** címet kapta; ebben a délalföldi Nívó-díjas postások rövid életrajzát, illetve a velük készített riportokat olvashatjuk, s két kiváló postás Molnár Lászlóné, Ribári Jolán és Tóth József életútjával ismerkedhetünk meg.

A Ribári Jolán életútját lejegyző szerző egy ismert történészünk gondolatát választotta mottóul írásához, mely így hangzik:

,, A történelem mi vagyunk, pontosabban az, ami a múltunkról bennünk él, amit tehát tudunk vagy tudni vélünk."[10]

Valóban, ezt a nem mindennapi tudást kapjuk meg Molnár Lászlóné, Ribári Jolán őszinte, olykor szívet melengető élettörténetéből, ami több mint egyszerű életrajz, egy igazi kordokumentum, a történelem lenyomata egy hiteles életút tükrében.

A Tóth Józsefről szóló fejezet egy példaképet állít elénk. Az ő személyében a fejezet írói – számomra – az eszményi postás alakját rajzolták meg. Ő az az ember, aki bibliai kifejezéssel[11] élve tudott „szűkölködni, és tudott bővölködni" is, hiszen életének voltak nagyon nehéz, kilátástalannak tűnő szakaszai: öt éves katonai szolgálata alatt megjárta a keleti frontot, Ukrajnában megsebesült, felgyógyulása után a nyugati fronton angol hadifogságba esett. De voltak életútjának sikeres évei is: Adonyban postavezető volt, majd Orosházára került hivatalvezető-helyettesnek, ezt követően pedig a Szegedi Postaigazgatóság Ellenőrzési Osztályán területi biztosként dolgozott, ahol konstruktív értékeléseivel 44 postahivatal munkáját segítette. A visszaemlékezés egyik szerzője a következő sorokat jegyezte le róla:

„sajnos, édesapám generációjával ki is vesztek az ilyen típusú, szabadidőt, energiát nem kímélő, éjszakai munkát ellentételezés nélkül vállaló, szinte a postáért élni-halni képes és becsületes emberek"[12]*. (…)*

A munkájáról csak magas fokon lehet írni, (…) A dolgozók először tartottak tőle, de amikor látták, hogy közvetlen, megnyerő akkor elfogadták és az utasításait azonnal végrehajtották."[13]

A két visszaemlékezést olvasva ismét meggyőződhettem arról, hogy a magyar postán olyan emberek dolgoztak/dolgoznak, akik tisztes életükkel, hűséges szolgálatukkal nem csupán a postások közössége, de az egész társadalom előtt példaként állhatnak.

A ***„Postai szakoktatás"*** című tematikus blokkban egy hosszabb lélegzetű tanulmány olvasható, mely a Területi Oktatási Központ 15 évének, az 1987-2002-ig tartó időszak eredményeiről számol be. A fejezetből megismerhetjük az Oktatási Központ szerteágazó tevékenységét, továbbá a Szegedi Regionális Igazgatóság területén működő négy postaforgalmi szakközépiskola működését és feladatait. Azt is megtudhatjuk, hogy az

[10] Múltidéző 2. Szentes, Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány 2010. 201. p.

[11] *„Megtanultam, hogy abban a helyzetben, amelyben vagyok, megelégedett legyek. Tudok szűkölködni is, tudok bővölködni is ... volt részem jóllakásban és éhezésben is, a bővölködésben és szűkölködésben is."* (Fil 4.11-12.)

[12] Múltidéző 2. Szentes, Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány 2010. 209. p.

[13] Múltidéző 2. Szentes, Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány 2010. 210. p.

Oktatási Központ biztosította a nyári szakmai gyakorlat lehetőségét, s a központ munkatársai folyamatosan figyelték a továbbtanulók előmenetelét, a szakdolgozatok készítéséhez segítséget nyújtottak, s postaforgalmi szakközépiskolák tanulói részére évente szakmai és ügyességi versenyeket szerveztek. A fejezetet egy névsor zárja, amely azon munkatársak neveit tartalmazza, akik az Oktatási Központban a képzésekkel kapcsolatos feladatokat az elmúlt 15 évben ellátták.

A negyedik, a ***„Szabadidő, közösségi élet"*** című tematikus részben három fejezetet találunk. Az egyiket Kalmár László tollából, melyben a dél-alföldi postás sportélet történetét foglalta össze. A szerző a következő gondolatokkal vezeti be a kronológiai összefoglalást:

„A postások életében politikai rendszerektől és társadalmi átrendeződésektől függetlenül mindig nagy szerepe volt az összetartozásnak. A közösségek megtartó és formáló ereje a mindennapi életben, sokszor a legnehezebb élethelyzeteken is segített a talpra állásban. Különösen meghatározónak bizonyult e tekintetben a postások nagy családjában a sportolás. Sokak számára jelentettek kapaszkodót, erőgyűjtést a mindennapok megpróbáltatásaihoz a sportpályákon elért sikerek (…)Versenyzőként győzni és veszíteni is megtanultak a fiatal sportolók, ami későbbi életük folyamán munkájukban és magánéletükben egyaránt tartást adott nekik."[14]

A fejezetből megismerhetjük a Szegedi Postás Sport Egyesület rövid történetét, olvashatunk megalakulásának körülményeiről, majd részletesen, szakágak szerint az elért eredményekről. Nem csak helyi klasszisokat, de az egyetemes sporttörténetben kimagasló eredményt elérő sportolókat is adott a Szegedi Postás Sport Egyesület. Talán kevesen tudják, hogy a Szegedi Postás Egyesületében kezdte sportkarrierjét az a Magay Dániel kardvívó, aki 1956-ban, Melbourne-ben, az olimpiai bajnok magyar kardvívó csapat tagjaként állt fel a dobogó legfelső fokára. Ezt a fejezetet is nagyon sok korabeli fotó illusztrálja, s így még inkább segít felidézni a Szegedi Postás Sport Egyesület sikeres évtizedeit.

A következő írásban, melyet Tóth László írt, a Postások Szakmai Egyesülete dél-alföldi csoportjának közösségi életéről olvashatunk. Ebből a részletes história domusból átfogó képet kapunk az egyesület szerteágazó szakmai s hagyományőrző tevékenységéről. Megismerhetjük a Postások Szakmai Egyesülete, s a szegedi területi csoport megalakulásának körülményeit is. A szegedi területi tagcsoport munkájáról részletes beszámolót olvashatunk, s megtudhatjuk hány szakmai napot, konferenciát, megemlékezést tartottak. Ezek közül most csak egy, nem mindennapi eseményt emelek ki; a Szegedi Vadasparkban 2004 októberében a „*hollóröpde*" átadását, melynek elkészítéséhez a később megszűnt Szegedi Postaigazgatóság is hozzájárult. A holló és a posta kapcsolata közismert, hiszen a holló sokáig a magyar posta hivatalos jelképe volt. A fejezet végén értesülünk a legújabb szervezeti változásokról, többek között arról, hogy a korábban szétvált, s külön-külön működő három megyei tagcsoport ez év augusztusában újraegyesült, s azóta Dél-Alföldi PSZE-tagcsoport néven működik.

Érdeklődéssel olvastam Lovászi Józsefnek a Dél-Alföldi Postatörténeti Alapítvány fennállásának öt éves jubileuma alkalmából írt visszatekintését, melyben beszámol az alapítvány létrejöttének körülményeiről, s az eltelt időszak tevékenységéről.

[14] Múltidéző 2. Szentes, Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány 2010. 210. 235. p.

