

## LEVELEZÉSI ROVAT

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

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

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

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

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

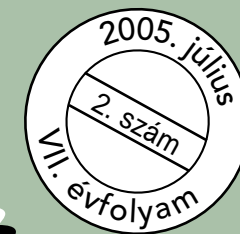
Kérjük, hogy kérdéseiket lehetőleg névvel és címmel ellátva küldjék, de jelzés levelekre is válaszolunk.

*Elérhetőségünk:*

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

Várjuk leveleiket!

*Szerkesztőség*



# Posta

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

## A TARTALOMBÓL

A bélyegkiadásról  
Forgalom-érzékeny beültetés  
Értékesítés élnkítési módszerek  
A hazai és nemzetközi sajtóból



*Román szakmai küldöttség látogatása a PSZE-nél  
(tudósítás a 27. oldalon)*



## TARTALOM

### CSEGEZI TAMÁS NÉ

A postabélyeg reneszánsza ..... 3

### PÁLI ATTILA-NÉMETH EMIL

Forgalom-érzékeny beültetési rendszer ..... 9

### BOGNÁR BERTALAN

Új, vevőszegmens alapú értékesítési szervezet a Levél Üzletágban ..... 15

### SASS ANIKÓ

Értékesítési akciók hatása a forgalomra ..... 18

### DR. OLÁH LÁSZLÓ

Magyar-román szakmai egyesületi találkozó ..... 27

### Szemelvények a hazai sajtóból

..... 28

### Nemzetközi postai hírek

..... 37

# VÁLTOZÁSOK

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

Címek és elérhetőségek:

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

**Levélcím: Budapest**  
**Pf. 135**  
**1410**

**Telefon: (06-1) 321-3444**

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

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

#### A PSZE által használt postai mobiltelefonok számai:

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

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

### INTERNET

[www.posta.hu](http://www.posta.hu)

### POSTAI INTRANET

**Közérdekű információk/Postások Szakmai Egyesülete**

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

**OlahLaszlo@posta.hu**  
**psze@posta.hu**

*Megjelenik negyedévente. Előfizetésben terjeszti a Magyar Posta Rt. Levél- és Hírlapüzletági Igazgatóság.  
Belföldi előfizetés: Budapesten az LHI kerületi ügyfélszolgálati irodánál, a hírlapkézbesítőknél, a Hírlap-előfizetési Irodában  
(HELIR) Budapest, VIII., Orczy tér 1., levélcím: HELIR Budapest 1900. Vidéken a postákon és a kézbesítőknél.  
Külföldi előfizetés: Hírlap-előfizetési Iroda (HELIR) Budapest, VIII. Orczy tér 1.,  
fax: 303-3440, levélcím: HELIR Budapest 1900. Példányonkénti ár: 200 Ft, éves előfizetési díj: 996 Ft.*

# *Posta*

---

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

VII. ÉVFOLYAM 2. SZÁM  
2005. JÚLIUS

**A szerkesztőbizottság elnöke:** *Dr. Oláh László*

**Társelnök:** *Szivi László*

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

---

## Közlési feltételek:

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

## E számunk szerzői:

BOGNÁR BERTALAN  
Marketing és Termékfejlesztési irodavezető

CSEGEZI TAMÁSNÉ  
Bélyegmenedzsmet irodavezető

DR. OLÁH LÁSZLÓ  
a PSZE elnöke

PÁLI ATTILA  
Hálózatmenedzsmet osztályvezető

NÉMETH EMIL  
Ny. Mo. TIG Hálózatszervezési osztályvezető

SASS ANIKÓ  
K. Mo. TIG Hálózatszervezési munkatárs

ISSN 1419-6239

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

## CSEGEZI TAMÁSNÉ

### A postabélyeg reneszánsza

#### A bélyegkibocsátás gyakorlata és aktuális kérdései a Magyar Postán

Két emberöltővel ezelőtt, 1840 májusában, az angol postareformhoz kapcsolódóan, Sir Rowland Hill találmányaként, Viktória királynő arcképevel, egy penny névértékkel került forgalomba, és Black penny néven vált ismertté a világ első postabélyege. A sajátos, postai díjkiegyenlítést igazoló fizetőeszköz kibocsátása mindmáig postai privilégium. A bélyegkibocsátás kizárólagos jogának gyakorlata csak önálló postaigazgatást illet meg.

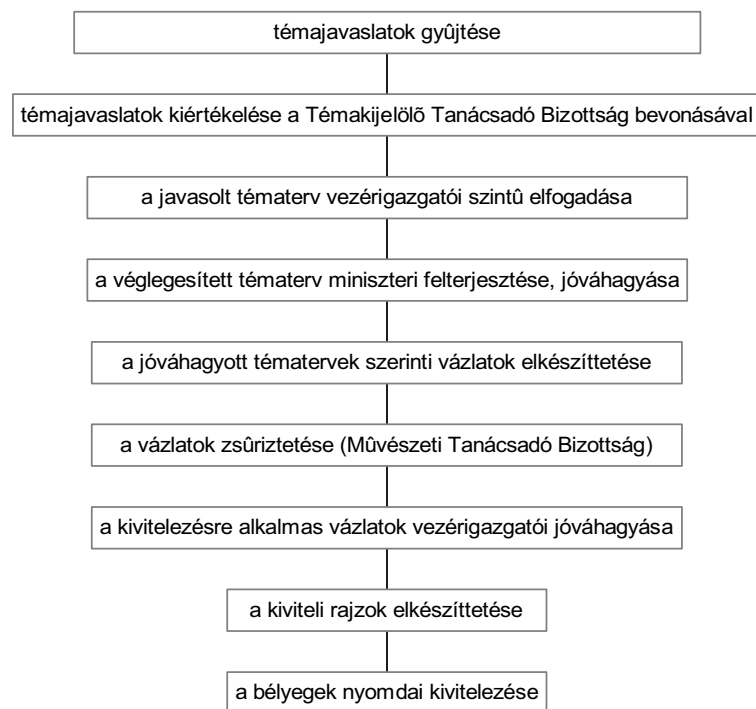
A Magyar Posta a Kiegyezés esztendejében, 1867-ben vált önállóvá, és kapott önálló bélyegkibocsátási jogot, s mert bélyeggyártásra alkalmas nyomda hazánkban ekkor még nem volt, egészen 1871 májusáig a bécsi Császári és Királyi Nyomdában készültek a már önálló Magyar Postaigazgatás bélyegei.

1871 májusában vált bélyeggyártásra is alkalmassá a budapesti Állami Nyomda gépsora és készült el azokon Unrein János tervei alapján, Ferenc József arcképevel, a megsemmisítésre ítélt nyomdahibás példányokat követően kő-, majd réznyomtatással a már hibátlan, első hazai gyártású bélyegsorozat.

A néhány négyzetcentiméter felületű, mívés grafikai tervek, metszetek alapján készült perforált papírcsodák az elmúlt évtizedek alatt keveset változtak. Az ország névjegyeként, leveleink szárnyán a világ legtávolabbi pontjára is eljutnak. Mindmáig megőrizték nemzeti, és egyetemes kultúrák közvetítői funkciójukat, s világszerte számtalan alkotóművész vigyázott, illetve vigyáz arra, hogy a bélyegképek felületén a képzőművészet nyelvén megfogalmazott üzenetek magas művészi színvonalról tegyenek tanúbizonyságot.

A Magyar Posta bélyegkibocsátási politikájában a legfontosabb szerepet történelmünk jeles eseményeire, kiemelkedő személyiségeire történő emlékezés, nemzeti kincseink, flóránk és faunánk bemutatása tölti be. Kerek (50-nel osztható) születési évfordulók alkalmából, világviszonylatban is jelentős nemzetközi eseményekről, a világ dolgait előre vivő eseményekről szívesen emlékezik meg bélyegkibocsátással Postaigazgatásunk. Halálozási évfordulók alkalmából csak kivételes esetekben, élő személyekről pedig nem bocsát forgalomba bélyeget a Magyar Posta. Természetesen, ahol szabályokat alkotnak, ott majdnem mindig fellelhetőek a kivételek is, így történt ez a hazai bélyegkibocsátások gyakorlatában akkor, amikor még életében bélyegblokk kibocsátásával köszöntötte II. János Pál pápát 1991. évi hivatalos magyarországi látogatása alkalmából a Magyar Posta, illetve éppen 25 esztendeje annak, hogy az első magyar úrhajós Farkas Bertalan arcképe, újrutazása alkalmából postabélyegre került.

## Alkalmi és forgalmi bélyegek előállításának folyamata



A hazai postabélyegek kibocsátói szempontból három főcsoportba oszthatók. Vannak a legismertebbek, az első és legfontosabb csoportba tartozók, a hosszú ideig, közel tíz esztendeig árusításban lévő, így a már-már „megunt” kategóriába tartozó ún. általános forgalmi bélyegek. Elsődleges funkciójuk a levélpostai küldemények bérmentesítése. Tervezésük, kivitelezésük során a legfontosabb szempont, hogy felhasználásuk könnyen tanulható és biztonságos legyen, valamint a felvevőszolgáltatásban dolgozók munkáját segítse.



A forgalmi bélyegek közül kuriózumnak, már-már világritkaságnak számít a *Kis magyar sakk-történet* elnevezésű ív. A magyar sakk-története – a világ bélyegkiadásában is egyedi megoldással – mikroírással került alnyomatként egy sakk-táblát imitáló 64 bélyegképes ívre. A Bottlik Iván által összeállított sakk-történeti tanulmány bélyegkép-ként kb. 1600 karakter terjedelmű szakaszokban épp egy 64 oldalas könyvként mutatja be a sakk-történet ezer éves történetét. Az a8 mezőtől vízszintesen haladva a h1 mezőig összeolvasva a legkorábbi írásbeli és régészeti emlékektől egészen napjainkig tekinthető át a magyar sakk-történet egy évezrednyi időtartama. A mű magán foglalja e sport tárgyi emlékeit, jelentős személyiségeit, fontos eseményeit. A bélyegívré, azaz a szimbolikus értelemben vett sakk-táblára tekintve az ún. „magyar védelem” kiinduló állása látható. A megnyitás elnevezése onnan ered, hogy 1842-1845 között levelezési sakk-mérkőzés folyt Pest és Párizs között, amelyen a magyarok győzedelmeskedtek mindkét játszmában.

A postabélyegek második nagy csoportjába az elsősorban bélyeggyűjtői igényeket megtestesítő szándékkal tervezett és megvalósított alkalmi postabélyegek tartoznak. Utánnomásuk filatéliai értékük védelme miatt tilos, míg az előző csoportba tartozók a forgalmi igények alapján folyamatosan kerülnek utánnomásra. Az alkalmi postabélyegek tematikája is a gyűjtői igények, elvárások teljesítését szolgálja. A téma kibontása, feldolgozása gyakran évekre elhúzódó folyamat, alkalmas arra, hogy tematikus gyűjtemények bővítését szolgálja. Gyakran reprezentatív kivitelben, nyomdatechnikai kuriózum alkalmazásával készül. Elsődleges szempontok között tartjuk számon azt is, hogy megvalósítása úgy történjen, ahogy az még senkinek sem jutott eszébe a világon, azaz világritkaság számba menő legyen.

1999. augusztus 11-én a *Teljes napfogyatkozás* volt megfigyelhető hazánkból. E rendkívüli csillagászati jelenség egy adott földrajzi helyről csak ritkán látható, Magyarországról legutóbb 1842-ben volt megfigyelhető és legközelebb csak 2081-ben lesz megcsodálható. Az eseményhez kapcsolódóan kibocsátott blokk ofszet nyomtatással, diffrakciós fólianyomással készült. Uv-fényben a népi napábrázolás két motívuma látható váltakozva, egy-egy motívum háromszor ismétlődik a blokk jobb felső, és bal alsó mezejében. Ugyancsak uv-fényben láthatóak a bélyegpapír jelzőrostjai, valamint a blokk eredetileg piros sorszáma sárga színben fluoreszkál.

Igazi filatéliai csemegének számít az évezred utolsó évében, 2000-ben kiadott ofszet-, uv- illetve – a hazai bélyeggyártásban első alkalommal használt – OEI színváltó festékkel alkalmazott szitanyomtatással készült, védett papírra nyomtatott, hologramos *Ezredforduló* elnevezésű bélyegblokk, melyen minden a „számok jegyében” történik. A fő motívum az univerzum részeként ábrázolt kétezres szám és benne a „kék bolygó”. A Földet ellipszis pályák övezik, melyek római számok és különféle számrendszerek alkalmazásával leírt évszámokból épülnek fel. A blokkot elmozdítva, annak felső részén, kékről zöld színre váltó mezőben – az ezredfordulót szimbolizálva – a „XX” illetve „XXI” római számok láthatók. Az egyedi hologramon a holográfiai módszer felfedezéséért és fejlesztéséhez való hozzájárulásáért fizikai Nobel-díjjal kitüntetett Gábor Dénes (1900-79) portréja látható. A blokkot 90°-kal elforgatva a portré helyén a holografikus kép kialakulásának elméleti rajza jelenik meg. További érdekesség, hogy a hologram kizárólag a blokk kibocsátási példányszámával azonos mennyiségben készült. A blokkot uv-fénybe helyezve a fekete sorszámozás zöldes színben

fluoreszkál, a bélyegkép perforációja mentén a „Jeles magyar matematikusok” felirat és 57 magyar matematikus neve olvasható.

A millenniumi bélyegritkaságok záróakkordjaként jelent meg a *Magyar Szent Koronát* ábrázoló bélyegblokk, melyen szabad szemmel illetve kizárólag uv-fényben látható grafikai elemek egyaránt megtalálhatóak. Szabad szemmel a korona, háttérben egy térkép, továbbá egy felsorolás található azokról a helyekről, ahol a koronát valaha őrizték – természetesen minden hely csak egyszer szerepel a listán. A blokk érdekessége, hogy a korona dombornyomással, valódi 23 karátos aranyfólia felhasználásával készült. A bélyegblokkot uv-fénybe helyezve Magyarország koronázott királyainak névsora tűnik elő. A blokk további különlegessége az a lézerperforáció, amely a hazai bélyeggyártás gyakorlatában egyedülálló, hisz első alkalommal jelenik meg ezzel a biztonsági védelemmel hazánkban postabélyeg. A blokkot fény felé fordítva – hasonlóan a vízjelekhez – a „POSTA” szó olvasható rajta.

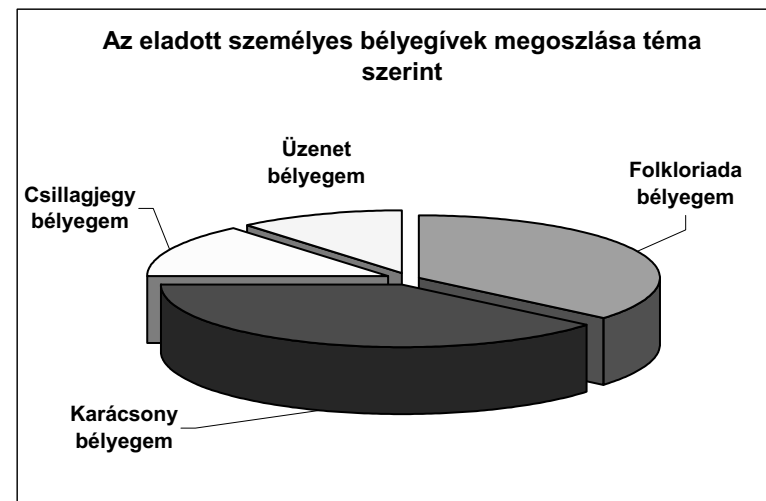
A harmadik csoportba a személyes postabélyegeket soroljuk. 2004. augusztus 12-én, hazánkban megrendezésre került a Folkloriada világtalálkozó, azaz a Népművészetek Olimpiája, melyet a Magyar Posta személyes bélyegív kibocsátásával köszöntött. Azóta is érvényes az „Ahány ember, annyi bélyeg!” jelmondat.

A Személyes bélyeg valójában egy szelvényes bélyeg, amely úgy készül, hogy a bélyeghez kapcsolódó, bianco szelvényre utólagosan kerül rányomtatásra a fotó, vagyis a postabélyeg-kép mellett bélyegformában megjelenik a kívánt portré is.

A Személyes bélyegeken, mint a neve is utal rá, a megrendelőről, illetve családjáról, rokonairól, ismerőseiről, barátairól készült portrék jelenhetnek meg, a bélyeg méretéből adódóan egy-két, egymáshoz közeli arckép (pl. egy felnőtt, egy gyerek, egy felnőtt és egy gyerek, két gyerek, két felnőtt), esetleg kisebb csoport (pl. család). A megvásárolható legkisebb mennyiség egy bélyegív, amely egyforma méretű, de különböző darabszámú Személyes bélyeget tartalmaz.

A néptáncosok suhanó alakjait megjelenítő *FOLKLORIADA bélyegem* szoros együttműködés eredményeként valósult meg Korniss Péter fotóművész és Domé Eszter grafikusművész munkája nyomán, a technikai háttérrel illetve a berendezéseket a Pénzjegynyomda Rt. és a Xerox Magyarország Kft. biztosította.

A személyes bélyeghez kapcsolódik a bélyegkibocsátási gyakorlat megújulása, azaz reneszánsza világszerte. Kicsit vizsgáljuk meg, hogy miért is. Legalább 10-15 éve a klasszikus postai technológiában nincs szükség postabélyegre. Árnyaltabban fogalmazva elmondhatjuk, hogy kialakultak a legkülönbözőbb bérmentesítési módok. A készpénzfizetéstől az átutalásos fizetési módok alkalmazásán át a bérmentesítő gépek használatáig számos, az ügyféligenyeken, a technológiai korszerűsítésen alapuló díjkiegyenlítési mód áll rendelkezésre. Ennek ellenére, az önállóságot megtestesítő bélyegkibocsátási jog gyakorlata, annak kizárólagos jogi viszonylata, illetve az ebben rejlő új lehetőségek kiaknázása ma is kihívást jelent a világ vezető postaigazgatásai számára, s azok új üzleti területek meghódítását kapcsolják immár a piaci értelemben új szerepekkel felruházott postabélyeghez.



A világon elsőként az Ausztrál posta adta ki a személyes bélyeget, összekapcsolva a klasszikus bélyeghez csatlakozó szelvényt egy új személyes üzenethordozói szerepkörrel. Sértetlenek maradtak a szabályok, miszerint élő ember ne kerüljön postabélyegre, s egy új üzleti terület felépítésére nyílt lehetőség.

A Személyes bélyegek köre fokozatosan és folyamatosan bővül hazánkban. 2004. *Karácsonyán* ügyfeleink háromféle ív közül választhattak. Ünnepi hangulatot idézve a bélyegképeket angyalkák egész- és töredékalakos kompozíciói, üveg fenyődíszek illetve mézes sütemények díszítették. 2005. januárjában forgalomba került a tizenkét féle *Csillagjegy bélyegem*. A sorozathoz tartozó ívek mindegyike egy-egy csillagjegyet mutat be különleges, középkori kódexművészetre emlékeztető ábrázolásmódban.

Mérföldkövet jelentett a Személyes bélyegek történetében 2005. március utolsó napja. Ettől kezdődően ugyanis már céges üzenetek tolmácsolására is lehetőség nyílik. Az üzleti partnerek igényeihez illeszkedően az *Üzenet bélyegem 2005* húsz illetve harmincöt bélyegképet tartalmazó változatban is megjelent.

