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

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

Posta Nyugdíjszámlát kizárólag nyugdíjas törzsszámmal rendelkező belföldi természetes személyek igényelhetnek.
* Az akció a 2008. május 26. és 2008. augusztus 15. között megnyitott Posta Nyugdíjszámlához számlanyitáskor igényelt Posta Nyugdíjkártya (Főkártya) első éves kártyadíjára vonatkozik, amely 0 Ft.
** A nyugdíj maximum 50%-ának megfelelő összeget, de legfeljebb 100 000 forintot, havonta egy alkalommal. A nyugdíj kézbesítése díjmentes, azaz 0 Ft.

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

www.posta.hu

Posta banki szolgáltatások
INTÉZZÜK, NEM BONYOLÍTJUK!

Posta

szakmai folyóirat

X. évfolyam
3. szám
2008. szeptember

Kiadja a Magyar Posta Zrt. és a Postások Szakmai Egyesülete

Az UPU 24. kongresszusának helyszíne, a genfi Nemzetközi Konferenciaközpont (CICG) épülete

Posta

POSTÁSOK SZAKMAI EGYESÜLETE PSZE

A TARTALOMBÓL

- Véget ért az UPU 24. Kongresszusa Genfben
- Versenyszabályok alkalmazása a postai ágazatban
- Posta mindig lesz – csak átalakul
- A Posta pozíciója a biztosítási piacon
- EUV – Innováció a CEP piacon az MPL-től

Posta

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

X. ÉVFOLYAM 3. SZÁM
2008. SZEPTEMBER

Kiadja: a Magyar Posta Zrt.
Felelős kiadó: Szűts Ildikó vezérigazgató

A szerkesztőbizottság
elnöke: dr. Oláh László
társelnöke: Szivi László
tagjai: Dömötörné Dr. Ács Katalin, Dr. Horváth Sándor,
Jambrik Mihály, Képes András, Dr. Lovászi József,
Molnár Marianna, Molnár Sándor, Pandurics Anett,
Potykiewicz Tamás, Szarka Imre, Dr. Szebeny Botond

Felelős szerkesztő: Biczó István
Szerkesztőség
címe: 1138 Budapest, Dunavirág u. 2-6., Ny 2., Fsz. 11-12.
telefonszáma: (06-1) 767-8896
telefon/fax száma: (06-1) 767-8899
e-mail címe: psze@posta.hu

Nyomdai előkészítés és nyomtatás: Nyomda Üzemi és Ellátási Csoport
Felelős vezető: Mészáros Tamás

Terjeszti a Magyar Posta Zrt. Megjelenik negyedévente.

ISSN 1419-6239

Közlési feltételek:

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

JELENLEGI SZÁMUNK SZERZŐI:

Dr. Szebeny Botond – igazgató, Nemzetközi Igazgatóság

Varga Bótos Anna – nemzetközi postaszabályozási ügyintéző, Nemzetközi Igazgatóság

Urbán Péter – Nemzeti Hírközlési Hatóság

László Márta – MP Zrt. kommunikációs munkatárs, Kommunikációs Igazgatóság

Pandurics Anett – vezérigazgató, Magyar Posta Biztosító Zrt.

Bognár Bertalan – MP Zrt. Üzleti Ügyfelek Üzletág, Marketing Irodavezető

TARTALOM

DR. SZEBENY BOTOND – VARGA BÓTOS ANNA: Véget ért az UPU 24. Kongresszusa Genfben, 191 tagország együttgondolkodása a postai szektor jövőjéért 3

URBÁN PÉTER: Versenyszabályok alkalmazása a postai ágazatban I. rész 17

LÁSZLÓ MÁRTA: Posta mindig lesz – csak átalakul 30

PANDURICS ANETT: A Posta pozíciója a biztosítási piacon 36

BOGNÁR BERTALAN: EUV – Innováció a CEP piacon az MPL-től 42

A Postások Szakmai Egyesülete életéből 46

Motiváció a postán 56

Nemzetközi postai hírek 68

DR. SZEBENY BOTOND – VARGA BÓTOS ANNA

Véget ért az UPU 24. Kongresszusa Genfben

191 tagország együttgondolkodása a postai szektor jövőjéért

A postai világban minden negyedik év kongresszusi év. 2008 is immár bekerült a kongresszusi évek sorába: 2008. július 23. és augusztus 12. között tartotta 24. kongresszusát az UPU a svájci Genfben.

A magyar postaigazgatás részéről a Közlekedési, Hírközlési és Energiaügyi Minisztérium (KHEM), a Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) és a Magyar Posta Zrt. képviselői vettek részt az eseményen. Társaságunk részéről a delegáció tagjai voltak: dr. Csáki György elnök, Szűts Ildikó vezérigazgató, Szivi László általános vezérigazgató-helyettes, dr. Szebeny Botond nemzetközi igazgató, dr. László Levente nemzetközi értékesítési irodavezető, Cservenka Anikó nemzetközi küldeményforgalmi osztályvezető, Laskay Erika nemzetközi kapcsolati vezető, Varga Bótos Anna nemzetközi szabályozási menedzser, Vörös Zsófia végdíj-menedzser, Máthéné Kovács Mária az EMS Ügyfélszolgálati Iroda vezetője és Kruppa László postai pénzforgalmi szolgálati szakértő.

Nem mindennapi eseményt hagytunk magunk mögött. E kongresszusnak számos rendhagyó mozzanata volt, amelyek közül az egyik maga a kongresszusi helyszínnek a megválasztása. A kongresszusnak ugyanis eredetileg Kenya (Nairobi) adott volna otthont, de az ottani belpolitikai bizonytalanság miatt az UPU Igazgatási Tanácsának 2008. február eleji ülésszaka, mindössze néhány hónappal az esemény megnyitása előtt, a kongresszusi székhely és időpont megváltoztatása mellett döntött. A választás Svájcra esett (amely az UPU székhelyének, a Nemzetközi Irodának is otthont ad Bernben) és a genfi Nemzetközi Konferenciaközpontra (CICG), amely a rövid határidő ellenére – igaz a nyaralási szezon kellős közepén – de készséggel kínált helyszínt a nagyszabású rendezvénynek. Svájcnak és a Nemzetközi Iroda munkatársainak tehát nem egészen 6 hónap állt rendelkezésre, hogy a helyszínváltozással járó szervezőmunkát elvégezze, s kezdésre, a július 23-i ünnepélyes „kapunyitásra" már minden a helyén legyen úgy, hogy a csaknem 191 tagországból érkező küldöttek semmit se érezzenek meg ebből a kényszer szülte változásból, s olajozottan, gördülékenyen mehessen a munka. A kiváló feltételek adottak voltak, hiszen Genf az ENSZ európai székhelye is egyben, és az is köztudott, hogy az UPU az ENSZ egyik szakosított szervezete. Az idei eseményekben gazdag, forró nyáron tehát nemcsak a focirajongók szegezhették Svájcra figyelő tekintetüket, hanem a postások is.

Mi is a szerepe a kongresszusnak?

Az Egyetemes Postaegyesület legfelsőbb szerve a kezdetben ötévenként, majd a 2004. évi bukaresti kongresszus határozata értelmében négyévenként ülésező kongresszus, amely a tagországok kormány-meghatalmazottainak értekezlete. Fő feladata, hogy a

következő kongresszusig meghatározza az Egyesület stratégiáját, működésének s tevékenységének fő irányait, jogi és pénzügyi kereteit, valamint választás útján döntsön a Nemzetközi Iroda vezérigazgatójának és a vezérigazgató első helyettesének személyéről, továbbá az UPU állandó szerveiként működő Igazgatási Tanács (CA) és Postaforgalmi Tanács (POC) összetételéről. A kongresszus plenáris és bizottsági ülések keretében végzi munkáját. Megvitatja az UPU-tagországok, valamint a két Tanács által kidolgozott és a kongresszusra benyújtott javaslatokat, határozattervezeteket, és azok alapján felülvizsgálja s a fejlődés követelményeinek megfelelően kiegészíti és módosítja az Egyesület okiratait.

Bár a kongresszus házigazdájának szerepét Kenya helyett Svájc töltötte be, valamiféle kettősség rányomta bélyegét a 24. kongresszus munkájára, hisz formálisan a rendező országnak továbbra is Kenyát tekintették, s ezt a szerepet Kenya örömmel vállalta is. Így a kongresszusi tisztségeket illető érvényben lévő rendelkezésnek megfelelően a kongresszus elnöke a rendező ország, azaz Kenya volt, annak ellenére, hogy a kenyai belpolitikai helyzet miatt a kongresszus Genfben került megrendezésre. A kongresszus elnöki tisztét Bishar A. Hussein, a Kenyai Posta egykori vezérigazgatója, jelenleg Kenya egyesült arab emírségekbeli nagykövete töltötte be. Ennek alapján Kenya lesz a következő kongresszusi ciklusban, 2009 és 2012 között az UPU 41 tagú Igazgatási Tanácsának (CA) az elnöke is.

A 24. UPU Kongresszus doyenje a Chilei Posta egykori vezérigazgatója, Mario Felmer Klenner volt, aki diplomáciai és ceremoniális szerepet töltött be. A kongresszus alelnökei az USA, Oroszország, Görögország és India voltak.

Magyar küldöttek az ülésterem padsoraiban

Az előkészületek kulisszatitkai

A postai világ legkiemelkedőbb eseményét, a szektor egészét átfogó nemzetközi szervezet legfontosabb döntéshozó testülete munkáját, az UPU kongresszusait a szakmai közvélemény óriási várakozása előzi meg, és mindig kitüntetett figyelemmel kíséri.

Azonban nemcsak a várakozás az, ami megelőzi ezt a világméretű postai eseményt, hanem hosszas, elmélyült, kitartó előkészítő szakmai munka is, amihez az UPU tagpostáinak legkiemelkedőbb szakértői, vezetői adják össze szakmai tapasztalataikat, szaktudásukat, hogy tovább építsék, fejlesszék, alakítsák az új technikai, technológiai, szabályozási, versenypiaci környezetnek megfelelően mind magát a postai világ központjának számító szervezetet, az Egyetemes Postaegyesületet, annak legfontosabb döntéshozó szerveit és szervezeti felépítését, hanem a belső átalakításokon túl szabályozzák, a megfelelő mederbe tereljék és fejlesszék a tagposták postai szolgáltatásait is az emberiség jobbléte, élhetőbb jövőjének megalapozása érdekében. Mert a posta szerves részévé vált a világ gyorsan változó gazdasági, politikai és társadalmi folyamatainak, s az ágazat megfelelő irányú és ütemű egységes fejlődése része és elengedhetetlen alkotó eleme egyszersmind a globális gazdaság működésének is.

A hosszas és alapos előkészítő munkának köszönhető, hogy a 24. UPU kongresszus rendkívül sikeres munkát tudhat maga mögött. Az európai posták számára a kongresszus előkészítésének koordinálásában a fő szerepet az Európai Postai Közszolgálati Üzemeltetők Egyesülete, a PostEurop vállalta fel. A PostEurop Nemzetközi Kapcsolatok Munkabizottsága (IAC) feladatkörébe tartozott minden kongresszusi előkészítő munka összefogása, a tagposták tájékoztatása az UPU legfontosabb döntéshozó testületeiben, az Igazgatási Tanácsban (CA) és a Postaforgalmi Tanácsban (POC) folyó munkáról, legfontosabb döntéseiről, s e munkabizottság koordinálta az UPU Nairobi Postai Stratégiájáról és az Unió reformjáról szóló európai álláspont kialakítását is. Az év eleje óta folyamatosan érkező európai és Európán kívüli kongresszusi javaslatok véleményezése, megvitatása és a közös európai álláspont kialakítása is e bizottságnak volt köszönhető. E bizottság munkájában a Magyar Posta szakértői is aktívan kivették részüket, véleményükkel, észrevételeikkel, sokéves tapasztalataikkal segítették a közös munkát, s számos kongresszusi javaslat benyújtásában volt szerepük társaságunk képviselőinek, vezetőinek.

Ilyen alapos előkészítő munka után a Magyar Posta Genfbe kiutazó delegációjának már minden tudás és kellő információ a tarsolyában volt ahhoz, hogy a kongresszusi okmányok, beterjesztett javaslatok vitájában megfelelően képviselhessék társaságunk és hazánk érdekeit. Ez a képzeletbeli tarsoly a valóságban több tízkilós dokumentumköteget is jelentett, amit kiutazóink személyes dolgaik mellett előkészítettek az útra, és természetesen a jó nemzetközi postai szolgáltatásoknak köszönhetően, zömét, a személyes útipoggyászt megkönnyítendő, jó előre kiküldték a kongresszus helyszínére. E dokumentumköteg (aminek fő része az UPU által témakörönként előre rendszeresített 7 iratrendező anyagaiból állt) az UPU kongresszusra előterjesztésre kerülő összes javaslatot (560 javaslat), kongresszusi dokumentumot tartalmazta, sőt az azokról kialakított és egyeztetett európai álláspontokat, a Magyar Posta álláspontjait, de még a CERP-nek (az Európai Postai Szabályozók Egyesületének) a véleményeit is. Ehhez jöttek azután az egyéb munkaanyagok a stratégiával, reformelképzelésekkel, egyes főbb UPU projektek és munkabizottságok munkájával, a kongresszus programjaival, fogadásainak időbeosztásával és egyéb közérdekű információkkal, az EU Bizottság állásfoglalásával s a PostEurop viselkedési kódexével együtt, amiből a megfelelő térképek, bédekkerek sem hiányozhattak. Így felszerelkezve indult tehát útnak Genfbe delegációnk.

Ami a Kongresszusi Központ falain belül zajlott

Az utolsó hetek mind lázasabb és egyre gyorsuló, sokasodó rohammunkája után azután szinte már-már megkönnyebbülésnek tűnt maga az utazás és a jól rendszerezett és előkészített háttéranyagok birtokában a részvétel e várva várt eseményen.

Bizottsági ülés a kisebbik teremben

Ez persze korántsem jelentett felüdülést, mivel a kongresszus három hete alatt reggeltől estig zsúfolt program és időbeosztás szerint folyt a szakmai tevékenység, hogy minél több javaslat kerülhessen megtárgyalásra, és a harmadik hét végén, a delegációvezetők (postai miniszterek vagy vezérigazgatók és államtitkárok) aláírására készen álljanak a legfontosabb UPU dokumentumok.

A nyitás

A 24. UPU kongresszust a kenyai miniszterelnök-helyettes, Musalia Mudavadi nyitotta meg hivatalosan. Megnyitó beszédében hangsúlyozta az egységes postai terület fontosságát, azonban ez – mint mondta – a fejlődő országok postáinak megerősítése nélkül nem lehet teljes. Sergei Ordzhonikidze, az ENSZ Genfi Képviseletének vezérigazgatója felolvasta az ENSZ főtitkárának üzenetét, amelyben Ban Ki-moon kiemelte, hogy a postai szolgáltatások olyan egyetemes szolgáltatások, amelyek világszerte összekötik az embereket. „Az UPU nagyon fontos hozzájárulást nyújt az élet számos területén, így a migrációs folyamatok és a pénzátutalás terén, a szállításban és kereskedelemben, az oktatásban és az analfabetizmus leküzdésében, a fenntartható fejlődésben, az egészségügy és biztonság, a szabványok és összekapcsolhatóság területén. A posták világszerte természetes kaput képeznek az információs társadalomhoz vezető úton". Edouard Dayan, az UPU vezérigazgatója pedig kiemelte, hogy az UPU nyitottabb, mint valaha, s ezzel tanúja lehetünk egy „egyesült postai világközösség" létrejöttének.

A kongresszus első hetének általános vitája keretében, 2008. július 25-én nemzetközi Postai Csúcstalálkozó került megrendezésre. A postai szektor - a globális gazdaság lényeges alkotórésze címmel, amelyen a postai szektor jövőjéről, stratégiai céljairól, a

kereskedelemben betöltött kulcsfontosságú szerepéről vitáztak a döntéshozók a postai világ legismertebb szaktekintélyeinek részvételével (WTO és az IATA vezérigazgatója, WCO főtitkára, IMF és a Világbank képviselői, UNI főtitkára és más szervezetek és posták felsővezetői), az 1984. évi hamburgi kongresszus hagyományait követve.

Általános vitanap a nagy amfiteátrumban

Kongresszusi munkanapok

A kongresszusi munka folyamán a részvevők rövid ebédszünettel reggel 9, 30-tól este 6-ig ülésezetek. Előfordult azonban, hogy hosszabbított munkarendben, a hivatalos kezdési időpont előtti vagy utáni túlórázással tudták csak a küldöttek a kijelölt napirendi pontokat kielégítően megvitatni.

A program a hivatalos ülések után is folytatódott, bár kötetlenebb formában. A résztvevők nem térhettek még az ülések végeztével vissza szállodáikba megpihenni, hiszen a kongresszusok íratlan szabályai szerint szinte minden nap valamely ország fogadáson látta vendégül a küldötteket. Ezek a fogadások voltak az igazi szinterei az ismerkedésnek, kapcsolatfelvételnek, baráti, szakmai beszélgetéseknek, a kooperáció elmélyítésének, fejlesztésének, közös érdekű lehetőségek keresésének. Rendszerint azok a tagországok, amelyek valamely testületben vezető tisztséget töltöttek be, illetve pályáztak valamely tisztségre voltak a rendezői ezeknek az összejöveteleknek, melyek kellemes és hasznos záróakkordjai voltak egy-egy fárasztó és sok figyelmet igénylő munkanapnak. Koccintgatás, falatozás közben kissé megkönnyebbülve lehetett summázni a nap eseményeit, legfontosabb szakmai kérdéseit, s megismerkedni a vendéglátó ország specialitásaival, szokásaival, kultúrájával és természetesen postájával, bélyegkiadásával.

Ez a munkatempó tehát jó erőnlétet és formát követelt a részvevőktől, hogy a szállodai reggelitől kezdve lefekvésig bírják az iramot. A délelőtti és délutáni ülés közötti ebédszünetben sem jutott sok idő egy kis fejszellőztetésre, mert azt is leggyakrabban az otthonról érkezett elektronikus posta bontásával és megválaszolásával, valamint a kongresszuson történt legfrissebb események, meghozott határozatok feldolgozásával, a következő ülések dokumentumainak előkészítésével, a módosítások, újabb javaslatok figyelemmel kísérésével kellett tölteni, legtöbbször csupán egy-egy szerény szendvics elfogyasztása mellett. A delegációvezetőket pedig gyakran külön déli program, munkaebéd várta.

Francia és magyar küldöttek Törökország hétvégi fogadásán

Küldötteink a görög fogadás forgatagában

Ennek a feszített tempónak köszönhető, hogy az UPU 24. kongresszusa rendkívül sikeresen és a terveknek megfelelően végezte munkáját. A kongresszuson a 191 tagországból 179 ország képviseltette magát (ebből 4 ország megbízott útján), ami az UPU 134 éves története során rekordnak mondható. Csaknem 2500 küldött (ebből mintegy 70 miniszter), megfigyelő és vendég volt jelen az eseményen, melynek során a mintegy 560 benyújtott javaslat (ebből 330 az UPU Alapokmány módosítását célozta) többsége (300 javaslat és határozattervezet) megvitatásra került, továbbá 78 kongresszusi határozat született.

A költségmegtakarítási szempontokat tekintve a genfi kongresszus a szervezést illetően hasonló hosszúságú volt, mint a bukaresti, 14 és fél munkanap (ezzel szemben a pekingi még 17 és fél nap volt), emellett csökkent a dokumentumok és határozatok száma is.

Immár másodszor történt meg az UPU történetében, hogy megfigyelőként való részvételre a postai szektor ún. nem hagyományos szereplői is meghívást kaptak, s lehetőségük nyílt arra, hogy közreműködjenek az UPU munkájában. Ezáltal az UPU egyre nyitottabbá válik. Az érdekeltek szélesebb köreinek bevonását a Konzultációs Tanács (Consultative Committee; CC) működése teszi lehetővé (2004. 09. 16-án alakult meg) a kongresszusok közötti időszakban.

Magyarország szerepe

Az üléstermekben folyó bizottsági munkán kívül a magyar postaigazgatás aktívan kivette részét a kongresszus munkájában: a Pénzügyi Bizottság alelnöki tisztségét Magyarország látta el dr. Szebeny Botond, az MPZrt. nemzetközi igazgatója személyében, aki a bizottsági ülés során előadást is tartott az UPU hozzájárulási rendszerének reformjáról, amelyet az általa vezetett munkacsoport dolgozott ki.

Dr. Szebeny Botond előadását tartja a Pénzügyi Bizottság ülésén

A költségvetést érintő és az egyesület jövőbeni finanszírozásáról szóló reformjavaslatot a kongresszus egyhangúlag elfogadta. A döntés értelmében az egyesület gazdálkodása sokkal inkább vállalati irányba mozdul el, és fegyelmezett gazdálkodás mellett a következő években több pénzt tud majd visszaosztani a tagországok postáinak különböző programok megvalósítására. Mindezért a tagországoknak nem kell többet befizetniük.

Az EMS Ügyfélszolgálati Díj ünnepélyes átadásán

A magyar postaigazgatás 6 javaslata bekerült a kongresszus elé jóváhagyásra előterjesztendő javaslatok közé, amelyeknek megvitatására ugyan idő hiányában nem került

sor, az őszi POC ülésszak fogja majd tárgyalni, ezeket a javaslatokat a kongresszuson megvitatásra nem került többi 260 javaslattal együtt.

Az EMS Kooperáció közgyűlésén sor került az EMS Kooperáció 2007. évi Ügyfélszolgálati Díjának ünnepélyes átadására, amellyel a legjobb Rugby-rendszer szerinti ügyfélszolgálati teljesítményt jutalmazzák. A három díjazott egyike a Magyar Posta. A díjat Szivi László általános vezérigazgató-helyettes vette át. Az EMS Kooperáció működését továbbra is támogatjuk, elsősorban annak érdekében, hogy az ügyféligényeknek minél szélesebb körben megfelelhessünk. Ez a feladat különösen fontos a Magyar Posta számára, hiszen 2008-ban csatlakozott az EMS küldemények teljesítmény alapú elszámolási rendszeréhez.

A kongresszusi munka utolsó harmada - választások

A kongresszus utolsó hetében mintegy záróakkordként történnek a választások. Ekkor lényegében a kongresszusi javaslatokkal kapcsolatos bizottsági munka a végéhez közeledik. A választásokat általában már néhány hónappal a kongresszus kezdete előtt intenzív lobbytevékenység előzi meg. Egyrészt az UPU vezérigazgatói és vezérigazgató-helyettesi posztra pályázók „kampányolnak" megválasztásukért, másrészt pedig az Igazgatási Tanács (CA) és Postaforgalmi Tanács (POC) tagságára jelentkezők folytatnak lobbymunkát, diplomáciai tevékenységet, támogatásokat kérve az UPU tagpostáktól és kormányzati szerveiktől megválasztásuk érdekében.

Mint ismeretes, a 41 tagú Igazgatási Tanács fő feladata az Egyesület pénzügyi, valamint nemzetközi postai szabályozásának és stratégiai irányvonalának meghatározása a két kongresszus közötti időszakban. A 40 tagú Postaforgalmi Tanács fő tevékenységi köre pedig a legfontosabb postai üzemeltetési kérdések áttekintése, összehangolása a két kongresszus közötti időszakban, mint amilyen a postabiztonság, szolgáltatásminőség, technikai együttműködés és fejlesztés, postaforgalmi szolgáltatások és még számos egyéb, a postaforgalommal összefüggő téma.

A POC elnöki tisztségre pályázók és postáik részéről különösen rendkívül élénk PR munka és kapcsolatépítés folyt szinte az utolsó pillanatig a kongresszusi idején is, kezdve az esti fogadásoktól az ajándékozáson át a különböző népszerűsítő szórólapok, CD-k terjesztéséig, személyes megkeresésekig.

Természetesen a végeredmény nemcsak a lobbizás kimenetelétől, sikerétől függött, hanem számos más objektív és szubjektív összetevője is volt, amely befolyásolta a szavazó tagországok által kialakított álláspontokat.

A kongresszusi választások eredményei

Edouard Dayant, az UPU Nemzetközi Iroda Bukaresti Kongresszuson megválasztott vezérigazgatóját (Franciaország) közfelkiáltással újraválasztották, azaz megerősítették az UPU Nemzetközi Iroda vezérigazgatói tisztségében, helyettese pedig szintén közfelkiáltással ismét a kínai Huang Guozhong lesz 2009. január 1-jétől. Edouard Dayan megválasztása utáni beszédében kiemelte, hogy „Bukarest és Genf között az UPU hosszú utat tett meg. Gyökeres változások történtek azóta. Minden tagország azonban megtalálhatta a helyét az UPU keretein belül, amely a tagok nagyságától, fejlettségi fokától és postai szervezeti felépítésüktől függetlenül – az ENSZ családban szerzett nagy tapasztalatoknak köszönhetően - minden segítséget megadott ahhoz, hogy megfelelő szerepet játszhassanak a postai világhálózatban és az állandóan változó globalizálódó környezetben.

Edouard Dayan újraválasztott vezérigazgató és helyettese, Huang Guozhong

Az egyetemesség és szolidaritás elveinek s a világ postai közösségének köszönhetően az UPU választ tudott adni a kihívásokra." Huang Guozhong pedig azt hangsúlyozta, hogy „a postai szektornak, mint alapvető infrastruktúrának a jelentősége nagyobb, mint valaha. Az UPU létjogosultsága pedig mind nyilvánvalóbb. Ha sikerül lépést tartanunk az idővel, alkalmazkodni a változó környezethez s kitartani a reformok mellett, a postai szektor képes lesz betölteni pótolhatatlan szerepét, az UPU pedig olyan nemzetközi szervezet lehet, amely a világ minden postai szereplőjét az együttműködésen keresztül összekovácsolja."

A kongresszus az arányos földrajzi képviselet alapján választotta meg a 41 tagú CA tagjait. Hazánk nem pályázott ezúttal a CA tagságra, mivel a szabályok szerint egymás után csak két ciklusban lehet tagja a testületnek bármely tagország. A 2. sz. Kelet-Európa és Észak-Ázsia földrajzi csoportban, ahová hazánk is tartozik, öt ország nyerte el a CA-tagságot: Azerbajdzsán, Kazahsztán, Litvánia, Oroszország és Ukrajna. A CA elnöke a kongresszust hivatalosan rendező ország, Kenya lett, Bishar A. Hussein személyében.

A POC-ban a helyek 60%-a (25 hely) van fenntartva az egyes földrajzi körzeteknek (a fennmaradó 15 hely betöltésénél nem számít a földrajzi hovatartozás). A 2. sz. Kelet-Európa és Észak-Ázsia földrajzi csoportból, ahová hazánk is tartozik, 3 tagot választottak a POC-ba: Azerbajdzsánt, Lengyelországot és Oroszországot. (Bulgária, Kazahsztán, Mongólia, Ukrajna és hazánk - elsősorban a jelöltek nagy száma miatt - nem került be a testületbe. Hazánk és Ukrajna az előző ciklusban is tagja volt a POC-nak, s mivel a tagok egyharmadát meg kell újítani, ez is szerepet játszott abban, hogy nem nyertünk tagsági státust a testületben). Itt jegyezzük meg, hogy az európai posták számára rendkívül pozitív eredmény az, hogy a POC tagjai sorába 14 európai posta került be, amely lehetővé teszi a régió érdekeinek megfelelő érvényesítését. Hazánk megfigyelőként továbbra is kiveheti részét a testület munkájában.