„A Dél-Alföldi Postatörténeti Alapítványt 2005. június 23-án jegyezte be a Csongrád megyei Cégbíróság. Öt év telt el azóta. Egy olyan nagy múltú szolgáltató életében, mint például a Magyar Posta, öt év rendkívül rövid idő. Alapítványunk életében azonban eseménydús és gazdag időszak volt az eltelt fél évtized."[15] – írja a bevezető sorokban a szerző. Az előzményeket illetően megtudjuk, hogy 2003-ban Tóth László, a Szegedi Postaigazgatóság akkori igazgatója és Verók István Szentes 1 posta vezetője elhatározták, hogy a kettejük által évtizedeken át nagy gonddal gyűjtött postatörténeti relikviákból, kiállítást rendeznek a szentesi főposta egyik megüresedett helyiségében. A kiállítás tervezésébe bevonták a fejezet íróját is, akinek szintén volt postatörténeti anyaga. Hárman hozzáláttak az emlékszoba létrehozásához. A lelkes alapítók nemcsak gyűjtöttek, hanem vásároltak is postai tárgyakat. Lovászi József írásából az is kiderül, hogy a kiállítás létrehozásában sok postai dolgozó is segített, akik, önszántukból, ellenszolgáltatás nélkül vettek részt a munkában. *„Az egyre lelkesebb adományozók jóvoltából annyi bemutatható tárgy, dokumentum, kiadvány, felszerelési eszköz került Szentesre, hogy az emlékszoba szűknek bizonyult, így kiállítóhellyé avanzsált az oktatóterem is, miközben megtartotta eredeti funkcióját."*[16] – emlékezik a szerző. A felajánlások nyomán a kiállítást újabb termekkel kellett bővíteni, s mindeközben megérlelődött az a gondolat, hogy az emlékszoba működtetéséhez a leginkább egy erre a célra létrehozott alapítvány felelne meg.

Azt természetesen az alapítók is tudták, hogy a postai emlékek archiválására már van intézményi keret, a Baross Gábor által alapított Postamúzeum, amelyet szintén egy alapítvány – a Hírközlési Múzeumi Alapítvány – működtet, s azt is, hogy az 1129/1989. számú központi utasítás[17], a postai muzeális emlékek összegyűjtéséről és a Postamúzeum részére való átadásról rendelkezik. Az élet azonban olykor nem követi a rendeletek és paragrafusok betűit. *„A Hírközlési Múzeumi Alapítvány – saját gondjai miatt – nem kívánt a szentesi gyűjteménnyel foglalkozni. Kovács Gergelyné, a Postamúzeum igazgatója is önálló alapítványt javasolt."*[18] – folytatja a visszaemlékezést Lovászi József. Ilyen előzmények után jött létre 2005-ben a Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány. A továbbiakban olvashatunk a kiemelten közhasznú szervezetnek – az alapító okiratban lefektetett – céljairól, a postatörténeti emlékszobáról, az alapítvány rendezvényeiről, s alkalmi tárlatairól.

A fejezetből kiderül, hogy az összefogás, egy közös ügy felkarolása milyen áttörést hozhat egy közösség életében. Ez történt Szentesen is, ahol néhány, a postához hű ember elkötelezte magát a postai értékmentés mellett. A begyűjtött anyag mennyisége egy idő után megkívánta az intézményesített keretet, s ez vezetett a Dél-Alföldi Postatörténeti Alapítvány létrehozásához.

Jelenleg tehát *két alapítvány,* a szentesi s a budapesti székhelyű Hírközlési Múzeumi Alapítvány is egyazon ügyet szolgálnak. Látszólag egymás riválisai, versenytársai, ám valójában harcostársak; azoknak kell lennünk, hiszen a célunk ugyanaz: a postamúlt értékeinek megőrzése és hiteles tovább adása.

[15] Múltidéző 2. Szentes, Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány 2010. 285. p.

[16] Múltidéző 2. Szentes, Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány 2010. 286. p.

[17] Lásd Postaügyi Értesítő 2. szám, 1990. január 10. 1. p.

[18] Múltidéző 2. Szentes, Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány 2010. 286 p.

Éppen ezért, én személy szerint nagyon *fontosnak tartom a jövőbeni együttműködés kiszélesítését, s az együttműködés stratégiájának megfogalmazását,* közös célkitűzések, projektek kimunkálását a két alapítvány, a Postamúzeumot működtető Hírközlési Múzeumi Alapítvány és a Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány között.

Bízom abban, hogy meg fogjuk találni a közös feladatokat s a munkamegosztást is a közös cél érdekében.

A kötet impresszumában találjuk azok neveit, akik a kiadvány megjelenését támogatták, s adományaikkal hozzájárultak a költségekhez. Három intézmény – a Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány, a Postások Szakmai Egyesülete és a Média-Mix Kiadó mellett magánszemélyek is támogatták a kötetet. Összesen 211 magánszemély – akik nevei betöltik a teljes oldalt –, járult hozzá a kiadvány megjelenéséhez. Ez a névsor is világosan tükrözi, hogy milyen sokan tartják a Dél-Alföldön személyes ügyüknek a postai hagyomány- és értékőrzést.

Szeretném kifejezni elismerésemet valamennyi szerzőnek, akik a napi munkájuk, feladataik mellett sem sajnáltak időt és fáradságot szakítani a kutatásra, a források begyűjtésére. Nagyon értékes munkát végeztek mindnyájan. Ezzel a kötettel nem csupán a dél-alföldi postások, nem csupán a Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány, hanem az egyetemes magyar postatörténet is gazdagodott.

Szívből kívánom, hogy töltse be ez a kiadvány azt a szerepet, amelyért mindenekelőtt készült, a magyar postástársadalom identitásának és gyökereinek erősítését.

Nemzetközi postai hírek

Nemzetközi hírforrásokból összeállította a Stratégiai Programiroda, Nemzetközi kapcsolatok osztály.

LIBERALIZÁCIÓ

10 ország nyitotta meg postai piacát január 1-jén

www.hellmail.co.uk – 10 ország nyitotta meg postai piacát január 1-jével, megszüntetve ezzel a nemzeti postai szolgáltató monopóliumát. Észtország, Finnország, Németország, Hollandia, Svédország és az Egyesült Királyság után, idén év elejétől, az alábbi országok liberalizálták postai piacaikat: Ausztria, Belgium, Bulgária, Dánia, Franciaország, Írország, Olaszország, Portugália, Spanyolország és Szlovénia. Ez azt jelenti, hogy ezekben az országokban az utolsó és egyben legnagyobb fenntartott terület, azaz az 50 gramm alatti küldemények piaca is megnyílt a versenytársak előtt. Az érintett tagállamoknak 2011. január 1-jéig kellett tájékoztatniuk az Európai Bizottságot az új postatörvények elfogadásáról, 4 tagállam esetében azonban erre még nem került sor. 11 uniós tagállam, köztük hazánk is, engedélyt kapott, hogy két évvel elhalassza a teljes liberalizációt, így jelenleg az Európai Unió belső postai piacának volumenét tekintve 95% liberalizált. Bár a versenyjog keretei elméletben működnek, a kritikus feltételek pontos meghatározása, valamint a követelmények értelmezése nagyon eltérő az EU tagállamai között. Más és más álláspontok léteznek pl. az egyetemes szolgáltatási kötelezettség definíciójára, az egyetemes szolgáltatások költségeinek kiszámítására, a támogatások körére és azok kifizetésére.