Az V. Pécsi Országos Színházi Találkozó hivatalos megnyitásával párhuzamosan a Magyar Posta Rt. *Színházi bélyegem* elnevezéssel, új személyes bélyegívet bocsátott ki. A bélyegképen a közönség elismerését, tapsát fogadó színész árnyképe látható. A technológiának illetve a megszemélyesítés lehetőségének köszönhetően ezennel nemcsak a művészek, hanem az őket tisztelő rajongók is a „színpadok közé” kerülhetnek. A kibocsátással egyidőben a Magyar Posta Rt. jótékonyági akciót hirdetett, melynek keretében mindazok az ügyfelek, akik a neves hazai színművészek fotóival elkészített bélyegívek közül vásárolnak, adományaikkal az idős, rászoruló színészeket támogatják.

A Személyes bélyegek elérhetőségét segíti és könnyíti, hogy megrendelhető bármely postán vagy Interneten keresztül is. Az ország különböző pontjain lévő postákon lehet fotót készíttetni. Személyes vásárlásra a főváros szívében, a Budapest 4 Posta épületében található Filapostán túl további két helyen, a Pécs 3 és a Debrecen 20 Tanpostákon nyílik lehetőség.

A személyes bélyeg a gyűjtők számára is tartogat kihívásokat, nevezetesen, hogy kialakulóban vannak azok a szabályok, melyek alapján ez az új termék is megtalálja helyét az albumlapokon, illetve a bélyegkiállítások tablóin.

Legutóbbi nemzetközi viszonylatban elért bélyegsikerünk a sporthoz, azon belül is a labdarúgáshoz kapcsolódik. A Nemzetközi Labdarúgó Szövetség (FIFA) – alapításának centenáriuma alkalmából – bélyegtervezési pályázatot hirdetett a világ postái számára. A pályázatra a Magyar Posta is jelentkezett, és a sportbélyegek világában szokatlan megoldású bélyeg kiadásával köszöntötte a százéves évfordulót. Dina András, „első bélyeges” grafikusművész a szokásos látásmódból kizökkentő, az agyunkat új szituációs próbatételre készítő helyzetbe hozza a szemlélőt. Olyan téri és képi helyzetet hoz létre, ahol csődöt mondanak az életünk során beivódott képi értelmezések, ahol a tanult előképek, vizuális sémák elveszítik létjogosultságukat, s az illúzió világába vezet. A bélyegszépségversenyen 87 ország bélyege versengett. A zsűri munkájában világhírű személyiségek is részt vettek, úgymint Franz Beckenbauer, Michel Platini, Edson Arantes do Nascimento, vagy közismertebb nevén Pelé. A magyar bélyeg a kiemelkedő harmadik helyezést érte el. Első helyen a 2010. évi világbajnokságot rendező Dél-Afrikai Köztársaság, második helyen a 2006. évi világbajnokság házigazdája, Németország végzett.

## Forgalom-érzékeny beültetési rendszer

### Előzmények, működési környezet

A szolgáltató társaságok egyik fontos gazdasági, működési érdeke, hogy a szolgáltatás nyújtás során az igényekhez alkalmazkodó, rugalmasan szervezhető, megfelelő kapacitással álljon az ügyfelei rendelkezésére. Az ügyfelek igénye, hogy kiszámítható módon tervezhető legyen az időráfordítás, amely a várakozásból és a kiszolgálásból tevődik össze.

A piac liberalizálása során még a nagy hagyományokkal rendelkező és a korábban monopolhelyzetben lévő Magyar Posta is egyre élesedő versenyben mérettetik meg. Ebből következően folyamatosan a piaci követelményekhez igazodó szerkezeti és szervezeti átalakulások zajlanak le jelenleg is, a versenyképesség megőrzése érdekében. A Posta oldaláról fontos szempontnak tekinthető a hatékonyabb munkaerő-kihasználás, megfelelés a jogszabályokban előírt várakozási időnek, valamint a minőségi elvárásoknak. Emellett napjainkban már a gazdaságosság, a hatékonyság is komoly követelmény. Az ügyfelek oldaláról lényeges elvárás többek között a gyorsabb igénybevételi lehetőség, a pontosság és komplex szolgáltatás nyújtása egy helyen. Ezeket a szempontokat figyelembe véve fogalmazódott meg – az eddigi szemlélettel szakítva – az igény egy új, rugalmasabb megközelítés alkalmazására az ügyfélszolgálat szervezése területén.

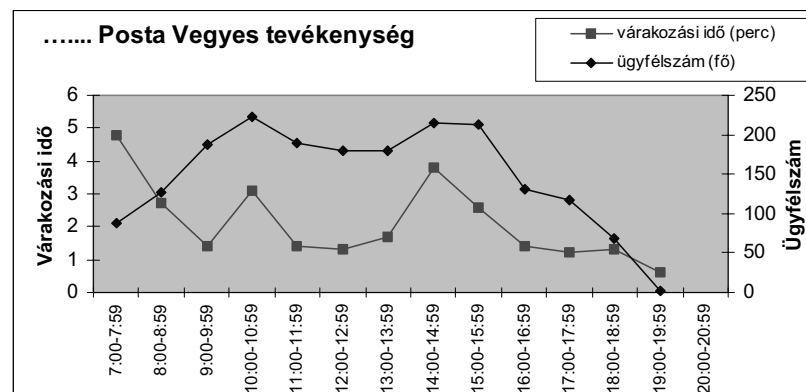
A Magyar Posta már néhány éve tervezetten és folyamatosan vizsgálta a nagyposták terhelésének és az ügyfelek várakozási idejének alakulását, rendszeres méréseket és visszaméréseket végeztünk az ügyfélszolgálat szempontjából kritikus pontokon. A mérések szükségességének és hasznosságának elismerése mellett ugyanakkor az is megállapítható, hogy:

- a mérési módszertan kialakítására, a mérések elvégzésére, illetve a mérési eredmények kiértékelésére és elemzésére fordított energia nincs arányban egymással;
- az eljárásban alulreprezentált az elemzés és kiértékelés módszertana, nincsenek standard elvárások (pl. nem ismert és elfogadott, hogy mikor jó vagy rossz a mérési eredmény);
- a kiértékelési módszertan alapvetően a forgalom és a várakozási idő összefüggéseire fókuszál, nem foglalkozik olyan további lényeges szempontokkal, mint a munkaszervezés alternatív lehetőségei, tovább a jelenlegitől eltérő foglalkoztatási megoldások alkalmazása;
- a mérés eredményeinek felhasználói (pl. postavezetők, helyi munkairányítók) nincsenek felkészítve arra, hogyan „olvassák” és értelmezzék a mérési listákat, milyen összefüggésekre figyeljenek;
- a várakozási idő mérésének- és elemzésének szakmai területen belüli kezelése nem az ügyfélszolgálat és a postai belső hatékonyság javításában betöltött szerepének megfelelő.

A fenti megállapítások hatására fogalmazódott meg az igény egy forgalomhoz igazodó beültetési rendszert és a posta munkaszervezését támogató módszer kidolgozására.

A várakozási időmérések egyik fontos tapasztalata volt, hogy a hosszú várakozási idő elkerülése érdekében több esetben is túlzott kapacitással álltak rendelkezésre a postahelyeken, így az átlagos várakozási idő néhol 1-2 perc volt, amely gyakorlatilag azt jelenti, hogy a nem forgalmas órákban bizony egyes munkahelyek feleslegesen vagy csak nagyon kis terhelés mellett voltak nyitva, más helyeken azonban a forgalmas időszakban 10-12, egyes esetekben 15 perc is volt az ügyfelek várakozása. Előbbi gyakorlat gazdaságtalan üzemeltetéshez vezetett, utóbbi az ügyfélpanaszok számának növekedését eredményezte. Az eredmény láttán élhettünk azzal a feltételezéssel, hogy – a forgalomhoz mérten – általában túlzottak a kapacitásaink az ügyfélszolgálatban.

A nagyobb forgalmú postáknál az volt megfigyelhető, hogy a terhelés változásával egyenes arányban változott a várakozási idő. Ez arra a következtetésre vezetett, hogy – a forgalom és terhelés változását figyelmen kívül hagyva – állandó kapacitásokkal álltunk az ügyfelek rendelkezésére, mellőzve a legminimálisabb munkaszervezést is. Ezt szemlélteti a következő ábra is.



Nem jellemző, hogy a forgalom változásának függvényében változnának az erőforrás biztosítások, ami azt eredményezné, hogy folyamatosan – az ügyfelek által elfogadható időtartam körüli kis szórással – állandó várakozási időt tudnánk produkálni.

Nem éltünk a belső munkaszervezés adta lehetőségekkel, a különböző munkahelyek (legyen az ügyfélszolgálat- vagy háttérkiszolgáló pont) forgalmához és terheléséhez igazodó munkaerő rotáció alkalmazásával. Átmeneti alacsony forgalom esetén nem zártunk be munkahelyet, és nem alkalmaztuk munkatársunkat olyan front- vagy back területen, ahol az aktuális terhelés azt indokolná.

Több posta nem élt az IPH „minden szolgáltatást egy helyen” lehetőségével. Szakosított munkahelyeket használunk, amelyeket aztán nem a forgalom függvényében variálunk.

A foglalkoztatási rendszerünk statikus, nem követi a postaforgalom jellemzőit.

A szolgálati beosztás elkészítésekor a napi, heti, havi forgalom alakulásának tendenciáit próbálják beépíteni, és ennek alapján kialakítani az egyes területek munkaerő szükségletét.

Kevés a részmunkaidőben és osztott szolgálatban foglalkoztatottak száma. A részdíj-sök alkalmazása, csakúgy, mint az osztott szolgálat bevezetése megteremti a rugalmasabb munkaszervezés lehetőségét.

### Mi is az a Forgalmérzékeny Beültetés

A forgalom érzékeny beültetés egy új technológiai és ügyfél-kiszolgálási szemléleten alapuló módszer. A forgalom érzékeny beültetés szerinti nyitás – zárás során a feladásra igénybe vehető, nyitva tartó ablakok számát a forgalom mértékéhez, a pillanatnyi állapotához igazítva határozzuk meg, mely segítségével hatékonyan tudjuk kezelni a különböző időszakokban az egyes felvételi ablakoknál jelentkező előre kalkulált és ad hoc ügyfélforgalmi csúcsokat, a rendelkezésre álló erőforrások racionális kihasználásával. Az ügyfelek várakozási idejét standard értékek közé szoríthatjuk az ügyfélforgalom áthelyezésével, átirányításával a felvételi ablakok között.

A forgalom érzékeny beültetés további célja, hogy a postai erőforrások hatékony kihasználásával megfeleljünk az ügyféligényeknek, a minőségi elvárásoknak, és természetesen a jogszabályokban rögzített törvényi követelményeknek.

A módszertan segítséget nyújt a munkahelyek zárva tartási ideje alatt a munkatársak egyéb, más esetben munkaidejükön túlnyúló feladatok elvégzésében.

**Az ilyen beültetés kiterjeszhető** minden postára és minden munkakörre de természetesen ott célszerű alkalmazni, ahol a posta technológiája, humán és technikai erőforrása lehetővé teszi, illetve a posta ügyfélforgalma megköveteli a beültetések számának változtatását.

### A Forgalom-Érzékeny Beültetés céljaként az alábbiakat fogalmazhatjuk meg:

- A forgalmi csúcsok kezelésével képesek legyünk egy egyenletes, az ügyfelek által elfogadott hosszúságú várakozási idő folyamatos biztosítására, ezzel összhangban képesek legyünk megoldani a terhelési csúcsok kezelését a háttértevékenységekben is.
- A rendelkezésre álló erőforrások napközbeni rotációjával a munkaerő hatékonyságának javítása, továbbá a posta szakmai és üzleti tevékenységének javítása.
- Új foglalkoztatási gyakorlat kialakítása és elterjesztése. A foglalkoztatás és a munkaszervezés hatékonysága igazodjon a vállalat üzleti céljaihoz, a menedzsment elvárásaihoz.

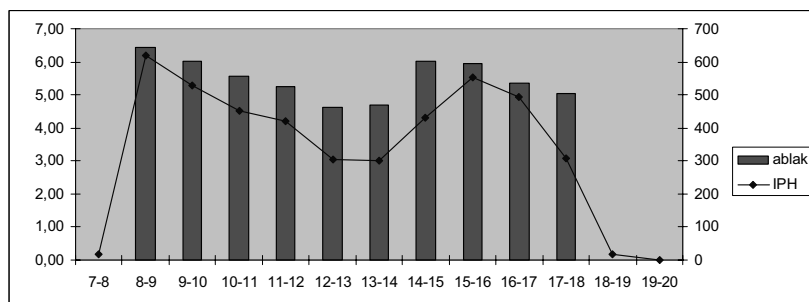
### A Forgalmérzékeny Beültetés működése

Jelenleg 43 posta használja a FÉBR-t. Napjainkban a FÉBR használata a postahelyeken napi rendszerességű adminisztrációt követel meg, azonban fejlesztés alatt áll egy olyan rendszer, amely a postahelyi adatbevitelt minimalizálja, és – a mai havi elemzés helyett – másnapra értékelhető, elemezhető adatokat biztosít az IPH rendszer adatai alapján.

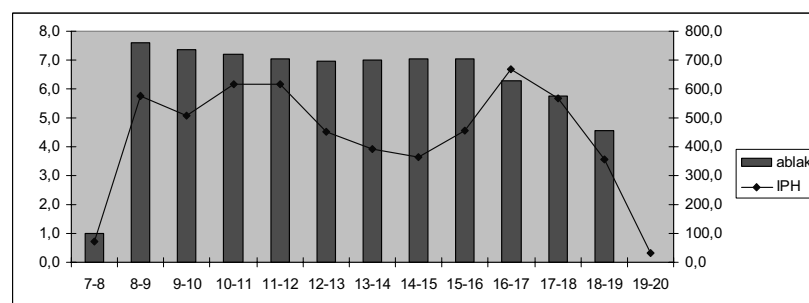


A FÉBR-ben regisztrálásra kerülnek az IPH Front Office rendszerben kezelt ügyfélforgalmi tranzakciók, továbbá az ügyfélszolgálatban rendelkezésre álló kapacitások, a beültetési idők. Ezen információk alapján többféle bontásban bemutatható az igénybevétel és az ügyfél-kiszolgálási kapacitás összhangja, amely segítséget jelent a szolgáltat-szervezéshez.

Pozitív példa:



Még fejlesztendő példa:

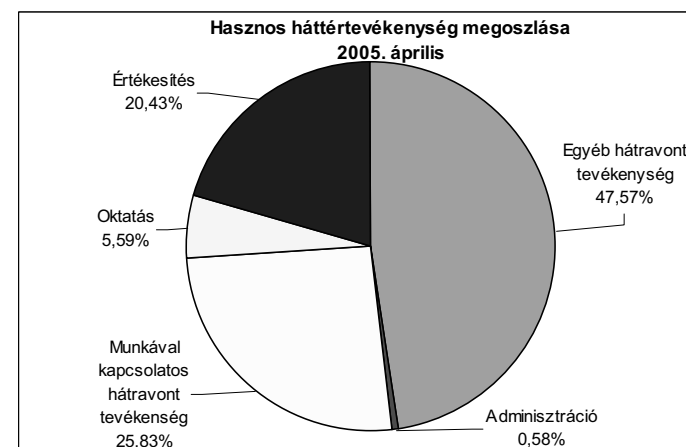


A megfelelő kapacitások biztosítása két módszerrel történhet:

- Az előző időszakok elemzése alapján az elkövetkező időszakra a forgalom és ezzel párhuzamosan a beültetés és szolgálatvezénylés naponkénti, óránkénti tervezése.
- A már szolgálatba szervezett létszám rugalmas beültetése. Ez annyit jelent, hogy a forgalmas időszakban minden, szolgálat-szervezéssel oda vezényelt munkatárs ügyfélszolgálati tevékenységet lát el, azonban kisebb forgalom esetén egyéb, háttér vagy értékesítési feladatot végeznek.

Előbbi módszer a kívánatos és elsősorban célravezető. Ezzel ugyanis már a szolgálat-vezényléskor meghatározásra kerül a szükséges létszám. Utóbbi lehetőség kihasználása akkor kerül előtérbe amikor a tervezettnél alacsonyabb az igénybevétel, s az ún. Front Office tevékenységeknél átmeneti (10 perctől néhány órán át tartó) létszámfelesleg keletkezik. A gyenge forgalmú időszakokban az ügyfélforgalomtól a háttér, illetve értékesítési tevékenységekre történő átcsoportosítás a már FÉBR-t használó postahelyeken nagy arányban történik, mértéke 10 és 15% között mozog.

Az ügyfélszolgálati munkaerővel az alacsony forgalmú órákban végzett háttér és nem „ablaknál” végzett értékesítési tevékenység összetétele a következőképpen alakult:



A háttér tevékenységekre irányítás azonban nem kizárólag üdvözítő megoldás. A postahelyek egy részénél, jellemzően a házhoz kézbesítést nem végző posták esetében a háttér munka aránya kisebb. A jövőben a humán lehetőségek kihasználása nélkülözhetetlen a beültetési problémák megoldására.

A jelenlegi 8 órás foglalkoztatási gyakorlattal szemben egyre nagyobb teret kell biztosítani

- a részmunkaidős,
- az osztott műszakban történő foglalkoztatás és
- a külső erőforrás bevonásának (nyugdíjas, diákmunka).

Részmunkaidős foglalkoztatás esetében napi 4 vagy 6 órás időtartamban történik a foglalkoztatás, így lehetőséget teremt arra, hogy a munkavállaló csak a forgalmas időszakban legyen a munkahelyen. Osztott műszak esetében a munkaidő megszakításra kerül, és két részletben történik a munkavégzés. A kéthavi munkaidő keret lényege, hogy a munkavállaló két hónap átlagában végzi el a két hónapnyi munkaóra ledolgozását úgy, hogy az egyes napokon a forgalom függvényében több vagy kevesebb munkaórát dolgozhat.

A szolgálat szervezés támogatásában az ügyfélhívó berendezéseknek is komoly szerepe van. Míg a FÉBR az igénybevétel és a kiszolgáló kapacitás viszonyát mutatja, addig az ügyfélhívó berendezés az ügyfél szemszögéből mutatja a várakozási időt. Az ügyfélhívó berendezés mutatja a pillanatnyi ügyfeladatokat (típusonkénti darabszám, várakozási idő), továbbá a berendezés felügyeleti terminálján lehetőség van az egyes ablakok funkcionalitásának változtatására, illetve a rendszerben is követni új ablakok nyitását. A szakirodalom szerint az ügyfelek részéről is elfogadható, valamint a szolgáltatónak is megfelelő várakozási idő 4-6 perc között van.

A munkaszervezéshez fontos megjegyezni, hogy a munkavállalók képzettsége is jelentős kritérium. A jól képzett, több munkakörben „bevethető” munkatársakkal az optimális munkaszervezés könnyebben megoldható.

**A munkatársak felkészítése a forgalomérzékeny beültetés bevezetésére**

A rendszer működésének kulcsa a munkatársak felkészítése és megnyerése, ezért igen fontos minden érintett folyamatos, részletes tájékoztatása, oktatása.

Meg kell ismertetni, és el kell fogadtatni a forgalom-érzékeny beültetési módszer lényegét, annak céljait. Részletes tájékoztatást kell adni a módszer fontosságáról, a hatékonyabb, optimálisabb, rugalmasabb munkaerő kihasználás lényegéről, az érintettek szerepéről. Ennek érdekében nagy hangsúlyt kell fektetni a folyamatos oktatás mellett a módszerrel kapcsolatos információk biztosítására dolgozóink részére, továbbá az eddigi tapasztalatok megosztására. Ezáltal elősegíthető, hogy munkatársaink minél inkább azonosuljanak a módszer célkitűzéseivel.