A POC elnökét és alelnökét külön eljárás szerint választják: a POC alakuló ülése az immár új tagok közül választja ki az új elnököt. A POC elnöki tisztét Görögország nyerte el, s ezt a posztot a Görög Posta vezérigazgatója, Andreas Taprantzis tölti majd be

Andreas Taprantzis, a POC újonnan megválasztott elnöke

a következő négy évben. A POC elnöki tisztségére egyébként 3 európai posta pályázott: Nagy-Britannia, Görögország és Svájc. A POC alelnöki posztját az Egyesült Arab Emírségek látja majd el. A Magyar Posta számára kedvező döntés volt, hogy az egyesület egyik legfontosabb szervezete élére a Görög Posta vezérigazgatóját választották meg. E testületben dőlnek el, ugyanis a legfontosabb postaforgalmi és postatechnológiai kérdések, s a Magyar Posta rendkívül jó személyes és szakmai kapcsolatokat tart fenn a görög posta vezetőjével.

Az immár második ciklusa előtt álló Konzultációs Tanács (CC), az UPU-nak a Bukaresti Kongresszuson létrehozott testülete, amely az egyesület munkájában partner külső szereplők és a privát szektor érdekeit hivatott megjeleníteni) elnökévé Charles Prescottot, az USA Direkt Marketing Egyesületének az elnökét választották meg újra, az alelnök a Royal Mail nemzetközi igazgatója, Murray Buchanan lett. A CC-t 19 nem kormányzati szervezet hívta életre, amelyek elsősorban fogyasztói szervezeteket, kézbesítési szolgáltatókat, szakszervezeteket, a postai szektor beszállítóit és más, a nemzetközi postai szolgáltatásokban érdekelt privát társaságot képvisel. A CC részt vesz az UPU legfontosabb projektjeinek munkájában, főként a szabványozási és a címzésre vonatkozó munkában.

Záróakkord

A kongresszusi bizottsági munka, a választások, az alakuló CA és POC ülések után záró plenáris ülésen történik meg a kongresszusi munka összegzése, majd pedig a kongresszuson elfogadott javaslatok és határozatok nyomán aktualizált és átdolgozott új UPU okiratok aláírásával végződik az esemény. A szakértelem és a befektetet munka meg is hozta gyümölcsét. A kongresszus utolsó munkanapján, 2008. augusztus 12-én, a kongresszus által módosított, új UPU dokumentumok aláírásával fejeződött be a 24. UPU kongresszus 3 hétig tartó munkája. A kongresszusi okmányokat a részvevő országok akkreditált delegációvezetői látták el kézjegyükkel. Magyarország részéről Bóna Ákos hírközlési szakállamtitkár írta alá a dokumentumokat.

Hazánk képviselői az UPU kongresszusi okmányok aláírásának pillanataiban

Az esemény befejeztével Edouard Dayan, a kongresszus főtitkára kifejezte elégedettség a kongresszus munkájával és az elért eredményekkel kapcsolatban. Elismerően nyilatkozott a svájci kormány, a svájci Környezetvédelmi, Közlekedési, Energiaügyi és Hírközlési Minisztérium, a Svájci Posta, valamint Kenya közreműködéséről, ami nagyban hozzájárult az elért sikerekhez.

„A nemzetközi postai szolgáltatások feltartóztathatatlanul a jövő felé haladnak – mondta záró beszédében Edouard Dayan, az UPU vezérigazgatója –, s Bukaresttől Genfig nagyon megváltozott az általános hangnem. Négy évvel ezelőtt a pesszimizmus légköre lengte körül a postai szolgáltatások jövőjét – folytatta a vezérigazgató – ma pedig napirendünkön olyan fontos pontok szerepelnek, mint az e-kereskedelem, a technológiai fejlesztés, az emelt szintű küldemények, a nemzetközi kereskedelem és csere, az elektronikus pénzátutalás ösztönzése, a fenntartható fejlődés, a nemzetközi együttműködés, a postai infrastruktúra s az egyetemes szolgáltatások fejlesztése (a leépítés helyett)". Végül a vezérigazgató felvázolta a szektor sokoldalúságát, amelynek révén a postai ágazat a globális gazdaság minden szegmensében tevékenyen kiveszi részét.

A háromhetes kongresszusi munka végeztével levonható az a végkövetkeztetés, hogy a 24. UPU kongresszus rendkívül eredményes munkát tudhat maga mögött. Jelentős döntéseket hozott, melyek megteremtik a megfelelő kereteket a 24. kongresszus utáni ciklus előremutató tevékenységéhez, a postai ipar fejlődéséhez, s nagyban befolyásolják az elkövetkező évek postai szolgáltatásait és egyszersmind az egész postai szektort.

Mint az UPU 24. Kongresszusának színhelye, Genf örökre beírta nevét az Egyetemes Postaegyesület kongresszusainak egyre terebélyesedő történelemkönyvébe.

A 24. UPU-kongresszus legfontosabb döntései:

A kongresszus által tárgyalt és elfogadott dokumentumok közül az alábbiakat emeljük ki:

- Elfogadták a Nairobi Postai Stratégiát (NPS), ami a kormányoknak, a postai üzemeltetőknek és az UPU testületeinek szóló négyéves tevékenységi tervet is tartalmaz. A stratégia által kijelölt fejlődési irány és jövőkép szerint a postai szektornak egyre inkább a világgazdaság jelentős alkotóelemévé kell válnia. Új eleme a dokumentumnak, hogy a regionális prioritásokat is tekintetbe veszi. Négy stratégiai célt tűzött ki a következő négyéves periódusra: 1./ a háromdimenziós postai hálózat interoperabilitásának, minőségének és hatékonyságának javítása; 2./ a postai szektor fenntartható fejlődésének és gazdaságának elősegítése; 3./ a társadalmi, gazdasági és technológiai környezethez alkalmazkodó egyetemes postai szolgáltatások támogatása; 4./ a postai szolgáltatások és piacok növekedésének előmozdítása.

  A Nairobi Postai Stratégia kapcsán a PostEurop álláspontot fogalmazott meg, amelynek két fő eleme: 1. az UPU stratégia regionális szintű végrehajtásának erősítése; 2. az UPU reformjainak folytatása, különös tekintettel a POC és így a postai szolgáltatók szerepének erősítésére.
- A végdíj rendszert tekintve a 24. kongresszus kiemelt feladata volt, hogy a jelenleg hatályos végdíj rendszert egységes modell felé irányítsa. A javasolt végdíj rendszer alapelemeit elfogadta a kongresszus, amelyek a következők: az országokat 5 csoportba sorolják egy úgynevezett postai fejlettségi index értéke alapján a célrendszerhez történő folyamatos csatlakozásuk céljából (de emellett megmarad a fejlett és fejlődő országok csoportbeosztás is). Magyarország az eddig alkalmazott átmeneti rendszerből kilépve 2012-től csatlakozna a célrendszerhez, mint a 2. csoport tagja. Így 2012-ig még élvezheti a Minőségfejlesztési Alap nyújtotta előnyöket. Ettől kezdve társaságunk az eddigi súlyalapú átalánydíj helyett egy darab- és súlykomponensen alapuló végdíjat fizet és kap majd. Az eddigi gyakorlattól eltérően végdíjaink - a fizetett és a kapott is - fokozatosan emelkednek majd a kongresszusi ciklus alatt. A célrendszerhez való csatlakozással a végdíjak szolgáltatásminőségünk, illetve a társposták szolgáltatásminőségének függvényében is változhatnak.
- Az UPU Szolgáltatásminőség-fejlesztési Alapjának (QSF), mint a fejlődő országok kategóriájába tartozó ország, 2001 óta aktív tagjai vagyunk. Az Alap pályázat útján támogatást nyújt a nemzetközi küldeményforgalom szolgáltatásminőségének fejlesztését célzó projektekhez. Számos projekttervünk és pályázatunk nyert pozitív elbírálást, illetve van jelenleg is elbírálás alatt. Határozat született az Alap működésének 2016-ig tartó folytatásáról, s a kongresszus elfogadta az Alaphoz kapcsolódó 2009-2012. évi programot, amely a pénzügyi támogatások könnyebb megszerzésének és gyorsabb felhasználásának elérését tűzte ki célul.
- Magyarország az UPU ország-besorolását illetően a következő ciklusban is fejlődő országnak minősül, s ez teszi lehetővé, hogy továbbra is élhetünk a Szolgáltatásminőség-fejlesztési Alap (QSF) és a végdíj rendszer nyújtotta előnyökkel.
- Nagy jelentőségű a nemzetközi küldeményforgalmi szolgáltatásokat tekintve a világszerte is elismert szolgáltatásminőségi normák és célok, s a Globális Mérési Rendszer elfogadása. Ez kedvező a Magyar Posta számára is, hiszen - az európai posták döntő többségéhez hasonlóan - messze túlteljesíti azokat az elvárásokat, amelyeket a kongresszuson megfogalmaztak.
- Döntés született a Postai Pénzforgalmi Megállapodás és Szabályzatának módosításáról s új okiratok megalkotásáról, amelyet azonban nem kötelező alkalmazniuk a postáknak. Kiemelt kérdéskör volt az utalványok elektronikus továbbításra való átállítása. Határozat születtek ennek a szerződéses háttere létrehozásáról, valamint a postai pénzforgalmi szolgáltatások modernizálása és népszerűsítése terén az új technológiák használatának elősegítésére annak érdekében, hogy a banki szolgáltatások is általánossá váljanak a postákon.
- Az Egyetemes Postaegyezmény módosítását célzó számos javaslat került elfogadásra. A javaslatok nagy száma miatt nem tárgyalt 260 javaslatot az UPU kongresszus utáni első őszi ülésszaka fogja majd megvitatni, és ekkor kerül véglegesítésre a Levélpostai Szabályzat és a Postacsomag Szabályzat is.
- Az EToE-k (területen kívüli kicserélő hivatalok) és IMPC-k (nemzetközi feldolgozó központok) státuszát illetően a kongresszus elfogadta azt az álláspontot, amely szerint további felmérésekre van szükség e tárgyban ahhoz, hogy világos célokat és állásfoglalást lehessen követni.
- Határozatok születtek a postai csomagok versenyképességének növeléséről, az e-kereskedelem fejlesztéséről, s ezen belül a fejlődő térségek támogatásáról, a szabványosítási tevékenység előmozdításáról, címzések, címadatbázisok elektronikus cseréjéről, az UPU postai kódrendszerének fejlesztéséről, egységesítéséről. Jóváhagyásra került számos határozat a postai biztonság, a terror elleni küzdelem és a pénzszállítás területét illetően is.
- Jelentősek a környezetvédelemi tudatosság fejlesztésére szolgáló dokumentumok, s az üvegházhatású gázkibocsátás csökkentésére irányuló tevékenység előmozdítására vonatkozó határozatok. Mérföldkőként tartja számon a postai világ, hogy a kongresszus ideje alatt egyezmény született az UPU és az Európai Postai Közszolgálati Üzemeltetők Egyesülete, a PostEurop között, tágabb kereteket biztosítva ezáltal az üvegházhatású-gázkibocsátás csökkentésére irányuló programjaik összehangolására. Technikai Vegyes Bizottság jön majd létre, amely a közös tevékenység és intézkedések összehangolására hivatott a tárgyban, elősegítve ezzel a környezetbarát postai szektor létrehozását célzó hatékony irányítási politika kialakítását. (Mint ismeretes a PostEurop 2012-ig 10 %-kal kívánja csökkenteni a széndioxidgáz-kibocsátást az európai postai szektorban.
- Az UPU reformja jegyében számos határozat és javaslat született, s az UPU Alapszabályában olyan módosítások történtek is, amelyek lehetővé teszik, hogy a szabályozás és eljárások megfeleljenek a változó versenypiaci környezet napi igényeinek. Korszerűsödött az UPU döntéshozó testületeinek szervezeti felépítése. A postaigazgatás kifejezést törölték, ezt a tagország, illetve kijelölt szolgáltató terminus helyettesíti ezután az UPU minden okmányában. Az UPU küldetése szövegének megváltoztatását célzó javaslatot azonban elvetette a kongresszus és ezt a kérdéskört továbbutalta a CA-hoz behatóbb tanulmányozásra. Elfogadták viszont az UPU reformjának továbbviteléről szóló határozati javaslatot, amelynek kidolgozásában a Magyar Posta képviselői jelentős szerepet játszottak, ennek keretében tanulmányozzák majd az UPU reformja továbbvitelének lehetőségeit és az ebből adódó feladatokat.
- Döntések születtek az UPU költségvetésének és hozzájárulási rendszerének korszerűsítésére, átláthatóbbá tételére vonatkozóan, amelynek kidolgozásában társaságuk munkatársai vezető szerepet töltöttek be. Ennek révén az UPU tagdíjbevételét növelni tudja majd.
- A 2012-ben sorra kerülő következő, 25. UPU kongresszus házigazdája Katar lesz.

A város

Genf nemcsak hogy kiváló feltételeket biztosított a 24. UPU kongresszus sikeres tevékenységhez, hanem bájával és nyugalmával, gyönyörű természeti adottságaival és vendégszeretetével, franciás derűjével és mozgékonyságával is elbűvölte a hivatalos programok után

még nézelődni vágyó és kulturális élményekre fogékony vendégeket. Az augusztusi genfi fesztivál színes, sátoros, ünnepi forgatagának hangulatát magunkba szívva megcsodálhattuk a város jelképeként fotókról már jól ismert szökőkutat, melynek a Genfi-tó közepéből feltörő140 méteres vízsugarát még repülőgépről is jól kivehetően látni, továbbá a nagy felvilágosult gondolkodó, Rousseau szülőházát, a híres színpompás virágórát, Kálvin faragott székét az impozáns katedrálisban, a Reformáció emlékművénél Bocskay István szobrát, a svájci óragyártás remekeit kínáló csillogó kirakatokat, a tavon cirkáló hajókat, vitorlásokat, a Mont Blanc messziről fehérlő, egekbe nyúló, örök hó lepte hegycsúcsait, és a tavat övező elegáns sétányokat, fasorokat, s a tragikus sorsú császárné, Sissi utolsó perceit idéző légies szobormását.

A cikk egyik szerzője a Mali Posta küldöttei között a közös kulturális programon

Genf olyannak tűnt mint a béke szigete, amely nyugodt kiegyensúlyozottságával méltán nyújt megfelelő és biztonságos környezetet az itt székelő nemzetközi szervezeteknek is, az ENSZ európai székházának, de ugyanúgy itt székel az UIT (a Egyetemes Távközlési Egyesület, az UPU testvérszervezete) a WTO, a GATT, az ISO, az IATA, az UNICEF, a Nemzetközi Vöröskereszt és még számos más gazdasági, tudományos, jogi, oktatási, leszerelési, nukleáris kutatási, humanitárius, vallásügyi és egyéb nemzetközi szervezet is.

Az élet megy tovább

Az UPU keretében zajló szabályozási munka a kongresszus végeztével azonban korántsem ért véget. A kongresszusok közötti munka folyamatosságát az UPU fő döntéshozó testületei, a CA és a POC biztosítják. Azt a 260, főleg postaforgalmi javaslatot, amelyeket a kongresszus idő hiányában nem tudott napirendre tűzni, az UPU őszi POC ülésszaka fogja tárgyalni és véleményezni, s ismét beindul a különböző programokkal, projektekkel, munkabizottsági tevékenységgel a kongresszusok közötti nemzetközi postai tevékenység. Az elfogadott stratégia teljesítése mindig megújítja és egyszersmind meg is tartja az immár 134 éve működő nemzetközi szervezetet, ezzel egyúttal biztosítja a világ posták fejlődését, versenyképességét a következő kongresszusi évig, amikor is 2012-ben a katari Dohában nyitja meg ismét kapuit a posták világméretű fóruma, az UPU immár 25. jubileumi kongresszusa.

A csendes Genfi-tó a két part között közlekedő kishajóval: navigare necesse est…

Versenyszabályok alkalmazása a postai ágazatban

(I. rész)

Bevezetés: az Európai Közösség versenyjogának koncepcionális alapjai, főbb jellegzetességei

Az Európai Gazdasági Közösség – illetve a Maastrichti Szerződést követően, 1993. óta Európai Közösség – rendszerében létrejött integrációs versenyjog egy sajátos képződmény a versenyszabályozás, a kormányzati gazdaságpolitika-formálás és az európai integráció támogatására szolgáló közhatalmi-jogszabályi eszközrendszer keresztútján. Ezek a tényezők együttesen igen összetett, megfontolt mérlegelést követően lehetnek képesek az elvárt eredmények, a gazdasági jólét maximalizálására. Ennek során több, önmagában sem egysíkú, egymással ugyanakkor kölcsönhatásban lévő szempontok közötti kényes egyensúly megtalálása volt – és ma is – a cél.

Az Európai Közösség integrációs versenyjogának koncepciójára, végső jellegzetességeire a legnagyobb befolyással a weimari Németország gazdasági-jogi fejlődését alapvetően meghatározó ún. freiburgi iskola volt. A második világháborút követően a szövetséges hatalmak – mivel az számukra veszélyt jelentett – fel akarták számolni a gazdasági hatalom túlzott koncentrációját, illetve a gazdasági fejlődés elősegítése érdekében kívánták szabályozni a versenyt. Állami feladatként tehát nem csupán a politikai hatalom, hanem a gazdasági hatalom tudatos széttagolását is kívánták, a vállalkozások döntéseinek, ügyleteinek fő mozgatórugójává a versenyt tették: a gazdasági szereplők cselekvési szabadságát garantáló verseny önmagában vett alapértékké lépett elő.

Az Európai Gazdasági Közösség létrehozatalakor figyelembe vett másik, a francia nézet szerint a versenyjog önállósága, önmagában vett értékként kezelése, autonómiája az integrációs folyamatban legalábbis erősen átgondolandó. Ebben a modellben egy sokkal szélesebb, komplexebb szempontrendszer egyik elemeként azonosították a vállalkozások egymással versenyző magatartásából kinyerhető előnyöket. A versenyjogi szabályozás itt egy átfogó iparpolitikai-, gazdaságpolitikai-, fejlesztéspolitikai-, külgazdasági-, környezetvédelmi összefüggésrendszer egy tényezője, azok mellett, azokkal együttesen figyelembe veendő összetevő.

Ezek a nemzeti szinten kialakított elméleti megközelítések, illetve alkalmazott gyakorlatok tisztán, és változtatások nélkül, már csak a közöttük lévő különbözőségek okán sem kerülhettek át az Európai Közösséget létrehozó szerződés tételes megállapításai közé sem, az alapvetés tekintetében e nézetek befolyása azonban elvitathatatlan.

Ma az Európai Unió versenypolitikájának talán legfontosabb két célkitűzése a gazdasági hatékonyság és az európai integráció elősegítése. Az EK Szerződés 81. és 82. cikkének végrehajtásáról szóló, még 1962-ben megalkotott 17. tanácsi rendelettel létrehozott centralizált rendszer viszont már nem biztosította e két célkitűzés egyensúlyát, gátolta a közös-

ségi versenyszabályoknak a tagállamok bíróságai és versenyhatóságai által történő alkalmazását, továbbá az ehhez kapcsolódó bejelentési rendszer megakadályozta a Bizottságot abban, hogy erőforrásait a legsúlyosabb jogsértések elleni fellépésre összpontosíthassa. Emiatt a Tanács 1/2003/EK rendelete alapjaiban változtatta meg a közösségi versenyjog alkalmazásának rendszerét, ennek hatályba lépése után lett a jelenlegi rendszer közvetlenül alkalmazandó (az ún. közvetlen hatályra épülő) kivételi rendszer.

A közösségi jog közvetlen hatálya azt jelenti, hogy a magánjogi jogalanyok közösségi jogon alapuló igényeiket a tagállami bíróságokon érvényesíthetik; ez feltételezi, hogy pontosan szövegezett, olyan világos és feltétlen rendelkezést tartalmaz a joganyag, amely alkalmas arra, hogy egy személyre jogokat és kötelezettségeket ruházzon. A kivételi rendszer pedig azt jelenti, hogy az EK Szerződés tételes rendelkezéseinek megfelelő tényállások – ahol ez értelmezhető mind horizontális, mind vertikális irányultságukban – tilalmazottak, hiszen ténylegesen vagy potenciálisan megakadályozzák, korlátozzák, vagy torzítják a versenyt, ezáltal csökkentik a teljes társadalmi többletet, a jólétet. Ez az abszolút tilalmi felfogás azonban rendkívül merevvé tenné a rendszert, ezért puhítják azt a mentesítési klauzulák abban az esetben, ha a megállapodás közvetett hatása – nem a közvetlen célzata – jár(hat) a versenyre hátrányos következményekkel. Az általános tilalom alóli mentesülésnek négy konjuktív feltétele van:

– a versenykorlátozásnak gazdasági előnyökkel kell járnia,
– az előny méltányos részéből a fogyasztóknak is részesülniük kell,
– nem jelenthet szükségtelen korlátozást,
– nem eredményezheti a verseny teljes kikapcsolását.

Az e feltételeket teljesítő vállalkozásokra később – a korábbi egyedi bejelentések gyakoriságából levont következtetésekből fakadóan – a Bizottság képes volt olyan formális szempontokat kialakítani (ezeket állapította meg a csoportmentességi rendeletekben) amelyek miatt már nincs szükség azok egyedi vizsgálatára. Fontos megjegyezni, hogy a Tanács 1/2003/EK rendeletének hatályba lépése – illetve ebből következően az előzetes egyedi mentesítési eljárás megszüntetése – ma sem jelenti azt, hogy a csoportmentességi rendeletek léte, illetve jövője megkérdőjeleződött volna, sőt a Bizottság fenntartotta magának a jogot – vélhetően a csoportmentességek széles körű elfogadottsága és az általuk garantált jogbiztonság okán –, hogy a továbbiakban is elfogadhat újabb csoportmentességi rendeleteket.

A szociális, környezetvédelmi és politikai megfontolásokhoz hasonlóan az is alakítja az európai versenypolitikát, hogy a Bizottság milyen jelentőséget tulajdonít a vállalkozások piaci részesedésének, illetve a kis- és középvállalkozások speciális piaci szerepkörének (ezt veszi alapul az ún. de minimis jogelv). Ez a jogelv kettős természetű: vizsgálandó egyrészt a közösségi léptékű kereskedelmi érintettség léte, másrészt a vállalkozások piaci részesedésének versenyre gyakorolt hatása. Az erről szóló közleményében[1] körülírt esetekben – a piaci részesedésre és a vállalat méretére vonatkozó kritérium megfeleltethetőségekor – a Bizottság sem kérelemre, sem saját kezdeményezésére nem indít eljárást.

[1] lsd. a Bizottság közleménye az Európai Közösséget létrehozó szerződés 81. cikke (1) bekezdése szerint a versenyt érzékelhetően nem korlátozó, csekély jelentőségű (de minimis) megállapodásokról (HL C 368 2001.12.22., 13-15. o.)

A versenyjogi kérdésekben való döntéshozatalnak kulcskérdése az érintett piac meghatározása. A versenyjog szempontjából vizsgált magatartások ugyanis mindig egy adott piacra gyakorolnak hatást, egy adott piacon zajló versenyből fakadó nyomásra próbálnak választ adni. A vállalkozások által megvalósított, a piaci versenyt korlátozó, befolyásoló, torzító magatartások mikéntjének megértéséhez így azonosítani kell ezt a piacot, annak szereplőit és egymáshoz való viszonyukat, illetve az egész piac működését. A magatartások versenyre gyakorolt hatásának értékeléséhez pedig tudni kell, hogy a magatartásban részes vállalkozások mekkora piaci erővel rendelkeznek, milyen mértékben képesek a piac befolyásolására. A piac meghatározása teszi tehát lehetővé a vállalkozások közötti verseny határainak azonosítását és meghatározását, illetve azoknak a kereteknek a megállapítását, amelyeken belül az Európai Közösség tagállamainak versenyhatóságai, illetve maga a Bizottság is a versenypolitikát alkalmazza.

Az érintett piac, mint fogalom lényegében két (még pontosabban három) elemből épül fel: az egyik a termékek köre, a másik pedig az a földrajzi terület, ahol a termékek kereskedelme megvalósul. E mellett kisegítő jelleggel, harmadik elemként kell az időtényezőt is figyelembe venni. A Bizottság külön közleményben[2] foglalta össze az érintett piac meghatározásakor a közösségi versenyjog alkalmazásában figyelembe veendő célkitűzéseket, alapelveket, étékelési tényezőket, valamint a gyakorlati piac-meghatározás folyamatát is. A legáltalánosabban használt piac-meghatározási teszt az SSNIP (Small but Significant Non-transitory Increase in Price – más néven Hipotetikus Monopolista Teszt). Egyes vélemények szerint ez a teszt nem is csak az egyik lehetséges módszer a piacazonosítás során, hanem maga a teszt, amely a keresleti és a kínálati helyettesíthetőség megállapítása során mind a termék-, mind a földrajzi piacok tekintetében alkalmazandó. Az így azonosított piacok a versenyfeltételek módosulása, a fogyasztói szokások átalakulása, hatósági vagy jogszabályi intézkedések, termék-innováció és az ipari/szolgáltatási technológia újítása okán időben azonban természetesen változhatnak. Egy átmeneti vagy rövid ideig fennálló meghatározó piaci helyzet versenyjogi értékelés szerint viszont általában nem jár azzal a lehetőséggel, hogy az adott vállalkozás gazdasági-piaci lépéseit a versenytársaktól, a fogyasztóktól számottevő mértékben függetlenedve határozza meg, emiatt a piaci erőfölényes helyzet megállapításához a termékpiac és a földrajzi piac azonosításán túlmenően figyelembe kell venni az időtényezőt is.

Általános gazdasági érdekű szolgáltatás az Európai Közösség versenyjogában, a postai szolgáltatás, mint általános gazdasági érdekű szolgáltatás

A Bizottság egy külön közleményében[3] mutatta be az általános gazdasági érdekű szolgáltatás kategóriájának tartalmát. Általános az érdek, ha nem meghatározott csoport érdekvédelmét, hanem pl. lakossági szükségletek kielégítését célozza a szolgáltatás; a gazdasági jelleget a nyereségelvűség jelenti (tehát nem szociális vagy karitatív szolgáltatások); a szolgáltatási elem pedig eredendően a közüzemeket és közszolgáltatásokat

[2] lsd. a Bizottság közleménye a közösségi versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról (HL C 372., 1997.12.09., 155-163. o.)
[3] lsd. a Bizottság közleménye az Európai általános érdekű szolgáltatásokról (OJ C 281., 1996.09.26., 3-12. o.)

jelenti, de ma már egyes pénzügyi szolgáltatási elemekre is kiterjed.
Az általános gazdasági érdekű szolgáltatás (köznapi nyelvben inkább: közszolgáltatás) azt fejezi ki, hogy a vállalkozás mindenki számára nyújtja a szolgáltatást, nem ő dönti el, hogy kit szolgál ki, így a fogalom magában hordozza a szerződéskötési kötelezettséget is. A közszolgáltatás tehát egyfajta kötelezettség; olyan kötelezettség, amelyet az adott vállalkozás – amennyiben saját gazdasági érdekeire tekintettel lenne – nem vállalna magára, nem vállalná ugyanilyen mértékben vagy azonos feltételek mellett. A közszolgáltatási jelleg, a kötelező szolgáltatás, valamint a veszteséges tevékenység vállalkozáson belüli életképessége volt a háttér a Corbeau ügyben.[4] Az Európai Bíróság megállapította, hogy az esetben szereplő postavállalat egyértelműen közérdekű szolgáltatást nyújtó vállalkozás és azon kötelezettsége, hogy ezt a szolgáltatást pénzügyi egyensúlyának fenntartása mellett teljesítse, feltételezi a bevétel átcsoportosítását ugyanazon vállalkozáson belül a nyereséges területekről a veszteséges területekre. Egy ilyen átcsoportosítás igazolhatja a profitábilis területen a versenykorlátozást is, de nem igazolható a versenynek olyan területeken történő kizárása, amelyek specifikus, kiegészítő jellegű, az általános gazdasági érdekű szolgáltatásoktól elválasztható szolgáltatások.