EREDMÉNYEK

A Cseh Posta 2010. évi eredménye

www.hellmail.co.uk – A Cseh Posta nyilatkozata szerint 2010. évi nyeresége várhatóan meghaladja a tervezettet és az előzetes számítások szerint a 250 – 280 millió cseh koronát is elérheti. Bár az adózás előtti eredménye a 2009-es adatokhoz képest 661 millió CZK-ról (1 CZK ~ 11 HUF) 250 millióra csökkent, adózott eredménye a 2009-ben elért 124 millióról 2010-ben 250 millió cseh koronára nőtt. Ezek az eredmények annak az átfogó átalakítási programnak köszönhetőek, amely elsődleges célja a liberalizációra való felkészülés. Külön hangsúlyt fektetett a Cseh Posta a logisztikai folyamatok optima-

lizálására, az ICT (infokommunikációs technológia) infrastruktúra megerősítésére és az üzemi technológia fejlesztésére. A Cseh Posta tavaly áprilistól kezdve fokozatosan felülbírálta különféle szerződéseit, aminek következtében több tíz millió koronás megtakarítást ért el, ezen kívül módosította közbeszerzési eljárásait is. A profitnövekedés a csomagpiac erősödése miatt tapasztalt üzleti tevékenység növekedésének, valamint a számos területet érintő költségcsökkentésnek volt köszönhető.

Az Orosz Posta 2010-es eredményei

www.interpost.ru – A 2010-es évben 2009-hez hasonlóan folytatódott az Orosz Postánál beindult pozitív fejlődési folyamat. 2010-ben a tiszta nyereség 480 millió rubel (11,8 millió euró) volt, mely 57%-kal szárnyalta túl a 2009. évi eredményt. A bevétel 41%-a a postai szolgáltatásokból, 37%-a a pénzügyi szolgáltatásokból, 2% az expressz területről, 20% pedig a kiskereskedelmi és egyéb hálózati tevékenységből származik. A legintenzívebb növekedés az előző évhez hasonlóan a hagyományos szolgáltatásoknál mutatkozott, ezen belül is elsősorban az elsőbbségi és expressz / EMS küldeményekből. Ezen kívül nagyon hatékony volt a pénzügyi terület is, különösen a pénzközvetítő tevékenység (pénzbefizetés harmadik fél részére). Az Orosz Posta 2010-ben növelte jelenlétét versenypiaci szegmensekben is.

Az Olasz Posta 2010-es eredménye és jövőbeli tervei

www.postcom.org – Sikeres évet zárt tavaly az Olasz Posta. Massimo Sarmi, a Poste Italiane vezérigazgatója elégedetten nyilatkozott a szolgáltató 2010-es teljesítményéről és bízik a hasonlóan sikeres folytatásban. Az Olasz Posta bevétele 2010-ben 32%-kal 12,4 milliárd euróra, nyeresége pedig 13%-kal 915 millió euróra nőtt. A Poste Italiane idei tervei között szerepel egy e-kereskedelmi együttműködési megállapodás aláírása a UPS-szel, amelynek lényege, hogy észak-amerikai szállodákat, kávézókat és éttermeket látnának el olasz ételekkel, alapanyagokkal.

A Finn Posta 2010-es eredménye

www.cep-research.com – A Finn Posta a levélvolumenek további csökkenése ellenére nyereséggel zárta a 2010-es évet, amely elsősorban a logisztikai üzleti tevékenység növekedésének és a költségek csökkentésének volt köszönhető. A csoport nettó árbevétele 1,2%-kal 1,84 milliárd euróra, adózás előtti eredménye pedig a 2009-es 19,6 millió euróhoz képest 31 millió euróra nőtt. Így a 2009-ben realizált 4,6 millió eurós nettó veszteséghez képest az Itella tavaly 9,3 millió eurós nettó nyereséget könyvelhetett el. A társaság nemzetközi üzleti tevékenysége 2010-ben tovább erősödött és a nettó árbevétel 32%-ához járult hozzá. Az Itella Mail Communication, a csoport postai üzletágának bevétele 2,3%-kal 1,14 milliárd euróra csökkent. A címzett levélküldemények volumene változatlan maradt, a címezetleneké 5%-kal, a csomagoké 2%-kal nőtt. Üzemi eredménye a

2009-es 82 millió euróhoz képest 58,1 millió euróra csökkent. A divízió 2010-ben 160 millió eurót fektetett új feldolgozási technológiába. Az Itella Logistics, a csoport logisztikai üzletága 6,3%-kal, 677,3 millió euróra növelte bevételét. Valamennyi tevékenységére kiterjedő hatékony fejlesztési intézkedéseknek köszönhetően üzemi veszteségét a korábbi 31,2 millió euróhoz képest 2010 harmadik negyedévére jelentős mértékben, 10,7 millió euróra tudta csökkenteni, a negyedik negyedévben pedig már nyereséget realizált.

A Norvég Posta 2010-es eredménye

www.postandparcel.info – A Norvég Posta 2009-hez képest 2010-ben 0,7%-kal kevesebb, 2,25 milliárd norvég korona (1 NOK ~ 35 HUF) üzemi bevételt ért el, nyeresége azonban 172 millió koronával 943 millió norvég koronára nőtt. Ezek az eredmények a „The Spinnaker" elnevezésű hatékonysági programnak köszönhetőek, amely számos olyan költségcsökkentő és hatékonyságnövelő intézkedést tartalmaz, amelynek az volt a célja, hogy a gazdasági válságot követően megerősítse a Norvég Posta helyzetét. 2010-ben a csomagvolumen 5,2%-kal, a logisztikai szegmens bevétele 130 millió NOK-val nőtt 2009-hez képest. A levélvolumen 7,2%-kal csökkent, amely a globális trendet követve elsősorban a digitális világ térhódítása miatt következett be. A címezetlen reklámküldemények száma azonban 5,7%-kal nőtt.

TERVEK

Az Észt Posta 2011-es tervei

www.postandparcel.info – A folyamatosan erősödő verseny és a csökkenő küldeményvolumenek miatt feszített évre számít az Észt Posta. A 2010. december végén jóváhagyott költségvetés értelmében az észt postai szolgáltató 12,5 millió dollárt fektet be idén logisztikai és információs rendszerébe. Ez a tavalyi 1,5 millió dollár értékű beruházáshoz képest jelentős mértékű növekedést jelent. A vállalat vezérigazgatója, Ahti Kallaste szerint a legnagyobb kihívás, hogy a postának a csökkenő küldeményvolumenek mellett is eleget kell tennie egyetemes szolgáltatásnyújtási kötelezettségének, mindezt pedig az elvárt szolgáltatásminőség megtartásával és nyereséges működéssel. Az Észt Postának az elmúlt években az egyre növekvő versennyel is szembe kellett néznie, jelenleg az észt expressz és DM szektorokban több mint 25 versenytárs van jelen. Az Eesti Post idén a DM küldemények növekedésére számít, elsősorban más európai országoktól.

A Svájci Posta stratégiája a sikeres jövő érdekében

www.post.ch – A svájci Szövetségi Tanács kijelölte a 2010-2013-as postai stratégiai célokat, majd ennek értelmében a Svájci Posta igazgatótanácsa a konszern vezetésével közösen átdolgozta a vállalati stratégiát. A Svájci Posta az elkövetkező három esztendőben

négy tevékenységi területre kívánja erejét összpontosítani: a kommunikációs, a logisztikai, a lakossági pénzügyi és a személyszállítási piacra. Fontos, hogy Svájcon belül megőrizze ezen a négy területen a piacvezető szerepét. Külföldön – mindenképpen a kockázatok alapos felmérése után – óvatos, átgondolt lépésekkel tervez növekvő piaci jelenlétet biztosítani magának. Ez a stratégia biztos pozíciót ígér a Svájci Postának belföldön, azzal a maga elé kitűzött céllal, hogy ügyfeleinek piackövető áron nagyon magas minőségű szolgáltatást nyújtson, és a jövőben is vonzó, szociálisan felelős munkáltató maradjon.