Kiemelt figyelmet kell fordítani arra, hogy tudatosításra kerüljön az a tény, hogy elsődleges célunk az üzleti eredmény valamint az ügyfél elégedettség javítása és nem a létszám csökkentése.

Az oktatás talán legfontosabb és legeredményesebb lépése volt forgalomérzékeny beültetés módszerének és működtetésének a Postavezetői Kulcsképzés tananyagába való beépítése.

**Összefoglalásként elmondható, hogy a FÉBR és a hozzá kapcsolódó újfajta munkaszervezés a következő eredményeket mutatja:**

- háttértevékenységet végző munkakörök részben kiválthatók frontos tevékenységet végző dolgozókkal,
- a háttértevékenységet végző dolgozók száma csökkenthető,
- háttérmunkakörök csökkentésével több frontos tevékenységű dolgozó alkalmazható (akik az alacsony forgalmú időszakokban elvégzik a háttértevékenységek egy részét),
- a várakozási idő szélsőértékei csökkenthetők,
- standard, vagy ahhoz közeli várakozási idő érhető el,
- értékesítési eredmények növelhetők,
- szisztematikus oktatás következtében jobb minőséget vagyunk képesek produkálni.

Az eddigi működés eredményei azt mutatják, hogy a rendszer alkalmas a kitűzött célok elérésére, a posták eredményesen alkalmazzák. A kapacitások kihasználása és ennek hatásaként a hatékonyság az érintett postákon javult, a foglalkoztatási struktúra kedvező irányba változik. Mindinkább teret nyer a forgalom ingadozására rugalmasabb reagálást lehetővé tevő részmunkaidős és osztott foglalkoztatás.

Cél az ügyfélforgalomban dolgozó munkaerőnél a rendszert megelőzően tapasztalható több mint 90%-os 7-8 órás foglalkoztatási struktúra átalakítása oly módon, hogy a 6 órát meg nem haladó, illetve az osztott munkaidős foglalkoztatás a felvételi munkakörökben a posta méretét és egyedi adottságait is figyelembe véve legalább elérje a 20-25%-ot. Ez természetesen nem megy máról holnapra, hanem időigénye van.

Az eddigi működés tapasztalataira építve a rendszer valamennyi a szükséges feltételeknek megfelelő nagypostára bevezetésre kerül. A 2005-ös év végére várhatóan 115 postán fog működni a Forgalomérzékeny Beültetés.

**Új, vevőszegmens-alapú értékesítési szervezet a Levél Üzletágban**

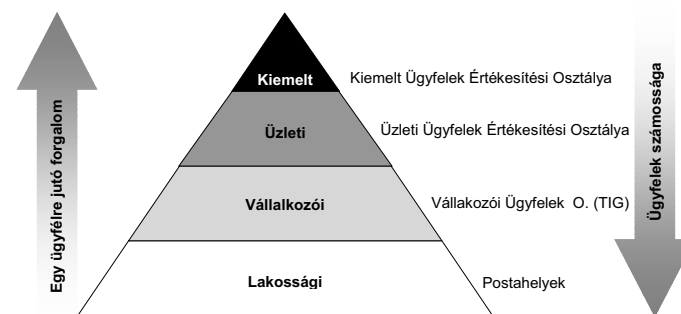
A Magyar Posta kiemelt stratégiai feladatai között szerepel postai piac fokozatos liberalizációjára és ezzel együtt a folyamatosan erősödő versenyre való felkészülés. E fejlődésnek egyik alappillére szolgáltatásminőségünk magas szintre emelése. Piaci szereplésünk sikerét alapjaiban meghatározza, hogy milyen átfutási idővel, milyen megbízhatóan vagyunk képesek eljuttatni ügyfeleink küldeményeit a címzetteknek. Nagy feladónk üzleti törekvései ezen a területen már most erős kényszer alá helyezik postai szervezetünket, mert a nem megfelelő minőségű postai teljesítmény alternatív megoldások keresése irányába mozdítja ügyfeleinket. Minél nagyobb gazdasági, működési jelentősége van egy ügyfél folyamataiban a postai szolgáltatásoknak, annál erőteljesebben jelennek meg a minőségi elvárások. Ez egyben azt is jelenti, hogy a Posta számára legfontosabb, a bevételeink legjelentősebb részét biztosító partnereink a legérzékenyebbek a minőségi kérdésekre. Ez fokozott üzleti kockázatot jelent számunkra.

A minőségi szolgáltatások iránti igény mellett a kibontakozó és egyre fokozódó versenyben az ügyfélkapcsolati munka színvonala kap egyre hangsúlyosabb szerepet. Ma már a szolgáltató szektor általános fejlődési üteme is egyre növekvő elvárásokat támaszt az ügyfélkapcsolati munkával szemben, amit a posta esetében a liberalizációs folyamat csak erősít. Postai monopóliumunk fokozatos, várhatóan 2009-re történő teljes leépülése mindkét területen óriási kihívás elé helyezi szervezetünket. Piacaink, bevételeink megőrzése radikális változtatásokat követel.

Annak érdekében, hogy tevékenységünket az ügyfélkapcsolatok területén is magasabb minőségi szintre emeljük, és hatékonyságát javítsuk, 2005 első félévében jelentős változtatásokat hajtottunk végre az értékesítési szervezetben.

Alapvető követelménynek tekintettük, hogy olyan értékesítési szervezetet hozzunk létre, mely lehetőséget ad a különféle típusú igényeket megfogalmazó ügyfelek sajátosságaiknak megfelelő kezelésére.

Struktúránkat négy fő vevőszegmens tipikus igényeire és működési sajátosságaira alapozva alakítottuk ki, melyeket az alábbi ábra szemléltet.



A Magyar Posta Rt. vevőkörét a fenti piramis szimbolizálja, melyből a legkisebb ügyfélszámú szegmenseket a feketével jelölt kiemelt ügyfélkör jelenti. Emellett a piramis csúcsa a legnagyobb szolgáltatási volument igénybe vevő és legtöbb egyedi igényt megfogalmazó partnereinket jeleníti meg. Mivel részesedésük a teljes postai árbevételből a legnagyobb, kiemelt figyelmet kell rájuk fordítani.

Működésükre jellemző, hogy a postai szolgáltatásokra éves szinten jelentős összeget költenek. Ebből adódóan a postai szolgáltatások igénybevételére vonatkozó döntések stratégiai szinten jelennek meg. A postai szolgáltatások vállalati költségstruktúrában betöltött szerepe mellett meghatározó, hogy a postai szolgáltatás mennyire szervesen kapcsolódik a vállalat belső folyamataiba, a szolgáltató mennyire mélyen épül be a partner értékláncába.

A kiemelt ügyfelek esetében mind a postai költségek jelentősége magas, mind pedig az értékláncba tagozódás erős. Óriási szerepe van a partner belső működése és piaca ismeretének, mert így vagyunk képesek hatékonyan és proaktívan megoldásokat találni az egyedi igényekre. A legnagyobb partnereink esetében stratégiai célnak tekintjük az ügyfelek értékláncába történő mind mélyebb beépülést, mely a hosszú távú együttműködések kialakulását alapozza meg. E törekvés megvalósításához a partner piaci szektorának sajátosságait, fejlődési trendjeit jól ismerő, stratégiai szemléletű értékesítési szakemberekre van szükség. Ebben az ügyfélkörben a partnerekkel gyakori és intenzív kapcsolattartás jellemző. Elvárás az egyedi minőségi és szolgáltatási igényeknek való magas szintű megfelelés.

Ezeknek a magas szintű elvárásoknak megfelelően alakítottuk ki a kiemelt ügyfelek osztálya szervezeti felépítését, melynek lényege az értékesítési szakemberek szektor alapú csoportosítása és a szervezeten belüli funkcionális munkamegosztás árnyalása, további differenciálása. Ennek megfelelően létrehoztuk a szektormenedzser munkakört, mely a teljes szektor értékesítési tevékenységének stratégiai irányításáért, koordinálásáért felel. Így biztosítható az a koncentrált tudásbázis kialakítása, mely a nagy ügyfelek stratégiai kezelését lehetővé teszi. A szektormenedzser mély tudással rendelkezik az adott igénybevevői szegmens piacának fejlődéséről, a piaci szereplők mozgásáról és a versenyhelyzetről. A szektormenedzser szakmai irányítása alatt működnek az értékesítők és az adminisztratív támogatást biztosító asszisztensek.

A piramis következő szintjét jelentik az üzleti ügyfelek. Az üzleti ügyfélkört alkotó vállalati szegmens tipikusan nagyobb volumenű szolgáltatást vesz igénybe. Az ebbe a körbe tartozó partnerek több tekintetben hasonlítanak a kiemelt szegmensre, de rendszeres forgalmuk alatta marad a kiemelt ügyfélkör forgalmának. Ugyanakkor itt is jellemző a viszonylag intenzív kapcsolattartás az ügyfelekkel és sok esetben egyedi igények kielégítésére, egyedi szerződéses feltételekre van szükség. Ezen ügyfélkör magas színvonalú kiszolgálása érdekében alapítottuk meg az Üzleti Ügyfelek Értékesítési Irodáját, mely újonnan létrejött országos hatáskörű szervezetként látja el a kezelésébe vont kliensek ügyfélkapcsolati munkáját.

A postai szolgáltatások igénybevételi volumene alapján következő szintet a vállalkozói ügyfélkör jelenti, mely országos szinten nagyságrendileg ötezer, a Postával szerződéses kapcsolatban álló vállalkozást és összességében 300 ezer kisvállalkozást jelent. Ebben a szegmensben a standardizált szolgáltatások igénybevétele a jellemző. Az ügyfélkapcsolati munka jellegét meghatározza a nagyszámú partner kezelése, a földrajzi ta-

gozódás és a helyi piaci viszonyok ismerete. Ezt a feladatkört a Területi Igazgatóságok szervezetein belül létrehozott Vállalkozói Ügyfelek osztályai látják el.

A legjelentősebb számú ügyfelet, de ügyfelenként a legkevesebb bevételt képviselő lakossági szegmenseket, melyet a piramis alapja szimbolizál, a Magyarország legnagyobb értékesítési hálózatát jelentő országos postahálózat szolgálja ki a Területi Igazgatóságok szervezetén belül működő Lakossági Ügyfelek Osztálya szakmai irányításával.

A négy értékesítési csatorna számosságában és szolgáltatási igényeit tekintve is alapaiban eltérő ügyfélkört kezel. Az értékesítési struktúra kialakításának célja, mely ezen eltérő sajátosságoknak való megfelelés volt, sikeresen megvalósult. A jövőbeni legfontosabb feladatunk, hogy ügyfélkapcsolati munkánk folyamatos fejlesztésével olyan professzionális partnerként tudjunk megjelenni, mely a folyamatosan javuló szolgáltatásminőség mellett meggyőzi partnereinket arról, hogy a kialakuló versenyipiaci feltételek között is a legjobb döntés a MAGYAR POSTA.

**A szerző munkáját 2004. végén, a Magyar Posta Rt. tehetségbank képzés utáni zárótanulmányként írta, amelyet rövidítve, 2 részben adunk közre. – Szerkesztő**

## Sass Anikó: Az értékesítési akciók hatása a forgalomra (esettanulmány keretében, konkrét példákon keresztül)

Az Akciók korszakát éljük. Vásárlás, utazás, TV nézés, rádióhallgatás, e-mail-jeink elolvasása közben és nem utolsósorban a levélszekrényük kiürítésekor akciók özöne zúdulnak ránk a legkülönbözőbb formákban.

„Egyet fizet, kettőt kap!”  
 „Nyerjen játszva!”  
 „Gyűjtse a pontokat!”  
 „Küldje be...!”  
 „Használjon bevásárló kártyát!”  
 „Jusson hozzá fél áron!”  
 „10% kedvezmény!”  
 „Árgarancia! Ha olcsóbbat talál, visszafizetjük a különbözetet!”

Ezek s ezekhez hasonló felszólítások vesznek körül bennünket. S bár lehet, eleresztjük a fülünk mellett a szlogeneket, azok tudat alatt mégis befolyásolják mindennapi döntéseinket vásárláskor vagy épp egy szolgáltatás kiválasztásánál.

Az akciók sokaságát jellemzi, hogy vannak Internetes portálok, melyeken az éppen aktuális akciók közt böngészhetünk attól függően, hogy autót, mobil telefont vagy egy luxusutazást szeretnénk nyerni, miközben Balaton szeletet majszolgatunk, Sió gyümölcslet iszunk, Persil mosóporral mosunk, a Cora szupermarketben vásárolunk vagy épp a Postán vesszük fel bankkártyánkról a fizetésünket.

Az utóbbi két évben egyre sűrűbben olvashatunk a Postaügyi Értesítőben, elektronikus körlevelekben, Postás újsághoz csatolt szórólapokon értékesítési akciókról. Az akcióink változatosak, egyre ötletesebbek, mint például a Tour de Posta, ahol az akció kiírása a Tour de France kerékpárverseny mintájára íródott. Postákra betérve gyakran állítanak meg bennünket ismeretlenül, ügyfélként munkatársaink egy-egy szolgáltatást ajánlva a figyelmünkbe.

Ma már alig találhatunk olyan szolgáltatást, terméket, amelynek nincs versenytársa és a zsúfolt piacon nem kellene megküzdenie a fogyasztóiért.

A cég megismertetésének, ügyfelek megszerzésének, megtartásának fontos eszköze: az Akció! Melynek tárháza, sokszínűsége úgy tűnik, kifogyhatatlan.

Ez az általános megállapítás érvényes a Postára is. Bevételünk 58%-át kitevő szolgáltatásaink környezetét erős versenyipacként értékelhetjük.

S az egyetemes postai szolgáltatásokra vonatkozó monopólium jogunk is folyamatosan csökken, mígnem 2009-ben teljesen megszűnik. Ez az időpont egyre közeledik.

Igen, igen ezt mind érzékeljük. De hogyan lehetséges az, hogy egy alacsony árfekvésű termék megvásárlásával autót nyerünk? – kérdezhetnénk. Hiszen azt a terméket elő kell állítani, tetszetős csomagolásba öltöztetni, a nagykereskedelmi és kiskereskedelmi árrést kigazdálkodni úgy, hogy profit keletkezzen. S még arra is futja, hogy több milliós értékben ajándékokat adnak át mosolyogva a fogyasztónak. Megéri ez a cégnek?

S mi a helyzet a postai akciókkal? Valóban növelik-e a forgalmat? S ha igen milyen mértékben? S mindez mekkora ráfordítást igényel? Hozzájárulnak-e a profithoz vagy inkább csak a munkatársaink és az ügyfelek lojalitását növeli? S vajon melyik a fontosabb az anyagi vagy az eszmei értéknövekedés? Egyáltalán összemérhető-e a kettő?

Az értékesítési akciók megítélésénél ezek a kérdések mind fontos szerepet kapnak. Tanulmányom célja, hogy néhány konkrét példa alapján választ adjon ezekre a kérdésekre.

### Tehetségbank képzésen belül elsajátított és a zárótanulmányban felhasznált ismeretek

Zárótanulmány témájából adódóan a pénzügyi modul keretében elsajátított ismereteket tudtam hasznosítani.

Az értékesítési akciók feldolgozása közben azt tapasztaltam, hogy az akció kiírása előtt készülnek gazdasági előkalkulációk, azonban az akció befejeztével a tényleges gazdasági elemzés nem történik meg.

Az egyes akcióknál megpróbáltam gazdaságossági elemzést készíteni, mely nem sikerült teljes körűen. A probléma elsődleges forrása az, hogy az akció hatására generálódó forgalom változás mértéke sem állapítható meg pontosan. A postai termékek igénybevétele fajtánként és havonként változó tendenciát mutatnak, némelyeknél szezonális hatások is jelentkeznek, pl.: a mezőgazdasági jellegű településeken a megtakarítások forgalma május hónapban jelentős mértékben lecsökken, vagy az utasbiztosítás kötések száma a nyári hónapokban megnő.

Egy akció hatására forgalomemelkedés realizálódik. A forgalomemelkedés egy része azonban az akció nélkül is megvalósulhatott volna. A kifejezetten csak az akció hatására generálódó forgalomemelkedés mértéke tehát nem mutatható ki egyértelműen.

Megközelítően pontos eredményhez akkor juthatnánk, ha rendelkezésre állna egy előző évi (bázis év) és egy adott év akció megelőző időszak forgalmi sora, amit nem befolyásolt semmilyen akció. A két idősor adataiból a trendszámítás alapján lehetne prognosztizálni egy, az akció időtartamára vonatkozó bázis értéket, mely viszonyítási alapként szolgálhatna. A folyamatos akciók miatt viszont nem állnak rendelkezésre ilyen adatsorok. A forgalomalakulás mértékének meghatározásakor így bázis adatként az akció megelőző időszak és az előző év adott időszakának forgalmi értékeit tekintetem.

A forgalom változásának ily módon történő megállapítása miatt az akció által elért bevételek sem adnak pontos képet.

Az eltérő évek forintosított forgalmi adatainál az inflációt 7%-os értékkel vettem figyelembe. A forgalomalakulás %-os mértéke mellett kimutattam az abszolút értékbeni változást is, mivel a %-os érték önmagában nem korrekta tájékoztatást.

Az akció hatására felmerülő közvetlen költségek egy része konkrétan behatárolható, ezek, pl. az értékesítést támogató eszközök költsége, az ügyfelek részére átadott ajándékok beszerzési költsége azok adóterheivel együtt, a postai munkavállalók részére átadott tárgnyeremények és azok adóvonzata.

A közvetlen költségek másik része (a forgalom változás meghatározása miatt) csak kalkulálható, ezek, pl.: dolgozói jutalékok és azok járulékai, adminisztrációs költségek, távbeszélő költség növekedése.

Az akció lebonyolításában érintett közvetett költségek nagyobb részben fix költségnek tekinthetők, azaz nagyságuk rövidtávon nem változik. Tehát az akció eredményességét nem befolyásolják. Így például az akcióban érintett munkavállalók alapbérét, a közüzemi költségeket (világítás, fűtés) nem vettem figyelembe.

A fix költségek kisebb részét képezik azon típusok, amely összege a nagymértékű forgalomváltozás következtében változik. Például a Népszabadság hírlap akciónál a szállítási költség emelkedhet, amennyiben egy körzet esetén a hírlap darabszámok oly mértékben növekednek, hogy emiatt új vagy nagyobb teherbírású, egyéb küldeményeket is szállító gépkocsit kell az elszállításukhoz igénybe venni. Nincs információ róla, hogy ez bármely viszonylatnál előfordult volna, ezért a költségeknél nem került számba vételre.

A közvetett költségek harmadik csoportjába tartoznak azon tételek, amelyek bár szorosan kapcsolhatóak lennének az akcióhoz utólagos elszámolással, azonban a költségkeret az adott akció nélkül is felhasználásra került volna. Ide tartoznak pl.: értekezési menedzserek kilométer felhasználása, megszerzett akció pontok ellenértéke. A tételek nagyságáról nincs információ, s a tulajdonságukból adódóan nem kerültek figyelembe vételre.

Tekintettel arra, hogy a forgalomalakulás, a bevételek és a költségek kalkulált eredmények, az akciók konkrét gazdasági eredménye nem számszerűsíthető.

A számításokat mégis érdemes és szükséges elvégezni, hiszen nagyságrendileg megfelelő eredményt kaphatunk.