A Corbeau ügy mindezek mellett azonban arra is rámutatott, illetve felhívta a közösségi szervek figyelmét, hogy a közszolgáltatásra való hivatkozás az érdekelt vállalkozás és a tagállam részéről egy védekezési irány lehet a versenyszabályok alóli kivételezettség megkérdőjelezésekor. Ezt felismerve indult a közösségi jog szintjén zajló liberalizációs hullám, amelynek versenyjogi lényege abban áll, hogy a lehetséges legnagyobb mértékben be kell engedni a versenyt más vállalkozások piacra lépésének elfogadtatásával az ún. szabályozott közszolgáltatási szektorokban is. E szektorok egyike az egyetemes szolgáltatási jelleggel végzett postai szolgáltatás területe.

Az Európai Közösség postapiaccal kapcsolatos szabályozására tekintve jól kitűnik, hogy a postai szolgáltatások közös európai szabályozása a kezdetektől napjainkig megmaradt az ún. puhajogi (soft-law) instrumentumok nyújtotta lehetőségek között, azaz mind a mai napig nem a nemzetek feletti egységesítés, hanem a tagállamok közötti harmonizálás a kitűzött cél. Ennek eszközei az ún. postai irányelvek.

Az Európai Közösség tagállamainak postaszolgálatára vonatkozó jogharmonizáció alapjait, illetve a postai szolgáltatási piac fokozatos liberalizációját 97/67/EK irányelv[5] rakta le, illetve indította el. Az irányelv közös szabályokat állított fel a postai szolgáltatások belső piacának fejlesztésére a következő főbb pontok vonatkozásában:

- az egyetemes postai szolgáltatás,
- a fenntartott szolgáltatások (monopóliumok),
- a díjazási elvek és az elszámolás átláthatósága az egyetemes postai szolgáltatást nyújtó piaci szereplők számára,
- a minőségi normák,
- a műszaki normák harmonizációja,
- független nemzeti szabályozó hatóságok létrehozása.

[4] lsd. C-320/91. sz. Corbeau ügy, az Európai Közösségek Bíróságának 1993. május 19-i ítélete ECR 2533. o.
[5] lsd. a közösségi postai szolgáltatások belső piacának fejlesztésére és a szolgáltatás minőségének javítására vonatkozó közös szabályokról szóló 1997. december 15-i 97/67/EK irányelv (HL L 15., 1998.01.21., 14-25. o.)

A második postai irányelv[6] – amely az első direktíva bizonyos rendelkezéseit módosítja – legnagyobb jelentőségű eleme, hogy az első direktívában még csak általános jelleggel körülírt fokozatos és ellenőrzött piacnyitást konkrét, határidőkhöz és objektívan megállapított mutatókhoz kötötte; kevés kivételével összes rendelkezésének 2008. év végi hatályon kívül helyezésével pedig közvetetten – 2009. január 1-i dátumot jelölte meg, mint előirányzott időpontot a postai szolgáltatások belső piacának teljes megnyitására.

Ez a jogtechnikai megoldás – tekintettel arra, hogy a postai piac teljes megnyitását a Bizottság, az Európai Parlament és a Tanács ilyen értelmű külön megerősítéséhez kötötte – egyenesen vezetett el a harmadik postai irányelv megalkotásának szükségességéhez. A Bizottság erre vonatkozó eredeti – 2006. októberében előterjesztett – javaslata még egyáltalán nem utalt arra, hogy a 2009-es határidő megváltoztatására esetleg szükség lenne. Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság és a Régiók Bizottsága egy évvel később kialakított véleményében azonban már határozottan a halasztás mellett foglalt állást. Erre (is) tekintettel a harmadik postai irányelv[7] olyan rendelkezést tartalmaz, ami szerint a postai belső piac teljes körű megvalósítására vonatkozó határidő 2010. december 31., de egyes megnevezett tagállamok – köztük Magyarország – azt további két évvel elhalaszthatják.

Azonosítható piacok a postai ágazatban

A postai ágazat földrajzi és termékpiacainak azonosítása az Európai Közösségben még nem egy részleteiben előírt, ebből következően objektív módon behatárolható és számon kérhető követelményrendszer alkalmazását jelenti. Ahogyan arról már szó volt: a postai ágazattal kapcsolatban a Bizottság, a Tanács és az Európai Parlament egyelőre csak a liberalizáció adminisztratív korlátainak maximumát és a szabályozói eszközök alkalmazásakor követendő elveket határozta meg, amely rendelkezésekből csak részben következtethetünk a piacok azonosításának keretelveire. Mindez tehát jelentős mozgásteret hagy a tagállamok számára a piacok azonosítása tekintetében, ráadásul egyelőre – a versenyjogi jogesetek döntéseinek megalapozásától eltekintve – igazából nincs is olyan kényszerítő erő, amely a postai piacok azonosítását a tagországok számára expressis verbis kimondaná. A következőkben elsőként – vázlatosan – ismertetjük Bizottságnak a postai piacok meghatározására vonatkozó közleményében[8] közzétett megállapításait, azt követően pedig a hatályos magyar szabályozás és az SSNIP módszertanának egyfajta gyorstesztben történő összevetésének eredményeként – feltehetően – azonosítható postai (földrajzi- és termék) piacokat jellemezzük röviden.

Földrajzi piacok

Kiinduló pontunk, hogy az Európai Közösségnek a postai ágazatra vonatkozó szabályozása a jogharmonizáció és nem a jogegységesítés elvét követi. Ebből eleve adódik,

[6] lsd. a 97/67/EK irányelvnek a közösségi postai szolgáltatások verseny számára való további megnyitása tekintetében történő módosításáról szóló 2002. június 10-i 2002/39/EK irányelv (HL L 176., 2002.07.05., 21-25. o.)
[7] lsd. a 97/67/EK irányelvnek a közösségi postai szolgáltatások belső piacának teljes megvalósítása tekintetében történő módosításáról szóló 2008. február 20-i 2008/6/EK irányelv (HL L 52., 2008.02.27., 3-20. o.)
[8] lsd. a Bizottság közleménye a versenyszabályok postai ágazatban történő alkalmazásáról és a postai szolgáltatással kapcsolatos egyes állami intézkedések értékeléséről (HL C 39., 1998.02.06., 174-190. o.)

hogy a versenyfeltételek tagállamonként érzékelhetően eltérőek, más megfogalmazás szerint: csak a tagállamon belül homogének annyira a versenyfeltételek, hogy az érintett vállalkozások egymással összemérhetőek lennének. A tagállamok területei mindezért tehát a belföldi és a határt átlépő küldeményekkel kapcsolatos szolgáltatások tekintetében külön-külön piacokat alkotnak.

> *„A tagállamok területei a belföldi és a belföldre irányuló határokat átlépő küldemények kézbesítése tekintetében földrajzilag elkülönült piacokat alkotnak… Az érintett piac meghatározása szempontjából nincs jelentősége a belföldre irányuló határokat átlépő küldemény származás szerinti országának."*

A hatályos magyar – törvényi szintű[9] – szabályozásnak e fenti földrajzi dimenziójú piacmeghatározás tekintetében nincs többlet tartalma. A Postatörvény felhatalmazása alapján, annak végrehajtására megalkotott, a postai szolgáltatók piacra lépésének feltételeiről szóló 68/2004. (IV. 15.) Korm. rendelet azonban már tartalmaz olyan rendelkezést, amely adott esetben a postai szolgáltatások földrajzi piacának azonosításakor figyelembe veendő többletelem lehet. Ez – már a szabályozás jellegéből adódóan is – természetesen csak a belföldi piac további szűkítésére vonatkozó rendelkezést takar, miszerint a szolgáltatási engedély kérelmében a leendő szolgáltató meghatározott közigazgatási terület(ek) megjelölésével kérheti a hírközlési hatóságtól az engedély kiadását.

> *„Szolgáltatási engedély az egyetemes postai szolgáltatás körébe tartozó, de nem fenntartott egy vagy több postai szolgáltatásnak az alábbi közigazgatási területek valamelyikén történő nyújtására kérhető:*
> *a) város kivételével egy vagy több település,*
> *b) Pest megye kivételével legalább egy megye,*
> *c) Pest megye és legalább egy megye,*
> *d) Budapest és – Pest megye kivételével – legalább két megye együttesen,*
> *e) az egész ország."*[10]

A postai szolgáltatásokon belül értelmezett földrajzi piacok azonosításának kérdése összefüggésben van azzal a problematikával, hogy lehetséges-e adott tagállamon belüli viszonylatú, az egyetemes postai szolgáltatás körébe tartozó küldemények díjazása során árdiszkriminációt alkalmazni pl. az alapján, hogy az ország melyik részében kerül a küldemény kézbesítésre, vagy pedig nem lehet különbséget tenni az árakban aszerint, hogy a címzett a főváros központjában, vagy pedig az alföldi tanyavilág egy eldugott szegletében található. A postai szolgáltatások fenntartott szegmensére vonatkozó liberalizáció az, ami fölveti a földrajzi alapú árdiszkrimináció lehetőségét (magasabb árat rendelnek azokhoz a küldeményekhez, amelyek akár kézbesítési, akár feladási pontban kistelepülést érintenek), hiszen amíg egy szolgáltató monopoljoga az adott küldemény eljuttatása a címzetthez, addig nincs hatékonysági nyomás sem a szolgáltatón. A harmadik postai irányelvvel a Közösség alapvetően ebben a tekintetben is a versenyszempontoknak jobban megfelelő, a valós költségekhez igazodó árak alkalmazását ösztönzi, és jobbára csak kivételként fogadja el az egységes tarifák megtartását. Versenypolitikai szempontból – szemben a társadalompolitika érdekeivel – ugyanis ez utóbbi jelenti a diszkriminatív áralkalmazást.

[9] lsd. a postáról szóló 2003. évi CI. törvény (a továbbiakban: Postatörvény)
[10] lsd. a postai szolgáltatók piacra lépésének feltételeiről szóló 68/2004. (IV. 15.) Korm. rendelet 6. § (1) bek.

Termékpiacok

A termékpiacok tekintetében is hangsúlyozza a Bizottság közleménye a tagállamok szabályozási gyakorlata közötti különbözőségeket, illetve figyelembe veszi, hogy több elkülönült termékpiac létezik a postai ágazatban is.

A következőket nevesíti a közlemény:
- az általános levélpostai szolgáltatás piaca,
- a címzett reklámküldemények piaca,
- az expressz küldeményekkel kapcsolatos szolgáltatások piaca,
- a dokumentumcsere, illetve a hagyományostól meglehetősen eltérő új szolgáltatások piaca,

illetve tevékenységi szemléletű megközelítés tekintetében elkülöníthetők:
- a postai küldemények gyűjtésének,
- a postai küldemények feldolgozásának,
- a postai küldemények szállításának,
- a postai küldemények kézbesítésének piacai.

Ez a felsorolás meglehetősen összetett, első áttekintésre talán kissé rendszertelennek is tűnik annyiban, hogy a postai szolgáltatás technológiájának más-más jellemzői felől közelítve nevesíti a piacokat. Emiatt egy-két mondat erejéig szükségesnek tűnik az egyes termékpiacok bővebb jellemzése is.

Az általános levélpostai szolgáltatás piaca

> *„Az általános levélpostai szolgáltatás a levélküldeményeknek – a rajtuk szereplő címre, a címzett részére történő – kézbesítésére vonatkozik. Nem tartalmazza a saját kézbesítést, azaz a postai szolgáltatás ellátását a küldeményt feladó természetes vagy jogi személy által (ideértve a leányszervezeteket is). Sok tagállamban a gyakorlat alapján kizárják ebből a levélküldeménynek nem tekinthető postai küldeményeket… Ilyen küldemények a folyóiratok, hírlapok, nyomtatott időszaki kiadványok, katalógusok, illetve az ezeket a küldeményeket kísérő és ezekkel kapcsolatos dokumentumok."*

Az idézett rendelkezések első olvasatra teljesen egyértelműnek tűnnek, a szolgáltatás ellátásának, valamint a jogok és kötelezettségek ütköztetésének gyakorlata azonban felszínre hozott, hoz és a jövőben hozhat olyan tényezőket, amelyek figyelembe vétele mellett érdekes – és megválaszolásra szoruló – kérdésekkel szembesülhetünk. Példaként röviden utalunk a saját kézbesítés/saját kezelés értelmezésének kérdésére[11], a munkaerő-kölcsönzéssel létesített munkaviszonyban álló személyekkel történő kézbesítési feladatok ellátására[12], vagy a szakzsargonban ún. hibrid levélküldeményekkel kap-

[11] lsd. Asempre vs. Spanyolország és Correos y Telegráfos ügy, 2004.03.11. (2004/C 94/12)
[12] a munkaerőt kölcsönadó és kölcsönvevő jogi személyek közül mely fél saját alkalmazottjának tekintendő a postai küldeményt ténylegesen kézbesítő munkavállaló, ebből következően mely fél küldeményeit továbbíthatja saját kézbesítés/saját kezelés fogalomkörében a fenntartott szolgáltatás kizárólagosságát jelentő jogosultság megsértése nélkül?

csolatos postai szolgáltatásra[13] azzal, hogy mindezek tekintetében a kérdés úgy merül fel, hogy hogyan egyeztethetőek össze a fenntartott postai szolgáltatáshoz fűződő kizárólagos jogosultsággal.

A címzett reklámküldemények piaca

> *„A címzett reklámküldeményre vonatkozik a levélküldemény meghatározása, a címzett reklámküldemények azonban nem tartalmazhatnak személyhez szóló üzeneteket… Az elkülönült piacok lehetőségét jelzi az a tény is, hogy a két szolgáltatás nem mindig felcserélhető."*

Az önálló termékpiacként történő azonosítás melletti érv az adminisztratív jellegű elhatároláson (meghatározott az egyszeri feladási tétel minimális darabszáma) túl az, hogy a címzett reklámküldemények feladói nem szükségszerűen igénylik a rövid, elsőbbségi kezelés szerint díjazott kézbesítési időket úgy, mint az általános levélpostai szolgáltatás piacán. Ugyanakkor mind a keresleti, mind a kínálati helyettesítés jelentősnek tűnik a két szolgáltatási szegmens között, olyannyira, hogy az alapján akár egy termékpiacként is azonosítható a két küldeményfajnak megfelelő postai szolgáltatás.

Az expressz küldeményekkel kapcsolatos szolgáltatások piaca

> *„Az expresszküldemény-szolgáltatás… a postai alapszolgáltatásokkal összehasonlítva több hozzáadott értéket tartalmaz… A fogyasztók általában hajlandók magasabb árat fizetni ezért a szolgáltatásért."*

Az expresszküldemény-szolgáltatás nem csak a gyorsabb küldeménytovábbítás és kézbesítés terén tartalmaz az általános levélpostai szolgáltatáshoz viszonyított többletelemeket, hanem e mellett úgynevezett kiegészítő szolgáltatások közül is néhányat vagy mindegyiket. Ezek a következők lehetnek: garantált idejű kézbesítés, a küldemény felvétele a feladó által megjelölt helyen, személyes (nem levélszekrény útján megvalósuló) kézbesítés, a címzett saját kezébe történő kézbesítés, a címzett és a cím megváltoztatásának lehetősége a továbbítás során, nyomkövetés, személyre szabott ügyfélszolgálat, egyéb fogyasztói igény szerinti szolgáltatás biztosítása.

A dokumentumcsere szolgáltatás piaca

> *„A dokumentumcsere… nem tartalmazza a postai küldemények gyűjtését és kézbesítését a szállított postai küldemények címzettjeinek. Csak az eszközöket tartalmazza, ideértve az alkalmi helységek biztosítását, illetve a harmadik fél általi szállítást, és lehetővé teszi a saját kézbesítést a szolgáltatásra előfizető felhasználók között. A dokumentumcsere használói egy zárt felhasználói csoport tagjai."*

A dokumentumcsere szolgáltatás különleges postai szolgáltatás, annyiban mindenképpen, hogy a szolgáltatás gyakorlatilag Magyarországon az Európai Közösség néhány más egyéb tagállamához hasonlóan – egyelőre – ismeretlen, nem létezik.

[13] a feladó tulajdonképpen elektronikus adatbázisként adja át a szolgáltatónak a levélküldeményt, majd a szolgáltató a küldeményt fizikailag előállítja és ezt követően a címzettnek hagyományos postai úton kézbesíti

A postai technológia tevékenységei szerinti piacok

> *„… az általános levélszolgáltatáson belül külön igények szerinti különböző tevékenységek különülnek el, amelyeket elméletileg különböző piacoknak lehet tekinteni: a gyűjtés és a küldemények feldolgozásának piacai, a küldemények szállításának és végül (belföldi vagy belföldre irányuló határokat átlépő küldemények) kézbesítésének piacai… A piaci valóság azt támasztja alá, hogy a postai küldemények gyűjtése, feldolgozása, szállítása és kézbesítése különböző piacokat alkotnak. A versenyjog szempontjából érvényes lehet a négyféle piac közötti különbségtétel."*

Jól látható, hogy az itt körülírt, a postai piacok lehetséges azonosítása során figyelembe veendő szempontrendszer már egészen más megközelítést tükröz, mint a korábban említettek. Ennek elsődleges oka az, hogy a postai technológia tevékenységei szerinti piacok azonosításakor a megkülönböztethető vevőkategóriákat (magánvevők és üzleti vevők) helyezi előtérbe a közlemény, ez alapján célszerűnek tűnik a kis- és nagykereskedelmi piaci szintek megkülönböztetése is. A postai technológia tevékenységei szerinti piacok (a gyűjtés, a feldolgozás, a szállítás és a kézbesítés) ebben a rendszerezésben a nagykereskedelmi piaci szintnek, de csak ennek feleltethetők meg. Ezek az önállósult szolgáltatások lehetnek majd a kiindulópontjai a postai szolgáltatók hálózatai közötti összekapcsolásnak.

A magyar Postatörvény termékpiaci struktúrájának különleges vonásai

A hatályos magyar Postatörvény néhány tekintetben ezt a fenti termékpiaci struktúrát kissé erodálja, más tekintetben azonban azt kiegészíti. Konkrétabban ez a következőket jelenti.

Nem tulajdonít külön jelentőséget a Postatörvény a dokumentumcsere szolgáltatásnak, hiszen Magyarországon ez a szolgáltatás egyelőre ismeretlen. Külön termékpiacként számba venni – a jelenlegi postai szolgáltatási gyakorlat mellett – így nincs értelme.

A Bizottsági közleményben foglaltaknál sokkal kisebb jelentőséget tulajdonított a magyar jogalkotó a postai technológia tevékenységei szerinti piacok önálló létezésének, bár azok elkülönítésére egyértelmű utalást tartalmaz a Postatörvény fogalom-meghatározásairól rendelkező szakasza[14].

Önálló termékpiackénti azonosítás lehetőségét hordozza magában a hatályos magyar Postatörvény a postacsomagok, a hivatalos iratok és a nyomtatványok tekintetében is, amit a Közleményben nem fedezhetünk fel. E küldeményfajok közül az utóbbi tekintetében a Bizottság közleménye csak utal arra, hogy a folyóiratok, hírlapok, nyomtatott időszaki kiadványok, katalógusok (gyakorlatilag ezt a kört foglalja egybe a Postatörvény nyomtatvány küldeményfajra vonatkozó definíciója[15]) sok tagállamban nem tartoznak az általános levélpostai szolgáltatás piacába.

Az elkülöníthető termékpiacok sorában egyáltalán nem nevesíti külön a postacsomagokat a Bizottság, ellenben a Postatörvény igen[16], ez alapján adott a lehetősége a küldeményfaj önálló termékpiaci azonosításának is. Érdekes aspektusát jelent(het)i a postacsomag küldeményfaj önálló termékpiaci azonosíthatóságának kérdésében a postai szolgáltatásra, illetve a fuvarozásra és a szállítmányozásra vonatkozó magyar anyagi- és eljárásjogi szabályozások átfedéseinek, párhuzamosságainak és különbözőségeinek ki-

[14] lsd. a Postatörvény 3. § 26., 27., 28. és 32. pontjait
[15] lsd. a Postatörvény 3. § 25.3 pontját
[16] lsd. a Postatörvény 3. § 25.4 pontját

emelése is. A postacsomag és a 20 kg tömeghatár alatti darabáru fuvarozás szolgáltatások ugyanis a fizikai megjelenésükben lényegében azonos tevékenységek, a mögöttes jogi szabályozásban mégis viszonylag jelentős különbségek vannak: pl. eltérő ÁFA körbe tartozás, más-más felelősségi és adatszolgáltatási kötelezettségek.

Ismét más megközelítésben rendelkezik a Postatörvény egésze a hivatalos iratokról.[17] Koncepcionálisan nem tűnik egyértelműnek, hogy a jogalkotó vajon külön küldeményfajnak tekinti-e a postai küldeményeknek ezt a speciális körét, vagy pedig az általános levélpostai szolgáltatások termékpiacába tartozónak. Az ehhez kapcsolódó leglényegesebb rendelkezés az, hogy a hivatalos iratokkal kapcsolatos postai szolgáltatást – az egyébként főszabályként alkalmazandó tömeghatártól és díjszorzótól teljesen függetlenül – sorolja a jogalkotó a kijelölt egyetemes postai szolgáltató monopoljogát képező fenntartott szolgáltatási körbe.[18] Így a keresleti helyettesítés igazából nulla a hivatalos iratok és a levélküldemények között, ugyanígy a kínálati helyettesítés is kérdéses a jelenlegi jogszabályi környezet fennállása esetén.

Végül a magyar Postatörvény az expresszküldemény-szolgáltatás tekintetében is eltér a Bizottság közleményében fellelhető termékpiaci struktúrától. A magyar jogalkotó az expresszküldemény-szolgáltatás szabályozásában, ugyanis a piacot a gyorsposta és az integrált posta szolgáltatások definiálásával kétfelé bontotta[19], így lett háromelemű (ezek kiegészülve a futárposta szolgáltatással) az időgarantált postai szolgáltatások köre. A gyorsposta – integrált posta szolgáltatások elhatárolásának az egyik legfőbb ismérve inkább csak adminisztratív jellegű (a kézbesítés időpontja), a legtöbb jellemzőben egyébként átfedések vannak. A két szolgáltatás között áthidalhatatlan különbség nincs is, elkülönítésük csupán jogtechnikai megoldás, talán egyedüliként magyar sajátosság is. Az úgynevezett CEP (courier, express, parcel) piacon belül értelmezhető és valóban indokolt részpiaci határvonalak a futár és expressz szolgáltatások között húzódnak, az expressz szolgáltatási terület további szeparációja nem jellemző.

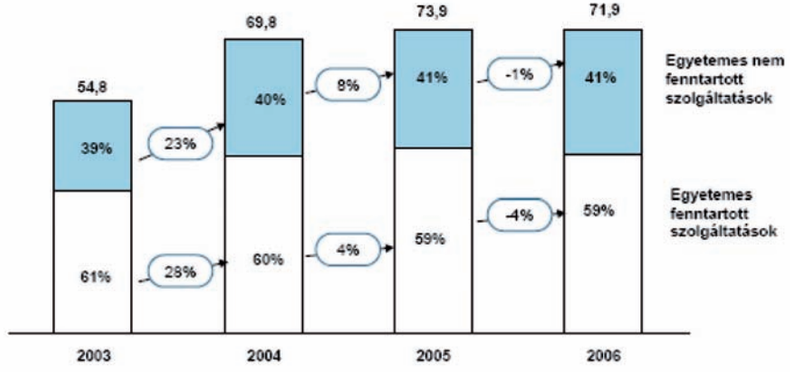
Főbb magyarországi termékpiacok általános bemutatása

A magyar postai tevékenységek piaca 2006-ban 179 Mrd Ft-ra becsülhető, ebből a kijelölt egyetemes postai szolgáltató, a Magyar Posta Zrt. részesedése 72%-ot tesz ki. A postai tevékenységek piaca három nagy területre osztható fel:

- az egyetemes szolgáltatások szegmense 72 Mrd Ft-ra becsülhető (ez magában foglalja a fenntartott szolgáltatásokat is), ez a szolgáltatási terület – engedélyes egyetemes szolgáltató hiányában – teljes egészében a Magyar Posta Zrt. által uralt postai szolgáltatásokat jelenti,
- a nem egyetemes szolgáltatások szegmense 53 Mrd Ft-ra tehető, ide tartoznak a futárposta, a gyorsposta és az integrált posta szolgáltatások, a Magyar Posta Zrt. részesedése ezen a szolgáltatási területen 10% körüli,
- az egyéb postai szolgáltatásnak nem minősülő postai tevékenységek szegmense ~54 Mrd Ft, ide sorolandók a címezetlen reklámküldeményekkel kapcsolatos kézbesítési feladatok, a pénzforgalmi közvetítés és a hírlapterjesztés tevékenységei. (Látható, hogy ez a szegmens nem valós postai szolgáltatás, legfeljebb ahhoz kapcsolt, azzal párhuzamosan ellátott tevékenységek sora, ezért a továbbiakban erre nem is térünk ki.)

[17] lsd. a Postatörvény 3. § 10. pontját
[18] lsd. a Postatörvény 7. § (1) bek. b) pontját
[19] lsd. a Postatörvény 3. § 9.2. és 13. pontjait

A Magyar Posta Zrt. által ellátott egyetemes szolgáltatások árbevétele (Mrd Ft)

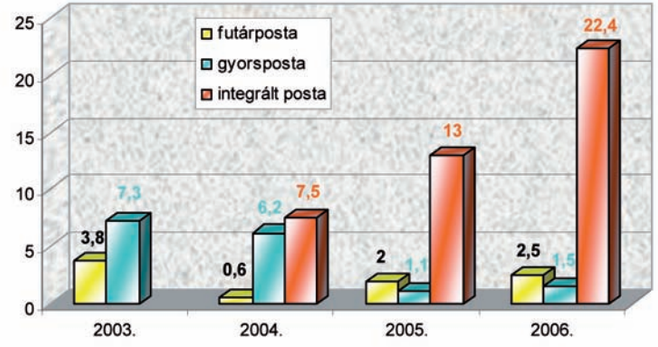


Forrás: Roland Berger

Mivel az egyetemes postai szolgáltatások körébe tartozó szolgáltatások, termékpiacok – a szigorú piacra lépési szabályok miatt – csak elméletileg nyitottak, és a jogszabályi környezet jelentős változásáig ez várhatóan továbbra is jellemző marad(hat), a közösségi és tagállami versenyszabályok közül ezen a területen a versenyjogi rendelkezések kevéssé nyer(het)nek alkalmazást. Sokkal nagyobb szerepe lehet/van azonban a monopol- vagy erőfölényes helyzetben lévő vállalkozások túlkapásaival szemben védő, illetve az állami támogatások és kedvezmények odaítélésével kapcsolatos korlátozó versenyjogi rendelkezéseknek az eddig tárgyalt potenciális termékpiacok eseteiben.

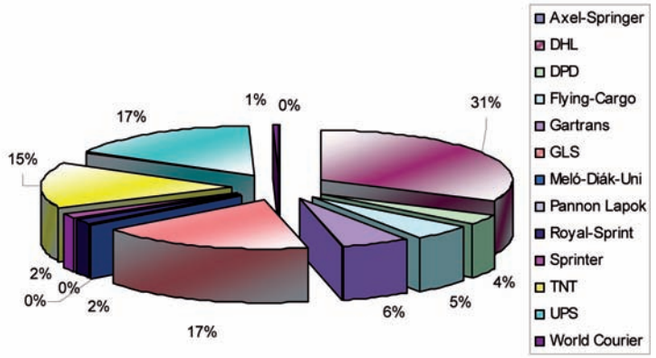
A nem egyetemes postai szolgáltatások szegmense – a fentiekkel ellentétben – többszereplős, az egymással valóban versenyző szolgáltatók által nyújtott integrált posta, gyorsposta és futárposta szolgáltatások termékpiacait jelenti Magyarországon.