Változásokra van szüksége a Lett Postának

www.hellmail.co.uk – Korlátozott anyagi lehetőségek állnak a Lett Posta rendelkezésére, hogy szolgáltatásait modernizálja, a 2013-ban bekövetkező teljes postai piacnyitás azonban gyors változásokat követel a szolgáltatótól. Aigars Vitols, a Latvijas Pasts vezérigazgatója három olyan prioritást emelt ki, amelyre a társaságnak kiemelt figyelmet kell fordítania. Az első és legfontosabb az ügyfelek, akik folyton újabb és újabb megoldásokat várnak a postától, ezért a szolgáltatónak sokkal aktívabb és erőteljesebb piaci szereplővé kell válnia. A második prioritás a szolgáltatásminőség. Egyre több versenytárs jelenik meg a piacon, így az ügyfelek is egyre több ajánlat közül választhatnak. A siker érdekében a Lett Postának kell a legmagasabb szolgáltatásminőséget nyújtania, mindezt pedig megfizethető áron. A harmadik legfontosabb dolog a nyújtott szolgáltatás hatékonysága. 2013-ra a postának olyan pozícióba kell kerülnie, hogy a versenytársak saját független hálózat kiépítése helyett inkább a Lett Postával alakítsanak ki együttműködési lehetőségeket.

A Spanyol Posta 2011 – 2014-es üzleti terve

www.hellmail.co.uk – Alberto Lafuente Félez, a Spanyol Posta elnöke bemutatta a Correos 2011–2014-es üzleti tervét, amelynek legfontosabb célkitűzése a kereskedelmi tevékenységre történő fókuszálás annak érdekében, hogy a szolgáltató megfeleljen a teljesen liberalizált postai piac új elvárásainak. Az intézkedések négy szektort érintenek: levél, csomag, direkt marketing, valamint az új technológiákhoz kapcsolódó szolgáltatások (pl. a Telekom Nexe, a Correos hibrid szolgáltatása). A Spanyol Posta 10 nyereséges évet követően 2009-ben 2 millió eurós, 2010-ben pedig 1 millió eurós veszteséget realizált. Az éves szinten 3-5%-os levélvolumen csökkenést a Correos a csomagszektorban jelenleg meglévő 25%-os piaci részesedésének növelésével tervezi kompenzálni. Ezen kívül bővíteni szeretné IT szolgáltatásait, valamint nagyobb összhangot kíván kialakítani csomag és expressz hálózata között.

A Francia Posta 2011-es költségvetése

www.laposte.fr – A La Poste igazgatótanácsa elfogadta a társaság 2011-es költségvetését. 2011-re stabil árbevételt várnak. Ebben a globális stabilitásban már visszatükröződik a levélküldemény forgalom előrevetített visszaesése (-4,1%), melyet az expressz

(+5,3%) és csomagforgalom (+1,5%) növekedésével kompenzálnak. A beruházási program 1,4 milliárd eurót irányoz elő 2011-re, mely több mint 2009-ben illetve 2010-ben volt. A beruházások elsősorban az ipari tevékenységet (Cap Qualité Courrier program befejezése, a ColiPoste – csomagterület – projektjei, raktárépítés, stb.) támogatják. A fejlesztési pénzből jut az Espace Services Clients postahelyi ügyfélorientált program támogatására, az információs rendszerek modernizálására és az ingatlanpark felértékelésére és hasznosítására is.

Legnagyobb versenytársának megvásárlását tervezi az Észt Posta

www.postcom.org – Szándéknyilatkozatot írt alá az Észt Posta legnagyobb versenytársának, az Express Postnak a megvásárlásáról. A hírlap és küldeménykézbesítéssel foglalkozó társaság két észt média vállalat, az Ekspress Group és az Eesti Media tulajdonában van. A tallinni tőzsdén is szereplő Ekspress Group eladási szándékát azzal indokolta, hogy a jövőben az elektronikus média által kínált lehetőségekre kíván fókuszálni, amelynek következtében hírlap kézbesítési szolgáltatása csökkenő stratégiai értékkel bír portfóliójában. A versenytársak attól tartanak, hogy az Ekspress Group megvásárlásával az Észt Posta monopolhelyzetbe kerül a kézbesítési piacon, ezért bíznak abban, hogy a versenyhatóság megakadályozza az ügyletet. Véleményük szerint a két éve teljesen liberalizált postai piacon egy olyan erős versenytárs, mint az Ekspress Group legalább hatékonyabb működésre és szolgáltatásminőségének növelésére kényszerítette az Eesti Postot.

ÁTSTRUKTURÁLÁS, ÚJ HÁLÓZATI MEGOLDÁSOK

Reformok a Belga Postánál

www.depostlaposte.be – A Belga Posta a 2011-2015-ös új stratégiai terveinek megfelelően megváltoztatja levél- és csomagfeldolgozási, valamint kézbesítési rendszerét. Az átstrukturálás nem befolyásolja az ügyfeleknek biztosított minőséget. A tervek végrehajtása a szakszervezetekkel egyetértésben történik. A változtatásokra a küldeményvolumen csökkenése és a költségek növekedése miatt van szükség. A cél az, hogy az új logisztikai szervezet minél jobban alkalmazkodjon a volumenváltozásokhoz és csökkenteni lehessen a költségeket. Így a tervek szerint a jelenlegi öt feldolgozó központot fejlett technológiát alkalmazó úgynevezett Industrial Mail Centres –ekké (IMC) alakítanák át. Ezek a központok biztosítanák a regionális küldeményfeldolgozást címhely mélységig és kézbesítőjárásra lebontva. A közönséges küldemények tehát már az IMC-ből kézbesítésre készen kerülnek ki. A kézbesítők munkája ezzel jelentősen egyszerűbb lesz. A 416 kézbesítő hivatalt is átstrukturálják, s 60 Mail Centers (MC) köré szerveznék azokat. Az új logisztikai szervezet kialakítása mintegy 200 millió euróba kerül. A projekt kidolgozását és a megvalósítás egy részét 2015-ig, míg teljes befejezését 2017-ig tervezik.

Tovább bővíti bolt a boltban hálózatát a Posten Norden Svédországban

www.postcom.org – Bolt a boltban hálózatának bővítéséről határozott a Posten Norden (a Svéd és a Dán Posta közös vállalata) Svédországban. Az ICA, Coop és Axfood élelmiszerláncokkal kötött megállapodását öt évvel hosszabbította meg a Posten Norden. A postai szolgáltatásokat kínáló boltok száma, valamint a szolgáltatások köre is bővülni fog. A három nagy élelmiszerlánccal kialakított együttműködésen kívül a tervek szerint a Posten kisebb magánboltokkal is szeretne egyéni szerződéseket kötni. A Posten 1600 postai ügynökségének háromnegyede az említett három nagy kereskedelmi lánc üzleteiben kapott helyet. A posta mindössze 300 saját hivatallal rendelkezik, ezek is csupán az üzleti ügyfelek számára kínálják szolgáltatásaikat. A tervek szerint azonban a Posten 2013-ig bezárja ezeket az ún. Business Center-eket. A Posten Norvégiában a MyPack és a Coop Norge kiskereskedelmi láncok mintegy 650 boltjában kínálja csomagszolgáltatásait, ezen kívül 2008-ban hasonló partnerségi megállapodást írt alá a finn Matkahuolto utazási és szállítási szolgáltatóval.

A BAWAG P.S.K. és az Osztrák Posta első új típusú fióküzletének megnyitása

www.post.at – Az Österreichische Post és a BAWAG P.S.K. bank a jövőben szorosabb együttműködésre törekszik. Ausztria területén több mint 500 telephellyel közös hálózatot alakítanak ki, ahol a teljes postai és banki szolgáltatási kínálat az ügyfelek rendelkezésére áll. Ennek megvalósítását 2012 végéig tervezik. Az első közös üzemeltetésű fiók hivatalos megnyitására 2011. január 13-án került sor Innsbruckban, mely mintául szolgál a többi 500 ilyen típusú ügynökségnek. A közös üzemeltetésű fióküzletben láthatóan különválasztották a postát és a bankot, a postai részen sárga, a banki részen a piros szín dominál. A bejáratnál önkiszolgáló zónát tartanak fenn, mely éjjel-nappal nyitva van. Itt levélszekrény, postafiókok, bankautomata, számlakivonat nyomtató, szkenner, készpénzbefizetésre szolgáló készülék és pénzszámláló áll az ügyfelek rendelkezésére.