Az elemzéseknél több esetben – mivel a pontos adatok megszerzésére fordított erőforrás felhasználás nem egyenértékű a megszerzésre kerülő információ értékével – használtam átlagokat, arányokat. Azonban tekintettel voltam arra, hogy a bizonytalan tételek esetében pesszimista számításokat végeztek.

### Tulajdonképpen mi is az Akció?

A magyar Értelmező Kéziszótár megfogalmazásában az akció: „Céltudatos tevékenység, illetve cselekvés (sorozat).”

Postai szempontból az értékesítési akció:

Meghatározott időszakra és termékre szóló értékesítési kampány, mely csoportos (postahelyi) teljesítményre meghatározott forgalmi elvárást tartalmaz. Kiírását a termék-, szolgáltatás értékesítésében érintett üzletágak, illetve területi igazgatóságok kezdeményezhetik.

Marketing akcióként az alábbi fogalmazás él a Postán:

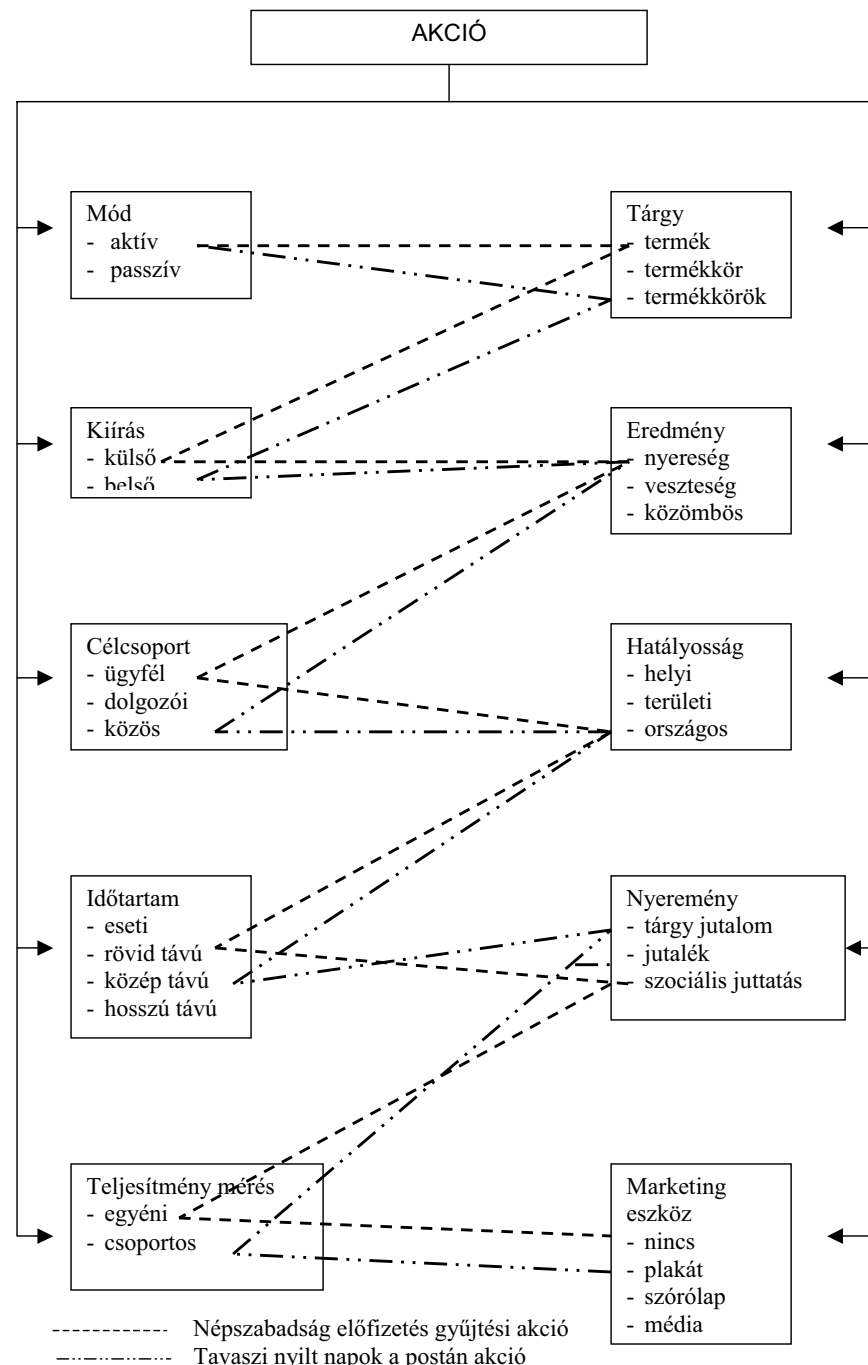
A szolgáltatások ismertségét, az értékesítés hatékonyságát növelő, költség-, illetve hálózati erőforrások felhasználásával járó, saját és/vagy szerződéses partner által kezdeményezett ügyfélakciók vagy dolgozók részére kiírt akciók.

A marketing akció fogalma teljes egészében beépíthető a fentebb ismertetett értékesítési akció fogalmába.

Az akció tehát rövid távú, konkrét cél elérésére szolgál. A cél lehet szolgáltatás megismertetése, forgalomnövekedés. Az akció ezeken túl valami pluszt is hordoz magában, mint például az ügyfél és dolgozói lojalitás megteremtése.

Az akciók sokszínűségét jelzi, hogy több fajta szempontból csoportosíthatók. Az akciók fajtáinak néhány lehetséges csoportosítási módját a következő táblázat szemlélteti.

### Akciók csoportosíthatóságának lehetőségei



Az akció egészét az egyes csoportosítási jellemzők együttállása adja meg.

A feldolgozott eseteket igyekeztem úgy kiválasztani, hogy azok a lehetséges akciók mind szélesebb körét foglalják magukba.

### Népszabadság „Számoljon velünk” előfizetés gyűjtési akció

Köztudott tény, hogy az újság előfizetések száma évről évre csökkenő tendenciát mutat. Ami a változó világunk velejárója, hiszen, mire elolvassánk az előfizetett napilapunkat – amihez lehet csak délután jutni hozzá-, addig a hírekről értesülünk a rádióból, TV-ből és az Internetes újságokból, vagy úgy döntünk, hogy megvesszük az éppen legkevesetgobb címlap sztorival rendelkező napilapot útna a munkahelyünk felé.

A lapkiadók tehát folyamatos akciókkal próbálnak új ügyfeleket szerezni, illetve a már meglévőket megtartani. Nézzük meg egy ilyen akció eredményét a Postán!

#### Az akció leírása

A Népszabadság Rt. megbízásából 2004. április 10.-től 2004. május 31.-ig országos előfizetés gyűjtési akció került lebonyolításra a Népszabadság és a Népszabadság-Jumbó c. napilapokra. Az akció kiírójának célja az volt, hogy a megújult lap előfizetői körébe megnyerje a 25-40 éves korosztályt.

Az akció lebonyolításához szükséges reklámkampány költségeit a kiadó fedezte, mely keretében a postahelyeket szórólapokkal látta el.

Az előfizetést gyűjtő postai dolgozó kettős jutalmazásban részesült:

1. Kiadó negyedéves előfizetés esetén 300 Ft-os Enni-kék utalványt ajánlott fel.
2. Termékpont rendszerben meghatározott jutalék mértéke 300 Ft/db.

Mindezen túlmenően az előfizetést gyűjtő postahely az elvárásoknak megfelelő teljesítmény nyújtásakor akciópontban és bonusz pontban részesülhetett.

A felajánlott jutalék kedvezőnek tekinthető. Nézzük meg, hogyan alakultak az előfizetések számai a Kelet-magyarországi területen!

A Kelet-magyarországi Hírlap Centrum minimum elvárásként 3722 új előfizetést fogalmazott meg, mely postahelyekre lebontásra került. 65% feletti teljesítmény elérésekor akciópontok, míg 100% feletti teljesítéskor bonusz pontok megszerzését helyezte kilátásba.

#### Az akció eredménye

Az akció eredményeként **5642 db** új negyedéves előfizetésre került sor! Az elvárás 151%-ban teljesült.

Ez a 2004. március havi előfizetők 13%-ának felel meg. Az akció időtartama alatti lemondásokat is figyelembe véve az előfizetések számában 6,2%-os, abszolút értékben 2620 db emelkedés mutatkozott.

Az új előfizetések száma 2003. azonos időszakában realizált új előfizetések számánál 290%-os, míg az akciót megelőző két hónap új előfizetéseiének számát tekintve 418%-os emelkedést jelentett!

Az akciónak tehát egyértelműen pozitív hatása volt a forgalomra.

Nézzük, hogy ez gazdaságilag mit jelentett a Postának!

Normál üzemenetben is jelentkeznek új előfizetések. Természetesen azt nem lehet pontosan megmondani, hogy az akció kiírása nélkül mennyi új előfizetésre került sor, ezért az akció megelőző időszak adatait veszem figyelembe. Az előzőek alapján az akció hatására 4293 db új előfizetés keletkezett, mely 8.944.466 Ft bevételt eredményez.

Ezzel szemben 1.896.565 Ft közvetlen költséget tudunk állítani. Közvetlen költségként merült fel a termékjutalékként kifizetésre kerülő összeg járulékkal együtt, valamint az előfizetett hírlapok kézbesítéséért a hírlapkézbesítők és postamesterek részére kifizetett kézbesítési darabdíj. (Az egyesített kézbesítők nem részesülnek darabdíjban hírlapkézbesítésért.)

Közvetlen költségként figyelembe lehetne venni még az akció és bónusz pontok ellenértéke. A posták az akcióban 5943 akció és 645 bonusz pontot szereztek. Ezek forintotított értéke azonban konkrétan nem számszerűsíthető. Az akció pontrendszerben évesen leosztott keret jelen akció megvalósulása nélkül is felosztásra kerülne.

Az akció hatására költségemelkedés merülhet fel Üzleti szinten, pl. szállítási költség, mely tényleges felmerüléséről vagy annak konkrét mértékéről nincs információ.

Az akció lebonyolítása nincs hatással az állandó költségekre, mint például: világítás, fűtés, értékesítési munkatársak vagy Hírlap Centrum előadók munkabére) ezért nem kerültek számításba véve.

A megszerzett akció és bonusz pontok egyenértéke, illetve az esetlegesen felmerült többlet szállítási költség jelen esetre lebontva tehát nem számszerűsíthető, de úgy vélem, hogy az a nyereségnek csak töredék részét képezi.

Mi volt az akcióban rejlő plusz a Posta számára? A dolgozóink munkáját külső cég is elismerte. Összpostai szinten kis mértékben ugyan, de az akció munkahely megtartó hatást fejtett ki.

A lapkiadók által meghirdetett akciók nem mindegyike olyan sikeres, mint a példában láthatjuk, de a Posta részére mindig kedvező a hatása, tekintettel arra, hogy a felmerülő közvetlen költség minimális.

#### Értékesítési napok a Postán!

A postai kiírású akciónál nem olyan könnyű a helyzetünk, mint a külső kiírású akciók végrehajtásánál, hiszen itt nekünk kell meghatározni az akció paramétereit:

- Mely terméket/szolgáltatást támogassunk?
- Milyen körben hirdessük meg az akciót?
- Mi legyen az elvárás?
- Milyen és mennyi marketing eszközt használjunk fel?
- Motiváló hatású-e a jutalmazási rendszer?
- Az ügyfelet nyerjük meg vagy a dolgozót?

A Pénzügyi Szolgáltatások Üzletág nagyszerűen megoldotta a fenti problémákat az „Értékesítési napok a Postán” akciója keretében.

**Az akció célja:**

- Figyelem felhívás a PSZÜ termékeire
- Megtakarítási és biztosítási termékek értékesítési és bevételi eredményeinek növelése
- Ügyfél elégedettség fokozása és az ügyfélkapcsolatok erősítése
- Postai image növelése
- Postai munkavállalók értékesítési szemléletének erősítése.

Az akció kiírása szerint a postahelyek 3 értékesítési kategóriában (kis – közép- és nagyposta) pályázhattak értékesítést támogató eszközök, szóró-ajándékok és ügyfél-tájékoztató anyagok megszerzésére, amiket az eladás segítése és az ügyfélkapcsolat ápolása érdekében nyílt lehetőségük felhasználni. Az eszközök egy részét a Fundamenta Lakáskassza Rt. és a Magyar Hírlap c. újság kiadója biztosította.

A pályázó posták vállalták, hogy:

- 2004. május hónapban, minden héten legalább 1 alkalommal „Értékesítési napok a postán” rendezvényt bonyolítanak le a postahelyen.
- A nyertes pályázó kis- és középposták 1-1, nagyposták 2-2 dolgozója, aki aktívan részt vesz a megtakarítási napok szervezésében és az ügyféltéri kitelepülésben, az akciót megelőzően 1 napos oktatáson részt vesz.
- A rendezvények lebonyolításának tapasztalatról, értékelésről írásbeli tájékoztatást adnak.

A dolgozói motiváció megvalósulásaként az egyes termékek értékesítése után járó termékpontokon kívül az Üzletág extra ajándékot (5 db-os utazótáska szett) ajánlott fel azon postahelyek számára, akik a táblázat szerinti elvárásokat teljesítették, valamint mindhárom termék esetében a legnagyobb forgalmat hozó postákat az extra ajándékon kívül ajándécsomaggal is jutalmazták.

**Extra ajándék feltételei**

	Lakás-előtakarékossági szerződés kötés	PostaÉrtékŐr	PostaFészekŐr
II. osztályú posták	500.000 Ft szerződéses összeg	1 db	2 db
III. osztályú posták	1.000.000 Ft szerződéses összeg	2 db	3 db
IV. osztályú posták		2 db	4 db
V. osztályú posták	1.500.000 Ft szerződéses összeg	3 db	5 db
VI. osztályú posták		3 db	6 db

Összesen 100 postahely vehetett részt az 585 pályázó közül az akcióban. Így azon postahelyek kerültek csak be az akcióba, és részesültek értékesítés támogató eszközökben, akik értékesítési szemléletűek és a megadott termékkörből tudják teljesíteni az elvárást!

Az akció kiírásában konkrétan megfogalmazásra került a termékkör, résztvevői kör, elvárás. Optimálisan használták fel a marketing eszközöket, elkerülve a túlzott költség felhasználást. Az Üzletág egy pontosan meghatározott dolgozói akciót szervezett meg, melyben az ügyfélkör is jutalmazásra került.

**Az értékesítési forgalom alakulása az akció hatására****Postamat**

A májusi forgalomcsökkenés enyhítése volt a cél.

A postamat szolgáltatás igénybevétele (fogalmazott összeg viszonylatban) 2003. május hónaphoz viszonyítva 21,1%-kal, abszolút értékben 2.626.399 eFt-tal növekedett. 7%-os infláció hatását is figyelembe véve ez 14,1%-os, abszolút értékben 2.442.551 eFt tényleges emelkedés.

Bár a május havi forgalom az akciót megelőző hónap forgalmát tekintve 14%-os csökkenést mutat, azonban, ha figyelembe vesszük, hogy előző év május havi forgalom 24%-kal maradt el az április havi forgalomtól, 10%-os emelkedést könyvelhetünk el az akció hatására. Ez az infláció hatását is figyelembe véve 17%-ot jelent.

**Biztosítás**

Az akció hatására kiemelkedő forgalomemelkedés mutatkozott a biztosítások terén. A 2003. év április hónaphoz viszonyítva a 2003. évi május havi forgalomban 34%-os csökkenés mutatkozott. A biztosításkötési kedv ez évben folyamatosan magasabb értéket mutat a tavalyi évhez képest. Az akciót megelőző hónapban az előző év adott időszakához képest 23,4%-os, abszolút értékben 108.999 eFt forgalomemelkedés jelentkezett. Ez az infláció hatását is figyelembe véve 16,4%-os, abszolút értékben 102.369 eFt növekedést jelent.

Az akció hatására az előző év adott időszakához képest 184,7%, abszolút értékben 566.607 eFt emelkedés realizálódott. Ez az inflációs tényezőt is figyelembe véve 177,7%-os, abszolút értékben 527.000 eFt emelkedésnek felel meg. Ami az akciót megelőző hónaphoz viszonyítva 52,2%, abszolút értékben 299.632 eFt emelkedést mutat. Ez egy hatalmas eredmény!

Figyelembe véve azt, hogy a Magyar Posta Biztosító még nem igazán ismert a lakosság és az üzleti szféra körében, valamint hogy ezen szolgáltatásainknak erős piaci versenykörnyezetben kell helyt állniuk ez az eredmény még nagyobb elismerést érdemel.

**Megtakarítások**

A megtakarítások terén már nem ilyen kedvezően alakult a forgalom. Az akciót megelőző hónapban a 2003. április havi forgalmához képest 9%-os, abszolút értékben 5.134.507 eFt emelkedés következett be. Ez az infláció hatását is figyelembe véve 2%, abszolút értékben 4.775.092 eFt emelkedést jelent.

Az akciót megelőző év adott időszakához képest 12%, abszolút értékben 398.534 eFt forgalom csökkenés mutatkozott. Ezt az mértéket az inflációs tényező tovább csökkentti (-17%). S ez a tendencia figyelhető meg az akciót megelőző hónap adataihoz képest, amikor 20%-os, abszolút értékben 5.657.145 eFt forgalom csökkenés mutatkozott.

Fentiek adatokat tekintve az állapítható meg, hogy az akciónak nem volt hatása a megtakarítások forgalmára. Azonban nézzük meg, milyen egyéb körülmények befolyásolhatták még a megtakarítások kedvezőtlen alakulását! Van-e olyan külső hatás, amely a Postától függetlenül jelentkezett adott időszakban?

Igen, volt. A „kudarc” okaként a „drasztikus” kamatcsökkenés jelölhető meg. A Kincstári Takarékjegy pl. a januári 11,5%-ról 9,5%-ra esett vissza, a Postabanki és OTP megtakarítások pedig még alacsonyabbak lettek.

A munkatársaink a lakosság betét elhelyezési kedvét nem tudják befolyásolni. Általánosságban elmondható a megtakarítások terén, hogy az ügyfeleknek betét elhelyezési lehetőségei adottak, maximum a szokásaikat lehet befolyásolni azzal, hogy a számára legkedvezőbb megtakarítási formát ajánljuk részére.

Elképzelhető, hogy a biztosítás kötések növekedése esetenként összefüggésbe hozható a megtakarítások csökkenésével. A Hozamőr biztosítás megtakarítási jellegű, és nagyon közkedvelt az ügyfelek körében. A munkatársainknak lehetőségük volt az elérő ügyfeleket meggyőzni arról, hogy a hagyományos megtakarítási formák helyett a pénzüket a Hozamőr biztosításba fektessék.

### **Lakás-előtakarékossági szerződések**

Ez az a termék, amely teljesítése jelentősen elmarad országosan az elvárásoktól. Az akció következtében azonban még itt is sikerült elérni forgalomemelkedést, ami az előző havi forgalomhoz képest 92%-os, abszolút értékben 243.465 eFt.

Az akcióban résztvevő 100 posta akcióban teljesített adatairól rendelkezésre álló információkból megállapítható, hogy az akciót megelőző hónap forgalmához képest az Értékőr fogalom 303%-os, míg a Fészekőr forgalomban 18%-os emelkedést ért el. A posták a kiemelt termékeknel az összpostai teljesítmény 23-31%-át teljesítették!