A bejelentés alapján ellátható postai szolgáltatások nettó árbevételének változása (Mrd Ft)



Forrás: NHH

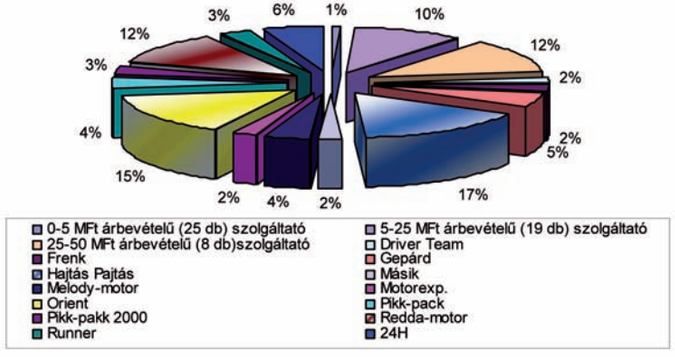
Az integrált posta szolgáltatás termékpiacának az árbevételi adatok alapján kimutatható előretörése nyilvánvalóan nem véletlen, hiszen a szegmens legnagyobb szolgáltatói mögött Európa és Észak-Amerika meghatározó nemzeti postai szolgáltatói állnak, így mind financiális, mind technológiai hátterük rendkívül kedvező. A termékpiacon belüli – 2006. évi nettó árbevételi adatokon alapuló – piaci részesedés a következők szerint alakult:



Forrás: NHH

A gyorsposta szolgáltatás termékpiaca egészen más jellemzőkkel bír, mint az integrált posta szolgáltatás, tulajdonképpen nem is célszerű a két szegmens összehasonlítása. A gyorsposta termékpiac (ha egyáltalán lehetséges ennek önálló azonosítása) igazából a Magyar Posta Zrt. EMS gyorsposta szolgáltatásának technológiájára szabott szolgáltatás.

Nagyobb jelentősége van ennél a futárposta szolgáltatás termékpiaca elkülönítésének. Évek óta ez a szegmens jelenti a legtöbb Magyarországon regisztráltan működő postai szolgáltatót, igaz ezek többnyire kis tőkeerejű mikro-, kis-, legfeljebb középvállalkozások. A 2006. évi nettó árbevételi adatokon alapuló piaci részesedését bemutató alábbi ábrán is szemléletes az, hogy a termékpiac igen erősen tagolt.



Forrás: NHH

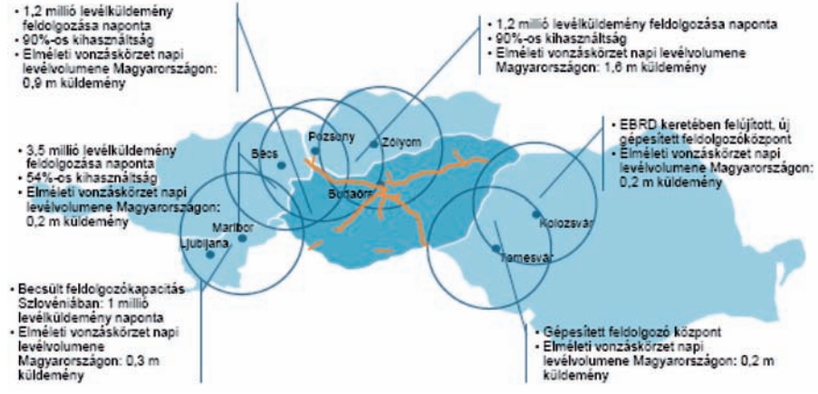
Végül néhány szóban kitérünk a postai technológia tevékenységei szerinti (a gyűjtés, a feldolgozás, a szállítás és a kézbesítés) – a korábbi rendszerezésben nagykereskedelmi piaci szintként elnevezett – piacokra is. Könnyen belátható, hogy ebből külön jelentősége a feldolgozásnak van, hiszen a gyűjtés, a kézbesítés és a szállítás piacai is alapvetően ehhez a tevékenységi piachoz kötöttek. Az egyetemes postai szolgáltatás szegmensébe való piacra lépést ugyanis nagymértékben az adott (a postai szolgáltatók piacra lépésének feltételeiről szóló 68/2004. (IV. 15.) Korm. rendeletben pontosan meghatározott és az engedély kérelmében is megjelölendő) közigazgatási egység attraktivitása határozza meg, a piac kiszolgálásához azonban elengedhetetlen a levélfeldolgozó kapacitások hozzáférhetősége is. Nyilvánvalóan ez is befolyásolta a Magyar Posta Zrt-nél 2004-ben végrehajtott logisztikai hálózati modernizációt, amellett, hogy a kialakult hálózati struktúrától a költséghatékonyabb működést és nagyobb rugalmasságot is várt a kijelölt egyetemes szolgáltató.

A Magyar Posta Zrt. logisztikai hálózata, feldolgozó- és átrakodó pontjai

Forrás: Roland Berger

A feldolgozás magyarországi termékpiacának jellemzésekor figyelemmel kell lennünk arra a tényre is, hogy az Európai Közösségben – éppen az integráció egyik központi eredményeként – a tagállami határok már nem jelenthetik akadályát a szolgáltatások szabad áramlásának!

Határmenti szabad levélfeldolgozó kapacitások és azok becsült vonzáskörzete (~140 km)



Forrás: Roland Berger

Emiatt kell külön is kiemelnünk, hogy jelenleg Bécs, Pozsony, Zólyom, Kolozsvár, Temesvár és Maribor városában működik olyan levélfeldolgozó üzem, amely elvileg képes lehet magyarországi levélküldemények egy részének feldolgozására.

A következő számban folytatjuk az elemzést, akkor az EKSZ versenyjogi rendelkezései (81., 82., 86. és 87. cikkei) alapján felmerült konkrét jogesetekre, az abból levonható tanulságokra helyezzük a hangsúlyt.

Posta mindig lesz – csak átalakul!

Miami, Párizs, London után – először Közép-Kelet-Európa városai közül – Budapest adhatott otthont a világ postavezetői konferenciájának májusban. Ez már önmagában óriási megtiszteltetés a Magyar Postának. A tanácskozás helyszínének kiválasztása azt jelenteti, hogy a hazai nemzeti társaság – az elmúlt 4-6 esztendőben – olyan elismertséget vívott ki magának a világban, amelyre térségünkben eddig nem volt példa.

Már nem kérdés az internet, az sms világában, hogy a postáknak nem a magánlevelezésre kell alapoznia üzleti elképzeléseit. Azt rég tudja a szakma, hogy ebből már nincs megélhetési lehetősége a nemzeti társaságoknak. Helyette élni kell az új piaci helyzet adta lehetőségekkel. A budapesti World Mail Express konferencián éppen azok a társaságok adtak egymásnak randevút, akik már eddig is, napi szinten, sikeresen és hatékonyan tudtak választ adni az új helyzet kihívásaira. A találkozó konkrét tanulsága, hogy a postai szektornak „el kell magát adnia" a lakosságnak, a gazdasági élet szereplőinek.

Új üzleti modellek kellenek a postai szektornak – mondta **Paul Jackson**, a World Mail & Express konferenciát szervező **Triangle** elnöke. Amikor az emberek komolyan levelezni kezdtek, nemzeti szintű felvételi hálózatra és napi kézbesítésre volt szükség. Vajon, ha valaki ma indítana nemzeti postai szolgálatot, ugyanúgy fogna hozzá, mint 140 évvel ezelőtt? Paul Jackson szerint szó sincs róla! Azóta sok minden megváltozott, és több, modern üzleti modellt is tanulmányozhatunk. Például a területileg differenciált árakat, a volumen szerint megkülönböztetett feladási díjakat már egyre több országban bevezették. A piacvezérelt ázsiai postáknál az egynapos kézbesítést például eléggé alulárazzák. A kor hozta magával, hogy közösen elgondolkodjunk azon – fejtette ki bővebben nézeteit az elnök – mi lenne, ha külön vállalat intézné a küldemények begyűjtését és kézbesítését? Hatékonyabban működne-e az egész rendszer, ha a két folyamatot különválasztanánk? Az is felvetődik, hogy használhatnák-e ezek a szervezetek a helyi alvállalkozókat, például a helyi pékeket, akik saját hálózatukban vállalhatnának házhozszállítást. A postai szolgáltatás 80 százaléka már most sem igényli a külön postai felvételi helyet! Az egynapos helyett pedig a biztos napi kézbesítést igénylik az ügyfelek. Az eddigi tapasztalatok azt mutatják, a felvétel és a kézbesítés szétválasztása erősíti a piaci versenyt, sőt, ezzel a megoldással az ügyfél csak azért fizetne, amit ténylegesen igénybe vesz.

Az úgynevezett szétválasztott üzleti modellben a küldemény-feldolgozás is egy éjjel-nappal működő külön cég lenne. A jelenlegi gyakorlat leginkább azt mutatja, hogy ez a postai munka legtőkeigényesebb része, miközben általában 50 százalékos kihasználtsággal dolgozik. A másik 50 százalékos időszakban átárazhatná a szolgáltatást a cég – hetente vagy évszakonként a különböző kézbesítést igénylő vállalatoknak. Az Egyesült Királyságban éppen ez a szétválasztás van napirenden. A szigetországban ugyanis a piacnyitás után öt évvel sincs még igazi verseny. Az Egyesül Államokban, ahol már szétválasztották a tevékenységi területeket, lecsökkentek a díjazások a kevésbé frekventált

időszakokban, de ez természetes, hisz erről szól a szabadverseny! Ezen a piacon a UPS, a Pitney Bowels és a DHL Global Mail „harcol" egymással.

Paul Jackson szerint a szállítás is egy igen fontos kérdés. Saját flottával hosszú távon ez sem lehet gazdaságos. A tapasztalatok szerint a kapacitás legalább 20 százalékát ki kell szervezni vagy egyéb megrendelőket is be lehet vonni a teljes kihasználás érdekében. Igaz, ez egyelőre nem egy elterjedt gyakorlat a postai szektorban.

A Triangle elnöke úgy összegezte a tapasztalatokat, hogy nincs olyan vállalat, üzleti modell, amely hozzávetőleg változatlan formában ugyanúgy működne most is, mint 100 évvel ezelőtt.

Az elektronikus információcsere gyorsan és biztosan igyekszik átvenni a hagyományos postai szolgáltatói szerepet. Erre válaszlépéseket kell tennie az ágazatnak. Erre az egyik legjobb példa az **örmény** nemzeti posta, a **HayPost**. Az úgynevezett digitális szakadék áthidalásához internetes hozzáférést nyújt a postahelyeken. **Hans Boon** igazgató elmondta, hogy a társaság 1991 után, a Szovjetunió széthullása után alakult újjá. Ez 2005-ig rá is nyomta bélyegét társaság működésére, ám 2007-ben már 9,9 millió eurós bevételre tett szert, és akkor 17%-os növekedési rátát „jósoltak" a következő három évre. A nyereség 2006-ban 1 millió euró volt, 2007-ben már 2,7 millió eurót tudtak felmutatni. 2008-ra pedig már 3,1 milliót terveztek. A hárommillió lakosú dél-kaukázusi ország nemzeti postájának sikeressége – egyebek közt – a levélforgalom növekedésének köszönhető. Míg 2002-ben 7 milliós, addig 2007-ben már 15 milliósra rúgott a forgalom. Hétmillió örmény él ugyanis szerte a világban, főként az Egyesült Államokban, Franciaországban és Oroszországban. A HayPostnak 892 postahelye működik 3600 munkatárssal. A helyi postatörvény Jerevánban egynapos, vidéken háromnapos kézbesítést ír elő. Mivel az ország 90 %-a banki szolgáltatások szempontjából ellátatlannak számít, a posta végzi a pénzügyi, biztosítási, sőt az infokommunikációs szolgáltatásokat is. Az örmény postai piac teljesen liberalizát, a piacra lépés pedig meglehetősen egyszerű. Nem meglepő, hogy a HayPostnak akadt is versenytársa. Elsősorban az informális és szervezetlen tevékenységek jelentik a versenyt, vagyis amikor taxik és minibuszok szállítják vidékre a leveleket, csomagokat. Az örmény piac egyébként önmagában meglehetősen kicsi, ezért a nemzeti társaság most külföldre tekinget. Összességében az örmény nemzeti posta egy rendkívül dinamikusan fejlődő társaság. Az elmúlt másfél év alatt akkora fejlődésen ment keresztül, mint más fejlődő ország 5 év alatt – folglalta össze eredményeiket az igazgató.

Többen is hangsúlyozták a World Mail & Express konferencián, hogy a postai szektornak meg kell őriznie az emberek és a gazdasági élet szereplőinek bizalmát úgy, hogy közben értéket tudjon generálni. Elképesztő módon terjed például a direkt marketing. Nem lehet nem észre venni, hogy ez óriási lehetőség a postai szektornak. Már meglévő hálózatával mindenhova el tud érni, így hatékonyan össze tudja kötni a termelőt, a kereskedőt a fogyasztóval, esetleg a termelőt közvetlenül a fogyasztóval. Ezt a Magyar Posta is felismerte már. A Quelle vagy az Avon a társaság hálózatán keresztül juttatja termékeit a fogyasztókhoz. Ahhoz, hogy a tömeges csomagküldés adta üzleti lehetőséget ki lehessen használni, folyamatosan fejleszteni, korszerűsíteni kell – nemcsak a technológiát, hanem a munkatársak szaktudását is!

Az informatika jelentősége, fejlődése hozta meg az **eBay** sikerét, ami szintén igazi kitörési pontnak mutatkozik a postai szektor számára. A **brit** cég termékmenedzsere,

Angeline Foong arról számolt be, hogy az eBay 1995-ös megalapítása óta egy kis árverési weboldalból multimilliárd dolláros üzletté nőtte ki magát. 13 ezren dolgoznak a cégnél. Ez nem kiskereskedés, hanem egy nagy piactér, több millió dolláros forgalommal. A legnagyobb kihívást az jelenti számukra, hogy mind a 120 millió felhasználójuknak egyedi szolgáltatást nyújtsanak, legyen az baseballkártya-gyűjtő Bostonban, exportőr Hong-Kong-ban vagy kiskereskedő Londonban. Számukra mindenki egyenrangú ügyfél – más-más igényekkel. A cég vezetői azt is tudják, hogy a társaság nem lehet sikeres egy megbízható, költséghatékony postai szolgáltató nélkül. Nagy-Britanniában például minden ötödik ember, aki bemegy a Royal Mail postahivatalba, valamilyen eBay-ügyben tér be oda. Érthető tehát, miért annyira fontos a megfelelő postai háttér.

Az eladók számára a postai feladás és a csomagolás jelenti a legösszetettebb, és egyben legidőigényesebb feladatot. Ezért mozdult el számos cég ebbe az irányba, például úgy, hogy csomagolóanyagot árul – éppen az eBay-en keresztül. Csak az angol eBay site-on 2492 féle buborékfólia terméket kínálnak.

Számos innováció is segíti a felhasználókat. Az eladók például postai címkéket nyomtathatnak saját irodájukban. A USPS, a Royal Mail, a Canada Post, a Deutsche Post, a Hermes és a La Poste lehetővé tette az online postai címkézést. Ez beépül az eladók eBay profiljába is, így egyszerűsödik a szolgáltatás menete és a számlázás. Magáért a postai szolgáltatásért is online módon fizetnek, tehát az eljárás olcsó és készpénzkímélő is.

A múlt évben An Post és az Ír Posta kiemelt ügyfeleinek kártyát juttatott el, mellyel ha bizonyos e-Bay-követelményeknek megfelelnek, a postai bérmentesítésnél 70 % kedvezményt is kaphatnak. A partnerek természetesen üdvözölték az új lehetőséget.

Megszületetett az úgynevezett társmárkázott csomagolás is. A USPS kezdeményezésére az eladókkal közösen hat, különböző méretű, típusdobozt rendszeresítettek, amiből kettő standard postai küldeményként adható fel. Ezen túl az USPS nem csak kézbesíti a csomagokat, hanem fel is veszi azokat az eladóknál.

A Royal Mail és a Canada Post közös marketingkampányokat is indított a helyi eBay-el.

Az eBayen a pénzátutalás az eladó és a vevő közötti bizalomra épül. A vásárló olyan eladónak küldi el a pénzét, akivel sosem találkozott, mégis évente átutalások milliói ennek a piacnak köszönhetők. A tapasztalatok szerint évente már 21 %-kal bővül a piac. Egyébként éppen a vevők bizalmának megőrzésére vezették be az úgynevezett eladóértékelést. A vásárlók a tranzakciók után pontozhatják az eladókat.

Angelina Foong termékmenedzser összefoglalója szerint az egész eBay közösség azon dolgozik, hogy olcsóbb nyomkövető postai szolgáltatásokat vezessenek be, modernebb postai biztosítási rendszert alakítsanak ki – elsősorban a nagy értékű küldeményekre-, olcsóbb szállítási szolgáltatásokat, és korszerű csomagolási eszközöket használjanak.

A helyzetet nehezíti, hogy Európában közeledik a teljes piacnyitás határideje. Míg a liberalizációról az Európai Parlament gyakorlatilag tavaly júliusban kimondta a döntő szót, a nemzeti hatáskörbe tartozó, úgynevezett egyetemes postai szolgáltatás fogalmának meghatározása viszont továbbra is az uniós tagországok hatáskörébe tartozik. Vagyis mást jelent a fogalom mondjuk Németországban, mint nálunk. Németországban például a kétezer lelket számláló településen már törvényileg kötelező a postahely létesítése, míg nálunk a törvény hatszáz lakosnál húzta meg ezt a határt. És ez csak egy a sok-sok részletből!

A **belga** nemzeti posta időben felismerte, hogy fel kell készülne a versenyhelyzetre. A **De Post – La Poste** igazgatója, **Johnny Thijs** beszámolójából kiderült, hogy 2002-ben fogtak neki az átfogó modernizációs programnak. A pénzügyi veszteségek, a növekvő versenyhelyzet, az elektronikus kommunikáció növekedése, az évente 2-3 %-kal csökkenő levélforgalom odáig vezetett, hogy már a vállalat léte volt a tét. Az új logisztikai központ, a munkafolyamatok átszervezése óriási változásokat hozott, nem volt olyan postai dolgozó, akinek a munkáját ne érintette volna a reorganizáció. 2005-től egyre terjednek a postapontok. Ez azt jelenti, hogy a magyar Postapartner Programhoz hasonlóan nem a hagyományos postákon folyik a szolgáltatás, hanem például drogériákban, dohányboltokban, fűszerüzletekben. Az alap postai termékeket és szolgáltatásokat nyújtó PostPointok bevezetésével az ügyfelek jártak a legjobban, hiszen átlagosan 20 %-kal nőtt a nyitva tartási idő. Minden postahelyet PostStation számítógéppel szerelnek fel, mely a termékekről és a szolgáltatásokról ad tájékoztatást, és a tranzakciókat is regisztrálja. A változások eredményeként 2003-hoz képest 11-szeresére nőtt a profit. A belga posta folytatja a fejlődést. Új csomag és expressz termékeket vezet be, és innovációs fejlesztéseket hajt végre 2008-ban. 2009. közepéig pedig befejezi a teljes kiskereskedelmi hálózat átalakítását.

Tudomásul kell venni, hogy a postáknak lépést kell tartani a körülöttünk zajló, az emberiség történelmében soha nem látott változásokkal, különben életbe lép az úgynevezett gázlámpa effektus. Ez azt jelenti, hogy annak idején a gáz ágazat képviselői annyit vitatkoztak a felfejlődés lehetőségeiről, hogy mire dűlőre jutottak volna, gyakorlatilag megszűnt az ágazat az elektromosság hihetetlen gyors terjedése miatt! Az ágazat résztvevői többször is hangsúlyozták a konferencián, hogy ezt a hibát nem szabad még egyszer elkövetni!

Ezt tartotta szem előtt az **olasz** posta. **Alberto Buttaroni**, a társaság hálózati igazgatója arról számolt be, hogy idén másodszor említették a **Posteltaliane**t a Fortune, a „világ legértékeltebb vállalatai" listáján. Az 1998-as 1377 millió eurós veszteségüket 2002-re nullszaldóra hozták ki, amit 2006-ra 676 millió eurós nyereség követett. Az adózás előtti nyereség 2002 és 2006 között 57%-kal nőtt. A siker kulcsát abban látják, hogy a kiadásokat és a bevételeket egyensúlyba hozták, vállalatfejlesztési intézkedéseket hoztak és átszervezték a hálózatot. Az ügyfelek elvárásinak megfelelően bevezették például az elektronikus nyomkövetést. A csomagküldésnél a szállítási időhöz kötötték az árazást. A pénzügyi szolgáltatások területén a Bancoposta új számlaterméke volt a növekedés motorja. 2007 novemberében virtuális mobliszolgáltatóvá vált az olasz posta Postemobile néven. 2000-re mind a 14 ezer postahely számítógépes munkaállomást kapott. Így a felső vezetés minden postahely eredményeit naprakészen láthatja a monitoron. Az informatikai rendszer napi 15 millió tranzakciót hajt végre. Átalakították a kiszolgálóhelyek rendszerét is. Olaszországban az automata ügyintézést helyezték előtérbe. Ez természetesen másfajta ügyfélkezelést, de idő- és erőforrás-megtakarítást jelent. A csupa üveg, high-tech önkiszolgáló postahelyeket csak a történelmi belvárosi helyeken nem alkalmazzák. A mobil postát most vezetik be, a flotta 60, teljesen felszerelt kocsiból áll. Az autókat alkalmanként kiállításokra, vásárokra is kitelepítik.

Nemcsak az Európai Unióban közeledik a postai szektor liberalizációjának ideje. **Izraelben** 2009-re tervezik a teljes piacnyitást. Az **Israel Post** elnök-vezérigazgatója, **Avi**

Hochman beszámolója szerint ott az egyetemes postai szolgáltatás azt jelenti, hogy „bárkinek bárhova" el kell juttatni küldeményét. Heti 5 napon dolgoznak a kézbesítők, a 48 mobilposta a félreeső településekre is eljut. 6 ezer munkavállalóval, ezer járművel, három küldemény-feldolgozóban naponta négymillió levelet, csomagot válogatnak szét. Évente 40 millió tranzakciót hajtanak végre. Az 1987-es alapítás óta a 2007-es esztendő volt az első nyereséges év, a bevétel körülbelül 485 millió dollárra tehető.

Az Israel Post kínálatában több mint 100 termék és szolgáltatás szerepel, amit 700 postahelyen vehetnek igénybe az ügyfelek. A bevétel kétharmada a hagyományos postai szolgáltatásokból ered. Az üzleti levelezés fele a három legnagyobb nyomdából származik. Az izraeli posta legnagyobb ügyfele tehát éppen legnagyobb versenytársa is.

Rövidesen bővíti a társaság pénzügyi, biztosítási és telecom szolgáltatásait. Piacra dobták már közös terméküket a VISA-val. A pre-paid hitelkártya egy olyan elektronikus pénztárca, amit mintegy 50 ezer forintnak megfelelő sékellel lehet feltölteni. Nem kell hozzá külön bankszámlát nyitni, és minden kártyaelfogadó helyen használható. Vagyis nem kell utcára lépni zsebben azzal a kártyával, amin esetleg az összes megtakarított pénze van az embernek.

Elindították az IPOST-ot is. Minden izraeli állampolgár ingyen kap egy biztonságos e-mail fiókot. Ezen keresztül tarthatja a kapcsolatot az államigazgatási szervekkel. Egyrészt így értesülhet mindenki az e területtel kapcsolatos hírekről, másrészt az emberek is kérdezhetnek a különböző szervezetektől ügyes-bajos dolgaikkal kapcsolatban. Ugyancsak ezen keresztül fizethetik be könnyen, gyorsan esedékes közüzemi számláikat.

Felismerte a szektor, hogy óriási az úgynevezett migrációs pénzforgalom. A statisztikák szerint mintegy kétmillió román állampolgár dolgozik külföldön. Több millió, sokszor második generációs török él Németországban, rengeteg szerb, horvát kapott munkát szerte Európában, de egyre több indiai is külföldön próbál szerencsét. Legtöbben hazaküldik a keresetük egy részét. Több tízmilliárd dollárra becsülik azt a mennyiségű pénzt, ami így vándorol a világ egyik feléből a másikba. És a célországban ott a nemzeti posta! Nincs a világon még egy olyan szervezet, amelyik napi szinten így össze tudja kötni az embereket, a világ valamennyi háztartását.

Ezt ismerte fel egyebek közt a **Fülöp-szigetek** nemzeti postája – foglalta össze **James Thornton**, a Levél Üzletág igazgatója. Az ország ugyanis a világ 7. legnagyobb bejövő levélforgalmú piaca a világnak. A Közel-Keleten, Japánban, Kaliforniában, Nyugat-Európában, Hong-Kongban, Szingapúrban rengeteg fülöp-szigeteki vendégmunkás dolgozik. Küldeményeik értéke évente 14 milliárd dollárt tesz ki.

A nemzeti postának számos területen is komoly fordulatot kellett tenni. Míg például korábban az volt a gyakorlat, hogy a katonaságtól leszerelt tábornokok vezették a postát, ma már valódi menedzser álla cég élén. Míg régebben előfordult, hogy a manilai feldolgozóközpontban a fény felé fordították a borítékokat, hátha pénz van bennük, ma 47 kamera vigyáz arra, hogy ilyesmi véletlenül se forduljon elő. Új, megbízható embereket vettek fel a beszerzéshez, és a vállalati kultúrára, illetőleg a szervezeti változásokra helyezték a hangsúlyt. A jövőképük egy technológia-vezérelt szervezet felállítása és működtetése. A **Philpost** legnagyobb kihívása, hogy az országban 214 magán postai vállalat is működik, elsősorban a nagyvárosokban, ezért a postai szolgáltatási kötelezettség egyfajta misszió számukra. A feladat nem egyszerű, hiszen az ország 7107 szigeten terül el. A Philpostnak az 50 gramm alatti küldeményekre sincs monopóliuma. Ráadásul az államigazgatási szervek ingyen használhatják a nemzeti posta szolgáltatásait, ami természetesen számottevő bevételkiesést jelent. A társaság vezetése tehát rájött arra, hogy ebben a környezetben csak a legkiválóbb minőséggel versenyezhet, amivel sikerült megnyernie a bankokat, pénzügyi intézeteket, a hitelkártya cégeket. Nemrég vezették be a címzetlen reklámküldemény szolgáltatást, ami a DM cégeknek vált igen vonzóvá. Jelenleg 18 ezer munkatársuk, 2000 postahelyük, 2500 szállítójárművük van. A korrupció drasztikus visszaszorítása és a minőségi szolgáltatásnyújtás profitstabilitást eredményezett. A biztonságos belpolitikai légkörben már szóba került a cég részleges privatizációja is.