Újabb átstrukturálás az Osztrák Postánál

www.post.at – Az Osztrák Posta felügyelőbizottsága úgy döntött, hogy középtávon összevonja a levél és a hálózati üzleti terület vezetését. A cél az, hogy a belső folyamatok leegyszerűsítésével erősítsék a versenyképességet és javítsák az ügyfélorientáltságot. A háttérben a postapartner program és a BAWAG P.S.K. bankkal közösen létrehozott fiókhálózat kialakításának sikerorientált eredményei vannak. A levél és hálózat egy kézbe adásával a posta könnyebben reagál majd a piaci változásokra. Ezzel egyidejűleg a vállalat igazgatótanácsa 5 főről 4-re csökken. Ebben az esztendőben azonban még senkit sem érint a változás, mivel az átstrukturálás tervezett ideje 2012 eleje.

Fejleszti postahelyeit a Lengyel Posta

www.hellmail.co.uk – A Lengyel Posta postahelyeinek fejlesztését tűzte ki célul a nagyobb lengyel városokban. A változások elsősorban azokat a postákat érintik, amelyek kihasználtsága nagy. A társaság legfontosabb célja a sorban állási idő csökkentése, hosszabb nyitva tartási idő, valamint a meglévő folyamatok egyszerűsítése. Néhány szolgáltatást a bevásárlóközpontokban is igénybe lehet majd venni, hosszabb nyitva tartási időt biztosítva ezzel az ügyfelek számára. Az új postahelyeket új logóval különbözteti meg a Lengyel Posta, a régebbi posták és a járműflotta arculatának megváltoztatása nem szerepel a tervek között.

INNOVÁCIÓ, FEJLESZTÉSEK

A Francia Posta új terméke

www.laposte.fr – A Francia Posta új online alkalmazási kínálata a MaCartaMoi, melynek segítségével az ügyfél okostelefonon keresztül megalkothatja saját üdvözlőkártyáját. Nincs másra szükség, mint egy a telefonnal készített fotóra, melyet föl kell tölteni a kijelölt albumba, meg kell szövegezni az üdvözletet / üzenetet, ki kell választani a kívánt terméket – papíralapú képeslap, elektronikus képeslap – és a La Poste gondjaira lehet bízni a kivitelezést. A MaCartaMoi program letöltése a Smartphonra ingyenes, a nyomtatott lap ára, melyet a Francia Posta kézbesít, 2,49 euró. Az elektronikusan továbbított, illetve Facebook üzenőfalra küldött lap ingyenes.

A Francia Posta iPad-en

www.laposte.fr – A Francia Posta olyan alkalmazásokat fejlesztett ki, melyek az Apple cég iPad-jének érintő képernyőjén jeleníthetők meg. A nemzetközi postai piacon a francia közszolgáltató az első, amely ügyfeleinek ezt a szolgáltatást biztosítja. Azok az ügyfelek, akik ezen a táblagépen szörfölnek, ezentúl könnyedén követhetik a La Poste Csoport újításait, figyelemmel kísérhetik az új termékkínálatot. Számos alkalmazás és szolgáltatás áll mostantól a rendelkezésükre: pl. nyomkövetés, online tarifa kalkulátor, postahely keresés és nyitva tartási időkre vonatkozó információk, stb.

Okostelefonról is elérhető az Itella NetPosti szolgáltatása

www.hellmail.co.uk – Az Itella biztonságos elektronikus levélküldő szolgáltatása, a NetPosti már okostelefonról és iPadról is elérhető. Az ügyfelek az internetről ingyen letölthető alkalmazás segítségével saját mobiltelefonjukon olvashatják el a NetPostira érkezett e-leveleiket, mint pl. számlák, bérjegyzékek, ügyfél és tagsági tájékoztatók, de az ezen keresztül rendelt vagy feladott csomagjaik útját is nyomon követhetik. A regisztráció

és a letöltés egy négy számjegyű PIN kóddal történik, amelyet úgy alakítottak ki, hogy az adott ügyfél NetPosti postafiókjához akkor sem férhet hozzá illetéktelen személy, ha a telefon elveszett. A leveleket hét évig őrzi meg a rendszer, így a felhasználók sokkal gyorsabban tudnak a régi információk között keresni, mintha ezt otthon, a saját fiókjaikban tennék. Az Itella NetPosti szolgáltatásának jelenleg 4000 regisztrált feladója és 280 000 felhasználója van, akik 7000 különböző elektronikus nyomtatványt, valamint 80 kiadó több mint 170 magazinjának elektronikus kiadását tölthetik le a központi tárházból.

Digitális levélszolgáltatást vezet be a Norvég Posta

www.hellmail.co.uk – Digitális levélszolgáltatás bevezetését tervezi tavasztól a Norvég Posta. A Digipostnak köszönhetően az ügyfelek hamarosan eldönthetik, hogy küldeményeiket digitális formában is kérik-e a hagyományos fizikai alapú kézbesítés mellett. Az egyre csökkenő levélvolumeneket, a digitális világ térhódítását, valamint az ügyfelek jelenlegi és jövőbeli igényeit figyelembe véve a Norvég Posta nagy hangsúlyt fektet a folyamatos szolgáltatásfejlesztésre. A digitális postafiók alapja a lakosok címhelye és személyazonossági száma, így könnyű a címzetteket megtalálni, és a változásokat aktualizálni. Az új digitális szolgáltatás bevezetését tesztfolyamatok előzik meg, amelyhez a Norvég Posta webes szakemberek segítségét kéri, akik ötleteikkel és tapasztalataikkal járulhatnak hozzá a fejlesztéshez.

Okostelefonon népszerűsíti csomagshopjait a Hermes

www.hellmail.co.uk – Az ún. „kiterjesztett valóság" alkalmazás segítségével okostelefonokon népszerűsíti csomagshopjait a Hermes. Az „augmented reality" (kiterjesztett valóság) a valóság egyfajta virtuális kibővítése, amikor a mobilunk kamerájával szétnézve egy adott környéken, megjelenik az éppen a kamerában látható bolt nyitva tartása vagy akár az adott irányban levő (éppen nem is látható) üzletek leírása és távolságuk. A Hermes a német „kiterjesztett valóság" specialista Metaio vállalattal együttműködve vezette be ezt az újfajta reklámozási lehetőséget. Az okostelefonnal rendelkező Hermes ügyfelek úgy találhatják meg a legközelebbi csomagshopokat, hogy készülékük kameráját egyszerűen az utca irányába fordítják. A készülék a junaio alkalmazás segítségével jeleníti meg az információkat a telefon kijelzőjén az éppen „látott" dolgokról (pl. híres épületek), vagy közeli helyekről (mint pl. a Hermes csomagshopjai). A junaio a Wikipédiára csatlakozik, amelyen most már az összes németországi Hermes csomagüzlet adata megtalálható.