Összességében elmondható, hogy a pénzügyi szolgáltatások terén jelentős forgalom emelkedés realizálódott májusban az akció hatására. Az akció hatása azonban nem csak az adott hónapban jelentkezik, hanem az azt követő időszak eredményét is befolyásolja. Hiszem szolgáltatásaink ismertebbé váltak. Ez az elhúzó hatás főleg a biztosítások és a lakás-előtakarékosság terén jellemző, hiszen ott a szerződéskötés pillanatát hosszabb tájékoztató, meggyőzői időszak előzi meg. Az ügylet nem biztos, hogy realizálódik az akció ideje alatt.

Az akció tehát a forgalom alakulásának pozitív irányú és nagymértékű elmozdulását idézte elő. S mibe került ez?

Az akció közvetlen költségeként a marketing eszközök költsége 8.750 eFt, a postai dolgozók részére kifizetett bérjellegű termékjutalékok, annak járulékos terhei jelentkezték, valamint az extra ajándékok ellenértéke tette ki.

S mit adott az akció a munkatársainak? A vállalati belső érték szempontjából adott-e valami pluszt? Milyen volt az ügyfelek megítélése? Ezek azok a kérdések, amiket nem lehet számszerűsíteni, ugyanakkor nagyon fontos a válaszközlő tudomást szerezni és azokat a további akciók sikeressége érdekében felhasználni.

Az akció kiírásában elvárásként szerepelt a posták felé, hogy az akció lebonyolításáról írásban tájékoztatást adnak. A későbbiekben összegzem a posták tájékoztatásainak információ értékét.

*Folytatjuk*

## **Magyar–román szakmai egyesületi találkozó**

A PSZE a román szakmai egyesülettel (FRJPT) 2003 óta folyamatos kapcsolatot tart fenn. Ennek keretében az elmúlt két évben kölcsönös találkozóakra került sor Debrecenben, illetőleg Zilahon. Megállapodás született arra nézve – többek között – hogy a nemzetközi szövetség alapszabályának szellemében szervezzünk olyan találkozókat, amelyek során elősegíthetjük a két posta szakmai egyesülete szakmai és egyéb jellegű tevékenységeinek jobb megismerését.

Az aláírt egyezmény külön is javasolja, hogy a PSZE budapesti, valamint az FRJPT bukaresti szervezetei kössenek együttműködési megállapodást és mozgósítsák tagjaikat kölcsönös szakmai találkozók lebonyolítására, olyan információcserére, amelyek hozzájárulhatnak az EU postai irányelvek romániai alkalmazásának előkészítéséhez.

2005. május 5-8 között a PSZE Elnöksége, valamint a Központi Régió Igazgatóság PSZE szervezetének meghívására hivatalos látogatást tett Budapesten az FRJPT bukaresti szervezetének 3 tagú küldöttsége, Christina Tudose elnök asszony vezetésével.

A megbeszéléseken nagyon részletes tájékoztatások hangzottak el a Magyar és a Román Posta jelenlegi helyzetéről, stratégiai terveiről.

A PSZE elnöke javaslatot tett határmenti találkozók, közös szakmai rendezvények megszervezésére, a Központi Régió képviseletében pedig Bor Sándor igazgató, valamint Deutsch Józsefné hálózatüzemeltetési igazgató-helyettes nagyon részletes, magas színvonalú szakmai tájékoztatót adtak a Központi Régió eredményeiről és a fejlesztési elképzelésekről.

A kölcsönös szakmai és egyéb témákban lefolytatott megbeszélések nagyon eredményesek és hasznosak voltak, amelyek alapját képezhetik a további együttműködés továbbfejlesztésének.



**Lapunk tartalmi színesítése érdekében, most első ízben, ezentúl pedig rendszeresen hazai és nemzetközi sajtószemlét nyújtunk át tisztelt Olvasóinknak.**

**A hazai szemlében a Magyar Posta Részvénytársaságról a belföldi lapokban megjelent cikkekről adunk tájékoztatást, a nemzetközi hírekben pedig kitekintünk a világ postáira – Szerkesztőség**

## SZEMELVÉNYEK A HAZAI SAJTÓBÓL

### Kitörési pontok a postánál

*Világgazdaság, 2005. február 23., 1-7. oldal*

A minőségjavításában látja a Magyar Posta esélyét piaci pozíciói megőrzésére a postai szolgáltatások 2009-es teljes liberalizációját követően Szabó Pál, a társaság vezérigazgatója. A vállalatnak stabil, jól kiépített piaci pozíciókkal, a pénzügyi és a logisztikai szolgáltatások bővítésével kell felkészülnie a változásra. A postai szolgáltatások liberalizációjában a következő lépés 2006-ban az 50-100 gramm közötti küldemények piacának felszabadítása lesz. – Nagyon oda kell figyelni, ha nem akar a Magyar Posta érzékeny veszteséget elszenvedni – mondta a lapnak Szabó Pál. – Különösen az intézményi ügyfelek lehetnek vonzók a vetélytársaknak is, mert a levélforgalom 90 százalékát ők adják, és csupán tíz százalékát a lakosság. A versenytársak már jelen vannak. Különösen regionális szinten lehet éles a verseny, hiszen az új szolgáltatónak elegendő kisebb infrastruktúrát kiépítenie a belépéshez. Erre csak egyetlen válasz van: a minőség javítása. Ezért 2005 legfontosabb feladata a minőség javítása. A pénzügyi szolgáltatások, illetve a logisztikai termékek körében várhatók új szolgáltatások, és igyekszünk a levélüzletágon belül is egyre inkább ügyfélorientált, testreszabott megoldásokat kínálni. A 2006-os további liberalizáció pedig olyan stratégia kialakítására késztet bennünket, amely egy sor ügyfélbarát intézkedést von maga után.

### A Magyar Posta is versenybe szállt a logisztikai termékek piacán

*LogInfo, 2005. február*

Interjú Dr. Horváth Sándorral, a Logisztikai Szolgáltatások Üzletág vezetőjével és Pusztai József értékesítési igazgatóval. Horváth Sándor elmondta: 2004. január 1-én alakult az üzletág. A szervezet felépítését szinte hetek alatt oldották meg. Számos piackutatáson vannak túl, az ügyfelek igényeit személyes találkozások sokaságán mérték fel. Elkezdtek a meglévő termékek újrapozicionálását és új termékek kifejlesztését. Szinte teljes egészében átalakították a szállítási- és küldeményforgalmi technoló-

giákat. Közel 6000 munkatárssal minden nap a minőségi munkavégzést és az ügyfél-igények magas szintű kiszolgálását tartják szem előtt. Munkájukat 26 szállítási centrum és több mint 3200 gépjármű segíti. A hazai CEP-piacon meglévő 25%-os részesedésükkel piacvezetőnek számítanak. A környező országokkal való összehasonlításban ők a leginnovatívabbak. Állami vállalatként a multinacionális vállalatokkal szemben is vállalják a megmérettetést.

### Közel 15 milliárd forintot fordított logisztikai hálózatának bővítésére a Magyar Posta

*Gazdasági Rádió, 2005. február 24. 16:16*

A Magyar Posta a közelmúltban csaknem 15 milliárd forintot fordított logisztika hálózatának bővítésére. Ennek részeként éppen egy éve megépítette új logisztikai centrumát Budaörsön. A 9,5 milliárd forintból megvalósult projekt a tervek szerint tizenkét év múlva térül meg. A beruházásra azért volt szükség, mert – mint Horváth Sándor, a posta logisztikai üzletágának vezetője fogalmazott –, az állami társaság csak megfelelő gazdasági és technológiai feltételek mellett tud versenyképes szolgáltatásokat nyújtani. Az a célkitűzés, hogy a küldemények több mint 80 százalékát az OLK-ban géppel lehessen feldolgozni, nem teljesült. A valóság 55–60 százalék között mozog. A küldemények jelentős része nem alkalmas gépi feldolgozásra. Rendszeresen előfordul például, hogy aki nem ismeri a fővárosi irányítószámokat, ráírja a levélre: Budapest 1000. A nagyfeladók küldeményeivel is van gond. Ahány küldemény-előállító rendszer létezik, annyiféle a betűkészlet, annyiféle a címezéskultúra, annyiféle a címezés gyakorlata. Sokan az ablakos borítékok címiratába mindenféle egyéb adatot is beírnak a számlaszámtól a hivatkozási számig, ami zavarja az OLK címfelismerő rendszerét. A Logisztikai Szolgáltatások Üzletág megkeresi azokat a nagyfeladókat, akiknek a küldeményeivel problémák vannak, kéri, úgy állítsák elő és úgy címezzék, hogy az automata gépsor kezelni tudja a leveleket. A magyar postatörvény előírja, hogy az elsőbbségi küldemények 85 százalékát a feladást követő napon, a nem elsőbbségiek 85 százalékát pedig a feladást követő három napon belül kell kézbesíteni. Ezt nagyjából teljesíteni is tudja a Magyar Posta. Az osztrák postások ugyanakkor 90–95 százalék fölött járnak az elsőbbségi küldemények másnapi kézbesítésében. A Magyar Posta vezetői ezért azt a célt tűzték ki, hogy – bár erre jogszabály nem kötelez –, 2005-ben a feladás másnapján kézbesített elsőbbségi küldemények arányát 85 százalékról 90 százalékra emeli a Magyar Posta, a nem elsőbbségi küldeményeknél pedig a három napon belül kézbesítendő küldemények mennyiségét pedig 95 százalék fölé szeretné tornászni.

### Bronzérmes a FIFA-nál a Magyar Posta bélyege

*Reggel, 2005. március 1., 17. oldal*

A Magyar Posta Rt. harmadik lett a Nemzetközi Labdarugó Szövetség megalakulásának századik évfordulójára kiírt tornán. Igaz, a bronzérmet nem a pályán szerezte. A FIFA tavaly felkérte a világ postáit, hogy a centenáriumi alkalmából adjanak ki bélye-

get. Majd száz vállalat tett eleget a felhívásnak, és közülük a futball csillagaiból alkotott zsűri a Magyar Posta bélyegét találta a harmadik legjobbnak. A bírálók – többek között Pelé, Sir Bobby Charlton, Franz Beckenbauer, Michel Platini – a 2010-es világbajnokságnak otthont adó Dél-afrikai Köztársaság és a 2006-os vbét rendező Németország postájának adták a képzeletbeli arany-, illetve ezüstérmét. Dina András, grafikusművész alkotásával sporttémában ötven év után hódított el a Magyar Posta nemzetközi művészeti díjat.

### **Miniszterelnök a postás szakszervezet kongresszusán**

*2005. március 3. 12.00 Kossuth – DÉLI KRÓNKA*

– Nyereségessé vált a Posta és bár marad állami kézben, mégis vállalatként kell működni – hangzott el a Postás Szakszervezet rendkívüli kongresszusán, amelyen részt vett a miniszterelnök is. Őt egyébként természetesen a béremelés lehetőségeiről kérdezték a legtöbben. A tudósító Bánkúti Gábor: – Az ország egyik legnagyobb szakszervezetének elnöke, Mundruczó Kornél arról beszélt, hogy a veszteséges Posta mára nyereséges lett, de szükség lenne rá, hogy az eredmény egy része jusson bérnövelésre. A miniszterelnöknek szegezte a kérdést, igaz-e, amit az ő parlamenti beszéde ellenére több kormányzati képviselő emleget, hogy magánosítani fogják a Postát? Szabó Pál vezérigazgató arról beszélt, hogy a mozgópostákra a kistelepléseken szükség volt és van, jók, de létrehozásuk sajnos egybeesett a kistelepléseket sújtó más kedvezőtlen folyamatokkal. Gyurcsány Ferenc épp erre válaszolva mondta, hogy a nyugalom és kiszámíthatóság mellett az is fontos, hogy az tartós legyen. A Postát nem szándékoznak privatizálni, de azt tudni kell, nem az állam része, hanem vállalat, versenyképesnek kell lennie, nyereségesnek, ám ebből a nyereségből kell fordítani fejlesztésre is, mert ha a költségvetésből vennék el rá a pénzt, növelni kellene az adókat. A hallgatóság nevetett, amikor a postások átlagbérééről azt mondta: 90 ezerről 120 ezerre nőtt. Erre hozzátette: bruttóban. De csak akkor csitult a derű, mikor elmondta: tudja, ennek fele közteher, és abból, ami marad, nem lehet úgy élni, ahogy szeretnének, de épp ezért lényeges, hogy van-e elég tehetségünk felkészülni, úgy őrizni a mát, hogy a jövő biztonságára is készen álljunk, amire az országnak öt éve van.

### **Egyéves a Magyar Posta logisztikai üzletága**

*Magyar Hírlap, 2005. március 17., 20. oldal*

A logisztikai szolgáltatások üzletág 2005-ös stratégiájának legfontosabb célja a hagyományos postai szolgáltatásoktól megkülönböztetett, önálló üzletági brand és új termékportfolió kialakítása. A lakossági és vállalati termékportfolió megtervezésekor a „kényelem alapú” magas szintű logisztikai termékek kifejlesztése volt a cél. Ennek eredményeként széles körű logisztikai szolgáltatásokat nyújt. Az ügyfelek igényeiktől függően különböző lehetőségek közül választhatnak. Az üzletág az időgarantált futárszolgáltatásoktól a többtonnás áruk fuvarozásáig vállalja a teljes körű házhoz kézbesítést – a kis

csomagoktól a rakodólapos egységpakományokig – az ország 3200 településére a megrendelés fogadását követő munkanapon, időgaranciával. Megrendelhető aznapi, vagy akár négy órán belüli teljesítés is. A választás megkönnyítése érdekében a termékeket három kategóriába sorolták: economy, standard, prémium. A kategóriákon belül különböző szolgáltatáscsomagokat kínálnak, melynek része például a teljes körű csomagolás, a házról történő felvétel, 2005 májusától pedig a teljes körűen elérhető nyomkövetés, elektronikus bizonylatolás, garancianyújtás.

### **Informatikai fejlesztések a Magyar Postánál**

*Népszava, 2005. március 24., melléklet 8. old.*

A XXI. században az európai gazdaságok egyik legjelentősebb változását az úgynevezett közszolgálati társaságok reformja jelenti. Közismert, hogy a postai piac 2009-től teljes egészében nyitott lesz. Közelebbről ez annyit jelent, hogy a Magyar Postának alig négy éve van arra, hogy versenyképes vállalattá fejlődjön, olyan racionálisan gazdálkodó szervezetet alakítson ki, amellyel képes megőrizni pozícióját a magyar piacon. A stratégiaváltás egyik fontos eleme a mind szélesebb körű informatikai megoldások alkalmazása a klasszikus szolgáltatásokban. Miután a mobil posta jól felszerelt gépkocsihálózatot igényelt, megoldhatóvá vált, hogy úgynevezett POS-terminálokkal is ellássák a kártyás kifizetések biztosításához. Az elmúlt évben jelentős mértékben bővült a tranzakciók száma a házhoz vitt terminálokon. A postai bevételek havi átlagos értéke meghaladja a nyolcvanmillió forintot a mobil posta által kiszolgált településeken. A Magyar Posta másik jelentős informatikai fejlesztése az úgynevezett hibrid levelekhez kötődik. Az eljárás lényege, hogy a posta budapesti Elektronikus Posta Központjába (EPK) elektronikusan érkező leveleket fizikai formában állítják elő, és így továbbítják. Ez a rendszer ma még csak a nagy tömegű levelek előállítására alkalmas, így többek között a bankok, biztosítók, közüzemi társaságok számlaleveleit, egyenlegértékesítőit, tájékoztató jellegű küldeményeit vagy felszólításait dolgozzák fel ezzel a megoldással. A technológia teljesen gépesített és automatizált. Kidolgozták már azt a PC-ePost rendszert is, amely alkalmas az Interneten keresztül érkező egyéni levelek feldolgozására és továbbítására is. Ezeket a küldeményeket kéttablakos borítékban helyezik majd el, hogy a címzett és a feladó egyaránt szerepelhessen rajta. A postánál bizonyosra veszik, hogy részben az egyéni levelezés, részben az üzleti és a magánszféra közötti információtovábbítás előbb vagy utóbb komoly fogalmat generál.

### **Mozdul a posta**

*Heti Válasz, 2005. április 7., 48-49. oldal*

A hetilap interjúja közölte Szabó Pál vezérigazgatóval, aki többek között elmondta: – A mi fölfogásunk szerint a postának újra kell gondolnia az alaptevékenységét, s abban kell versenyképes szolgáltatást nyújtani, amire létrehozták. Ez pedig nem más, mint az információ továbbítása, az egyedülálló logisztikai és hálózati rendszer hatékony működ-

tetése. A külföldi postavállalatok is ezen a pályán akarják megtalálni a jövőjüket, ahol verhetetlenek lesznek a 2009-ben bekövetkező teljes postai piaci liberalizációt követően. A modernizációs programunk arról szól, hogy a hagyományosan működésorientált egyetemes szolgáltató miként tud jobb jövedelmezőségű, költségérzékenyebb társasággá válni. Programunk arra épül, hogy a posta gyakorlatilag minden háztartásba eljut, s ehhez rendelkezik megfelelő helyismerettel is. Rengeteg olyan piaci információ birtokában van, amit felhasználhat a különféle termékfejlesztésekhez, s ezáltal előnyhöz juthat a konkurenciával szemben. Nem a soha csomagot fel nem adó, táviratot soha nem küldő és kapó ügyfelekre alapozunk, hanem azokra, akik a sárga csekkel vagy az elsőbbségi levéllel elmennek a postára. Tudjuk, hogy jelzaloghitelt nem a postán telepítenek vagyontárgyaikra, sőt hosszú lejáratú hitelért sem hozzánk jönnek, de biztonságos és egyszerű pénzügyi szolgáltatásokért már igen... Jelenleg 2800 hivatalból álló hálózatot tartunk fenn... ebből 800 posta működik nyereségesen. Mivel a postatörvény a Magyar Postát jelölte ki egyetemes szolgáltatónak, ezért mindent ennek kell alárendelnie. Ebből az axiómából kiindulva kell felépítenie a gazdálkodását. Az évi 157 milliárd forintos árbevételünk alig 30 százaléka, mindössze 50 milliárd forint származik a fenntartott szolgáltatásokból és a kötelezően működtetett hálózatból. A többit a verseny piacon, infrastruktúránk hatékony felhasználásával kell megkeresnünk, úgy, mint bármely más, a piacon aktív gazdasági szervezetnek.

### **ISO-minősítést kapott a posta**

*Népszava, 2005. április 23., 4. oldal*

A levél- és csomagfelvétel, a szállítás és kézbesítés magas színvonaláért a Magyar Posta Rt. tegnap vehette át az ISO 9001:2000-es minősítést. Szabó Pál vezérigazgató az Országos Logisztikai Központban megtartott átvételi ünnepségen úgy fogalmazott: a társaság fő célja a növekedés és a fejlődés. Szolid, de biztonságos tartományban mindkét feltételnek eleget tesznek, 39 ezer dolgozójuknak megnyugtató egzisztenciát, minden háztartásnak biztonságos szolgáltatást garantálnak. A vezérigazgató szólt arról is, hogy 2009 a teljes liberalizáció éve lesz, a posta minden területen elveszíti monopóliumát. Hozzátette azonban, az unióban ott működnek a legjobb minőségű posták, ahol a liberalizáció már megtörtént. A Magyar Posta Rt. is úgy gondolja: minőség nélkül a versenytársaknak tennének szívességet. Elmondta, hogy bár az elsőbbségi küldemények 85 százalékát kellene másnap kézbesíteniük, 90 százalékos mutatóval dolgoznak, de ezt tovább tökéletesítik. Kákonyi András, az SGS Hungária Kft. tanúsítási igazgatója kifejtette: a társaság vevőközpontúsága és a folyamatos fejlődés miatt döntöttek úgy, megadják az Európai Unió tagországaiban is elismert tanúsítványt. A minőségbiztosítási rendszert korábban azért fejlesztették ki, hogy mérhető legyen a vállalatok és vállalkozások teljesítménye. Az SGS Hungária Kft. a svájci központú SGS Csoport (Société Générale de Surveillance) tagja, a világ legnagyobb minőségellenőrző, -vizsgáló és -tanúsító szervezete. A genfi székhelyű vállalatcsoport szinte a világ összes országában megtalálható. Az SGS 1991 óta tevékenykedik Magyarországon, az elmúlt 14 évben szolgáltatásaival szinte minden iparágban jelen van.