Az új utak tehát körvonalazódni látszanak. Közben gyakran éri az a vád a postai szektort, hogy globalizálódó világunkban az ágazat nem fordít elég figyelmet a környezetvédelemre. A vád valóban nap mint nap elhangzik, csak nem igaz! Az óriási járműparkot mozgató ágazat felelősséget érez a környezet védelme iránt. Számos újítást vezetnek be a szakemberek, hogy a gyors és hatékony küldeménytovábbítás mellett, drasztikusan csökkentsék a károsanyag kibocsátást. Jó példa erre a **német DHL Global Mail**. A társadalmi felelősségvállalás szervesen összekapcsolódik a cég életével, működésével tájékoztatott **Jürgen Höfling** ügyvezető igazgató. Környezetvédelmi szempontból tiszteletben tartják a hagyományokat, az ország értékeit. Programjaikkal szeretnék meggyőzni a közvéleményt, az üzleti partnereket a vállalat etikai alapelveiről. A környezeti hatások csökkentésére a DHL például részt vesz a GoGreen programban. Ez azt jelenti, hogy csak olyan szállítóeszközöket és egyéb berendezéseket használnak, amelyek környezetkímélők, alacsony károsanyag-kibocsátók. A mintegy 4 ezer munkavállaló magánéletébe is átülteti ezt a szemléletet. A lehetőségekről a vállalati workshopokon értesülhetnek a dolgozók.

Sajátosságaiból adódóan mindenütt a posta a legtöbb embert foglalkoztató cég. Az ágazat fejlődése, változása ezért nagyon sokakat érint. Társadalmi felelősségvállalási szerepe éppen ezért óriási a postai szektornak. Ebben a Magyar Posta is elismerten az élen jár! Nálunk a postánál dolgozik a legtöbb nő. Érthető, hogy társaság társadalmi felelősségvállalási programja is rájuk fordítja a legnagyobb figyelmet.

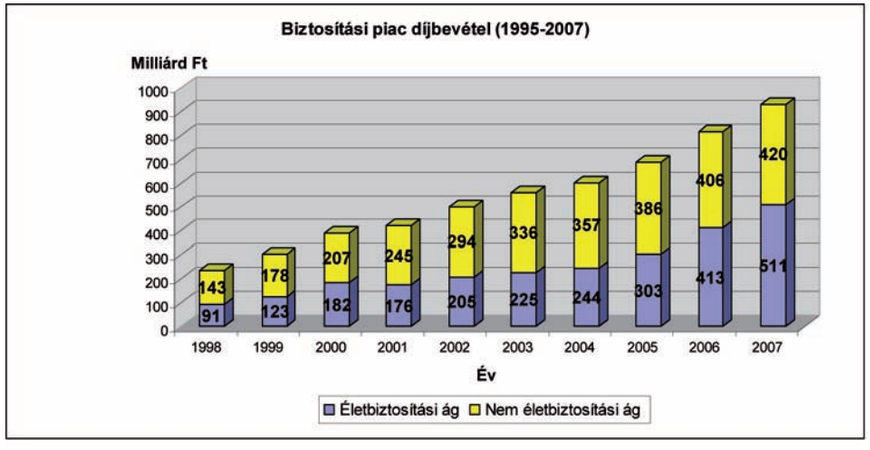
Hagyomány már, hogy a világ postavezetőinek találkozóján osztják ki a Postai Oscar-díjakat. A **Magyar Posta** éppen női egészségprogramja jutott a legjobb három közé a társadalmi felelősségvállalási kategóriában a német posta már említett környezetvédelmi kezdeményezései és az angol társaság széndioxid kibocsátás-csökkentési programja mellett. „Biztonság" kategóriában a Jersey Post pénzmosás-elleni tevékenysége és a US Post hamisítást szűrő fejlesztése mellett a Magyar Posta kézbesítővédelmi programját választották a legjobbak közé. Ebben a kategóriában a magyar társaság vitte el a pálmát!

A Posta pozíciója a biztosítási piacon

A magyar biztosítási piac

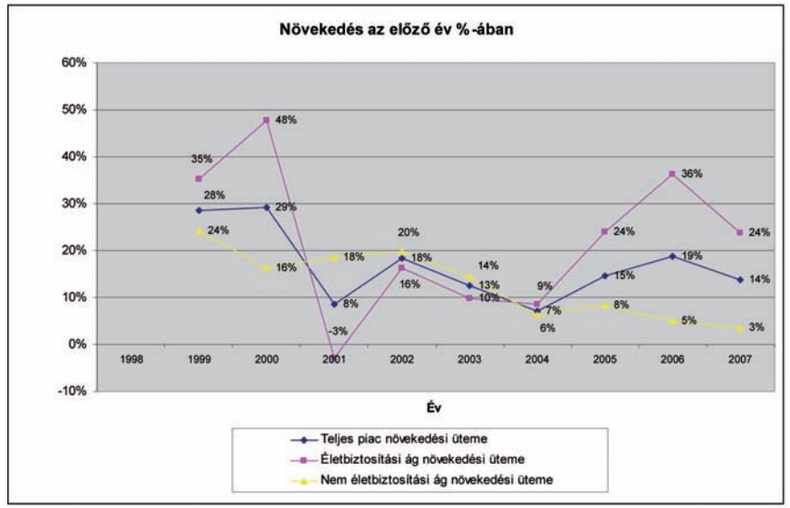
A magyar **biztosítási piac** az elmúlt évtizedben óriási mértékű fejlődésen ment keresztül. Növekedési mutatói jelentősen meghaladták a GDP növekedési ütemét, újabb és újabb versenytársak léptek piacra, a kibontakozó verseny eredményeképpen innovatív termékek jelentek meg, s folyamatosan nőtt a szolgáltatási színvonal. A Magyar Posta Zrt. 2002-ben döntött úgy, hogy a Posta lehetőségeit kihasználva (széles körű hálózat, bizalmi tőke) egy szakmai befektetővel együttműködve saját biztosítótársaságok révén használja ki a piaci potenciált. A Posta (biztosító társaságaival) az elmúlt öt évben a magyar biztosítási piac fontos (összességében a középmezőny elején helyet foglaló) szereplőjévé vált.

A biztosítási piac fent jelzett dinamikus növekedését mutatja be az alábbi grafikon, amelyen látszik, hogy a szektor 2007-ben már 931 milliárd Ft-os díjbevételt realizált. 2008-ban a várakozások szerint a szektor átlépi az 1000 milliárdos küszöböt.



Forrás: PSZÁF

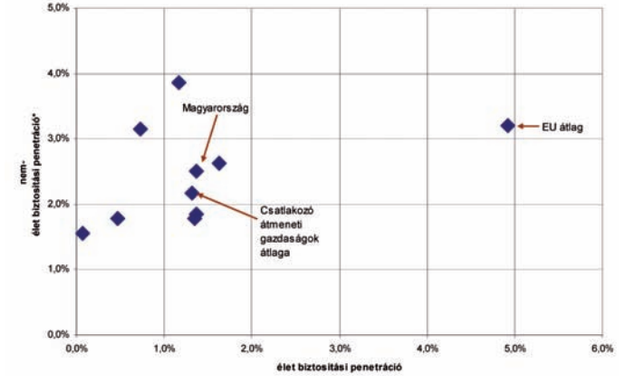
A díjbevétel struktúrája jelentős változáson ment át, míg 1998-ban a díjbevétel 61%-át a nem élet biztosítási ágazat adta, addig 2004-től a növekedés motorja egyértelműen az életbiztosítási ág lett, s ennek köszönhetően 2007-ben a díjbevétel 55%-át már az életbiztosítási ág adta. A szektor számára kiemelkedő sikereket jelentett a 2006-os év, amikor jelentős részben a kamatadó bevezetéséhez kapcsolódó kampánynak köszönhetően az életbiztosítási ág 36%-os növekedést ért el az azt megelőző év teljesítményéhez képest. Sokak meglepetésére a biztosítási szektor képes volt ezt a teljesítményt is túlszárnyalni, és 2007-ben ismét kiemelkedő mértékű (24%-os) növekedést produkálni.



Forrás: PSZÁF

A nem életbiztosítási ág az elmúlt két évben reálértékben csökkenő díjbevélt realizált, s ebben jelentős szerepe volt a gépjármű biztosítások piacán – ez az ágazat a nem élet ág díjbevételének 55%-át adja – kialakult intenzív versenynek is, amely 2007-ben (inflációs környezetben) az átlagdíjak csökkenéséhez vezetett. Ebben az évben – 8%-os infláció mellett – a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási piac csak 2,66%-kal növekedett, a CASCO-díjbevétel pedig 3,99 %-kal csökkent.

Milyen növekedési lehetőségekkel számolhatunk a jövőre nézve? Vajon „csupán" csökkenő növekedési ütemre kell felkészülnünk, vagy immár a magyar biztosítási piac telítődött, és egy reálértékben stabil torta újraosztása lesz a fókuszban. Ugyan üveggömb nincs a mi kezünkben sem, hogy erre a kérdésre biztos választ tudjunk adni, fogódzókat adhat az, ha összehasonlítjuk a magyar biztosítási piac úgynevezett penetrációs mutatóit (díjbevétel/GDP) a fejlettebb nyugat-európai országok mutatóival. A 2002-es helyzetet az alábbi ábra mutatja be.

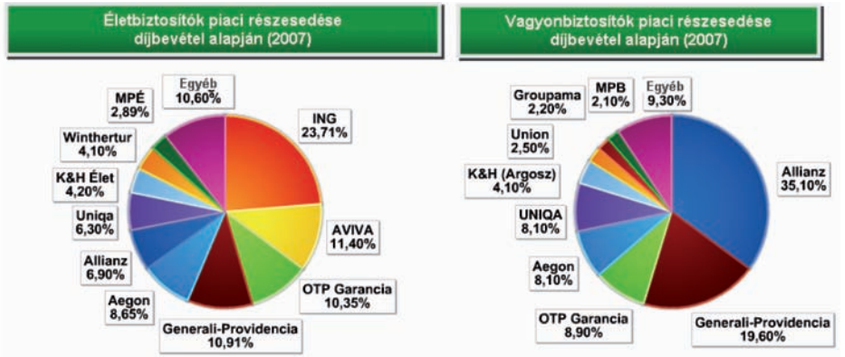


Forrás: MNB

Ezen jól látszik az, hogy 2002-ben a magyar életbiztosítási ág penetrációs mutató (1,4%) jelentős mértékben elmaradt az EU-átlagtól (EU: 4,9%), ugyanakkor nem életágban a magyar érték elmaradása (2,5%) ennél lényegesen kisebb volt (EU: 3,2%). 2007-es számítások szerint a nem-élet penetráció 1,66%-os (csökkent), az élet penetráció pedig 2%-os (jelentősen nőtt) értéket mutatott. Ezek szerint növekedési potenciál még mindenképpen van, a kérdés csupán az, hogy a szektor ezt képes lesz-e kihasználni.

A biztosítási piac szereplői és a Posta pozíciója

A biztosítási piacot jelenleg is nagyfokú koncentráció jellemzi, ennek mértéke azonban évről évre csökken. Ezt a tendenciát jól jelzi, hogy az első öt piaci szereplő együttesen 1999-ben még a teljes piac díjbevételének 86%-át realizálta, ez az arány 2007-ben már „csak" 65% volt. A piacvezető az életbiztosítási piacon az ING, míg a nem élet ágban az Allianz volt.



Forrás: MABISZ

Amennyiben a teljes „mezőnyt" vesszük szemügyre, megállapíthatjuk, hogy a Posta 5 év alatt (úgy, hogy a 2003-as év nem is volt teljes üzleti év) a rangos mezőny középmezőnyébe (a több mint harminc szereplő közül a 9. helyre) verekedte fel magát, olyan neves szereplőket is megelőzve, akik jóval előbb léptek piacra.

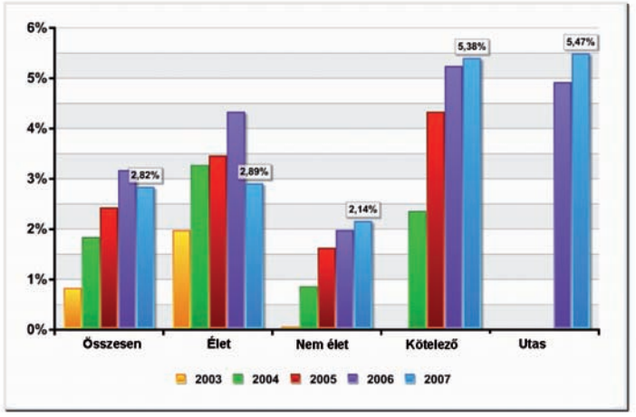
Díjbevétel 2007					
2007	2006		millió Ft	Piaci részesedés 2007	Piaci részesedés 2006
1	1	ING	120 578	23,71%	27,67%
2	5	AVIVA	57 782	11,36%	7,54%
3	3	Generali	55 459	10,91%	10,09%
4	2	OTP Garancia	52 622	10,35%	10,92%
5	4	Aegon	43 984	8,65%	10,02%
6	7	Allianz	35 237	6,93%	5,96%
7	6	UNIQA	32 281	6,35%	6,13%
8	9	K&H	21 360	4,20%	3,67%
9	10	AXA	20 832	4,10%	3,61%
10	**8**	**Magyar Posta Életbiztosító**	**14 694**	**2,89%**	**4,31%**
11	11	Union	13 836	2,72%	2,08%
12	12	Signal	9 277	1,82%	1,89%
13	14	Erste	9 056	1,78%	1,56%
14	15	AHICO	7 243	1,42%	1,44%
15	13	Grawe	7 069	1,39%	1,61%
16	16	Dimenzió	5 835	1,15%	1,22%
17	17	Groupama (Európa)	1 333	0,26%	0,27%
18	18	QBE-Atlasz	0	0,00%	0,02%
		Összesen	**508 478**	**100,00%**	**100,00%**

Forrás: MABISZ

Díjbevétel 2007					
2007	2006		millió Ft	Piaci részesedés 2007	Piaci részesedés 2006
1	1	Allianz	147 904	35,58%	38,2%
2	2	Generali	82 810	19,92%	20,0%
3	3	OTP Garancia	37 395	8,99%	8,6%
4	5	UNIQA	34 183	8,22%	7,0%
5	4	Aegon	34 112	8,20%	8,3%
6	6	K&H	17 201	4,14%	4,0%
7	8	Union	10 381	2,50%	2,2%
8	7	Groupama	9 079	2,18%	2,2%
9	**9**	**Magyar Posta Biztosító**	**8 756**	**2,11%**	**2,0%**
10	10	KÖBE	7 393	1,78%	1,6%
11	12	MÁV	6 868	1,65%	1,4%
12	11	QBE-Atlasz	6 499	1,56%	1,5%
13	16	Signal	3 226	0,78%	0,5%
14	15	Euler Hermes	2 461	0,59%	0,5%
15	14	EUB	2 422	0,58%	0,6%
16	13	TIR BE	1 721	0,41%	0,7%
17	19	D.A.S.	1 024	0,25%	0,2%
18	18	AHICO	955	0,23%	0,2%
19	17	AXA	935	0,22%	0,2%
20	20	MEHIB	427	0,10%	0,1%
		Összesen	**415 752**	**100,00%**	**100,00%**

A teljes képhez hozzátartozik az, hogy a Posta bizonyos szegmensekben egyáltalán nincs jelen, így a releváns piacon pozíciói valójában még erősebbek. A Posta ugyanis az eredeti üzleti modellnek és stratégiának megfelelően csak a lakossági szegmensben versenyez (pl. az ipari biztosításokban vagy flotta-biztosításokban nincs jelen, hiszen ezek a postai csatornán hatékonyan nem értékesíthetők).

A Posta kiemelkedő eredményeket ért el a viszonylag (utasbiztosítás, egyszeri díjas életbiztosítás) vagy teljesen (kötelező-felelősség biztosítás) standard termékekkel jellemezhető ágazatokban, viszont a többi bankbiztosítási szereplőhöz képest gyengébbek a pozícióink például a folyamatos díjas életbiztosítási termékkörben. Ha a Posta Biztosító piaci részesedésének fejlődését tekintjük át, akkor két olyan termékkör emelkedik ki, ahol a Posta öt év alatt különösen erős pozíciókat foglalt el. Nézzük meg ezeket közelebbről!



Forrás: MABISZ

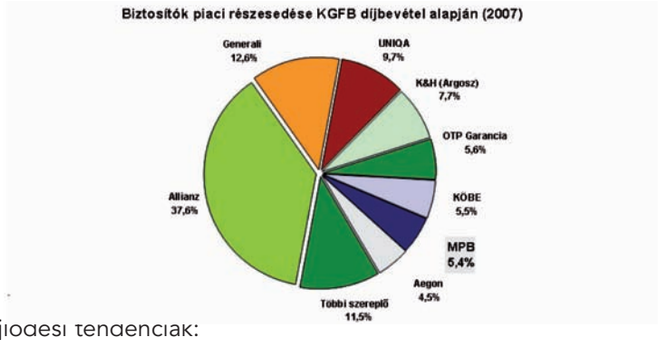
Az egyik ilyen termékkör az utasbiztosítások piaca, ahogy a Posta a postahelyeken keresztül elsősorban a saját szervezésben utazókat célozza meg kiváló ár-érték arányú termékeivel. Az ismertség növelésével párhuzamosan természetesen az is előfordul, hogy szervezetten utazók a Postához fordulnak utasbiztosításért, de nem ez a meghatározó. A releváns piacot tekintve a Posta a baleset-, betegség- és poggyászbiztosításokból 8,27%-os piaci résszel rendelkezik (a Posta Biztosító például nem vesz részt az útlemondási biztosítások piacon). 2006 óta a PostaUtasŐr – a PostaAutóŐr-höz hasonlóan – interneten is elérhető, ezen a csatornán ugyanakkor ma még csupán a díjbevétel 1-2%-a keletkezik.

Utasbiztosítási piac szereplői (2005-2007)

	2005	2006	2007
QBE-Atlasz	30,75%	29,47%	29,06%
EUB	27,97%	28,59%	26,26%
Allianz	12,55%	12,16%	11,40%
AXA	6,84%	6,71%	7,86%
OTP Garancia	7,54%	7,88%	7,80%
MPB	4,05%	4,90%	5,47%
Groupama	6,48%	5,31%	4,99%
UNIQA	1,97%	2,63%	4,21%
K&H	1,72%	2,10%	2,50%
UNION	0,12%	0,25%	0,45%

Forrás: MABISZ

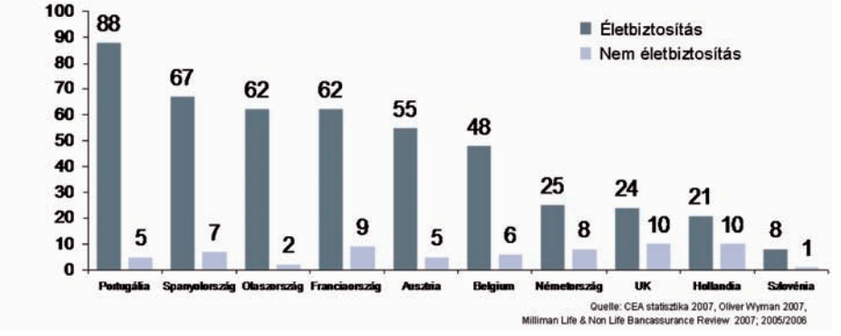
Hasonlóan erős pozíciókat sikerült elfoglalni a kötelező felelősség-biztosítások piacán. A 13 piaci szereplő közül 2007 év végén a 7. helyet foglaltuk el 5,4%-os piaci részesedéssel, tizedszázalékokkal lemaradva az 5. helyről, amelyet az OTP Garancia foglalt el (5,6%-kal). A Posta Biztosító ebben a termékkörben a széles körű elérhetőségre épít, s árstratégiájával elsősorban a vidéki, tapasztaltabb vezetőket célozta meg.



Fontosabb fejlődési tendenciák:

A bankbiztosítási piac és a Posta

Az elmúlt években a **bankbiztosítási piac** („bancassurance" fogalommal a fiókhálózaton mint értékesítési csatornán keresztül történő biztosítás-értékesítést jelöli a szakirodalom) – különösen az életbiztosítások területén – a legdinamikusabb fejlődő értékesítési csatornának bizonyult az európai biztosítási piacon. Ugyan az egyes országok között a biztosítási piac életciklusának és a nemzeti sajátosságoknak megfelelően nagy különbségek mutatkoznak a bankbiztosítási piaci súlyát tekintve (életbiztosítási ágban 15% és 82% között, nem-élet ágban pedig 1-15% között változik ez az arány Európában), de a növekedési potenciált illetően egységesen optimisták a vélemények. Különösen abban az esetben, amennyiben az együttműködő partnerek közötti együttműködési készség és az informatikai ill. folyamatintegráció foka magas.



Az utóbbi években Magyarországon is jelentős mértékben változott a bankok és biztosítók közötti kapcsolat. A bankok és biztosítótársaságok közötti integrációs lehetőségek és szinergiák kihasználása – mindkét irányba – egyre komolyabb szerepet kap. Amellett, hogy a biztosítók számára a banki fiókhálózaton keresztüli értékesítés egyre

nagyobb jelentőségre tesz szert, színesítette a képet, hogy három biztosító (Aegon, Allianz, Axa) is belépett/bevásárolt a bankpiacra, ezzel a biztosítói oldalról kívánva kihasználni a banki és biztosítási termékek közötti értékesítési és működési szinergiákat. Ez a tendencia megerősíti azt, amit a szakirodalom a pénzügyi piacok konvergenciájának nevez: a pénzügyi szektor különböző szereplői részben egymás piacain is megjelennek, részben innovatív keresztértékesítési lehetőségekkel erősítik egymást az egy érdekeltségi körbe tartozó szereplők (bank, biztosító, pénztár, alapkezelő, stb.).

A különböző **bankbiztosítási modellek** jelentős részben eltérnek abban a tekintetben, hogy milyen a kapcsolat a partnerek között (tulajdonosi kapcsolatrendszer és a kizárólagosság a két legfontosabb differenciáló tényező) és mennyire magas az integráltság foka. A banki fiókhálózat gazdái a hálózatban rejlő potenciált biztosítás-értékesítésre is kihasználva olyan plusz bevételi forráshoz jutnak, amely érdemben hozzájárulhat az eredményességhez. A magyar piacon hat piaci szereplő (öt bank (OTP, KH, MKB, Erste, Volksbank) illetve a Posta) volt jelen leány-/vegyes vállalati formában működő biztosítótársasággal (várhatóan újabb szereplőként fog megjelenni az UniCredit Bank biztosítója 2008-ban), s ezek a biztosítótársaságok díjbevételük domináns/jelentős részét a klasszikus bankbiztosítási modell előnyeit kihasználva szerzik. A saját biztosítóval nem rendelkező bankok pedig vagy stratégiai szövetséget/exkluzív megállapodást kötöttek valamely biztosítótársasággal, vagy termékszintű disztribúciós megállapodásokon keresztül próbálják kihasználni a banki csatornán keresztüli értékesítésben rejlő lehetőségeket.

A négy típus a következőképpen foglalható össze (magyar példákkal a teljesség igény nélkül):

- Nem exkluzív termékpartnerség/disztribúciós partnerség (Budapest Bank),
- Exkluzív disztribúciós partnerségen alapuló stratégiai szövetség (CIB-Generali, Erste-Union, OTP-Groupama együttműködések),
- Vegyes vállalat (MPB, MKB)
- Leányvállalat a biztosító (KH).

Az elmúlt időszakban Európában a második és harmadik típus részaránya nőtt, s a 100%-os leányvállalatok részaránya azáltal, hogy a bankcsoportok az önálló leányvállalat helyett biztosító-csoportokkal működnek együtt – csökkent. Magyarországon is láttunk erre példát az elmúlt évben: az OTP Bank eladta az OPT Garanciát, az Erste eladta saját leányvállalatát az Unionnak, de az MKB és az UniCredit is exkluzív partnerségben kezdte/kezdi meg bankbiztosítási tevékenységét.

Milyen sajátosságokkal rendelkezik a Posta a bankbiztosítási térképen? A Posta biztosítótársaságai olyan speciális bankbiztosítónak tekinthetők, amelyek partnere nem egy bank, hanem maga a Posta. A kizárólagos értékesítési hálózat pedig nem bankfiók, hanem a Posta hálózata. A Magyar Posta Zrt. maga nem rendelkezik banki illetve biztosítói jogosítványokkal (banki szolgáltatások területén a stratégiai partner az Erste Bank), ugyanakkor a Posta meg kívánja őrizni európai postai viszonylatban is erős pénzügyi szolgáltatói pozíciót, ezért partnereivel együttműködésben veszi fel a versenyt a versenytársakkal ezen a piacon. A Posta számára az egyik legfontosabb versenyelőnyt éppen az ország legnagyobb hálózata jelenti, amely biztosítási szemszögből hasonló (de természetesen nem teljesen azonos) lehetőségeket kínál, mint a banki fiókhálózatok.

A banki- és postai kooperációk egyik legfontosabb sikertényezője a helyes, a partner sajátosságaihoz illeszkedő termékstratégia. Ezért nem véletlen, hogy a Posta biztosítási termékeinek kialakításakor és pozícionálásakor az egyszerűség, a könnyen érthetőség játszotta a legfontosabb szerepet. A kezdetektől követett „egyszerű-közeli-biztos-kedvező" pozícionálás jól tükrözi azt, hogy a Posta miben különbözik versenytársaitól, miben lelhetjük meg és aknázhatjuk ki a potenciális versenyelőny forrását.

EUV – Innováció a CEP piacon az MPL-től

Az elmúlt évben az MPL új szolgáltatást, az Egyszerűsített utánvétkezelést (EUV) tett elérhetővé a piacon. A rugalmas, piaci igényekre épülő szolgáltatás valódi mérföldkőnek számít, hiszen nemcsak egyfajta filozófiaváltást jelent a Magyar Posta életében, mely szinte a teljes szállítási és kézbesítési rendszert érinti, hanem a logisztikai piac egyik leginnovatívabb fejlesztése.

Az EUV piaci igények alapján született meg. Hátterében egy új informatikai rendszer bevezetése áll, amelynek segítségével rugalmas és ügyfélközpontú logisztikai szolgáltatást tudunk nyújtani minden ügyfelünknek, azoknak, akik egyszerűen biztonságos csomagszállítást várnak el, és azoknak is, akik mindemellett különszolgáltatásokat, például a csomagok ellenértékének beszedését is a logisztikai szolgáltatóra szeretnék bízni.

Ez az új termék **a következő évek legmeghatározóbb logisztikai fejlesztése. Szigorú kontrollt helyez a logisztikai folyamatokra.** Az újonnan kifejlesztett informatikai rendszer segítségével minden információ azonnal rendelkezésre áll a csomagokról, így folyamatosan nyomon követhetjük a küldeményeket a szállítás és a kézbesítés során, és ha kell, azonnal be tudunk avatkozni a folyamatba. Ha látjuk, hogy egy küldemény „elakadt" valahol, akkor azonnali intézkedésre van lehetőség a továbblépés érdekében. Automatikusan be tudunk avatkozni a szállítási, kézbesítési rendszerbe anélkül, hogy az ügyfelünk vagy a címzett észlelte, jelezte volna az elakadást. Biztosak vagyunk benne, hogy a meglévő szolgáltatásunk minőségét ezzel tovább tudtuk növelni. Az országos lefedettségű hálózatunkat ezzel a minőséggel integrálva jelentős lépést tettünk előre a logisztikai szolgáltatók piacán.

Az EUV-t egy többfős projekt team fejlesztette ki közel félév alatt. Voltak állandó és változó tagjai is a munkacsoportnak, akik időszakonként a fejlesztési ütem alapján csatlakoztak a munkához. Alapvetően a termékfejlesztés és a termékmenedzsment koordinálta a közös munkát, de az állandó tagok közé tartoztak az informatikai, a technológiai és a kézbesítési szakterületek is. Ezen kívül bekapcsolódtak a szállításban és a feldolgozásában szerepet játszó szakterületek, valamint a biztonsági szakemberek, akik adatkezelési és informatikai biztonsággal kapcsolatos irányelveket adtak. A fejlesztési folyamatok jelentős szakaszában pedig együtt dolgoztunk a pénzügyi területtel is.