Új online alkalmazással segíti az Angol Posta a reklámkampányokat

www.cep-research.com – Door to Door Response (háztól-házig válasz) néven vezette be új online alkalmazását az Angol Posta, amelynek segítségével tovább javítható a címezetlen reklámkampányok hatékonysága. A web-alapú eszközzel az ügyfelek köny-

nyebben ellenőrizhetik, vizsgálhatják és elemezhetik címezetlen reklámtevékenységüket. Lehetőségük van továbbá egy bizonyos kampány eredményeinek kiértékelésére, lekérdezésére, valamint összehasonlítására is egy korábbival. A reklámozók irányítószám alapján leválogathatják az eredményeket és megnézhetik, hogy kampányuk hol volt a legsikeresebb, ezen kívül megtekinthetik az egyéni visszajelzéseket. Az ügyfelek véleményét minden egyes alkalommal a Royal Mail tölti fel a kampánykezelési rendszerbe, majd egy erre a célra kialakított, jelszóval védett valós idejű felületen helyezi el azokat. Ezzel a megoldással az Angol Posta két korábban bevezetett alkalmazását egészíti ki. A Customer Finder (ügyfélkereső) ingyenes online szolgáltatással a háztól-házig kézbesítés pontossága és hatékonysága fejleszthető, a Print and Assist-tel pedig kis és nagyvállalatok egyszerűen megtervezhetik szóróanyagaikat, melyet időtakarékosság céljából adatkezelésre, nyomtatásra és kézbesítésre a Royal Mailnek adnak át.

A DHL új logisztikai kínálata

www.dp-dhl.com – A DHL Freight, vezető szolgáltató az európai közúti szállítás területén, most közép és kisvállalkozásoknak kínál ügyfélspecifikus IT-megoldást egyszerűsített beszerzés logisztikában, a Freight Chain Manager (FCM) 2.0 programot. A DHL Freight új web portálja garantálja a beszerzés problémamentes lebonyolítását, javítja a feladó és a címzett közötti információáramlást, és a teljes szállítási folyamat átláthatóságát és ellenőrizhetőségét is biztosítja. A korábbi években a DHL Freight beszerzés logisztikai koncepciói csak a nagyvállalatokat és nagy- és kiskereskedőket célozták meg. A DHL hosszú évek tapasztalatára alapozva, az AXIT IT vállalattal kooperálva kialakított egy beszerzési platformot a közepes és kisvállalkozásoknak is. Az újonnan kifejlesztett IT megoldás 5 alapfunkciót tartalmaz: beszerzés-lebonyolítás, nyomtatásfunkció, eseménymenedzsment, szállítók értékelése, statisztika.

Új nyomtatási szolgáltatást vezetett be a FedEx hivatalaiban

www.postandparcel.com – Office Print & Go néven vezetette be hivatalaiban legújabb szolgáltatását a FedEx. Az új technológiával az ügyfelek BlackBerry telefonról vagy pendrive-ról egyszerűen kinyomtathatják dokumentumaikat a FedEx pontokon elhelyezett színes nyomtatók segítségével. Az okostelefon megoldást a HP ePrint mobilnyomtatás alkalmazás teszi lehetővé. A Print & Go szolgáltatáshoz a FedEx speciális Canon nyomtatókat helyezett üzembe a szolgáltató pontok önkiszolgáló részében, nagyobb rugalmasságot és kényelmet biztosítva ezzel az ügyfelek számára. A felhasználónak nincs más dolga, mint az USB csatlakozót a nyomtatóhoz csatlakoztatni, vagy a BlackBerryre e-mailben érkezett kódot beütni, majd a gép digitális kijelzőjén a megfelelő menüt kiválasztani. Ezek után a szükséges Word, PowerPoint vagy PDF dokumentum próbanézetben megtekinthető és kinyomtatható. A szolgáltatás jelenleg 1600 helyen vehető igénybe, de a tervek szerint év végéig az Egyesült Államok valamennyi FedEx pontján elérhető lesz.

E-számla szolgáltatást nyújt a minisztériumoknak az Észt Posta

www.hellmail.co.uk – Együttműködési megállapodást írt alá az észt pénzügyminisztérium és az Észt Posta E-számla Központja, amelynek keretében az Eesti Post e-számla szolgáltatást nyújt a különféle állami szerveknek adminisztrációs költségeik csökkentése érdekében. A szolgáltatási szerződés 2013-ig érvényes, a rendszer bevezetésére 2011. március 1-jén kerül sor. Az Információs Társadalom Akcióterv elnevezésű kezdeményezés részeként Észtországban elsőként a pénzügyi és az igazságügyi minisztérium vált át az e-számlázásra. A szolgáltatás egységesíti a számlázási folyamatokat és valamennyi állami szerv számára lehetővé teszi a gyors átállást. Ezen kívül megkönnyíti és lerövidíti a könyvelők munkáját is, hiszen az elektronikus adatok ellenőrzését követően azok automatikusan az elszámolási szoftver kezelésébe kerülnek. Az Észt Posta véleménye szerint az e-számlázással nem csak időt, hanem jelentős mennyiségű papírt is megtakaríthatnak az állami szervek. Amióta az Észt E-számla Központ megkezdte működését, nagymértékben nőtt mind a lakossági, mind az üzleti felhasználók köre. A tavalyi évben például meghétszereződött az ügyfelek száma, amely szintén az értéknövelt szolgáltatások felértékelődését mutatja.

A Francia Posta elektronikus ajánlott levele

www.laposte.fr – A Francia Posta elektronikus ajánlott levele, ami leegyszerűsíti a hivatalos levelezést, egész héten a nap 24 órájában érhető el az interneten. Bármilyen jogi tanúsítványt igénylő küldeményhez (hivatalos küldemények, szerződések készítése és felbontása, stb.) felhasználható az elektronikus ajánlott levél termék. A posta ügyfele interneten elküldi a levelet, melyet a La Poste kinyomtat, beborítékol, s a kézbesítő a címzett saját kezébe kézbesíti. Újdonságként mostantól az elektronikus ajánlott levél küldeményt is folyamatosan nyomon lehet követni a suivi unique (egyedi nyomkövetés) internetes eszköz igénybevételével.

Az Algériai Posta innovációja

www.lexpressiondz.com – Az Algériai Posta megpróbál segíteni az egyetemi hallgatóknak abban, hogy ne csak a postai felvevőablak előtti hosszú sorállás után jussanak hozzá ösztöndíjukhoz. Egy mozgópostát rendszeresítettek abból a célból, hogy körbejárja az egyetemi kampuszokat, s ahol megáll, ott a diákok könnyedén hozzájuthatnak havi járandóságukhoz, és beadhatják a következőre szóló igényüket is. A gépkocsiban biztosított a közvetlen hozzáférés az Algériai Posta informatikai rendszeréhez, mely biztosítja a pénzlehívás lehetőségét. Február közepén indították be a tesztelést Tizi Ouzou város (nagyváros Algírtól, a fővárostól 100 kilométerre, keletre) egyetemén, s már most nagyon népszerű ez a pénzkivételi megoldás az egyetemi hallgatók körében. Az Algériai Postánál úgy tervezik, hogy a próbafolyamat után más városokra is kiterjesztik az új szolgáltatást.

PIACBŐVÍTÉS, ÚJ SZOLGÁLTATÁSOK

A Hermes Germany új szolgáltatása légi utasok számára

www.cep-research.com – Új csomagkézbesítési szolgáltatást tesztel a hamburgi repülőtéren a Hermes Germany, amelynek lényege, hogy az utasoknak nem kell a biztonsági ellenőrzés előtt a kukába dobniuk azokat a tárgyakat, amelyeket nem vihetnek fel a repülőgépre. Nagyon sokan megfeledkeznek ezekről az előírásokról, így számos személyes dolog, pl. parfüm vagy öngyújtó végzi a kukában. Az ilyen esetekben megoldást jelenthet a Hermes új szolgáltatása, amelyet a biztonsági ellenőrző pontoknál elhelyezett saját pultjánál kínál. A feledékeny utasok a hét minden napján, reggel hat és este 8 óra között adhatják fel postai úton „tiltott" tárgyaikat. A tasakok és kisebb csomagok számára a dobozok a helyszínen kaphatók, a címirat kitöltése pedig csupán néhány percet vesz igénybe. A Hermes a küldeményeket egy normál csomag áráért kézbesíti Németországon belül (2-3 nap), vagy azokba az országokba, amelyekben a Hermes szolgáltat. A tesztfolyamat január végéig tart és amennyiben sikeres lesz, a Hermes fontolóra veszi a tartós bevezetést, illetve a szolgáltatás kiterjesztését más nagy német repülőterekre is.