### **Tömegtermékekre állt rá a posta**

*Világgazdaság, 2005. április 29., 19. oldal*

„Magyar Posta pénzügyi szolgáltatások” elnevezés alatt kínálja a posta az Erste Bank egyes lakossági banki termékeit, a képet pedig saját biztosítójának konstrukciói teszik teljessé. A postákon kínált termékek a kevés számlaforgalmat bonyolító, alapszintű szolgáltatásokat igénylő ügyfeleknek jelenthetnek kedvező alternatívát. Az árazás jól láthatóan ennek a rétegnek kedvez. A Posta Folyószámla havi számlavezetési díja például kerekén száz forinttal kevesebb, mint az Erste Bank standardnak tekinthető lakossági folyószámlájánál felszámolt összeg. A kevés számlamozgást produkáló ügyfelek által gyakran alkalmazott készpénzfelvétel díjai is kedvezőnek tekinthetők: a Posta Folyószámla tulajdonosa az Erste ATM-jeit huszonöt forintért plusz a felvett összeg három ezrelékéért használhatja alkalmanként e célra, míg az Erste bankszámlájánál 40 forintért és három ezrelékért oldható meg ugyanezen művelet. A kis tételekben bankoló ügyfeleknek kedvez az is, hogy a postai folyószámlához minimális nyitóösszeget sem határozott meg az Erste. A folyószámlán túl megtakarítási termékeket is árul a posta hálózatában az Erste Bank. Kisbenedek Péter elnök-vezérigazgató szerint ettől sokat várnak, hiszen csak befektetési alapból egymilliárd forintnyit sikerült eladni az elmúlt négy hónapban. Komoly volument vár erre az évre a hitelintézet a Posta Személyi Kölcsön névre keresztelt konstrukciótól is. Ezek mellett a Magyar Posta Életbiztosító Rt. megtakarítási termékei is hozzáférhetők a postahivatalokban, így a PostaÉrtékŐr folyamatos díjfizetésű, illetőleg a PostaHozamŐr egyszeri díjas életbiztosítás. Utóbbi érdekessége, hogy az egyszeri díjas szegmens általános hanyatlása mellett is van rá kereslet, a Magyar Posta Életbiztosító a tavalyi életbiztosítási díjbevételének több mint 80 százalékát egyszeri díjas konstrukciókból szedte be. A PostaÉrtékŐr esetében azon ügyfelek számára, akik tíz évnél hosszabb futamidőt választanak, nemcsak a kifizetés adómentes, hanem befizetések után is adókedvezményt vehetnek igénybe. Ráadásul a standard konstrukciókat választóknak az életbiztosításoknál amúgy általános, az egészségi állapottal összefüggő kérdésekre sem kell számítaniuk.

### **Kihívások a piacnyitás előtt**

*Világgazdaság, 2005. május 24., 8. oldal*

A Magyar Posta monopóliuma 2006-ban részlegesen, majd 2009-ben teljesen megszűnik, ám hogy a piacnyitás ne érintse hátrányosan a társaságot, prioritásként kell kezelni a képzést és a belső kommunikációt – állítja a cég humánerőforrás vezérigazgató-helyettese, Szűts Ildikó. – Tudatosítani kell a kollégákban, hogy milyen üzleti, környezeti és piaci kihívások várnak rájuk – fogalmaz. – Emellett hangsúlyt kell fektetni a felkészülésre, a piacképességhez szükséges kompetenciák biztosítására is, amely szaktudást, üzleti gondolkodást, ügyfélkultúrát, korszerűbb termékeket és magasabb színvonalú szolgáltatói magatartást jelent. – Szűts Ildikó a belső kommunikáció koordinálását végző legszívesebben, épp ezért személyesen is sok olyan fórumon, roadshow-n vesz részt, amely erősíti ezt a folyamatot. Emellett kulcskérdésnek tartja az érdekképviselésekkel

való kapcsolattartást. Vallja, hogy a munkabéke a záloga annak, hogy a Magyar Posta javítani tudja piacképességét. Figyelemmel kíséri a középvezetők felkészítését, hiszen egy modernizációs folyamat nemcsak a menedzsment felkészültségén múlik, hanem sokkal inkább azon, hogy a középvezetés mennyire képes a változásokkal lépést tartani, és ezt közvetíteni a 39 ezer munkavállaló felé.

### **Százmillióért kelt el a 3 krajcáros bélyeg Elcserélték a nyomódúcot 150 éve, így jött létre a ritkaság**

*Színes Bulvár Lap, 2005. május 25., 10. oldal*

Százmillió forintnak megfelelő svájci frankot fizettek egyetlen hibás magyar bélyegért egy zürichi árverésen. A bélyegből összesen hat darab található a világon. Megszólalásig hasonló párjáért néhány évvel ezelőtt harmincnegyvmillió forintot fizettek. 1867 szeptemberében Félix Pfeiffer postára adott egy levelet Kőbányán, amelyre ötkrajcáros bélyeget kellett ragasztania. Ám a bélyegre öt helyett véletlenül három krajcárt nyomtak. A tévedést senki nem vette észre, Pfeiffer úr pedig nem is sejtette, hogy üzleti levelének borítékjáért százötven évvel később százmillió forintot fognak fizetni. A zürichi Corinthia árverezőházban elkelt bélyeg nagyon ritka és különleges, ezért olyan értékes. Az 1800-as évek végén a bécsi nyomdában az ötkrajcáros címletek nyomtatásakor véletlenül egy hármasszámjegyű nyomódúc is keveredett a többi közé. Ezeket a bélyegeket annak idején ugyanúgy ötkrajcárosként forgalmazták, senki nem vette észre a különbséget – magyarázta lapunknak Visnyovszki Gábor bélyegszakértő. – A gyűjtők számára nagy kincs a tévesen nyomott bélyeg, főleg, ha kevés található belőle. Ebből a típusból összesen hat darabot tartanak számon a világon, közülük kettőre a Pfeiffer család levelezésében bukkantak rá. A Pfeiffer család valószínűleg kereskedéssel foglalkozott a XIX. század végi Budapesten, több láda hivatalos levelezést hagytak maguk után. A bélyegek között található két világritkaság egyike a nemrég elárverezett téves nyomású bélyeg, a másik pedig annak majdnem tökéletes mása, amely 1997-ben Budapesten kelt el 38 millió forintért.

### **Százéves a magyar autó**

*Mai Nap, 2005. május 31., 7. oldal*

Száz éve, 1905. május 31-én indult próbaútjára az első magyar tervezésű autó, melyet Csonka János gépészmérnök készített a magyar posta számára. A Magyar Királyi Posta- és Táviráda-igazgatóság 1903-ban írt ki nemzetközi pályázatot postautók beszerzésére, erre a vezető autógyárak legújabb típusaikat küldték. A zsűri egyhangú elismerését mégis Csonka János konstrukciója vívta ki, s a megrendelést is ő nyerte el. Kocsijainak négyhengeres motorja, két blokkból összeszerelt iker hengertömbje, differenciálműve, két lánckerekes hátsótengely-meghajtása, sorosan kapcsolt sebességváltója volt, s golyóscsapágyat alkalmazott mindenütt. A győri Magyar Wagon és Gépgyárban folyó szerelést Csonka vezette, megalapozva a későbbi Rába autógyá-

rat. Csonka első magyar gyártmányú gépkocsija 1905. május 31-én indult el kétezer kilométeres próbaútjára a Műegyetem udvaráról s a Felvidék, Erdély és az Alföld alig kiépített útvonalain, üzemzavar nélkül ért haza – ettől számítják a magyar autógyártást. A négyütemű, vízhűtéses motorral ellátott csomagszállító autó 26 km/óra átlagos, 35 km/óra csúcsebbséget ért el.

### **Egyre kedveltebb az elsőbbségi levél**

*168 óra, 2005. június 2., 56. oldal*

Szivi László, a Magyar Posta Rt. üzleti vezérigazgató-helyettese a társaság előtt álló feladatokról nyilatkozott a 168 órának. Többek között elmondta: – A Magyar Posta arra törekszik, hogy az ügyfelek igényeihez mind jobban alkalmazkodva folyamatosan javítsa szolgáltatásait. Ezért alakítottuk át a küldeménytovábbítási rendszer logisztikai hátterét, melynek központi eleme az Országos Logisztikai Központ megnyitása volt. A létesítmény eredményei – a kezdeti nehézségek után – folyamatosan javulnak, nem véletlen, hogy az elmúlt hónapban a nemzetközi minőségi tanúsítványt is megszereztük. Az elmúlt évben több új terméket vezettünk be, ilyen például az elsőbbségi levél, amely a postai feldolgozásban és kézbesítésben prioritást élvez. A küldemények gyors továbbítását az ISO minősítést szerzett Országos Logisztikai Központ, valamint az átalakított szállítási és kézbesítési rendszer együttműködése oldja meg. Az idei évben kiemelt figyelmet fordítunk a minőségre. A Magyar Posta munkatársai utcanévek szerint ismerik Magyarországot, tehát verhetetlen helyismerettel rendelkeznek. Logisztikai hátterünk és technológiai kapacitásunk – amely hazánkban egyedülálló – hatékony működtetésével az elsőbbségi leveleket a feladást követő napon versenyképes áron juttatjuk el a címzettekhez. Talán kevesen tudják, hogy a küldemények átfutási idejére vonatkozó kormányhatározat szerint az elsőbbségi levelekre statisztikai garanciát kell vállalnunk. Az elsőbbséggel feladott levelek 85%-ának kell másnapra a címzethez érnie. Ma ott tartunk, hogy 10 levélből 9 másnapra odaér. Ennek is köszönhető, hogy az elmúlt időszakban ügyfeleink napi átlagban 15%-kal több elsőbbségi levelet küldtek a címzetteknek.

### **Minőségi mutatóknak kell megfelelni**

Szabó Pál vezérigazgató a Magyar Posta feladatairól és a lemaradásokról

*Vasárnapi Hírek, 2005. június 12., 7. oldal*

Dr. Szabó Pál, a mintegy 39 ezer főt – köztük 13 ezer kézbesítőt – foglalkoztató, 2800 postát fenntartó állami nagyvállalat, a Magyar Posta Rt. vezérigazgatójaként 2002-ben, az év második felében vette át az irányítást a konszolidáció feladatával. Az első évet 9 milliárd forintos veszteséggel, 2003-at már hárommilliárdos eredménnyel zárták. 2004-et négy milliárd felettel, az idei – szavai szerint – feszített terv több mint ötmilliárd forintos üzemi eredménnyel számol. A közelmúltban elfogadott törvénymódosításnak köszönhetően egyértelművé vált mindenki számára: a posta privatizációja nincs napirenden. A Magyar Posta eleget tesz egyetemes szolgáltatói kötelezettségeinek.

Minden településen jelen vagyunk nap mint nap. Kiterjedt fixpontú hálózatunkat és a mobilposta-szolgáltatást is működtetjük. Mintegy 300 ezer állampolgárt autóval érünk el a mobilposta-szolgáltatás keretében. Ehhez a háttérrel még az Orbán-kormány idején – 2001 nyarán – elfogadott XL. törvény írja elő. A jogszabály kimondta, hogy a postai szolgáltatás mindenkinek jár, de ugyanez a törvény írta elő, hogy a szolgáltatásokat a 600 főnél kisebb településeken nem kizárólag kell állandó postaépületben biztosítani. A menetrend szerint járó mobilszolgáltatást megszokták-megszerették az emberek. És nemcsak azon a 404 településen, ahol a mobilposta-szolgáltatás előtt egyáltalán nem volt posta. A mobilpostával párhuzamosan többet is adtunk a kistelepülésen élőknek: korábban csak az ország 270 településén volt csomag-házhozhozbesítés, tavaly májustól munkatársaink a csomagokat házhoz viszik valamennyi községben minden címhelyre. A Magyar Posta és a német HDI konzern között 2002 első félévében aláírt megállapodást az előző vezetéstől örököltük – mondja Szabó Pál. – Postai biztosítótársaságok tulajdonosaként üzletileg is sikeresek lehetünk. A Magyar Posta Biztosító és a Magyar Posta Életbiztosító a nulláról indulva – alig két év alatt – több mint 8 milliárdot csípett le a piacból. Ügyfélállománya, díjbevétele dinamikusan fejlődik. Olyan kistelepüléseket is bevonunk a banki szolgáltatásokba, ahol más kereskedelmi bankok nincsenek jelen. A posta és az Erste Bank stratégiai együttműködéséből, ha jól teljesítünk, egyre több bevételünk származhat. A budaörsi Országos Logisztikai Központ (OLK) ma már naponta 2,2 millió küldeményt továbbít. Ebből vagy 70 ezer az úgynevezett elsőbbségi levél. A központ fejlődését leginkább az jelzi: áprilisban megkapta az ISO minősítést. Ez garancia a színvonalas munkára, erre már lehet építeni a jövőben. Szigorú előírásoknak kell megfelelnünk: a Postatörvény az időhatárokról is tartalmaz előírást. Ma már valamennyi minőségi előírásnak megfelelünk. Független mérési számaink arra biztatnak, hogy a nyár végén bejelentsem: szeptember elsejétől a Magyar Posta változatlan tarifa mellett az elsőbbségi küldeményekre már 90 százalékos másnapi kézbesítést vállal az előírt 85 százalék helyett. Jó úton vagyunk ahhoz, hogy 2006. január elsejétől a „közönséges” küldemények három napon belüli kézbesítésére előírt 85 százalékos mutató helyett 95 százalékos teljesítést vállaljunk. A szolgáltatások törvényben rögzített minőségi előírásainak maradéktalan elvégzése, sőt annak önként vállalt túlteljesítése jelentheti a cég számára a versenyképességet, az egyedüli járható utat a 2009-ben megvalósuló piacnyitásra való felkészüléshez.

*Az összeállítást készítette: Lovászi József*

## Nemzetközi postai hírek<sup>1</sup>

2005. január-július

### Az Osztrák Posta a Spar és Billa üzletláncokkal tárgyal

[www.nachrichten.at](http://www.nachrichten.at) – A tervezett 357 postahivatal bezárása miatt az Osztrák Posta folyamatosan dolgozik azon, miként lehet megoldást találni arra, hogy az ügyfelek ne maradjanak postai szolgáltatás nélkül. Az egyik lehetőség a kereskedelmi láncokkal történő megállapodás, ahol a kereskedelmi tevékenység mellett postai szolgáltatás nyújtását is biztosítani lehet. A megoldás nem teljesen új, hisz jelenleg is 16 Spar kereskedelmi egységben lehet postai szolgáltatásokat igénybe venni. A kör bővítéséről jelenleg is folynak a tárgyalások. Vita leginkább a részesedés arányának tárgyában van. A lakosság fél attól, hogy újabb postahivatali bezárásokra is sor kerülhet, amennyiben a kereskedelmi üzletláncokkal sikerül a hosszú távú megállapodást megkötöni. A posta szóvivője bejelentette, hogy 2007-ig újabb bezárásokat nem tervez az Österreichische Post AG.

### A Német Posta kibővíti csomagautomata hálózatát

<http://de.news.yahoo.com> – A 2001-es pilot-projekt után bevezetésre került a Packstation (csomagautomata) hálózat Németországban, ahol az ügyfelek a nap bármely időpontjában feladhatják csomagjaikat, illetve felvehetik az érkezteteket. A Német Posta adatai szerint jelenleg 15 városban 400 ilyen automata működik, melyet 200.000 regisztrált ügyfél használ. Ebben az évben 20 további német városban tervezik újabb Packstation-ok felállítását.

### 2006-ban megszűnik az angol bélyeg áfa-mentessége?

[www.postcom.org](http://www.postcom.org) – Jövőre, a postai piac megnyitása után várhatóan megszűnik az angol Royal Mail bélyegeire vonatkozó áfa-mentesség, amelynek következtében az elsőbbségi bélyegek ára 5 penny-vel megemelkedik. Ezért a brit postai szabályozó szerv, a Postcomm jelenleg tárgyalásokat folytat a Pénzügyminisztériummal és az Ipari Minisztériummal a Royal Mail bélyegárainak 5%-os csökkentése miatt. Emellett azonban várható, hogy az EU ragaszkodik majd a teljes 17,5%-os áfa alkalmazásához mind a Royal Mail, mind az egyéb postai szolgáltató cégek árainak megállapításakor a piaci verseny igazságossága érdekében.

<sup>1</sup> Készült a Magyar Posta Rt. Nemzetközi Üzletága „Nemzetközi Hírlevél” című sajtószemléje alapján. Az összeállítást válogatta: dr. Lovászi József

## A Royal Mail, mint telekommunikációs szolgáltató

[www.bloomberg.com](http://www.bloomberg.com) – A Royal Mail állami tulajdonú postai szolgáltató piaci részese-dést próbál szerezni a BT (British Telecom) Group Plc telefontársaságtól annak érdekében, hogy megkezdhesse saját vonalas hálózatának kiépítését. Az elkövetkezendő évek stratégiai tervei között szerepel közel 1 millió saját ügyfél megszerzése 2008-ig, az ún. „Homephone” üzleti vállalkozás keretein belül. A Royal Mail ezzel a lépésével mintegy beforakszik az egyébként is erős versenykényszert diktáló telekommunikációs piacra. A vezetés lehetőséget lát arra, hogy a cég előnyére fordítsa a kihívásokat. Tarifájuk átlagosan 12%-kal lesz magasabb versenytársuk (a BT Group) megszokott áraitól, viszont terveik szerint nem szabnak majd meg hívásdíjat.

## Jó úton halad az Osztrák Posta hálózatracionalizálási programja

[www.postaustria.at](http://www.postaustria.at) – Szakértők megerősítették a posta által javasolt postahivatali számot. Az érintett települések polgármestereivel folyamatos egyeztetés folyik, már mintegy 90%-uk ismeri az átalakítási programot, s a posta szakembereivel együtt dolgoznak azon, hogy valamilyen alternatív megoldást találjanak a bezárandó postahivatalok helyett. A posta vezetői biztosították a lakosságot arról, hogy nem marad terület postai szolgáltatás nélkül. A posta javaslatára ellenőrző bizottságot hoztak létre, melynek tagjai a községek képviselői közül, az Osztrák Postától és szakértői körökből kerülnek ki. A bizottságot egyedi vitás problémákkal is megkereshetik az érintett területek, s együtt dolgozhatnak ki a javaslatokat. Február végére várják a posta munkacsoportjai az ellenőrző bizottságtól az első eredményeket.

## Az Osztrák Posta fontosnak tartja a helyes címzést

[www.postaustria.at](http://www.postaustria.at) – Küldemények ezreit nem tudja az automata gépsor feldolgozni a helytelen címzés miatt. Ilyenkor fáradtságos kézimunkával történik a feldolgozás, illetve esetenként a cím kiegészítése. Ez természetesen a kézbesítési minőség romlásával jár együtt. Ausztriában 30 munkatársat csak azért alkalmaznak, hogy a címkiegészítéssel és korrektúrázással foglalkozzanak, annak érdekében, hogy a szigorú minőségi előírásokat be lehessen tartani.