A fejlesztő csapat **két fő szempontot** tartott szem előtt: **egyszerűsíteni az adminisztrációt** és **költséghatékonyabbá tenni a pénzforgalom bonyolítását.** Az ügyfelek felé maga az alapszolgáltatás, a csomagok szállítási folyamata nem változott, ugyanakkor az EUV segítségével megvalósulhatott a teljes körű belső nyomkövetés. A korábban használt kísérőokiratot egy vonalkód-azonosítóval ellátott öntapadós címirattal váltottuk ki, melyet ügyfeleink egy egyszerű lézernyomtatón elő tudnak állítani. Szintén fontos az a változás, ami a folyamat végén az utánvételi összegek átutalását érintette. Ellentétben a korábban működő rendszerrel, amikor is tételenként utaltuk át az utánvételi összegeket,

az EUV szolgáltatás során a kézbesítéskor beszedett készpénzt összegyűjtjük, számlaszámra rendezzük, és nap végén vagy hetente utaljuk egyösszegben. Ezzel tekintélyes költségmegtakarítást értünk el ügyfeleink számára, hiszen korábban minden egyes tételre banki tranzakciós díjak terhelődtek, amelyek a nagyfeladóknál óriási összegekké duzzadhattak. **Az egyösszegű átutalások mellé a feladónak naponta e-mailben küldünk tételes kimutatást arról, hogy milyen küldemények díjából állt össze a számára átutalt összeg.** Emellett szintén **napi adatszolgáltatást készítünk az általa feladott összes –** utánvételes és nem utánvételes – **küldemény felvételi és kézbesítési adatáról.**

A szolgáltatás elektronikus feladójegyzékhez kötött, azaz meghatározott formátumban és struktúrában kérjük a címzettre és a küldeményekre vonatkozó adatokat. Ennek elkészítéséhez **ingyenes programot biztosítunk, amelynek segítségével a feladóink saját maguk állíthatják elő a feladójegyzéket és a címiratot.** Az OLK-ban vonalkódolvasóval rögzítjük a küldeményeket, ellenőrizzük, hogy a csomagra ragasztott azonosítók megegyeznek-e a feladójegyzék tartalmával, pl.: összevetjük az irányítószámokat és az utánvételi összegeket. Ezután szortírozzuk a csomagokat, és a kézbesítési pontokra juttatjuk őket, majd megtörténik a kézbesítés és az utánvételi összeg beszedése. A kézbesítővel való elszámolás után az adatokat bevisszük az informatikai rendszerbe, ettől kezdve tekintjük elszámoltnak az utánvételi összeget, mely egy virtuális számlára kerül, ahol azok a tételek gyűlnek, amiket aznap utalunk.

Ennek a szolgáltatásnak a bevezetésével végső soron a **környezettudatosság** elvét is érvényesítjük, hiszen jelentős mennyiségű papírt takarítunk meg mind sajátmagunkat, mind pedig az ügyfeleket tekintve. Ezen kívül a küldeménybiztonság fogalma is más értelmet nyer. **Ebben a rendszerben az összes, itt feladott küldemény minden egyes mozzanatát rögzítjük, a feladástól kezdve egészen a kézbesítésig.** Az állapotokról így folyamatos információt, mindig aktuális státuszt kapunk az informatikai rendszerből. Ráadásul **a küldemények kézbesítési folyamatát állandó kontroll alatt tudjuk tartani.**

Az EUV központi alkalmazás tartalmaz egy úgynevezett „**ALARM" funkciót,** melynek köszönhetően a rendszer automatikusan jelez, ha egy adott küldemény esetében nem teljesül a szerződésben vállalt időgarancia, hiszen az alkalmazásban ügyfeleinknél már a csomagok felvételével egyidőben megadhatjuk, hogy hány napon belül kell azokat kézbesíteni.

Az új szolgáltatással szeretnénk **új partnereket** is megkeresni, akiket korábban azért nem tudtunk kiszolgálni, mert ez a fajta készpénzbeszedési szolgáltatás alapelvárás volt a részükről. Eddig azt tapasztaltuk, hogy a szállítmányozás és a logisztika területén versenyképesek vagyunk akár a multinacionális konkurenseinkkel szemben is. A célunk az, hogy minőségi szolgáltatások biztosításával meg tudjuk tartani a már itt lévő partnereinket, valamint vissza tudjunk szerezni olyan ügyfeleket, akiknek csupán az áruérték beszedési szolgáltatásunk nem volt megfelelő.

Az EUV rendszer bevezetése ügyfélszolgálati szempontból is előrelépés, hiszen egyrészt a feladók automatikus riportokat kapnak a küldemény és az utalás státuszáról, másrészt sok olyan feladat került közvetlenül a rendszer irányítása alá, amelyet korábban manuálisan kellett megoldani, azonban az EUV segítségével mostantól elektronikusan működik. Korábban az ügyfélszolgálati munkatársaink telefonos és írásos információkérés útján oldották meg a beérkező ügyfélkéréseket, ugyanakkor ma már online látják a küldeményekről az információkat, így azonnal választ tudnak adni a legkülönfélébb kérdésekre.

A divat házhoz megy – a Posta segítségével

A Quelle Magyarországon

A 80 éves Quelle csomagküldő szolgálat már 15 országban van jelen, és mintegy 4000 embert foglalkoztat külföldön, 15 éve Magyarországon is elérhető a változatos és sokrétű termékskálájuk, mára a magyarországi áruküldők egyik fő szereplőjévé nőtte ki magát.

Évi 2 főkatalógusuk mellett számos kisebb, mint pl. a női-, férfidivat, gyerekvilág, játékvilág, baba-mama katalógusból is válogathatnak az ügyfelek. Aki jobban szereti a személyes vásárlást, annak sem kell lemondania a Quelle termékekről, melyek az ország mintegy 38 üzletében is megvásárolhatóak. A termékpalettájuk folyamatosan bővül, ma már bútorokat és háztartási gépeket is forgalmaznak.

A rendkívül széles termékskálát kínáló Quelle szolgáltatásaihoz elengedhetetlenül hozzátartozik a pontos és magas minőségű szolgáltatás. Az egyedi igényekre szabott teljes csomaglogisztikát tavaly augusztustól 5 éven keresztül az MPL biztosítja a Quelle számára. A Quelle katalógusainak szállítását egyébként már magyarországi megjelenése óta a Magyar Posta végzi.

Az együttműködéshez vezető út

A Magyar Posta és a Quelle hosszú távú keretszerződésének megkötését féléves konzultációsorozat előzte meg, amely során a logisztikai szakértőnki innovatív megoldásokat dolgoztak ki a Quelle egyedi igényeihez alkalmazkodva. Folyamatos egyeztetések során dolgoztuk ki a rugalmas kézbesítési folyamatokat, a direkt-logisztikai megoldásokat, a Quelle speciális címiratát, a küldeményátvételtől kezdődően a feldolgozáson és kézbesítésen át a napi riportszolgáltatásig bezáródó, teljes logisztikai folyamatot lefedő informatikai támogatást, valamint a hiteligénylő okiratok kezelési folyamatát.

A tárgyalássorozatot egy több hetes tesztidőszak követte napi egy-kétezer darabos csomagmennyiséggel. Az MPL a próbaidőszak alatt a csomagkézbesítést és a kapcsolódó készpénzbeszedést 99%-ot meghaladóan teljesítette. A teszt eredményeinek kiértékelését követően már egyenes út vezetett a szerződés megkötéséhez, amely 5 éves stratégiai együttműködést biztosít a Quelle és a Magyar Posta között. Ennek keretében évente közel félmillió csomagot juttatunk el rendeltetési helyére a Quelle megbízásából.

A Quelle magyarországi logisztikai bázisa Törökbálinton működik. Ide érkeznek a külföldi logisztikai központokból megrendelt áruk, melyeket egyedi vevői megrendelések alapján csomagküldeményekké állítanak össze.

Az eltérő tömegű és méretű Quelle termékek széles skálájához az MPL rugalmasan alkalmazkodva különböző kézbesítési megoldásokat nyújt. Ennek támogatásaként a Quelle törökbálinti telephelyére kihelyezett logisztikai munkatársunk biztosítja a küldemények kézbesítési módok szerinti elkülönítését és postai okiratokkal történő ellátását.

A Quelle számára rendkívül fontos a határidőre történő szállítás – legfeljebb két munkanapon belüli kézbesítési kísérlet – a rugalmas ügyfélkezelés mellett. A magánszemélyeknek szóló küldemények túlnyomó része utánvételes, tehát a kézbesítéskor a termék ellenértékét is be kell szednünk, melyet rövid időn belül át kell utalnunk a Quelle számlájára. Az áruhitellel vásárló ügyfelek esetében a hitelügyintézéshez szükséges adminisztrációt is a kézbesítő intézi a címzettekkel.

Az együttműködés alapja az Egyszerűsített utánvétkezelés

A Quelle szigorú minőségi elvárásai nemcsak a logisztikai folyamatokban mutatkoznak meg, hanem magas követelményeket támasztanak a feladást előkészítő folyamatokkal, a készpénzbeszedéssel és elszámolással, valamint az adatszolgáltatási folyamatokkal szemben is. Abban, hogy a Magyar Posta mindezen szigorú feltételeknek meg tud felelni, nagy szerepe van új szolgáltatásunknak, az Egyszerűsített utánvétkezelésnek (EUV) is, mellyel kifejezetten a csomagküldő szektor munkáját kívánjuk megkönnyíteni egy, az eddigieknél magasabb szintű szolgáltatás nyújtásával.

Az Egyszerűsített utánvétkezelés igénybe vételével jelentősen csökken a beszedett utánvételi összegek utalásához kapcsolódó költség, és az adminisztráció is nagyságrendekkel egyszerűbbé válik, ugyanakkor teljes „küldemény életutat lefedő" riportot biztosítunk.

Az Egyszerűsített utánvétkezelés számottevően csökkenti az utalásokhoz kapcsolódó, feladót terhelő banki tranzakciós költségeket ügyfelünk számára.

Egyszerűsödnek a feladást előkészítő folyamatok is: a kísérőokiratot vonalkódos azonosítóval ellátott számla váltja fel, mely bármilyen nyomtatón készíthető, így a feladás rugalmasabbá és költséghatékonyabbá válik.

Hogy a küldemények bekerüljenek az informatikai rendszereinkbe, a törökbálinti Quelle központban elektronikus feladójegyzéket készítenek, melyet e-mailben továbbítanak az OLK (Országos Logisztikai Központ) számára. Ez teszi lehetővé az e-előrejelzés küldését is, melynek keretében minden címzett a csomagfeladás napján elektronikus úton – e-mailben, vagy sms-ben – értesítést kap arról, hogy számára a Quelle csomagot adott fel, és hogy mennyi lesz a fizetendő utánvételi díj.

A teljes logisztikai folyamat informatikai támogatásának biztosításával gyorsabb és biztosabb információáramlást, adatszolgáltatást valósítunk meg. Az MPL teljes körű napi, pénzügyi és logisztikai adatot szolgáltat többek között a feladott küldemények végstátuszáról, illetve a beszedett utánvételi összegek bankszámlára utalásáról valamint a visszaküldött csomagokról.

A Quelle – elégedettségét kifejezve – a Magyar Innovációs Szövetség által meghirdetett „2007. évi Magyar Innovációs Nagydíj Pályázaton" referencialevéllel támogatta az MPL indulását. A referencialevél az alábbiakat emeli ki: „Az MPL EUV szolgáltatásáról, a kibővített együttműködés során nyújtott egyéb megoldásairól, valamint az egyedi igényeinkhez való rugalmas illeszkedéséről, és a munkatársak szakértelméről elismerően nyilatkozunk…."

Az MPL a pályázati anyagával a 2007. évi Magyar Innovációs Nagydíj Pályázat bírálóbizottság elismerésében részesült.

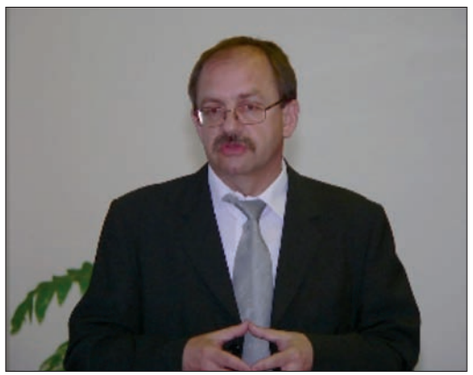
A sikerek eredményeként több további nagy céggel is teszteléseket végeztünk, melyek eredményeként olyan ügyfelek is megbízást adtak EUV csomagok szállítására, mint a virágküldő katalógusairól ismert BAKKER cég, a már régóta ügyfelünkként számon tartott Reader's Digest – amely évi kb. 500,000 küldeményt tervez az eddig igénybe vett szolgáltatás helyett EUV-val feladni – illetve több nagy céggel folynak tárgyalások, több tízezres darabszámú tesztelések. A szolgáltatás sikerét mutatja, hogy elégedett partnereink között mára már több mint 250 céget tartunk számon.

Fontos számunkra, hogy folyamatos fejlesztésekkel ügyfeleink igényeinek mindig megfeleljünk, ezért az EUV szolgáltatás továbbfejlesztésén is dolgozunk. Bízunk benne, hogy a jövőben is ügyfeleink számára egyre kényelmesebb megoldásokat tudunk nyújtani.

Küldöttközgyűlés, 2008.

Május 22-én a Postások Szakmai Egyesülete éves rendes Küldöttközgyűlése dr. Oláh László örökös tiszteletbeli elnök megnyitó szavaival kezdte meg munkáját.

A napirendi pontok elfogadása után az elnökség nevében dr. Horváth Sándor elnök ismertette a 2007. évi egyesületi munkáról szóló beszámolót.



Sikeres évet zárt az egyesület 2007-ben – jelentette ki Horváth Sándor. A megállapítást többek között a következőkkel támasztotta alá.

Növekedett a taglétszám, stabilizálódtak a tagsági viszonyok, egyszerűsödött a tagdíjfizetés rendszere.

Nagy érdeklődés kísérte az országos szakmai napokat. A feldolgozott témakörök: pénzügyi szolgáltatások, a humán szakterület tevékenysége, a Magyar Posta önállóvá válásának 140. évfordulója, a postai küldemény-feldolgozó rendszerek automatizálása.

Pozitív visszhangja volt a Posta című szaklap 2007-ben megjelent számainak, amelyekben a vezető témakör a postai liberalizáció, a postai pénzügyi szolgáltatások helyzete és a társaság 140 éves története volt.

Megélénkült a területi és szakmai tagcsoportok munkája.

Az elnökség munkája folyamatos, rendszeres.

Az ügyvezető igazgatói poszton személycsere történt: Fábics Miklós, aki régóta töltötte be ezt a tisztséget, családi okokra tekintettel felmentését kérte, helyébe Biczó István lépett.

A Magyar Posta vezérigazgatóságának új irodaházba költözésével a PSZE székhelye is megváltozott: a Lövölde téri bérleményből a Dunavirág utcába, a vezérigazgatóság új épületébe került. A régi iroda bútorzatát egy budapesti és egy vidéki iskola vásárolta meg.

Az egyesület korrekt kapcsolatot tart fenn támogatóival, a Magyar Posta Zrt-vel, az Erste Bankkal, a Posta Biztosítóval és a Nemzeti Hírközlési Hatósággal.

Előkelő helyet foglalnak el az egyesület tevékenységében a nemzetközi kapcsolatok. A Postai és Távközlési Partnerprogramok Nemzetközi Egyesülete (röviden az Eurojumelages) zürichi kongresszusán a magyar küldöttség határozati javaslatot terjesztett elő a postás szakma hatékonyabb részvételére és elismertetésére a nemzetközi szervezetben. A cél több szakmai fórum, tapasztalatcsere. Oláh Lászlót, aki ezt megelőzően is alelnöke volt az Eurojumelages-nak, a zürichi kongresszus újabb három évre megválasztotta

alelnöknek. Az Eurojumelages keretében a franciaországi Toulouse-ban működő szakmai szervezettel bontakozik ki tartalmasnak ígérkező kapcsolat. A PSZE kelet-magyarországi tagcsoportja a romániai szakmai szervezettel alakít ki ígéretes együttműködést.

A 2008. év programjairól szólva tájékoztatást adott arról, hogy júniusban banki és pénzforgalmi, őszre pedig több rendezvény megszervezését is tervezi az elnökség: szakmai konferencia a postapartner programról, a 30 éves gépi levélfeldolgozásról, az informatika szerepéről a postai szolgáltatásokban, a Magyar Posta humán politikájáról és a postai szolgáltatások fejlődésének nemzetközi tendenciáiról.

Horváth Sándor elnök beszámolóját követően a területi és szakági szervezetek vezetői adtak rövid összefoglalót tagcsoportjaik elmúlt évi munkájáról. A tájékoztatókból egyértelműen kiviláglott: a tagcsoportok aktívvá váltak, színes, sokoldalú rendezvényeket szerveztek.

A Magyar Posta vezetése nevében Jambrik Mihály stratégiai koordinációs igazgató köszöntötte a küldöttközgyűlés résztvevőit.

Schütz Margit, a pénzügyi ellenőrző bizottság elnöke jelentésében kiemelte: a PSZE pénzügyi helyzete stabil, gazdálkodása ésszerű, a számviteli szabályokat betartja.

Biczó István ügyvezető igazgató előterjesztésében megvitatta a küldöttközgyűlés az egyesület 2007. évi pénzügyi elszámolását, 2008. évi pénzügyi tervét, valamint az alapszabály néhány ponton szükségessé vált módosítását.

Mivel a tagdíj 2003. óta változatlan, a küldöttközgyűlés úgy határozott, hogy **az aktív dolgozók éves tagdíja 2000.-Ft, a kedvezményes éves tagdíj (diákok, nyugdíjasok, gyesen és gyeden lévő kismamák számára) 500.-Ft** lesz 2009. január 1-jétől.

(Kép és szöveg: dr. Lovászi József)

A küldöttközgyűlés által módosított Alapszabály, valamint a közgyűlés jegyzőkönyve az Interneten a http://posta.hu/psze oldalon érhető el.

Területi PSZE rendezvény Kondoroson

2008. május 1-jén 130 éve, hogy postahivatal nyílt a Békés megyei Kondoros községben. Az évfordulóra emlékezve kiállítást nyitottak április 30-án a posta előcsarnokában. A rendezvényhez kapcsolódva szakmai napot szervezett a PSZE Békés megyei tagcsoportja, melyre meghívták Csongrád és Bács-Kiskun megye egyesületi tagjait is.

A PSZE napra érkezett vendégek részt vettek a Kondoros posta 130 éves évfordulója alkalmából rendezett kiállítás megnyitásán. A kiállítást támogató Dél-alföldi Postatörténeti Alapítvány elnöke, Tóth László idézte fel a kondorosi posta történetének legérdekesebb epizódjait, majd Roszik Gáborné postavezető mutatta be az érdeklődőknek a kiállítást.

Ezt követően a PSZE tagcsoport a Kondorosi csárda rendezvénytermében tartotta szakmai tanácskozását.

Elsőként Illin József, Békéscsaba 1 posta vezetője tartott előadást Békés megye postatörténetéről. Érdekes ívet rajzolt fel az egykori postamesterek életétől a mostani postapartnerekig.

Ezt a gondolatot folytatta Krutki Józsefné dr., a Magyar Posta üzletágvezetője, aki a Magyar Posta hálózatkorszerűsítéséről, azon belül is a Postapartner Program alapelveiről és céljairól tartott nagy érdeklődéssel kísért tájékoztatót, majd válaszolt a jelenlévők kérdéseire.

A nagysikerű rendezvénynek akár a Postamesterektől a Postapartnerekig címet is adhatták volna a szervezők. Tanulságos történeteket hallottunk a múltból, és izgalmas előadást a jövőről, a postapartnerekről.

(dr. Lovászi József)

A PSZE francia vendégeket fogadott
(2008. május 6-9.)

Több évtizedes nemzetközi tapasztalataim azt mutatták s ma is azt bizonyítják, hogy a nemzetközi kapcsolatokban, azok fejlesztésében egyetlen posta sem nélkülözheti a partnerséget, a kölcsönös együttműködést és információ cserét.

A 90-es évek előtti időkben, mondjuk ki nyíltan, a közép-kelet-európai posták sok területen jelentős hátrányban, lemaradásban voltak a nyugat-európai posták fejlettségi szintjéhez képest. Akkor, annak idején a posta nemzetközi apparátusára komoly feladatok hárultak olyan értelemben, hogy valamilyen formában, kétoldalú megállapodások, egyezmények s nem kevésbé személyes kapcsolatok révén hozzájussunk olyan új gondolatokhoz, a fejlődést elősegítő kezdeményezések megismeréséhez, amelyek nálunk is jól adaptálhatók.

Ezeknek a törekvéseknek a megvalósításában – személy szerint, különböző beosztásaim révén –, hosszú éveken keresztül, sikerült nagyon jelentős sikereket elérni. Méltán illették postánkat – a kelet-európai posták között – az úttörő jelzővel. Azóta természetesen sokat változott a világ, az elmúlt években jóformán elmosódni látszanak a korábbi – a fejlődésben tapasztalt – különbségek, vagy nagyon sok területen meg is szűntek vagy esetleg már túl is szárnyalták nyugati partnereiket.

Egyre–másra kapja a Magyar Posta a nemzetközi elismeréseket, ami azt mutatja, hogy a korábbi évek nemzetközi kapcsolatfejlesztési elveit az utódok eredményesen alkalmazzák a gyakorlatban, s egyenrangú partnereivé váltunk a nemzetközi postás közösség tagjainak.

Amikor 1992-ben – kezdeményezésemre – megalakult a Postások Szakmai Egyesülete, az egyik fő törekvése az volt, hogy az egyesület tagjait folyamatosan tájékoztassuk a külföldi posták eredményeiről, s a szerzett tapasztalatokat igyekezzünk a magyar posta szolgálatában felhasználni, s ezáltal felzárkózásunkat elősegíteni. Ez az időszak körülbelül 10-15 évig tartott, amíg nem egyenlítődtek ki az európai postákkal az „erőviszonyok", ugyanis manapság már nem kell arról előadást tartani s megmagyarázni, hogy a postákra is hatással van a globalizáció és miért válik szükségessé a néhány év múlva elkerülhetetlen liberalizáció és még sorolhatnám a példákat.

Arra viszont büszke lehet az Egyesület, hogy ezt az átmeneti időszakot eredményesen használta ki annak érdekében, hogy a magyar postás szakemberek tájékozottak legyenek minden olyan szakmai kérdést illetően, amelyek jelenleg nemzetközi és nemzeti szinten a postákat foglalkoztatják, a fennmaradás és a folyamatos megújulás érdekében.

Jelenleg sem változtak jelentősen a korábban sikeresen alkalmazott elvek s az évenként több alkalommal is megrendezett szakmai fórumok jellege, de főleg tartalma. Célunk, hogy szélesítsük postásaink szakmai horizontját, elősegítsük korszerű és aktuális információkkal, döntés előkészítő tevékenységükben s azok eredményes megvalósításában egyaránt.

Amint erről már több alkalommal is írtam, a PSZE 2000-től tagja az európai posták szakmai szövetségének (Eurojumelages, www.eurojumelages.eu) elsőként a közép-kelet országok közül. E szervezet által rendezett kongresszusokon – legutóbb 2007-ben Zürichben – magyar kezdeményezésre felvetettük, hogy a posták jelenlegi fejlődési stádiumában nem nélkülözhetjük egymás szakmai tapasztalatait, s azok kölcsönös megismerését. Ezt a kezdeményezésünket 2007-ben egyhangúlag elfogadták, s az alapokmány egyik jelentős diszpozíciójává vált.

Egyesületünk a többi szakmai szervezettel az elmúlt években igyekezett kétoldalú kapcsolatokat kialakítani, így például a nagyon aktív román szervezettel, akikkel az együttműködést egy 2005-ben aláírt megállapodásban rögzítettük. Azóta több partner szervezet is megkeresett bennünket azzal a szándékkal, hogy kölcsönösen támogassuk fiatal postásaink nyelvi továbbképzését, a nyári munkavégzést részmunkaidőben s a kölcsönös családi alapon működő kapcsolatépítést, kulturális és sport rendezvények megrendezését stb.

Egyesületünk szakmai fórumaira már korábban is felfigyelt a nemzetközi szövetség (Eurojumelages) s számos nemzeti postai és távközlési szervezet is. Ennek eredményeként az elmúlt 2-3 évben több szakmai szervezet is megkeresett bennünket, hogy találjuk meg az együttműködés lehetséges formáit, s ily módon segítsük elő postásaink, azok családjai, szakemberei között a szorosabb kapcsolatok megvalósítását. Nagy örömünkre szolgált, amikor a francia egyesület Toulouse-i regionális szervezete megkeresett bennünket és javaslatot tett egy együttműködési megállapodás aláírására. Ezek előkészítése céljából fogadta a PSZE elnöksége, a pécsi területi PSZE szervezettel együttműködve ez év tavaszán a négy tagú francia küldöttséget. (dr. Horváth Sándor elnök és jómagam, Gulyás Ernő igazgató és Zsuppán Géza igazgató-helyettes a pécsi igazgatóság képviseletében.)

A PSZE elnöke részletes tájékoztatót adott az egyesület tevékenységéről, jövőbeni elképzeléseinkről, – a nehézségeket is megemlítve – és arról, hogy milyen feltételek mellett volna lehetséges a francia szervezet és a PSZE között az együttműködés. Tekintettel arra, hogy regionális szervezetről lévén szó, a francia kollégák elsősorban a PSZE egyik területi szervezetével szeretnének együttműködést kialakítani, ezért előzetes egyeztetés után a pécsi PSZE szervezetet kértük föl, kialakítanának-e partneri kapcsolatot a toulouse-i kollégákkal. A Pécsett tett látogatás sikeres volt s megállapodás született arra nézve, hogy a két szervezet ez évben előkészíti a jövő évben esedékes viszontlátogatást, s annak során egy együttműködési megállapodás aláírását.

A francia kollégák nagyon eredményesnek ítélték meg látogatásukat, mind Budapesten mind Pécsett sok szépet láttak és tapasztaltak, s nem utolsó sorban gratuláltak sikereinkhez.

Látogatásuk során a francia küldöttséget fogadta Szivi László általános vezérigazgató-helyettes, aki megelégedéssel vette tudomással, hogy a két partner szervezet konkrét együttműködést kíván kialakítani s azt továbbfejleszteni.

Ebben az állandóan változó világban, amikor új kihívásokat vet fel az élet, a gazdasági és társadalmi fejlődés, a postáknak elsősorban, de a velük együttműködő intézményeknek, társadalmi szervezeteknek meg kell találniuk azokat a lehetőségeket, megoldásokat, amelyek tevékenységüket korszerűbbé s dinamikusabbá teszik. Ezért tulajdonítok – személy szerint is – jelentőséget minden olyan PSZE kezdeményezésnek, amelylyel elősegíthetjük postásaink számára a postákon végbemenő változások lényegét és szükségességét. Ha az ilyen kétoldalú kapcsolatok révén még szorosabbá tehetjük szakembereink között a partneri együttműködést, amelyben az emberek, a családok szerepet kapnak, akkor ez mindenképpen hozzájárul a postásaink közötti megértéshez és bizalomhoz. Ez pedig egybeesik azzal a most is érvényben lévő elvvel, hogy a postások nagy családjának tagjai is hozzájárulnak az ember–baráti világ megvalósításához.