A Francia Posta tavaszra jelenik meg mobiltelefon kínálatával

www.boursorama.com – Már 2010-ben többször adtunk hírt arról, hogy a Francia Posta be akar törni a mobiltelefon piacra. Úgy tervezik, hogy 2011. május 23-tól az 1000 legforgalmasabb postán megjelenik az új, saját mobiltelefon kínálattal. A mobil értékesítési tevékenységet ezután fokozatosan terjesztik ki a többi postahelyre is. A második 1000 postahely május és október között kerül be ebbe a körbe, s 2012 elejére már minden postahelyet bevonnak az új tevékenységbe. A cél az, hogy 2016-ra már 2,4 millió ügyféllel rendelkezzenek a mobilpiacon. Az értékesítők képzését már el is kezdték Orléans-ban. A reklámkampányt „La Poste Mobile" néven indítják el. 2010 novemberében már elkezdődött az SFR-rel (Vivendi csoport) a tárgyalás a technikai háttér biztosításáról. Ennek érdekében a La Poste és az SFR közös társaságot hozott létre 450 millió euró árbevételt megcélozva.

Számos változást vezetett be az Itella Finnországban

www.postandparcel.info – Számos változás lépett életbe február 1-jétől Finnországban. A Finn Posta egyik legfontosabb újítása, hogy a First Class küldemények feladásához kék levélszekrényeket vezetett be. A 312 darab új kék levélszekrény egyelőre a legforgalmasabb városrészekben kapott helyet. A Second Class leveleket az erre rendszeresített sárga levélszekrényekben gyűjti az Itella. A társaság üzleti igazgatója arról is beszámolt, hogy változatlan árak mellett a Second Class kézbesítés gyorsabb, a feladás pedig egyszerűbb lett. A vállalat a Second Class szolgáltatás korszerűsítési folyamata

során megkérdezte ügyfeleitől, hogy melyik kézbesítési mód és idő lenne számukra a legmegfelelőbb. A válaszadók 80%-a szerint elegendő, ha a küldemény a feladást követő harmadik munkanap érkezik meg a címzetthez. A másik jelentős változás, hogy az Itella február 1-jétől a világon elsőként valamennyi küldeményét 100%-ban karbonsemlegesen kézbesíti. Ez minden termékre automatikusan vonatkozik, így felárat nem kell érte fizetni.

Új expressz szolgáltatásokat vezetett be a DHL Express France

www.cep-research.com – „Ready to go" néven vezette be új kézbesítési szolgáltatáscsomagját a DHL Express France, amely a DHL Express Easy és a DHL Express Envelope termékeket foglalja magában. Az ún. „mindent egyben" szolgáltatásokat a DHL úgy alakította ki, hogy azok teljes mértékben megfeleljenek az ügyfelek sebességgel és megbízhatósággal kapcsolatos elvárásainak. Mindkét termékhez hozzátartozik a számítógépen vagy mobiltelefonon keresztül elérhető online nyomkövető rendszer, amelynek segítségével az ügyfelek valós idejű információkat kaphatnak küldeményeik helyzetéről. A DHL Express Easy-hez többféle, 100%-ban újrahasznosított anyagból készült csomagolás is igénybe vehető. A 8 csomagolási portfólió 15 különféle modellt tartalmaz, többek között olyan különleges formákat, mint a henger, vagy az üvegek számára készült különleges dobozok. A DHL Express Envelope szolgáltatást a 250 gramm alatti küldemények háztól-házig szállításához fejlesztette ki a DHL. A német szolgáltató véleménye szerint bár egyre csökken a papíralapú levelezés, számos esetben szükséges bizalmas anyagokat (pl. szoftver licenc, pályázatok, szerződések) fizikai formában is a címzetthez eljuttatni. A4-es méretű papírból maximum 24 oldal fér a borítékba, Franciaországon és Európán belül a feladást követő napon, a világ bármely más pontjára 3 napon belül kézbesíti a DHL az Express Envelope küldeményeket.

KÖRNYEZETVÉDELEM

A Deutsche Post DHL modernizálja járműparkját

www.dp-dhl.com – A Német Posta 1300 környezetbarát Mercedes Benz Sprinter gépjárművet szerez be csomagkézbesítési szolgáltatásának megkönnyítéséhez. Az első járműveket már decemberben leszállították a DHL Köln/Leverkusen közelében található telephelyére. 2011 közepéig a többi szövetségi állam területére is kiszállítják a haszonjárműveket. Az új Mercedes Benz Sprinterek megfelelnek a legújabb környezetvédelmi és ergonómiai normáknak. A Mercedes céggel kötött szerződés nem csak a gépjárművek leszállítását foglalja magában, hanem azok karbantartását is az elkövetkező 9 évben. Az új gépjárművek beállításával a Deutsche Post DHL újabb jelentős lépést tett a GOGREEN környezetvédelmi program értelmében.

A Svájci Posta klímavédelmi projektje

www.post.ch – A Svájci Posta ügyfelei környezettudatos módon is feladhatják küldeményeiket, ha a „pro clima" terméket választják, melynek bérmentesítésekor a felár valamilyen klímavédelmi projektet támogat. Idén másodszor a Svájci Posta ügyfelei maguk dönthetnek arról, hogy az így összegyűlt pénzt mire fordítsa a svájci közszolgáltató. 2010-ben 350 000 svájci frank gyűlt össze. A svájci La Poste a „GoldStandard" minősítéssel ellátott, szigorúan ellenőrzött nemzetközi projektek közül hármat választott ki, és ügyfeleitől várta, hogy online szavazzanak arról, hogy melyik projektet támogassák. Az egyik Új-Kaledónia legnagyobb szigetén 6 szélenergia park létrehozása; a másik egy indiai biomassza üzem létesítése, ahol mezőgazdasági gabonahulladékból állítanak elő elektromos áramot; a harmadik pedig egy törökországi szemétfeldolgozóban a szemétből nyert gáz hasznosítása. A szavazók 46%-a tette le voksát az új-kaledóniai szélenergia park mellett, ahol a szélkerekek segítségével 27 000 tonna CO2 kompenzálható, mely egy 4 500 lakosú község éves CO2 kibocsátásának felel meg.

A TNT, az Iveco és a Gucci környezetvédelmi együttműködése

www.postandparcel.info – TNT High Street néven hirdette meg közös környezetbarát városi logisztika koncepcióját Milánóban a TNT, az Iveco és a Gucci. A projekt első számú célja, hogy a Milánó híres divatnegyedében található Gucci boltok küldeményfelvételét és kézbesítését (PUD – pick up and delivery) csoportosítsák. A nap folyamán ugyanis eddig a küldemények „PUD" folyamata különféle járművekkel, más időpontokban történt. A kezdeményezés környezetbarát jellege az Iveco-nak köszönhető, amely két zéró károsanyag kibocsátású Ecodaily elektromos járművet biztosít a TNT számára. Ez a tesztfolyamat része a TNT globális városi logisztika kezdeményezésének, amely a TNT városi ügyfeleihez szeretné a környezetbarát megoldásokat közelebb vinni. Ennek égisze alatt a TNT Európa-szerte öt különböző ellátási lánc megoldást tesztel, amelynek legfontosabb célja a városon belüli károsanyag kibocsátás, a zaj és a forgalmi dugók csökkentése a járműmozgások mérséklésével, valamint a költségek optimalizálása.