## A világ első MMS bélyegei a Svájci Postánál

[www.poste.ch](http://www.poste.ch) – A La Poste Suisse 2005 szeptemberében 4 MMS postabélyeget tervez forgalomba bocsátani, mely világpremiernek számít a bélyegkiadás történetében. A La Poste, a Swisscom Mobile és a berni Távközlési Múzeum várja a legjobb fotókat a „Swiss mobil – egy ország, mely mozgásban van” témában. 2005. február 1. és március 21. között a mobiltelefon tulajdonosok MMS-ben küldhetik el kedvenc, a témához kapcsolódó képüket. A beküldött fotókra SMS-ben lehet szavazni, s a 100 legnépsze-

rűbb közül szakértő zsűri fogja kiválasztani azt a négyet, melyek a szeptemberben kiadásra kerülő különleges bélyegeken lesznek láthatóak.

## Új levélfeldolgozó a Francia Postánál

**Forum 2005/február** – Lyon körzetében tervezik Franciaország ötödik levélfeldolgozó központjának kialakítását. A Rhône és az Ain területek küldeményforgalmának kezelése lesz az új létesítmény feladata. A 700-800 dolgozóval működő, óránként 400 000 küldemény feldolgozására alkalmas „üzem” beindítását 2007-re tervezik. A 70 millió eurós beruházástól minőségjavulást várnak a La Poste-nál. A D+1 kézbesítési arányt 2007-ben 85%-ra, 2010-ben pedig 90%-ra kívánják javítani.

## Postabezárásokat terveznek a Belga Postánál

[www.lesoir.be](http://www.lesoir.be) – A belga La Poste 1300 postahivatalának csupán a negyede nyereséges. Ezért 2009-ig 500-600 veszteséges posta bezárását tervezik Belgiumban. Helyettük új „postapontokat” kívánnak berendezni élelmiszerüzletekben, könyvesboltokban vagy akár benzinkutaknál. A Le Soir lap értesülései szerint ez az elképzelés megtalálható a belga La Poste 2005-2009-es stratégiai tervében is, melyet az Igazgatótanács jóváhagyott.

## Előrehozzák az angol postai piac liberalizációját

[www.postcom.org](http://www.postcom.org) – 15 hónappal a tervezettnél korábban, 2006. január 1-jén megtörténik az angol postai piac teljes liberalizációja. Így a Royal Mailnél elengedhetetlenül szükségessé válik a szolgáltatásminőség javítása, ellenkező esetben ügyfeleket veszíthetnek. A teljesen liberalizált postai piacon a Royal Mail megtarthatja vezető pozícióját, de ennek feltétele a kielégítő szolgáltatások biztosítása. Szükség lesz technológiai fejlesztésekre is a versenyképesség biztosításához, valamint szembe kell nézni a gyakori sztrájkokkal, ami a múltban is elég sok problémát okozott. Sajnálatos módon elkerülhetetlen a munkahelyek számának drasztikus csökkentése. A felügyeleti hatóságok fő feladata lesz felügyelni, hogy a piacnyitás következtében az egyetemes postai szolgáltatások minősége ne romoljon, valamint a távoli területek postai szolgáltatása folyamatosan működjön.

## A Svájci Posta innovációra törekszik

[www.poste.ch](http://www.poste.ch) – Mivel már egy éve teljesen megnyílt a svájci csomagpiac a versenytársak előtt, így ezen a területen folyamatosan törekedni kell az újító jellegű szolgáltatások bevezetésére, hogy az ügyfelek ne pártoljanak át a konkurenciához. Ezért is került ezen a héten bevezetésre Svájc 140 postahivatalában, hogy a Priority csomagokat 16 óráig lehet feladni, s másnap délig még így is kikézbesítésre kerülnek. A La Poste 2005

februárjától megnöveli PickPost szolgáltató helyeinek számát, ahol késő estig (beleértve a szombatot és vasárnapot is) átvehetik az ügyfelek csomagjaikat, melyek beérkezéséről e-mailben előzetesen értesítést kapnak.

### Vita az új levélszekrények finanszírozásáról Ausztriában

[www.nachrichten.at](http://www.nachrichten.at) – Az Európai Unió postai liberalizációs előírás szerint a háztartásokat úgy kell a levélszekrényrel ellátni, hogy minden kézbesítéssel foglalkozó vállalkozás hozzáférhessen. A felszerelés határideje a 2009. január elsejei EU rendelkezéssel szemben, Ausztriában 2006. július 1. Előreláthatóan 1,7 millió levélszekrényről van szó, melyek nagy része jelenleg a posta tulajdonában van. A szerelési költségek levélszekrényenként mintegy 15-150 eurót tehetnek ki. De ki állja ezt? A vitát még nem sikerült eldönteni. Az infrastruktúrális ügyekkel foglalkozó Minisztérium szerint a háztulajdonosoknak kellene fizetni.

### Új hibrid-levél szolgáltatás Ausztriában

**CEP-News / CEP-Hírek** – Az angol QiQ szoftvercég, mely L-Mail elnevezéssel hibrid-levél szolgáltatást kínál, együttműködési megállapodást írt alá az osztrák Redmail céggel. A Redmail Ausztria legnagyobb magán levélpostai szolgáltatója, a Styria Medien AG és a TPG Group közös vállalata. Az L-Mail üzleti és magán ügyfelei részére biztosítja a nemzetközi levelek postázását úgy, hogy az ügyfelek a számítógépeikről elküldik a postázandó levelet az L-Mailnek, aki ezt a címzetthez legközelebb fekvő településen kinyomtatja, borítékolja és feladja a postai rendszerbe. A feladó e-mailben kaphat másolatot a levélről és a feladás visszaigazolásáról. A két cég között megkötött megállapodás során a feladók alacsonyabb költséggel juttathatják el leveleiket Ausztriába a világ bármely pontjáról. A Redmail nemzetközi levélforgalma így növekszik, ami megerősíti a cég piaci pozícióját Ausztriában és Európában.

### Pénzügyi szolgáltatások az indiai postahivatalokban

[www.interpost.ru](http://www.interpost.ru) – Az indiai postahivatalok kibővítik a hagyományos postai szolgáltatások körét, így ennek érdekében az Indiai Posta biztosítási, illetve személyi kölcsönöket intéző pénzügyi cégekkel lépett kapcsolatba, hogy termékeiket, szolgáltatásaikat a jövőben a postán értékesítse.

### A Royal Mail ellenőri küldeményei útját

[www.postcom.org](http://www.postcom.org) – Az Angol Posta mikrochipes nyomkövető technológiát fog alkalmazni az eltévedt küldemények nagy száma miatt, mely kb. egymillió darab hetente. A vállalat több millió fontot költ egy olyan nyomkövető rendszer kiépítésére, melynek segítségével kideríthető, hogy hogyan vesznek el a levelek, és végül hol kötnek ki. A teszt-

leveleket mikrochipekkel látják el, és a feldolgozó üzemeket nyomleolvasó eszközökkel szerelik fel. A rendszer segítségével a leveleket több ponton ellenőrzik, és beazonosítják a problémás helyeket. A postás szakszervezetek valószínűleg ellenzik majd a rendszer alkalmazását, mivel szerintük így a postai dolgozók egyéni teljesítményét ellenőrizhetik.

### A Royal Mail egyik riválisa bélyeget bocsát ki

[www.postinsight.pb.com](http://www.postinsight.pb.com) – Nagy-Britanniában idén tavasszal egy privát postai szolgáltató cég – elsőként a Royal Mail versenytársai közül – bélyeget bocsát ki a kisvállalkozások kiszolgálására. A DX Services, mely 2004. novemberben alakult meg a Hays Group társaságból, néhány héten belül Skóciában és Észak-Írországban indítja be szolgáltatását. A bélyegeket ívekben fogják árusítani és a DX logo, valamint egy vonalkód lesz rajta, de sem bélyegképet, sem pedig a királynő arcképét nem nyomják rá. Az új bélyegszolgáltatás iránt az a kb. 6000 kisvállalkozás érdeklődhet, amely a DX cég dokumentum kicserélő hálózatát használja. A felhasználók a felbélyegzett leveleiket elpostázzák az egyik DX dokumentum kicserélő központba, melyeket onnan a címzettek saját postaládájába kézbesítenek.

### A Francia Posta beszünteti Internet-szolgáltatói tevékenységét

<http://fr.news.yahoo.com> – 2003-ban a francia La Poste Internet hozzáférési lehetőségek értékesítésével is elkezdett foglalkozni. Tevékenysége mindaddig sikeresnek bizonyult, ám az egyre komplexebb (a telefon, a televízió és az ADSL szolgáltatás együttes kínálata) szolgáltatásokat nyújtó vetélytársakkal nem tudja felvenni a versenyt, mivel a piaci árak egyre csökkennek, a költségek pedig egyre nőnek. A La Poste eddigi ügyfeleit technikai szolgáltatójához, a Neuf Télécomhoz irányítja.

### A Finn Posta 100 postahivaltat zár be

[www.postinsight.pb.com](http://www.postinsight.pb.com) – Finnország nemzeti postai szolgáltatója, a Suomen Posti 100 postahivaltat készül bezárni vagy privatizálni 2005-ben és 2006-ban. A vállalat már közzétette azt a 30 hivaltat, melyet idén tavasszal zárnak be. A következő 30 posta bezárására összesen kerülne sor, a további 40-et pedig jövőre szüntetik meg, vagy esetleg privatizálják. A privatizálásra csak abban az esetben kerülhet sor, ha lesz olyan vállalat, mely megvásárolná és üzemeltetné a postahivaltalokat, ellenkező esetben pedig a Finn Posta postaügynökségeket keres, akik folytatják a postai tevékenységet az érintett régiókban.

### A Német Posta bízik az egyre erősödő nemzetközi üzleti tevékenységében

[www.nq-online.de](http://www.nq-online.de) – A Deutsche Post továbbra is fontosnak tartja, hogy a külföldi postai piacon is komoly teret nyerjen. Csak az amerikai üzleti tevékenységébe 1,2 milliárd eurót kíván az elkövetkező években befektetni. Továbbra is fontosnak tartja az ázsiai és

csendes-óceáni területek, illetve India és Kína területén már kiépített piaci pozícióinak megerősítését, s nemzetközi expressz és logisztikai leányvállalatán, a DHL-en keresztül a kelet-európai piacon is fel akarja erősíteni tevékenységét.

### A francia La Poste újabb beruházása Lengyelországban

[www.postcom.org](http://www.postcom.org) – A francia La Poste 25-30 millió eurót kíván befektetni Közép- és Kelet-Európában. A legnagyobb beruházást Lengyelországban tervezik végrehajtani, mivel itt szeretnék kialakítani harmadik logisztikai hálózatukat. A La Poste már eddig is jelen volt Lengyelországban, hiszen a Geo-Post leányvállalata felügyeli a lengyel Masterlink nevű üzenetküldő szolgáltatót és az Air Cargo Poland céget.

### A Siemens komoly megbízást kapott a Svájci Postától

[www.ftd.de](http://www.ftd.de) – A Siemens konszern több mint 195 millió euró értékű megbízást kapott a svájci La Poste-től, mely magában foglalja a levélfeldolgozó központok automatatechnikával való berendezését. Elsőként a legnagyobb feldolgozóközpontnak Zürichben 2006 végén kell üzembe lépnie. Összesen három új feldolgozóközpont és hat alközpont feldolgozógépekkel és a hozzájuk tartozó rendszerrel, beleértve az IT-irányítást is, felszerelése és üzembe helyezése lesz a Siemens feladata. 2008 végéig a 18 még üzemelő svájci levélfeldolgozó számát 3 nagy illetve 6 kisebb központra redukálják, melyek automatizáltsági foka a világon kiemelkedő lesz.

### Minimum 150 új posta-partner az Osztrák Postánál

<http://news.orf.at> – Körülbelül minden második bezárásra ítélt postahivatalt egy posta-partner (Post-Partner) vagy egy postai szolgáltató hely (Post-Servicestelle) fogja kiváltani. Ausztria egyes területein még mindig folynak a tárgyalások. 2002 óta, amikor az első postabezárások voltak, 120 Post-Partner és 240 Post-Servicestelle kezdte meg működését. Most mintegy 150 új követi, melyek kiskereskedőknél illetve szupermarketekben működnek majd. A takarékpénztárak, s legutóbb a Volksbank is felajánlotta együttműködési készségét a postának, de a posta visszautasította a postai felvevőablakok bankfiókokban történő elhelyezését.

### Három német kiadó közös vállalkozása

[www.postinsight.pb.com](http://www.postinsight.pb.com) – Németország nyugati részén található három nagy német újságkiadó vállalat: a Du Mont-Schauberg, a Reinisch-Bergische nyomda és kiadó és a W. Girardet közös vállalkozást alapítottak, mely levélkézbesítésre specializálódott, s a West Mail nevet kapta. A jövő hónapban beinduló új vállalkozás főbb célpiacát azok az üzleti ügyfelek alkotnák, akik tömeges levélküldeményrel rendelkeznek. A West Mail a

városi kézbesítésre új személyzetet fog alkalmazni, a vidéki levélkézbesítést a hírlapkézbesítőik is meg tudják oldani.

### A japán kormány négy részletben kívánja privatizálni a postát

<http://de.biz.yahoo.com> – A parlament elé terjesztettek egy tervezetet, mely a postát négy önálló részre osztaná: kézbesítés, postabank, postabiztosító, és postahivatali hálózat. A négy különálló területet egy holding irányítaná, mely 100% állami tulajdonban lenne, s lassan, fokozatosan kerülneek a különvált egységek magánkézbe. A privatizáció kezdetét 2007-re tervezik, s 2017-ig kellene befejezni.

### Új szolgáltatás a német postahivatalokban

<http://de.news.yahoo.com> – Az e-Plus mobilszolgáltató új szolgáltatást kínál előfizetéses ügyfeleinek. A Német Posta 9.000 postahivatalában lehetőségük nyílik 15, 30 illetve 50 euró értékben feltölteni a kártyájukat. Valójában nincs másra szükség, minthogy a mobiltulajdonos a postai felvevőablaknál megadja a mobilszámát, amit egy speciális készülékbe beírnak, s a szám megerősítése után a kívánt összeget készpénzben vagy bankkártyával ki lehet fizetni. Ezt a szolgáltatást a Német Posta a O2 mobilszolgáltató ügyfeleinek is biztosítja már egy ideje.

### A személyes bélyeg sikere az Osztrák Postánál

[www.postaustria.at](http://www.postaustria.at) – 2004 áprilisától rendelhetnek Ausztriában a postától személyes bélyeget a magánügyfelek. Eddig mintegy 4.000 ügyfél élt a lehetőséggel, ennek köszönhetően az Osztrák Állami nyomda 2,7 millió ilyen bélyeget nyomott. A legkedveltebb motívumok a portrék, cégreklámok, esküvői, születésnap, gyermek fotók. De rendeltek már személyes bélyeget iskolák, pártok, kaszinók, rendezvények, stb. is. Az Österreichische Post egy etikai bizottságot is létrehozott, amely arra felügyel, hogy a megrendelt motívumok, szövegek ne legyenek törvénybe, illetve jó erkölcsbe ütközőek. Megrendelések nemcsak belföldről, hanem külföldről is érkeztek, például: Németországból, Olaszországból, Franciaországból, sőt még Abu Dhabidól is. 2005 áprilisában a legkisebb megrendelhető mennyiség számát – változatlan ár mellett – 200 darabról 100 darabra csökkentik, s ezzel a különleges akcióval a közeledő anyák napjára kíván mintegy ajándékotként kedveskedni az Osztrák Posta.

### A Siemens és az Orosz Posta automatizált levélfeldolgozó központot épít

[www.interpost.ru](http://www.interpost.ru) – Az Orosz Posta sajtóosztálya közölte, hogy a német Siemens cég és az Orosz Posta egy automatizált levélfeldolgozó központ építéséről szóló szerződést terveznek aláírni. Ez a központ várhatóan naponta 1,5 millió postai küldeményt fog



a jövőben feldolgozni. Kiszolgálási zónájába tartozik Szentpétervár, ezen kívül a lenin-grádi, pszkovi, novgorodi területek.

### A Brit Posta 500 csomag-shop megnyitását tervezi Ausztriában

<http://news.orf.at> – Az Osztrák Posta ebben az évben 350 postahivatal bezárását tervezi. Erre a hírre reagált a Brit Posta azzal a tervvel, hogy nemzetközi leányvállalata, a GLS 2006 végéig 500 csomag-shopot telepít Ausztria területén. A felvételi és kiadó helyek bankokban, kiskereskedelmi egységeknél és községi irodákban lesznek elhelyezve. A legkisebb csomag a GLS Österreich-nél 3,50 euróba fog kerülni. A jövőre nézve a hagyományos levélfelvételt sem zárják ki tevékenységi körükből. Amíg az Österreichische Post Post-Partner-ének az üzletben egy saját standot kell kialakítania, és ezen kívül szüksége van még az elektronikus adatátvitelhez elengedhetetlen kapcsolat kiépítésére, addig a GLS partnernek nem kell más, mint egy felirat az ajtóra, továbbá speciális címkék, s egy jegyzék, amelyet folyamatosan vezet. Kezdetben csak Európai Unió országokba szülő csomagokkal fognak foglalkozni.

### A Lengyel Posta jövőképe

**Poczta Polska / 2005. március 29.** – Tadeusz Bartkowiak, a Poczta Polska vezérigazgatója szerint a jövő egy erős postacsoportnak áll. Céljuk egy olyan erős tőkecsoport kialakítása, amely egyszerre négy piaci szegmensben fejt ki működését: a klasszikus postai, a pénzügyi, a logisztikai szolgáltatások, továbbá az új technológiák piacain. Egy ilyen tőkecsoport esetében a részvényeseknek kijáró osztalékon kívül egyéb hasznuk is származik, például a foglalkoztatás jelenlegi szintjének a megőrzése. A Lengyel Posta mindmáig állami vállalat. Ezért van szükség a mielőbbi átalakításra. Ezt pedig olyan gyorsan szeretnék végrehajtani, amennyire gyorsan csak lehet. Csak az átalakítást követően lesznek képesek egy igazi tőkecsoport megalkotására. A csoportban többek között a következő társaságokat tervezik: Postabank, biztosítási társaság, Post Media Leasing, Postdata (informatikai cég). Nagyon fontosnak tartja Tadeusz Bartkowiak, hogy a lehető leggyorsabban megvalósuljon a cég egységes imázsa is. (A teljes riport magyar változata megtalálható Péntekné Rábai Máriánál – Nemzetközi Üzletág.)

### A Német Posta kiépíti saját levélhálózatát Nagy-Britanniában

[www.manager-magazin.de](http://www.manager-magazin.de) – 2005. április 20-án bejelentették a Német Postánál, hogy rövid távú terveik között szerepel a levélhálózat kiépítése a brit piacon. Ez év végéig kiegészítő regionális feldolgozóközpontokat kívánnak berendezni, melyek közül az elsőt Manchesterben rövidesen üzembe is helyezik. A Német Posta célja, hogy Nagy-Britannia legfontosabb üzleti ügyfelei számára belföldi és nemzetközi levélszolgáltatást nyújtson. Eddig csak a londoni térségben volt erre lehetősége a Deutsche Postnak a Speedmailen (nemzetközi kézbesítéssel foglalkozó cég) keresztül, melyet a múlt évben vett át.