Dr. Oláh László (PSZE örökös tiszteletbeli elnök)

A PSZE Borsod-Abaúj-Zemplén megyei Tagcsoportjának szakmai napja
(2008. 06.20 Hercegkút)

Régen áhított vágya teljesült a Borsod, Heves és Nógrád megyei PSZE tagoknak azzal, hogy sok éves kihagyás után újra PSZE területi szakmai rendezvényre kaptak meghívót borsod megyei helyszínre 2008 júniusában. A tavalyi évben a nógrád megyei kollegák által megrendezett emlékezetes hollókői rendezvényét követően szerettünk volna egy hasonlóan jó hangulatú és szép nappal megajándékozni tagságunkat.

Helyszínként Hercegkút neve merült fel, amely a világörökség részét képező Tokaj-hegyaljai borvidéken terül el, Sárospataktól mindössze 4 km-re, a Zempléni-hegyek lábánál. A 810 lelkes sváb település gyógyír a városi hajszában megfáradt embereknek. Itt minden lecsendesedik, lelassul. Ízes az emberek beszéde, a helyi sváb étkekről pedig messze földön is

megemlékeznek. A község két szélén a népi építészet remekei az emeletes pincék várják az idelátogatókat, akik a svábszalonna mellé kiváló tokaji bort is fogyaszthatnak.

A rendezvényre a borsod és heves megyei tagcsoportok tagjain kívül a jószomszédi viszony ápolása végett meghívtuk a nógrádi és a Szolnok megyei kollegákat is.

Az összejövetel a helyi művelődési házban került megrendezésre „fehér asztal" mellett, melyre előzetesen az egyik PSZE tagunk – Bajó Erzsébet Miskolc 3. posta dolgozója által sütött édes és sós finomságok kerültek étvágygerjesztőként feltálalva, a fáradtan érkező vendégek nagy örömére. Szervező csapatunk tagjai (Miskolc 3 és Sátoraljaújhely posta dolgozói) elkötelezettek voltak, hogy egy élményekben és hasznos szakmai információkban gazdag nappal ajándékozzák meg azokat, akik vállalják a hosszú távolság megtételét.

A rendezvény résztvevőit ragyogó napsütés, kék ég… és a helyi polgármester Rák József úr szívből jövő szavai fogadták. Beszélt az itt élő emberek mentalitásáról, a falu történetéről, mindezt utánozhatatlan eredetiséggel.

A rendezvény szakmai része is igazi ínyencfogásnak bizonyult, mivel Pandurics Anett a Magyar Posta Biztosító elnök vezérigazgatója személyesen számolt be a magyar biztosítási piac tendenciáiról, ezen belül is a Posta lehetőségeiről. Megtudhattuk, hogy a Posta Biztosító értelmezhető egy olyan speciális bankbiztosítóként, amelynek partnere nem egy bank, hanem a Posta (akinek banki partnere is van). Ebben az együttműködési háromszögben a Posta (a Munkatársak, a postahelyek) vannak a középpontban. A Posta legnagyobb lehetősége mind banki, mind biztosítási termékkörben az, hogy a bizalmi tőkéjére építve pénzügyi szolgáltatóként (is) hitelesen meg tudja szólítani a postára betérő potenciális ügyfeleket.

Az érdekfeszítő előadást követően Nagyné Haja Mária, a PSZE Keletmagyarországi szervezete elnökének gondolatait hallgattuk meg. Szívből jövő köszöntőjében méltatta a szervezet eszmeiségét és céljait.

Ezt követően a résztvevők a helyben készített sváb ételekből álló ebéd elfogyasztására lettek felkérve. Nem tiltakozott senki… A finom töltött káposzta, a valódi kuriózumnak számító, belsőségekből készült hercegkúti „Tunki", a hamisítatlan vidékies ízesítésű saláták, petrezselymes krumpli, mind-mind maradandó (íz)élményt jelentettek a vendégek számára. A tartalmas ételek elfogyasztását követően közösen sétára indultunk a faluba, ahol a helyi sváb

tájház megtekintése után meglátogattuk az Unesco által 2002. júniusában kultúrtáj kategóriában Világörökség listájára került pincéket. A jóleső fáradtságot egy helyi pincében megrendezett borkóstoló keretében pihentük ki. Sok érdekes dolgot megtudtunk a különböző borok készítésével és a pincék kialakításával kapcsolatban, miközben finom bort töltögettek a poharakba… persze csak kóstolóba. A szép nap lassan a vége felé közeledett, így aki még maradt és kedvet érzett a kötetlen beszélgetésekhez süthetett egy kis hercegkúti szalonnát a domboldalon kialakított szalonnasütő helyen. Szép számmal maradtunk ezen az estébe nyúló programon is. A napot jóleső érzéssel zártuk és már a következő rendezvények terveit fontolgatva tértünk haza.

(Demeter Lászlóné MP Zrt. Miskolc 3. posta)

Banki szakmai nap

2008. június 25-én a Postások Szakmai Egyesülete a Magyar Posta Pénzügyi Szolgáltatások Üzletágával közösen Banki szolgáltatások címmel rendezett szakmai napot Budapesten.

A résztvevőket dr. Oláh László, a PSZE örökös tiszteletbeli elnöke, valamint Szarka Imre üzletágvezető üdvözölte.

Ezt követően Szarka Imre a Magyar Posta és az Erste Bank új közös termékéről, a Posta Nyugdíjszámláról tartott előadást. Hangsúlyozta, hogy a Posta Nyugdíjszámla bevezetésére több ok miatt is szükség volt. Az 1, 9 millió hazai nyugdíjasból mindössze 1,2 milliónak kézbesítjük készpénzben a nyugdíját. Évről évre emelkedik azoknak a száma, akik bankszámlára kérik a járandóságukat. A kormányzat részéről is felmerült a gondolat, hogy minden nyugdíjat bankszámlára utalnának. A termék bevezetésének tehát elsődleges célja a Magyar Posta szempontjából a nyugdíjasok megtartása. Sikeres értékesítése a postás munkahelyek megtartásához is hozzájárulna. Szarka Imre szerint reális célnak látszik, hogy idén 25 ezer, öt év alatt 200 ezer nyugdíjas vált Posta Nyugdíjszámlát.

A továbbiakban Vatali Erzsébet Osztályvezető a készpénz átutalási megbízással kapcsolatos jogszabályi változásokról, majd Szóráth Attila Igazgató (Erste Bank) a postai banki szolgáltatásokról és a stratégiai együttműködés eredményeiről tartott előadást, értelemszerűen az Erste Bank szemszögéből nézve. *(Előadásának előadói összefoglalóját az ismertető után közöljük.)*

Befejezésül Filep József Igazgató „Új ügyfélszegmens a pénzügyi szolgáltatásokban: a mikro- és kisvállalkozások” címmel tartott előadást.

A szakmai nap résztvevői nagy érdeklődéssel kísérték az előadásokat, és számos kérdést, véleményt fogalmaztak meg hozzászólásaikban

(Kép és szöveg: dr. Lovászi József)

Postai banki szolgáltatások és a stratégiai együttműködés eredményei

(Az előadó összefoglalója Banki Szakmai napon elhangzott előadásáról)

Azt gondolom, egy-egy ilyen szakmai esemény megfelelő fórum egy beszélgetésre az aktuális bankpiaci helyzetről, trendekről, kilátásokról és tervekről, illetve kiváló lehetőség arra is, hogy, egyúttal én is visszajelzést kapjak a Postahelyi tapasztalatokról.

A Posta banki szolgáltatások az elmúlt közel 4 év alatt jelentős szereplője lett a bankpiacnak, amit egy intenzíven változó gazdasági környezetben értünk el. Ha csak az elmúlt évre tekintünk vissza, jól látható, hogy a gazdaság éves növekedése jelentősen alulmúlta a várakozásokat, több szegmensben is lassulást tapasztalhattunk. A belső kereslet is csökkent, ráadásul az infláció jelentős mértékben nőtt az előrejelzésekhez képest. A 2008. év azonban már reménytelibb, hiszen a kormányzati beruházások és a szigorúbb gazdaságpolitika javuló költségvetési egyensúlyt vetít elő, persze a gazdasági növekedést számos egyéb tényező is befolyásolhatja pozitív, vagy éppen negatív irányban. Természetesen a gazdaság teljesítménye mindenkire hatással van, így a bankok és pénzügyi szolgáltatók teljesítményét, illetve az ügyfélszokásokat is befolyásolhatják ezek a tényezők.

Ha egy kicsit kitekintünk a környező országok lakossági bankpiaci tendenciáira, a szolgáltatások körére, egyértelműen látható, hogy a bankolási szokásokat és a bankpiaci tendenciákat tekintve vannak még lehetőségeink a piacon, további fejlődés előtt állunk. Egy 2008-ban megjelent, a Lakossági bankpiaccal foglalkozó GFK kutatás megállapítása szerint, a bankkapcsolattal rendelkezők aránya évről-évre ugyan nő, de még így is vannak elmaradásaink akár a cseh, a szlovák, vagy éppen az ukrán piachoz képest. Ha Ausztriával hasonlítjuk össze a növekedési mutatót, akkor a magyar 76%-os arányhoz képest az osztrák 98%-os érték még mindig magas, ez reális potenciálra utal az ügyfelek bankkapcsolatainak növelésében, habár Ausztriában ezt a magas számot az is indokolja, hogy ott a nyugdíjas ügyfelek számlára kapják a nyugdíjukat.

Évről-évre egyre több ügyfél kerül valamilyen kapcsolatba banki, vagy pénzügyi szolgáltatóval, így a Posta banki szolgáltatásokkal is. A Magyar Posta, Posta banki szolgáltatása a több mint 200.000 ügyfelével mindenképpen jelentős szerepet képvisel a hazai piacon, gyakorlatilag a jelentősebb kereskedelmi bankok csapatába tartozik, ugyanakkor az is cél, hogy ez a szám, és ezzel együtt a Magyar Posta súlya a következő években is tovább növekedjen a bankoló ügyfelek körében. Ha csak a GFK kutatás 2006-os adatait nézzük meg, a hazai piacon nagyságrendileg 1,4 millió új belépőről és 650 ezer kilépőről beszélünk, vagyis nettó értékben 750 ezer ügyféllel nő a kapcsolatok száma. Ezen tendencia kiaknázásában stratégiai szerep jut a Posta banki szolgáltatásoknak is, cél, hogy ebből a piacból mind nagyobb szeletet szerezzünk.

Termékszinten is érdemes megvizsgálnunk azt, hogy hol tartunk ma, mint ország, és ezen belül hol tart a Posta, és ügyfélköre. A folyószámlával rendelkezők aránya nő mind Magyarországon (2007-ben az ügyfelek 88%-a állította azt, hogy bankszámlával rendelkezik), mind a környező országokban, ugyanakkor még mindig elmaradásban vagyunk akár egyes szomszédos országok (pl. Horvátország 97%), akár Ausztria (95%) viszonylatában.

Hitelek tekintetében is vannak lehetőségeink a növekedésre, az Eurozónához képest még mindig komoly tartalékokkal rendelkezünk a lakossági hitelezés területén. A jelzálog alapú eladósodottságot tekintve az egyes országok GDP értékének arányában, az EU országok átlaga 50 %-os, míg Magyarországon ez az érték 11-12%-ot ér el, azaz komoly növekedési potenciállal rendelkezünk.

Fontos, hogy a növekvő piacon az ügyfelek megszerzésért folytatott küzdelemben a Posta banki szolgáltatások termékkör (is) nagy hangsúlyt kapjon, komoly eredményeket érjen el, melyhez megfelelő alapot szolgáltat az elmúlt évek kiváló teljesítménye. Az ügyfelek megszerzése nem könnyű feladat, ismernünk kell hozzá a motivációjukat, vagyis mi alapján választják ki a fő bankjukat.

A GFK kutatás alapján a választás leggyakoribb okai a „hagyomány", a lakóhelyhez való közelség, a megbízhatóság, vagy éppen az elérhetőség, melyek mind olyan értékek, amivel a Magyar Posta ma rendelkezik, mely a további sikeres ügyfélszerzés feltételeit erősíti.

Látható, hogy ebben az erős versenyben a Magyar Posta megállja a helyét, azonban nem ülhetünk ölbe tett kézzel, nem nyugodhatunk meg, hiszen a folyamatos és dinamikus növekedés alapozhatja meg csak azokat a célokat, amely a Magyar Postát hosszútávon a bankpiac jelentős szereplőjévé emeli, illetve az ügyfelek szemében is meghatározó szereplővé válik.

Az eddig elért eredmények, a több mint 200 ezer ügyfélkapcsolat, a 100 milliárd forint betét és befektetési termék kezelése, a közel 150 ezer folyószámla kiváló alap a további növekedésre, ugyanakkor fontos az is, hogy nyissunk új piacok felé is. Ennek érdekében történtek meg azok a lépések, aminek eredménye már ma is látszik, hiszen elindult a Posta Nyugdíjszámla értékesítése, hamarosan elérhető lesz a Posta Vállalkozói Számla az egyéni vállalkozók, őstermelők részére, mely termék a mikrovállalati piac felé történő nyitást teszi lehetővé.

A további növekedés mellett igen fontos, kiemelt szerepet kell kapnia az állományvédelemnek is, hiszen nem csak megszerezni kell az ügyfeleket, hanem meg is kell tartani Őket. Folyamatos akciókkal és címzett levelekkel hatékonyan erősíthetőek meg az ügyfélkapcsolatok, növelhetőek az értékesítési eredmények.

Ha értékeljük a Posta banki szolgáltatások elmúlt éves eredményeit, határozottan kijelenthető, hogy mára sikerült a piac meghatározó szereplőjévé válni, amely lehetőséget nyújt további részesedés szerezésére a bankpiacon. És hogy vannak-e még lehetőségek? A válasz egyértelműen igen! A lehetőségek kihasználása azonban csak nagyon kemény munkával, szervezetten és felkészülten valósítható meg, amiben mind a Bank, mind a Magyar Posta messzemenőkig elkötelezett.

(Szóráth Attila *igazgató, Erste Bank Hungary Nyrt. Postai Értékesítés)*

A Központi Területi Szervezet Budapesti Tagcsoportjának szakmai napja Kispest 1 postán

(2008. augusztus 19.)

A PSZE Központi Területi Szervezet Budapesti Tagcsoportja 2008. 07. 02-án Kispest 1-es postán rendezte meg a soron következő szakmai napot.

Megtisztelte jelenlétével a rendezvényt és előadást tartott Dr. Kádár Ilona Értékesítési Igazgató asszony.

Izgalmas és kellemes program várta a szépszámmal megjelent résztvevőket.

Néhány kollégánk kis műsorral kedveskedett, mely az értékesítésről szólt.

Hófehérke és a hét aktív törpe gondolatvilágába repített minket a mese, mely a történet végére természetesen pozitív gondolkodással, aktív értékesítéssel oldotta fel a gonosz mostoha átkát.

Kispest 1-es posta megtekintése fellelkesítette a csapatot. Igen, ez valóban XXI. a század fejlett, korszerű ügyfél és dolgozói igényeket kielégítő, a partnerség évében egy Európa bármelyik fejlett országában elhelyezhető postáról adott képet. Volt ok az irigységre. A jelenlévő postavezetők nem ezt a postát irigyelték, hanem azt, hogy az övék nem ilyen.

Értékesítési Igazgató asszony prezentációjának bemutatásával egybekötött, kötetlen beszélgetés vette kezdetét, az alábbi témaköröket érintve, vagy éppen belemenve a mélységekbe:

- jelenlegi helyzetünk a piacon,
- kitekintés a közeli jövőbe,
- útmutatás az ügyféligények maximális kielégítésére,
- némi portfoliótisztítás,
- veszélyes befektetések, (a postai befektetők inkább alacsonyabb, de biztos kamatot, hozamot várnak),
- dolgozói ösztönzések átgondolása,
- tervek leosztásának háttere (összehasonlító elemzések hasonló kompetenciájú postahelyek – különböző tervelvárások)
- saját postahelyek megoldásra váró problémái
- PPM-el kapcsolatos nehézségek, (előre tervezett nyári szabadságolások), pályázatok
- II. félévi terv elvárásai, a maximális teljesítés megoldása érdekében a jó lehetőségek kiaknázása, pozitív postahelyi tapasztalatok cseréje.

A beszélgetésbe a társaság annyira belemerült, hogy az idő múlását nem is érzékelte. Volt mit megbeszélni, volt mit őszintén kibeszélni.

Úgy éreztük, hogy mindenki valami többel, valami szabadabbal, valami okos gondolatokkal, megvalósítható álmokkal távozott.

(Ács Erika MP Zrt. Kispest 1. posta)

„Motiváció a postán”

(A szerkesztőség elhatározott szándéka, hogy teret adjon a lapban munkatársaink dolgozatainak, pályamunkáinak, illetve az ezekről készített összefoglalóknak, recenzióknak, amennyiben azokat az értékelésükre hivatott grémiumok önálló munkaként sikeresnek értékelték, folyóírtunkban történő publikálásra alkalmasnak találták.

2007-ben a Kelet-magyarországi Területi Igazgatóság az irányítása alá tartozó megyék postái felé felhívást adott ki „Motiváció a postán” címmel írásos szakmai pályázat és „Motivációs görbe tükör” címmel bemutató – egyéni és csoportos – elkészítésére.

A pályázatra megyénként érkeztek pályázati munkák, köztük 3 egyéni pályázat is. A pályázati munkákat a szakmai területek bevonásával értékelték, díjazták.
*A következőkben az első díjazott **Nagyné Molnár Csilla** [postavezető, Füzesabony 1.], a **„Motiváció a postán”** című dolgozatát teljes terjedelmében tesszük közzé. [fel. szerk.])*

A személyre szabott motiváció lehetőségei – Kulcs a különböző személyiségekhez – az eltérő motívumok hatásai a postán

„Ha jövőre akarsz termést, vess gabonát,
ha tíz év múlva akarsz termést, ültess fát.
Ha egy életen át akarsz termést, gyarapítsd az embereket.”
(Kínai közmondás)

A motiváció elméleti megközelítései

Elmélyülve a tekintélyes szakirodalomban, a motivációt több oldalról, számos módon közelíthetjük meg, ami nehézzé teszi a gyakorlati alkalmazását.

Néhány, a számtalan megközelítés közül:

A motiváció belső indítékokból eredően dinamizálja, és irányítja a célirányos és szervezett viselkedést.

Összetevői:

- biológiai- homeosztatikus elemek;
- szokások, elvárások, attitűdök;
- tudatos szándékok;
- érdeklődés;
- értékorientációk.

Az ember mindezeket önmagára és környezetére vonatkoztatja.

„A motiváció forrását egyre inkább úgy tekinthetjük, mint ami belülről, az egyénből fakad, mint az emberi természet elemi részét a tanulásra, a fejlődésre, ezért inkább támogatni vagy felszínre hozni kell, nem pedig létrehozni.” (Barbara L. Mc Combs)
Minden egészséges ember szeretné megmutatni mire képes, milyen értékei vannak.

A készségek és képességek csak megfelelő motivációk mellett működnek optimálisan. A személyiség motivációs készlete nagyon összetett, soktényezős rendszer, biológiai, pszichológiai, társadalmi, etikai elemekkel. Elméleti oldalról vizsgálva megkülönböztethető

- *a motivátor*: az a dolog, amire a figyelem irányul,
- *a motívum:* az a viszonyítási alap (érték), ami az érdeklődést meghatározza, az érdekeltséget kifejező érzelmi jelzés (emóció), valamint maga
- *a cselekvés-indíttatás,* mint a motivációs folyamat eredménye (aktiváció).

Sokak szerint a jó vezető legfontosabb ismérve, hogy az általa irányított, vezetett munkatársakat rá tudja-e venni a szervezet iránti feltétlen lojalitásra, vagyis arra, hogy azok feltétel nélkül teljesítsék a reájuk rótt feladatokat mennyiségben, minőségben egyaránt.

A vezetői eredményesség egyik meghatározó feltétele a vezető alkalmazottakat motiváló tevékenysége. Minden vezetőt élénken foglalkoztat a kérdés: hogyan és milyen módszerekkel érhető el a munkatársakban szunnyadó lelkesedés és egyéb hajtóerők felszabadítása, és minél jobb hatásfokú hasznosítása.
Az emberek nem elképzeléseket, terveket, hanem vezetőket követnek.
Az emberi természet olyan, hogy időről-időre szüksége van megerősítésre, hogy amit csinál, az hasznos és jó.

Minden ember egyik nélkülözhetetlen lelki szüksége, hogy a léte és tevékenysége fontos legyen mások számára. Legyen az egy személy, vagy egy csoport, a lényeg az, hogy fontosnak érezze magát. Amíg ezt nem érzi, addig nincs meg a megfelelő motivációja arra, hogy bármit is tegyen, ami több annál, minthogy leéli az életét.
A bátorítás megadja azt a képességet, ami szükséges a kitartó eredményes munkához.
A bátorító vezető mindig a másik személyében rejlő lehetőségekre összpontosít, azt erősíti benne és soha sem a hibáit, a gyengeségeit nézi.

„Az emberi tevékenység ösztönzését pszichológiai kifejezéssel motivációnak nevezzük, azokat a tényezőket pedig, amelyek valamilyen irányban, valamely feladat megoldására ösztönzik az embert, motívumoknak. A pszichológiai meghatározás szerint a motiváció az egyén olyan belső tudati állapota, amely arra készteti, hogy valamilyen módon viselkedjék. A vezetéselméleti szakirodalomban a motiválás a vezetés egyik tevékenységét jelenti, amelynek során a vezető másokat olyan cselekvésre késztet, amik a szervezeti szinten elvárt eredményekre vezetnek.”
(Deák Csaba, dr. Heidrich Balázs, Heidrich Éva: Vezetési ismeretek, 69. oldal)

A vállalatra vonatkoztatva a motiváció sok tényezőtől függ. Mindegyik munkatársnak saját prioritásai vannak azokat a tényezőket illetően, amelyek őt személyesen motiválják, és mindegyiknek meglesz a saját véleménye arról, hogy a vállalat mennyiben felel meg e követelményeknek.

A munka motivációján azoknak az indítékoknak az érvényesülését értjük, amelyek arra ösztönöznek, hogy értékalkotó, termelő tevékenységet végezzünk.

Mire keresünk választ?

- Mi hajtja az embert, mit akar elérni
  - a munkahelyén,
  - az életében?
- Miért dolgozik az ember a munkahelyén?
- Miért kell a vezetőnek ösztönözni?
- Melyek az ösztönzés lélektani alapjai?
- Hogyan ösztönözzük a munkatársainkat?

Az ember a munkahelyén dolgozhat:

- a tevékenységért magáért: ez a munkavégzés;
- anyagi javakért: ez a munkáért kapott jövedelem;
- társadalmi javakért: ezek a közösségi kapcsolatok által szerezhetőek meg;
- az ember társadalmi létezésének legfontosabb formája a közösségben végzett munka!

A munkatársakat nagyobb teljesítményre kell késztetni, mert

- az emberek a munkahelyen is elsősorban a saját céljaikat akarják elérni;
- a vezetőnek három, egymással konfliktusba kerülő célrendszert kell összehangolnia
  - o a szervezet tagjainak egyéni célrendszerét (pl. több fizetés)
  - o a szervezeti célok rendszerét (pl. nagyobb profit)
  - o a társadalmi célok rendszerét (pl. a környezet kímélése)
- a vezető elsődleges feladata késztetés a szervezeti célok elérésére
  - o az egyéni és
  - o a csoport érdekek tudatos felhasználásával.

Az ösztönzés elméleti alapja: a motiváció (tartalmi és folyamat) – elméletek

A *motivációelméletek* arra keresik a választ, hogy miért úgy viselkednek az emberek, ahogy éppen teszik.

A *tartalomelméletek* feltételezik, hogy az emberi lények „motívum csomaggal", szükséglet készlettel, vagy a kívánt célok csoportjával rendelkeznek, mely ösztönzi őket.

A *folyamatelméletek* azt a folyamatot kutatják, mely során az adott eredmény kívánatossá és ösztönzővé válik az egyének számára.

Sokféleképpen lehet megközelíteni a motivációt. Charles Handy a korai motivációs teóriákat három csoportba sorolta:

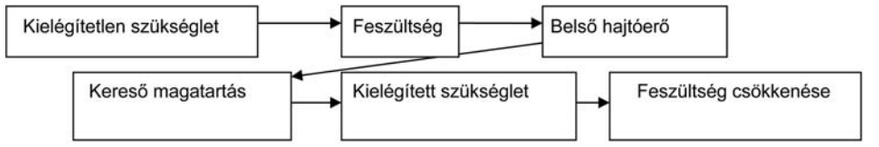
- Megelégedettségi teóriák: azon felvetésen alapulnak, hogy az elégedett dolgozó keményebben dolgozik, bár ennek a feltételezésnek kevés bizonyítékát adták.

  Az elégedettség csökkenti a munkaerő-elvándorlást és hiányzást, de nem növeli szükségszerűen az egyéni termelékenységet.
- *Ösztönző teóriák:* ezek az elméletek azon a feltételezésen alapulnak, hogy az egyének keményebben dolgoznak a kívánt jutalom megszerzéséért – pozitív megerősítés –, bár a legtöbb megközelítés a pénzre, mint motivátorra koncentrál. Handy megjegyzi, hogy az ösztönző teóriák akkor működnek, ha:
  - o az egyén úgy értékeli a megnövelt jutalmat, mint amely megéri a többlet erőfeszítést,

  - o a teljesítmény mérhető és egyértelműen az egyénnek tulajdonítható,
  - o az egyén szeretné elérni az adott fajta jutalmat,
  - o a megnövelt teljesítmény nem válik új, minimum követelménnyé.
- *Belső teóriák:* ezek az elméletek azon a hiten alapulnak, hogy a magasabb rendű szükségletek a mai emberben erősen uralkodnak. Az emberek a munkában magában rejlő tényezők következtében dolgoznak keményen – részvétel, felelősség, stb. A jutalom maga a hatékony teljesítmény. (Deák Csaba, dr. Heidrich Balázs, Heidrich Éva 2003.)