ÉRDEKESSÉGEK

Új munkaruhát kaptak az ír kézbesítők

www.hellmail.co.uk – Az Ír Posta 6000 kézbesítője kapott új munkaruhát január 1-jétől. Az idejétmúlt ruhaanyagokat, cipőfűzőket, pulóvereket és sapkákat modern hosszú és rövid nadrágokra, baseball és kötött sapkákra, valamint mellényekre cserélték, amelyek bármilyen időjárási körülmények között jól tartják a meleget, kényelmesek és csinosak. A variálható, mosógépben is mosható ruházat csúcstechnológiájú, strapabíró szövetből készült, amely a komfort érdekében képes a hőmérséklet szabályozására is. A sötétkék, kék színek továbbra is dominálnak, csupán az árnyalat változott, illetve logóval látták el a kézbesítőtáskákat. Az új munkaruhát a kézbesítők gyalogosan, biciklin, vidéken és vá-

rosokban egyaránt tesztelték annak érdekében, hogy az Ír Posta a legmegfelelőbb öltözetet tudja számukra biztosítani. Így a dolgozók javaslatainak figyelembevételével történtek olyan módosítások, mint pl. gallér, megfelelő zsebméret és gomblyuk elhelyezés.

A munkaruhát online rendelhetik a Svájci Posta dolgozói

www.post.ch/personalzeitung – 2011. március közepétől online rendelhetik meg a Svájci Posta dolgozói munkaruhájukat. Korábban írásban, papíralapon kellett bejelenteni az igényt a szolgálati öltözékre, azonban hamarosan hozzáférése lesz a dolgozóknak ahhoz a platformhoz, ahol már egyszerűen internet segítségével rendelhetik meg a szolgálati öltözéket. A munkatársak világosan láthatják a még rendelkezésre álló munkaruha mennyiséget, a méreteket és a megrendelés aktuális állapotát. Korábban telefonon és írásban lehetett a fent említett információkhoz hozzájutni. A platformot akár a munkahelyről, akár otthonról el lehet érni számítógépen keresztül. A munkaruhát igénylő írásban kap előzetes információt a sikeres rendelésről.

Befejeződött a svájci levélszekrények lecserélése

www.poste.ch/journaldupersonnel – 2006-tól folyamatosan cserélte le a Svájci Posta 13 féle különböző levélszekrényét egy új korszerű modellre. 2010 végére 15000 új sárga levélszekrényt állítottak fel Svájcban a BE2010 projekt keretében. Az új típus nagyon megbízható, biztonságban van a benne elhelyezett küldemény, erős, biztonsági zárral látták el, nem lehet belelátni, lopásgátló védi az illetéktelen behatolástól. A fontos információkat is jól láthatóan helyezték el rajtuk. Mozgásukban korlátozott személyek is könnyen hozzáférhetnek. A leszerelt levélszekrényeket dél-amerikai és afrikai fejlődő országok postáinak küldte el a Svájci Posta, illetve egy-két darabot felújítottak és kiállítási célból megtartottak.

Veszélybe kerülhetnek a Royal Mail piros levélszekrényei

www.postcom.org – Veszélybe kerülhetnek a Royal Mail híres piros levélszekrényei a szolgáltató tervezett privatizálása miatt. Egy brit hetilap szerint az új tulajdonosok szabad kezet kaphatnak a levélszekrények külalakját illetően, és akár reklámokkal is elláthatják azokat. Ellenzéki politikusok élesen kritizálják a kormány privatizációs terveit, és nem értenek egyet azzal, hogy a posta új tulajdonosa esetleg sárgára is festheti és reklámokkal ragaszthatja körbe a közkedvelt nemzeti jelképet. A kormány elismerte, hogy az Angol Posta privatizálásával foglalkozó törvénytervezet nem garantálja a levélszekrények védelmét, Ed Daves postaügyi miniszter véleménye szerint azonban ez még nem ok a változtatásra. A Royal Mail egyik szóvivője elmondta, hogy a társaság teljes mértékben kiáll a brit jelkép védelme mellett, hiszen a 115 ezer brit levélszekrény legrégebbi darabjai között vannak olyanok amelyek, több mint 150 éve készültek. A kormány csupán néhány hete szüntetett meg egy joghézagot, amellyel megakadályozta, hogy a posta privatizálásával lekerülhessen a brit bélyegekről a királynő portréja. A brit bélyegek ebben a tekintetben a világon egyedülállóak, hiszen rajtuk az ország neve nem, csak az uralkodó portréja látható.

Article summary

Ákos Szakmáry:
The Magyar Posta strategic framework system, the program of renewal

page 3

After describing the future image of Magyar Posta the article deals in detail with the starting points of the strategy creation and with the presentation of the desired future status. It assesses the current activities of Magyar Posta, dealing in short with the European obligations as well as with the consequences of liberalisation. It evaluates the international trends. It presents the basic principles based on the strategy, and the framework of the development of Magyar Posta. Following all this it outlines the strategic program of renewal.

Ágnes Kocsis-Papp Pálfi - Balázs Török - Gábor Garai – Bálint Kómár:
Establishing an environment at post offices that supports active sales.

page 21

At the focus-point of their article the authors place the refurbishment of the post offices as well as its effect exerted on sales performance through customer satisfaction.

Andrea Szabó:
***The PostaAutóÖr compulsory insurance campaign* has come to a successful close**

page 28

The Posta Biztosító Zrt. employee presents the pathway that led to the successful 2010 PostaAutóÖr compulsory third party motor insurance campaign as well as the background.

Gáspár Czakó
A review of the past, present and future prospects of the subsidiary JNT Logistics and Security

page 33

The role played by JNT Security Kft. for Magyar Posta does not only involve the provision of outstandingly important cash logistics services from the point of view of the

smooth operation of the post office network, it also has a significant position on the extremely concentrated domestic cash logistics market. During its nearly 8 years of existence, the 100% Magyar Posta-owned subsidiary performs its mission: "the creation of owner value realised in the price of the service provided" with cutting-edge innovative technologies, even in a comparison with the entire market.

Zoltán Vajta:
POSTAAUTÓ DUNA ZRT., the service provider of the vehicle requirements of the Magyar Posta Group

page 40

Over and above the story of the establishment of the company Postaautó Duna Zrt., it presents the expansion of the activity in the light of the changes taking place on the market. Then after describing the organisation it presents the activity in terms of numbers and tells about the strategic direction of the company in 2011.

From the life of the Professional Association of Postal Workers.

page 49

In December 2010, before the Christmas holidays those interested had the opportunity to take part in two cultural events.

On 8 December the Association and the Communications Museum Foundation held a joint special day with the title "**Tradition Preservation and Creation** at Magyar Posta and the Post Museum".

In the scope of the event the director of the Foundation, **László Egervári** gave a lecture entitled "Tradition Preservation and Creation at Magyar Posta and the Post Museum" talking about the history of the Post Museum and of its building and he also presented the exhibition rooms of the Museum.

The director of the Post Museum **Ildikó Makkai-Várkonyi** and her colleague curator **László Jakab** presented a lecture on the exhibition in the Post Museum entitled the **Budapest Telegraph is 160 years old**.

Jenő Szabó curator of the Museum of Philately gave a presentation based on his research work entitled "**those who got onto Hungarian stamps in their lifetime**", he talked of the depiction of personalities on stamps as a form of reflection on history.

On 16 December at an event organised by the South Great Plain section of the Eastern Hungary chapter of the Professional Association of Postal Workers **the director of the Post Museum Ildikó Makkai-Várkonyi** presented the educational book entitled **"Reminiscence 2" published by the South Great Plain Postal History Foundation**.

The authors based their articles on the material of their lectures.

International postal news

page 72

A presentation from the lives of the world's postal authorities issued by the Magyar Posta Zrt. Strategic Program Office, International relations department put together from international news sources