### A Román Posta pénzügyi szolgáltatásokat vezet be a jövőben

[www.postinsight.pb.com](http://www.postinsight.pb.com) – Az állami tulajdonú Posta Romana tervei szerint pénzügyi és banki szolgáltatásokat vezet be néhány éven belül a termékportfólió bővítése érdekében. A Posta több vállalattal is együtt kíván működni, hogy szolgáltatásokat nyújtson az alábbi területeken: nyilvános telefon szolgáltatások, elektronikus szolgáltatások, e-oktatás, banki rendszerek biztonságos kapcsolatkiépítése, pénzügyi menedzsment és adattárolás. Az országszerte 7000 postahellyel működő Román Posta már elkezdett néhány pénzügyi szolgáltatást kínálni, pl. mikro-hitelek, pénzbeszedés és készpénz-menedzsment.

### Átszervezések a Dán Postánál

**La Poste 4/2005** – Mint sok más postánál, a Post Danmark A/S-nél is átalakítási programot indítottak be, melynek keretében már 2004-ben átszervezték a csomagfeldolgozó központokat, s számukat hatról kettőre csökkentették. Ebben az évben a levélfeldolgozó központokra került sor, s a jelenlegi öt helyett csak hármat kívánnak tovább üzemeltetni. A megszüntetésre kerülő két központban jelenleg 1500 ember dolgozik, akiknek nagy részét más postai területen kívánják elhelyezni.

### Képeslapküldés mobiltelefonról

[www.postcom.org](http://www.postcom.org) – A brit Travelocity.co.uk cég olyan levelezőlap-szolgáltatást kínál, mellyel a turisták személyre szabott képeslapot küldhetnek a mobiltelefonjukról. A telefonokba épített kamera segítségével kép készül, melyet a feladó szöveggel és címmel lát el, így kiváló minőségű hagyományos képeslap küldhető a barátoknak és családtagoknak. Ezzel az eljárással bármilyen MMS-re alkalmas területről küldhető képeslap, függetlenül a hálózati szolgáltatótól. A szolgáltatás ára 1,50 angol font. Azok a képeslapok, melyeket délután 3 óra előtt küldenek el, még aznap nyomtatásba és postázásra kerülnek és elsőbbségi küldeményként jutnak el a címzettekhez.

### A Német Posta első szerződéseit külső cégekkel

<http://de.biz.yahoo.com> – A Deutsche Post megkötötte az első szerződéseket a levélszállítás részterületeinek hozzáféréseivel kapcsolatban. Az első szerződéses partner a DirektExpress Vállalat (Ulm). Így a szövetségi versenyhivatal rendelkezése gyorsan megvalósult. A versenyhivatal kötelezi a postát a 100 gramm alatti küldeményekkel kapcsolatos előkészítő tevékenységek, mint begyűjtés, előfeldolgozás, küldeménybeszállítás elvégzésére (ez még monopolterület), ezen felül biztosítania kell a versenytársaknak, hogy az általuk több feladótól begyűjtött és előfeldolgozott küldeményekre ugyanazt a kedvezményt illetve szolgáltatást vehessék igénybe, mint a posta nagybani ügyfelei.

## A japánok többsége a posta privatizációja ellen

**Postforum 2005/4** – Japánban a lakosságnak több mint 53,9 százaléka nem támogatja a posta privatizációját. Az LDP többségi párt is egyre inkább a közszolgáltató cég tőzsdére vitele ellen van. Attól tartanak, hogy az eddigi lassú levélkézbesítés ideje – átlag 1 hét – még hosszabb ideig fog tartani. Az ellenállást még tovább fokozza, hogy a Japán Posta hagyományosan a takarékkassza és az öregségi ellátmány legnagyobb kezelője.

## A Francia Posta új szolgáltatást kínál a vállalatoknak

**www.lyonne-republicaine.fr** – 2002 óta a Francia Posta tevékenysége – Maileva leányvállalatának köszönhetően – nem korlátozódik többé a papíralapú küldemények szállítására és kézbesítésére. A Maileva biztosítja az arra előfizetett vállalatoknak, hogy napi postájukat feltöltsék az Internetre, s automatikusan megtörténjen a bérmentesítés, s a kézbesítés a címzettekhez. Most már több száz vállalat rendelkezik a számítógépén „postahivatallal”. Egy hónapja lépett életbe a Francia Posta új szolgáltatása, a Maestra, mely teljes marketing kampány lefolytatását kínálja magán ügyfélcímre, május 17-től pedig vállalati ügyfélcímre is. Miután meghatározza a megrendelő a megcélzott ügyfélkört, 1000 típusdokumentumból kiválaszthatja a számára megfelelőt, melyet azután a posta automatikusan kiküld a potenciális ügyfeleknek.

## A levélkézbesítés minden eddiginél jobb eredményei az Osztrák Postánál

**www.postaustria.at** – Az Osztrák Posta a belföldi levelek 96,67%-át kézbesítette egy napon belül április hónapban. Egy ÖSTEX tanulmány szerint ez az eredmény 1,08%-kal fölülmúlja az eddigi legjobb hónapot, a februárt. A két napon belüli kézbesítés is rekord eredményt hozott: 99,42%.

## A Német Posta és az SAP új ajánlata az üzleti partnereknek

**www.deutschepost.de** – A Deutsche Post és az SAP új platformot fejlesztett ki az üzleti ügyfelek közötti elektronikus számlacserére vonatkozóan. Ez költségcsökkentési lehetőséget biztosít a számlakiállítás és számlakezelés területén. Egy SAP által kifejlesztett szoftver segítségével a Német Posta átveszi a számlaküldő számlázási rendszeréből az elektronikus számlaadatokat, konvertálja ezeket, majd eljuttatja a címzettekhez az általa megjelölt adatformátumban. A számla címzettje így a saját könyvelési rendszerébe közvetlenül tudja rögzíteni az adatokat. A rendszert a negyedik negyedévben kívánják elindítani, s ha beválik az ország határain túlra is ki fogják terjeszteni.

## Egyre több postapont a Belga Postánál

**www.post.be** – A belga La Poste az elkövetkezendő hónapokban egyre több postapont (Point Poste) tesztelését végzi. Eddig 14 ilyen, a postával szoros kapcsolatban lévő, postai szolgáltatást nyújtó külső partner (Delhaize, Fortis Banque, Press Shop, stb.)

volt, melyeknek száma most 50-re emelkedik. Az ügyfelek az eddigi felmérések szerint kedvelik ezeket a postapontokat, mivel mindennapos bevásárlásuk, ügyintézésük mellett könnyedén igénybe vehetik az alapvető postai szolgáltatásokat is, s így rendszere-sebb ügyfeleivé váltak a postának. Mindezek ellenére a posta ügyfeleinek 80%-a úgy találja, hogy a postapontok a postahivataloknak csak kiegészítői.

## Új Internetes megoldás a Belga Postánál

**www.lalibre.be** – A belga La Poste mostantól új szolgáltatást kínál magán ügyfeleinek. Virtuális üzletet nyitott, mely egész nap elérhető, s az ügyfél bármikor rendelhet magának bélyeget, képeslapot, postakész és filatéliai termékeket, stb. Nem kell mást tennie, mint a termék kiválasztása után meg kell adni adatait, majd online lehet fizetni. Amint a kifizetés megtörtént, a posta négy napon belül biztosított küldeményben kézbesíti a megrendelt termékeket. A szállítás 25 euró fölötti rendelés esetén ingyenes, ennél kisebb értékűnél 2 euróba kerül.

## Az Angol Posta első igazi versenytársa

**www.postcom.org** – A különleges üzleti szolgáltatásokat nyújtó brit Mail Boxes Etc (MBE) és a DX Services cég egyesül, hogy forradalmian új szolgáltatásokat kínáljon üzleti ügyfeleinek a Royal Mail első igazi alternatívájaként. Az MBE 96 kiemelt helyen lévő ügyfélközpontja a DX levélküldeményeknek is helyet biztosít, ahol az ügyfelek a lezárt üzleti leveleiket feladhatják, és amelyek másnapra egész Anglia területén kézbesítésre kerülnek. Lehetőség van az értékes küldemények vonalkódos nyomkövetésére is, melyet az átvevőnek aláírásával kell igazolni a kézbesítéskor.

## Már 2007-ben megtörténik a szlovák postai piac liberalizációja?

**www.postcom.org** – A szlovák alternatív postai szolgáltatók 2007-től a postai szolgáltatások teljes skáláját kínálhatják majd. A szlovák kormány mostanában fogadott el egy elemzést a postai szolgáltatásokról, amely javasolja, hogy két éven belül ne csak a Szlovák Posta legyen jogosult küldemények kézbesítésére. A fokozatos liberalizáció új időbeosztása szerint a Szlovák Posta kizárólagos kézbesítési jogai 2006 végétől fokozatosan csökkennének, az alternatív kézbesítő cégek viszont csak 50 gramm fölötti küldeményeket kézbesíthetnek, a Szlovák Posta árainak legalább 2,5-szeres díjával. Jelenleg a súlyhatár 100 gramm és a minimum ár a Szlovák Posta árainak minimum 3-szorosa. A Szlovák Postának 2008-ra biztosítani kell a hozzáférést a nyilvános postai hálózathoz. Míg a Szlovák Posta aggódik, hogy nem lesz elegendő ideje a liberalizációra való felkészüléshez, az expressz kézbesítő cégek szerint ez a félelem alaptalan.

## A Francia Posta szerződést írt alá a postai szolgáltatásokat kínáló kiskereskedőkkel

**www.postinsight.pb.com** – A La Poste szerződést írt alá a francia ipari és kereskedelmi kamarával és a dohánytermékeket árusító kiskereskedőkkel az általuk kínált postai

szolgáltatásokról. A megállapodás értelmében a kiskereskedők a legtöbb postahivatali szolgáltatást biztosíthatják, pl. bélyegárusítás, csomagok és ajánlott levelek felvétele és néhány pénzügyi szolgáltatás. Az üzletlajdonosok nem alakíthatják ki a saját árait, de 250 eurót kapnak havonta ezekért a szolgáltatásokért a jelenlegi 130 euró helyett és még 3-5% jutalékot is a postai szolgáltatásokból adódó bevétel után. Franciaországban kb. 600 ilyen kis üzlet kínál postai szolgáltatásokat a 2003-as beindítás óta. A rendszert elsősorban a vidéki területeken alakították ki. A Francia Posta jelenleg azon dolgozik, hogy hasonló szerződést kössön a nagyobb kereskedelmi üzletekkel is.

### Az Osztrák Posta kelet-európai tervei

<http://news.orf.at> – Az Österreichische Post tovább bővíti Kelet-Európába irányuló stratégiáját. Miután Horvátországban, Szlovéniában és Szlovákiában már jelen van a csomagpiacon, legközelebbi tervei között a magyarországi és csehországi levél és DM kézbesítési piacra történő bejutás szerepel. Az előzetes tárgyalások már folynak. A későbbiekben Románia és Bulgária postai piacaira is be kíván lépni.

### Új online szolgáltatás az Egyiptomi Postán

[www.postcom.org](http://www.postcom.org) – Az Egyiptomi Postán már korábban is létezett egy nem túl ismert szolgáltatás, az Elvesztett és Megtalált Tárgyak szolgáltatás. A kairóiak már régóta visszaszolgáltathatják az elvesztett és megtalált iratokat, személyi igazolványokat, gépjárművezetői engedélyeket, útleveleket és banki csekket a postán keresztül úgy, hogy egyszerűen bedobják a talált iratokat a hivatalok előtt elhelyezett piros levélszekrényekbe. Most egy kiegészítő szolgáltatásként az Egyiptomi Posta internetes honlapjáról egy keresőfelületen keresztül lehet tudakozódni az elvesztett iratokról. Be kell írni az irat típusát, az elvesztés helyét és idejét, valamint a nevet és elérhetőséget. Ez az újabb szolgáltatás, valamint a nyáron beindításra kerülő automatikus telefonos ügyfélszolgálat hozzájárul a hagyományos szolgáltatásokat kínáló Egyiptomi Posta korszerűsítési projektjéhez.

### A Német Posta elveszíti ÁFA privilégiumát

[www.finanzen.net](http://www.finanzen.net) – Németország szövetségi tartományainak gazdasági miniszterei egyhangúlag azon a véleményen vannak, hogy a Deutsche Posttól el kell venni azt a számára komoly előnyt jelentő privilégiumot, hogy a levél üzleti terület nagy részén ÁFA nélkül kínálhatja szolgáltatásait. Ez a német logisztikai konszernnek több száz millió nyereséget jelent éves szinten a konkurensekkel szemben. A Német Posta vezérigazgatója szerint ez a lépés komoly áremelésekhez vezetne, mely elsősorban a magán ügyfeleket sújtaná.

### A Svájci Posta új levélszekrényeket tesztl

[www.edicom.ch](http://www.edicom.ch) – A svájci La Poste-nál egyre gyakoribbak a levélszekrények elleni támadások. A bűnözők általában olyan leveleket keresnek, melyekben számla vagy készpénzá-tutalási megbízás van, amelyeket azután úgy manipulálnak, hogy saját számlájukra érkezzen meg a megjelölt összeg. A levélszekrényekből vagy „kihorgásszák” az erre specializálódott bűnözők a keresett levelet, vagy egyszerűen összetörik a levélszekrényt, hogy annak tartalmát szabadon megtekinthessék. Ez is igazolja, hogy egyre sürgetőbbé vált a levélszekrények kicserélése. Mostantól őszig két ajánlat tesztelése folyik. A leglényegesebb kritérium az, hogy az új levélszekrény törhetetlen anyagból legyen, s olyan biztonsági zárszerrel legyen ellátva, hogy illetéktelenek ne férhessenek a tartalmához.

### Elektronikus posta Kanadában

[www.postcom.org](http://www.postcom.org) – Az év első 3 hónapjában közel 300 ezer kanadai ügyfél szerződött a Kanadai Postával az elektronikus posta fizetési szolgáltatására. A vállalat vezetése azt reméli, hogy ez a szám jelentősen növekedni fog, amint a fontosabb pénzügyi intézmények integrálják online banki rendszerüket az elektronikus postával. A felmérések szerint az egyéni felhasználóknak akkor áll érdekükben feliratkozni erre az ingyenes szolgáltatásra, ha legalább 5 elektronikus számlával rendelkeznek. Amennyiben online elérhetőségük van, akkor bármely helyszínről elintézhetik a számlák kifizetését. Az Elektronikus Posta több mint 100 nagy céggel szerződött, ami azt jelenti, hogy az átlagos felhasználó 7-10 elektronikus számlát kaphat havonta. A számlát kibocsátó cégek pénzt takarítanak meg, hiszen így az elektronikus számlák darabjáért 40 centet kell kifizetniük a 0,70–2 dollárba kerülő, hagyományos postai küldeményben feladott számlák költségéhez képest.

### A Német Posta új mini-postahivatali hálózatot tervez

[www.abendblatt.de](http://www.abendblatt.de) – A Deutsche Post nem tervezi újabb postahivatalok bezárását, de mindenképpen megoldást keres arra, hogy veszteséges postahelyeit rentábilissá tegye. Ezt a célt szem előtt tartva döntöttek úgy a Német Posta vezetői, hogy szeptemberben 300 új mini-fiókposta tesztelését kezdik meg a ritkán lakott területeken. Ezek a lerakatok csak a legegyszerűbb postai alapszolgáltatásokat fogják biztosítani (levél- és csomagfelvétel, bélyegárusítás), s kiskereskedőkhöz lesznek kitelepítve. Korábbi felmérések bizonyították, hogy ezeken a helyszíneken nincs igény egyéb postai szolgáltatásokra. Ezzel a Deutsche Post továbbra is teljesíti a teljes területet lefedő egyetememes szolgáltatási kötelezettségét.

### Az Osztrák Posta terjeszkedik

<http://news.orf.at> – Úgy tűnik, hogy az Österreichische Post komolyan gondolja Kelet-Európába irányuló terjeszkedési terveit. Eddig főként a csomagszektorban volt aktív az

---

osztrák közszolgáltató, most viszont a levél- és reklámküldemény kézbesítés területén is be akar törni a kelet-európai piacra. Ennek szellemében jelentették be a hét közepén igényüket a Feibra Magyarország reklámküldemény kézbesítő cég teljes átvételére. A budapesti székhelyű Feibra Magyarország havonta átlagosan 35 millió darab, s naponként 23 tonna küldeményt kézbesít. Az osztrák piacon jelenlévő Feibra Österreich céget is, melynek jelenleg 75% mínusz 1 részvény hányadát birtokolja, 100%-ban meg akarja szerezni az Osztrák Posta.

#### **Egyre több online szolgáltatás a Francia Postánál**

**FORUM 2005 / június-július** – Az ügyfeleknek nem kell többé befáradniuk a postahivatalba ahhoz, hogy az utánciklás, vagy postai megőrzés szolgáltatás iránti igényüket bejelentsék. A laposte.fr/reexpedition illetve laposte.net internetes címeken feliratkozhatnak az egyik, illetve a másik szolgáltatásra, vagy meghosszabbíthatják már meglévő szerződésüket. A szolgáltatás népszerűsítése érdekében a Francia Posta ezekre a szolgáltatásokra vonatkozó reklámjai más, nem postai honlapokon is megtalálhatóak.

#### **A Német Posta javaslata a szabadságra készülőknek**

**[www.lvz-online.de](http://www.lvz-online.de)** – A Deutsche Post felhívta a hosszú időre szabadságra készülők figyelmét arra, hogy van lehetőség a postai küldemények postahelyeken történő raktározására, így nem áruklodik a levélszekrényben felgyülemlt nagy mennyiségű postaanyag a háztulajdonos távollétéről, felhívva ezzel a bűnözők figyelmét az üres lakásra. A Német Posta azt javasolja, hogy a szabadság előtt két héttel jelezzék az ügyfelek a raktározási igényt a postahivatal felé. Egy hónapos őrzési díj 7,80 euró, három hónapra 9,80 euró.

#### **Szabadság alatt is törődik a Belga Posta az ügyfelek küldeményeivel**

**[www.post.be](http://www.post.be)** – Több millió belga utazik évente szabadságra, s hagyja el állandó lakóhelyét. A belga La Poste ügyfelei kényelmét kívánja szolgálni a „Mutapost Holiday” elnevezésű szolgáltatásával, mely két lehetőséget kínál. Az egyik igénybevételénél az ügyfélnek címzett küldemények maximum 30 napig a postahivatalban maradhatnak 15 euró befizetése ellenében. A másik lehetőség az utánciklás, ezt hosszabb távollét esetére kínálja a Belga Posta. Ennek díja 3 hónapos időszakra belföldi viszonylatban 15 euró, külföldre 30 euróba kerül.

## **TISZTELT OLVASÓK!**

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

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

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

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

**Szerkesztő**

# BELÉPÉSI NYILATKOZAT

(kitöltése nyomtatott betűvel)

Alulírott

..... a Postások Szakmai Egyesületének

Tagja kívánok lenni.

## **ADATAIM:**

Munkahelyem: (Igazgatóság, osztály)

.....

Munkahelyi címem: .....

Beosztásom: .....

Telefonszámom: .....

Fax számom: .....

Lakáscímem: (irányító számmal) .....

.....

A Posta című szaklapot az alábbi címre kérem: .....

.....

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

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

A tagdíjat a belépési nyilatkozat elfogadása után megfizetem.

Dátum:.....

Aláírás:.....