Ezt szemlélteti az alábbi ábra:

A motiváció folyamata



Tartalomelméletek

Az emberi szükségletek kategorizálását a különböző szerzők eltérően adták meg, melyekből háromét szemlélteti a következő táblázat:

A szükségletek listája

Abraham **Maslow**	David **McClelland**	**Herzberg**
Fiziológiai szükséglet (éhség, szomjúság, alvás)	–	Higiénés tényező Elégedettséget nem okoz, csak elégedetlenséget szüntet meg
Biztonsági szükséglet (biztonság, rend, állandóság, kiszámíthatóság)	A kapcsolat iránti szükséglet (valahová tartozás, interperszonális kapcsolat szüksége)	
A közösséghez tartozás (szeretet, ragaszkodás, csatlakozás)		
Megbecsülés, önmegbecsülés, elismerés (státusz, hatalom, siker, önbizalom)	A hatalom iránti szükséglet (vezetői pozíció keresése)	Motivációs tényezők Hiánya nem okoz elégedetlenséget, csak az elégedettség hiányát. Az embereket elégedetté a motivációs tényezők teszik.
Önmegvalósítás (önkiteljesedés, lehetőségek megvalósítása)	A teljesítmény iránti szükséglet (erős sikervágy, célok elérésére törekvés)	

Forrás: Deák – dr. Heidrich – Heidrich Éva Vezetési ismeretek 73. oldal alapján saját szerkesztés

A három megközelítés közül Maslow elméletének alkalmazása a postai munkahelyi gyakorlatban:

Fiziológiai:	megfelelő kereseti lehetőség, teljesítményarányos fizetés, jó munkafeltételek (hőmérséklet, szellőzés, pihenő idő) nagyobb teljesítményre ösztönző jutalmak (pl. Csoportos Érdekeltségi Rendszer (CSÉR))
Biztonsági:	állásbiztonság, biztonságos munkakörülmények, járulékos (szociális) juttatások
Közösséghez tartozás:	jó munkahelyi légkör, közvetlen és szívélyes főnök-beosztott kapcsolat, a munkatársak közötti együttműködés ösztönzése
Megbecsülés:	a jó teljesítmény nyilvános elismerése, jól hangzó címek (pl. a hónap értékesítője) adományozása, önállóság és felelősség növelése (pl. termékfelelősök, mentorok kijelölése, választása)
Önmegvalósítás:	önálló munkavégzés, munkakör-gazdagítás, továbbképzés és fejlődés támogatása, kreativitás elősegítése, nagy eredményekre ösztönzés

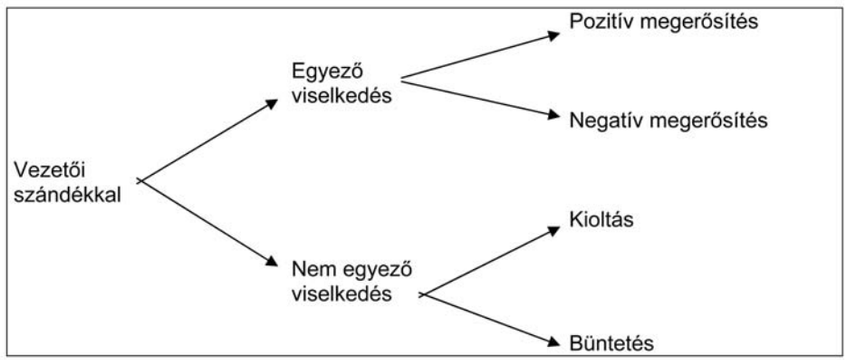
Folyamat-elméletek

A folyamat-elméletek a tanulási folyamat törvényszerűségeit használják fel a viselkedés szabályozására

- teljesítmény-szabályozás
- magatartás-szabályozás

Az emberek saját helyzetüket folyton összehasonlítják más emberekével, az erőfeszítés/jutalom arányt az igazságosság szemszögéből értékelik. Ha eltérés van, méltánytalanságként élik meg, és ez ellenkező tartalmú motivációt eredményez.

Skinner megerősítés elmélete



A megerősítés típusai

Pozitív megerősítés

Ösztönzés	Kívánt viselkedés	Vonzó következmény

Negatív erősítés

Ösztönzés	Kívánt viselkedés	Kellemetlen következmény elmaradása

Megszüntetés

Ösztönzés	Nem kívánt viselkedés	Megszüntetett következmény

Büntetés

Ösztönzés	Nem kívánt viselkedés	Kellemetlen következmény

Forrás: Deák – dr. Heidrich – Heidrich Éva: Vezetési ismeretek 81. oldal

Ahogy sok szerző kimutatta, és véleményem is az, hogy a különböző motivációs elméletek egyike sem tökéletes; még nem született meg a motiváció átfogó elmélete, és nincs általánosan elfogadott álláspont, de mindegyik hozzájárult valamivel a kérdés megértéséhez. Ismeretes, hogy a 17. századtól kezdődően tudatosan kezdtek foglalkozni az emberi viselkedés irányát, intenzitását, tartós fennmaradását – motivációját – meghatározó tényezőkkel, addig a szabad akarat és az ésszerűség fogalma elégséges magyarázatnak tűnt.
A motiváció korszerű vezetői értelmezése a gyakorlati feladatok megoldása során hol erre, hol arra az elméletre épít. A különböző szerzők különbözőképpen közelítették meg és magyarázzák az emberi viselkedés miértjeit, a szükségletek kielégítése érdekében tett emberi hajlandóságot és erőfeszítéseket.
Egy jó vezető nem kerülheti el munkája során, hogy az alkalmazott dolgozókat ne csak abból a szempontból ismerje, hogy szakmailag milyen feladatot bízhat rá, hanem keresnie és megértenie szükséges, hogy egyénenként és csapatban kit milyen módon lehet teljesítményének maximalizálására ösztönöznie a nem anyagiak adta lehetőségekkel.

A személyre szóló motiváció lehetőségei a Postán

Vezetői munkám során nagyon fontos ismernem az általam irányított munkatársakat abból a szempontból, hogy melyiküket milyen hajtóerő motiválja, melyek azok a tényezők, amelyek többlet teljesítményt képesek belőlük felszínre hozni.

A munkában együtt töltött idő során minden emberről kialakul egy kép arra vonatkozóan, kit hogyan lehet „mozgatni", a bizonyosság kedvéért azonban meg is lehet őket, magukat kérdezni arról, saját szempontjukból mit tartanak fontosnak, mikor, milyen hatásokra reagálnak nagyobb munkakedvvel, nagyobb teljesítményre való törekvéssel. Én is ezt tettem, amikor egy – három egyszerű kérdést tartalmazó – kérdőívet állítottam össze és adtam oda a munkatársaimnak azzal a kéréssel, hogy őszintén válaszoljanak a kérdésekre.

A kérdőív két részből állt, az egyik oldalán az alábbi kérdések szerepeltek:

- Mi az, ami Önt motiválja abban, hogy a munkában sikereket érjen el?
- Mi ösztönzi arra, hogy minél jobb legyen a teljesítménye?
- Mit vár a vezetőitől?

A másik részben az előzőek ellentéteként a következő kérdéseket tettem fel:

- Mi az, ami Önt nem motiválja abban, hogy minél sikeresebb legyen?
- Mi nem ösztönzi arra, hogy minél jobb legyen a teljesítménye? (Korábban volt már ilyenben része, vagy egyszerűen nem szeretné, hogy megtörténjen.)
- Mit nem vár vezetőitől?

Az első részre adott válaszokat motivációs eszközönként csoportosítottam.

Vannak, akiket a rájuk bízott feladatok motiválnak, melyek megfelelnek annak az elvárásnak, amit maguk felé is megfogalmaznak, illetve saját képességeiknek:

„A munkavégzésem során leginkább az motivál, hogy a rám bízott feladatokat, terveket teljesíteni tudjam, ezzel a posta eredménye is jobb lesz, és bízom abban, hogy a tervek teljesítésével a munkahelyünk is megmarad.
Ösztönöz a munkára, ha a főnököm rám bíz feladatokat, és azok elvégzésével elégedett, ha a munkámért szakmai és anyagi elismerést, dicséretet kapok."
„Szeretek új dolgokat megtanulni, megfelelni az új elvárásoknak, szakmai elismerést.
A pénz fontos, akár jutalék, akár jutalom formájában, de a szóbeli elismerés is feldob. Egy-egy sikeres feladat-végrehajtás újabb munkára ösztönöz."
„Fontos, hogy a főnökömmel és a munkatársakkal jó legyen a viszonyom, és jól tudjunk együtt dolgozni.
Azt várom a vezetőmtől, hogy a munkahelyi és munkahelyen kívüli problémákkal is fordulhassak hozzá bizalommal és kérhessem a segítségét. Legyen figyelmes a dolgozókkal és vegye észre, ha valakinek gondjai vannak."

Sokan tartják fontosnak az anyagi és erkölcsi elismerést munkájukért:

„Dicséret, elismerés (anyagi és erkölcsi). Ha szükséges, akkor a megfelelő segítség.
A vezető legyen megértő, emberséges, következetes és kellően szigorú."

„Személyes és anyagi elismerés. Érdeklődő ügyfelek, sikeres tárgyalások, gyakori kötések. Jobb anyagi elismerés. A vezetőtől emberi elismerést, szakmai irányítást, jó munkafeltételek biztosítását várom el."

„Motivál, hogy a közösségnek is jobb legyen. Dicsérő szó, és az a kevéske jutalom."

Vannak, akik a bizalmat, az ügyfél-elégedettséget, a közösséghez tartozást részesítik előnyben:

„Motivál az ügyfelek elégedettsége, hogy bízzanak bennem és a postában, a dicséret, jó szó és a pénz. Ösztönöznek a beszélgetések más posták munkatársaival a tapasztalatcsere miatt. Mit várok? Nincs hiányérzetem. Biztatást, megértést, megkapjuk valamennyien."
„Az emberek megelégedettsége, ha meg tudom győzni arról, hogy amit ajánlok, az neki is jó. Az, hogy keresnek az ügyfelek név szerint és ez új eladást eredményez. Támogatást, biztatást, ösztönzést, eladható termékeket várok el."

„Motivál az elismerés, a csapatszellem, az összefogás reménye és élménye, természetesen a pénz… Nekem a visszajáró, hálás ügyfelek nagyon sok erőt adnak. Motivál, ha olyan embertől kapok elismerést, aki nálam jobb, ügyesebb, elmélyültebb tudással bír. Motivál, ha valaki az én „dolgaimat" látva belekezd maga is, mert nem akar, nem tud lemaradni, felveszi a ritmust. Engem motivál a mások sikere is, ha neki megy, nekem is meg kell próbálnom."

„Mivel szeretem a munkámat, törekszem arra, hogy az ügyfelek bizalommal forduljanak hozzám, ami nekem nagyon fontos. Teljesítményemet a kereskedelmi áru eladásával próbálom javítani, hogy legalább ezzel tudjam növelni az anyaposta tervteljesítését, ha már a biztosítások után nincs érdeklődés. A vezetőktől a munkámhoz kapcsolódó segítségnyújtást várok el, amit eddig meg is kaptam."

A felmérés második részében is őszinte válaszokat kaptam, melyek tanulságul szolgálnak a mindennapi vezetői munkához:

„Nem motivál, ha elutasításra kerül bármilyen biztosítás, ami a biztosító hibájából adódik (rugalmatlan ügyintézés). Ha a főnököm nem ismeri el a munkámat sem erkölcsileg, sem anyagilag. Nem ösztönözne, ha a vezetőm különbséget tenne és kivételezne a dolgozókkal, és ha a másik kevesebb munkáért több fizetést kap. Nem várom a vezetőmtől, hogy visszautasítson, ha bármilyen ügyben kérem a segítségét."

„Nem motivál az, hogy néha nagyon sok az elvárás, amit képtelenség munkaidőben teljesíteni."

„Ha az elvárt tevékenység idegen a felkészültségemtől és nem vagyok arra a feladatra rátermett. Ha valamit sikerül elérni, teljesíteni, utána több, még több a követelmény."
„Nem ösztönöz a kudarc, és a sok elutasítás az ügyfelek részéről."

„Nem reális, magas elvárások. Az ügyfelek nem megfelelő (ellenséges, lekezelő, udvariatlan) reagálása, hozzáállása. Kivételezés, egyenlőtlen elbírálás."

„Nem motivál: egyes termékeknél kevés jutalék (pl. 5 éves ÉrtékŐr – termékpont 0)
Nem ösztönöz: nincs együttműködés a partnercégek részéről. Mit nem várok a vezetőtől? Szidást."

„Sikertelen biztosítás, vagy egyéb célfeladat ha nem sikerül, elkeserít. A vezetőm ne legyen bizalmatlan, ha jót teszek, dicsérjen meg, ha hibázom, utasítson rendre."
„A jutalékok mértéke nem tükrözi a befektetett munkát. Ha sikeresen megoldottunk egy feladatot, még több az elvárás, sokszor nem reális, nem teljesíthető. Hogy csak és kizárólag a tervteljesítés legyen a mérce, lássák a munkaerőben az embert is."

„A pénz nem igazán, de jól jön (nem vagyok anyagias). Ha minden reggel napról napra elmondják a napi „jelszót". A napi számonkérést."

„Egy rossz terméket eladni, azért, hogy a terv teljesüljön. Akkor az anyagiak sem. Ha a termék nem jó, a terv teljesítést ne várják el, és ne legyen állandó számonkérés belőle."

„A normális emberi kapcsolatok hiánya a teljesítmény hiányát is hozza. Nem szeretem az ellenőröket, akik nem fedik fel magukat. Nézzen a szemembe, és mondja meg a hibáimat. Akkor elfogadom.

A vezetők felelőssége a pontos tájékoztatás (ez itt megvan), megfelelő munkakörülmények megteremtése, az emberek egyenlő elbírálása, ösztönzés anyagilag és erkölcsileg."

Látható a saját leírásokból is, hogy – bár sok közös dolog motiválja az embereket egy közösségben – általában a különböző motivációk súlya szinte minden embernél más.

Fontos, hogy megismerjük valamennyi munkatársunk belső hajtóerejét, akár tőle személyesen, akár saját vezetői tapasztalatainkra építve. Csak így tudjuk hatékonyan működtetni a ránk bízott csapatot.

Vezetőként azért vagyunk felelősek, hogy munkatársainknak egy olyan környezetet/légkört teremtsünk, ahol a legjobban tudják munkájukat végezni, és a legjobb teljesítményt tudják nyújtani. Ehhez pedig véleményem szerint mindenképpen a pozitív motiváció eszközeit célszerű először használni és felhasználni, csak végső esetben a negatív eszközök adta lehetőségeket.

Motivációs lehetőségek alkalmazása a különböző tulajdonságú és képességű, illetve elvárású munkatársakkal szemben:

- új feladatok – akár saját munkaköréhez tartozó, akár bizalmi jellegű, egyedi vagy rendszeres
  - felelősséggel járó feladatok: pl. a vezetői munka részbeni delegálása
  - termékfelelősök választása: személyiségtől függően más-más termék értékesítésében eredményesek a munkatársak, hiszen más értékesítési módszer tartozhat a különböző termékekhez (sorsjegy, plüssjáték, biztosítási formák, értékpapírok). E személyes eredményesség alapján kerülhet felkérésre munkatárs arra, hogy nyomon kövesse az adott termék eredményeit, és a többieket segítse a sikeres értékesítésben.
  - Csoportvezető választása.
  - Mentorok választása: a gyengébb eredményt mutató munkatárs mellé felkérésre kerülhet jelentős személyes sikereket elérő társa.
  - A reggeli gyorsoktatások felelőse úgy, hogy lehetőség szerint egyszer mindenki sorra kerüljön.
  - Az ügyféltér felelőse, akinek feladata és felelőssége az ügyféltér rendezése, rendezettsége, a szükséges nyomtatványok kihelyezése, a kihelyezett tájékoztatók megléte és esztétikai megfelelősége.
  - Visszajáró ügyfelekkel kapcsolattartás: személyes kapcsolat erősítése és ápolása azokkal az ügyfelekkel, akik napi, heti rendszerességgel visszatérnek.
- Közös rendezvény, kirándulás szervezése – csapatépítés segítése: a különböző központilag kiírt versenyekben jutalomként szerezhető étkezési jegyeket eltérő módon használhatjuk fel; lehet egyénenkénti értékelésre, valamint közös rendezvény finanszírozására is használni. Közös rendezvények szervezésével a csapatszellemet erősíthetjük.

- Az eredmények pozitív visszacsatolása, közösség előtti elismerése:
  - törekvés arra, hogy megtanítsuk a munkatársakat a másik sikerének elismerésére, örömére a saját sikereink mellett, hiszen ez vezet a közös sikerhez;
  - az eredmények folyamatos, rendszeres értékelése.
- A rendelkezésre álló pénzbeli jutalmak teljesítményarányos szétosztása.
- A lehetőségek figyelembevételével kisebb ajándéktárgyak (tollak, jegyzet füzetek, egyéb szóróanyagok) kiosztása, kisorsolása: ezzel lehetőséget adunk munkatársainknak arra, hogy az ajándékok továbbadásával újabb üzleteket köthessenek.
- Nagyobb siker, eredmény, illetve teljesítmény elérése esetén ünneplés tortával.
- Házi versenyek meghirdetése, melynek lezárásakor a legsikeresebb munkáját a közösség előtt ismerjük el, ezzel biztosítva az azonos szintű munkatársak elismerését;
- Különböző címek adományozása (pl. a hónap értékesítője), dicsőségtábla (akikre büszkék vagyunk).
- A tanulás, személyes fejlődés lehetőségének segítése.
- Motivációs eszközként használhatjuk a Postás című szakmai lapban készített és megjelentetett cikket egy-egy kiemelkedő eredményt elérő munkatársunk esetében.
- Célok meghatározásakor közös ötletelés, csoportban való gondolkodás kezdeményezése, annak segítése.
- Céljutalomként tűzhetünk ki soron kívüli, a vezetőtől kapott szabadnapot is egy nagyobb teljesítmény értékeléseként.
- A személyes, vezetővel folytatott elbeszélgetés fenyegetően értelmezett is lehet, de pozitív eredményt érhetünk el, ha meg tudjuk győzni a munkatársunkat arról, hogy vegyen részt a feladatok teljesítésében, és azt érzi, hogy ehhez minden segítséget meg is kap.
- Van akit motivál, ha a korábbi egyéni eredményhez vagy a munkatársakhoz viszonyított magasabb elvárást fogalmaznak meg felé, de ugyanez demotiváló is lehet. Ezért fontos, hogy jól ismerjük, kit mennyire lehet terhelni. A nagyon alacsony elvárás is válthat ki demotivációt, meg kell találni a legeredményesebb mértéket.
- Fontos, hogy vegyük észre, ki az, aki sikerhez akar jutni, de saját erejéből nem képes rá. Elengedhetetlen megtalálni azt a módszert, amivel segíteni tudjuk, hogy elérje célját, ami további eredmények elérésére ösztönzi

További vezetői eszköztár a jó teljesítmény, a hatékony „mozgatás" érdekében:

- A vezetőnek világos és egyértelmű célokat kell megfogalmaznia, a csapattagoknak látniuk kell a célt. Világos kell, hogy legyen előttük az, hogy mik a fő célkitűzések. Csak akkor lesznek lelkesek, csak akkor lehet bevonni másokat is a munkába, ha pontosan tudják, miért dolgoznak. Fontos, hogy bármivel is bízunk meg valakit, mondjuk el neki pontosan, hogy mi a feladata, mit várunk el tőle.
- Fontos, hogy tudjunk lelkesíteni, olyan környezetet teremteni, ahol a munkatársak a képességeiket ki tudják bontakoztatni, ki tudják hozni magukból a legtöbbet.
- Mindig minden munkát köszönjünk meg, még akkor is, ha nem teljesen olyan a végeredmény, amilyennek azt előzetesen elképzeltük! Fontos, hogy az emberek érezzék, értékeljük a fáradozásukat.
- Az elismeréshez nemcsak a köszönet, hanem a dicséret is hozzátartozik. Sokszor elég egy kedves mosoly, néhány szó, hogy „ez igen, jól csináltad"!

- Ha egy feladatra több embert kérünk fel, az nagy segítség lehet nekik, hiszen támogatni, segíteni, bátorítani tudják egymást. Ez a felelősség megosztásával jár, de arra jó, viszont arra ügyelnünk kell, hogy olyan embereket tegyünk egymás mellé, akik jól tudnak együttműködni.
- Ha megbízunk egy feladattal valakit, biztassuk azzal, hogy azért kértük meg őt, mert látszik, hogy képes rá, és alkalmasnak tartjuk erre a munkára!
- Mutassunk érdeklődést, kísérjük figyelemmel a kiadott feladatot, nemcsak ellenőrzési céllal, hanem azért is, hogy lássák, érdekli a vezetőt az, hogy hogyan boldogulnak!
- Akár kis feladatok is motiválhatnak, különösen az új emberek bevonásához.
- A legtöbb embert motivál, ha felelősséget kap. A lehetőségekhez mérten adjunk szabadságot, önállóságot, hogy érezze, ő a feladat felelőse, amit rábíztunk, az az ő kezében van.
- Fontos az átláthatóság, a megfelelő kommunikáció.
- Még ha nem is vagyunk elégedettek azzal, amit az illető csinált, érdemes legalább egy pozitív vonását kiemelni az elvégzett munkának (kivéve, ha nem csinált meg belőle semmit), és csak azután elmondani a negatívumokat.
- Személyes kapcsolat: fontos, hogy a vezető személyesen is tartsa a munkatársakkal a kapcsolatot, figyeljen rájuk. A személyesség néha apró gesztusokat jelent, odafigyelést, máskor beavatkozást a folyamatokba.

Végezetül ne feledkezzünk meg a vezetői példamutatásról. A dolgozók vezetőket követnek, akkor lesz a magatartásuk az elvárásunknak megfelelő, ha a jó példával mi magunk járunk élen.
Ahhoz azonban, hogy motiválni tudjunk, először önmagunk motivációit keressük meg, hiszen a mi viselkedésünknek motivációt kell sugallani. Akkor tudunk motiválni, ha mi is azok vagyunk.
Valószínűleg közülünk vezetők közül is többnyire hasonlóan töltenénk ki azt a bizonyos kérdőívet, azzal a különbséggel, hogy nekünk tudatosan napról napra meg kell találnunk a saját motivációnkat ahhoz, hogy a ránk bízott munkatársakat vezetni, irányítani tudjuk.

A saját hajtóerőnk ébren tartásához szeretnék hozzájárulni az osztrák tréner és író, Peter F. Kinauer 21 pontban összefoglalt „sikertitkával”:

A siker alapelemei Kinauer szerint:

1. A célok kitűzése: bár az ember behatóan foglalkozik a vágyaival (lottó ötös), de tízből csak egy tűz ki maga elé célokat.
2. Lelkesedni azért, amit az ember csinál: a szenvedély és a lelkesedés ugyanis átsegít a kudarcokon és a balsikereken.
3. Pozitív gondolkodás: aki csak problémákon rágódik, és kételyei vannak, blokkolja kreativitását.
4. Saját magunkban hinni: a pozitív önértékelésre mindig szükség van, és bízni kell a szerencsében is.
5. Tanulni a hibákból és kudarcokból: a sikeres emberek is követnek el hibákat, de nem követik el ugyanazt a hibát kétszer.

6. Stratégia kell: fel kell mérnem, és el kell határoznom, hogy mit tehetek ma, egy hét, egy hónap és egy év múlva, hogy elérjem a célomat.
7. Az erős oldal tökéletesítése: legalább 50 képességet kell összeírni és megjelölni, amelyet még fejleszteni érdemes.
8. A kapcsolati háló kihasználása: szükség van a kapcsolatok építésére és ápolására, amikor és ahol csak lehet.
9. Soha ne add fel: az akarat nyerni segít.
10. A sikeresektől kell tanulni, és az élet iránti kíváncsiságot soha sem szabad elveszíteni.
11. Az apró sikerek is fontos lépések a felfelé vezető úton.
12. Fontos egy jó partnerkapcsolat: minél harmonikusabb a magánélet, annál nagyobb az esély a sikerre.
13. Az idő túl drága, hogy elfecséreljük: a kezdeményezéseinket nem szabad unalomból vagy az első akadálynál feladni.
14. A sikeresek be is fejezik mindazt, amit elkezdenek.
15. Az ügyfelek igényeit meg kell ismerni, és mindig meg is kell kérdezni.
16. Vigyázni az egészségre: sportolni kell az egyensúlyért, fontos a meditáció és a helyes táplálkozás. A csapatjátékosoknak könnyebb, de a felelősséget tudni kell továbbadni, és a munkatársakban is meg kell bízni.
17. A rugalmasságon sok múlik: stratégiánk megváltoztatása többnyire nem működik.
18. Megbízhatónak kell lenni, de a talpraesettségünk bizonyítására is szükség van.
19. Mindig 100 százalékot kell adni, ahelyett, hogy az ember hátradőlne, és abban bízna, hogy majd csak lesz valahogy.
20. Soha sem szabad abbahagyni a tanulást – a pillanatnyi látókörön mindig túl kell tekinteni.
21. Kihívásokban érdemes gondolkodni, és nem problémákban.

Felhasznált irodalom:

Bakacsi Gyula (1996): Szervezeti magatartás és vezetés. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest
Deák Csaba – dr. Heidrich Balázs – Heidrich Éva (2000): Vezetési ismeretek. Booklands Kiadó

Internetes források:

http://americanjka.org/other/Motivacio_magyar.doc
http://cons.hu/index.php?menu=cikk&id=456
http://www.cvonline.hu/news/index.php?news_id
http://epa.hu/00800/00892/00007/pdf/200412_33-35.pdf
http://erg.bme.hu/szakkepzes/4felev/kivalasztas.pdf
http://gszv.gamf.hu/letoltes/motiv.doc
http://www.hrportal.hu/index.phtml?page=article&id=44714
http://www.hrportal.hu/index.phtml?page=article&id=65478
http://www.hrportal.hu/index.phtml?page=osztonzes_menedzsment
http://www.humanmenedzsment.hu/motivacio.htm
http://www.motivacio.lapozz.hu/
http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=integralt-07-motivacio
http://www.shl.hu/irasok/motivacio.htm

Nemzetközi postai hírek

2008. II. negyedév

Válogatta: dr. Lovászi József

A környezetért

Az ENSZ és az UPU összefog a környezet védelméért

ePostalNews, 2008. május 26-30. – Az ENSZ Környezetvédelmi Programja (UNEP) és az UPU együttműködést tervez a postai szektorban keletkező szén-dioxid kibocsátás csökkentésére. Az UPU Nemzetközi Irodája 191 tagországában végez majd adatgyűjtést, amely érinti az épületeket és a járműveket, valamint az üzemanyag felhasználás mértékét is számba veszi. Ezt követően az UNEP és az UPU közösen dolgoz ki egy eljárást a keletkező káros anyag kibocsátás mérésére. A folyamat végén minden egyes postai szolgáltató megoldások sorát kapja kézhez, amellyel segíthetik a környezetvédelmi törekvéseket, ezen kívül évről évre ellenőrizhetővé válik az intézkedések eredménye.

A Deutsche Post globális „GoGreen" klímavédelmi programja

www.dpwn.de – A Német Posta globális klímavédelmi programot hirdetett meg, s mérhető klímavédelmi célokat tűzött ki maga elé: minden elküldött levélre, szállított konténerre, használt négyzetméter területre vetített CO_2 kibocsátás mennyiségét 2020-ig 30%-kal akarja csökkenteni a konszern a 2007-es évi mért adatokhoz képest. A cél elérése érdekében a Deutsche Post folyamatosan felújítja légi és felszíni járműflottáját. A légi járművek 90%-át modern, energiatakarékosabb gépekre cseréli. Ezen kívül a feldolgozóközpontok, a raktárak és egyéb épületek üzemeltetését is kevesebb energia felhasználásával igyekeznek biztosítani. Ezzel egyidejűleg innovatív technológiák bevezetésével, hibridjárművek számának, útvonaltervezés kibővítésével igyekeznek a jövőben a gépjárműflotta károsanyag kibocsátását csökkenteni.

A Francia Posta és a WWF-France partnersége

www.laposte.fr – 2008. április 2-án partnerségi szerződést írt alá a Francia Posta és a WWF-France képviselője, melynek célja a felelős környezetvédelmi politika erősítése a La Poste-nál. A La Poste elkötelezettséget vállalt, hogy 15%-kal csökkenti CO_2 kibocsátását (2006-ban 177000 tonna volt), valamint papírfelhasználását 80%-ban újrafelhasznált papírból biztosítja mostantól 2012-ig. A WWF vállalja, hogy tudományos támogatást biztosít a La Poste-nak kitűzött célja eléréséhez.

Az Osztrák Posta fontosnak tartja a környezetbarát kézbesítést

www.post.at – Az Osztrák Posta üzemelteti Ausztria legnagyobb gépjármű flottáját. Ahhoz, hogy évente több mint 6,5 milliárd levelet, 47 millió csomagot és mintegy 650 millió újságot kézbesítsen, több mint 200 teherautót, 6000 kisebb szállító járművet és személygépkocsit és 1200 mopedet üzemeltet. A postások a levelek és csomagok kézbesítésekor több mint 100 millió kilométert tesznek meg. Az Osztrák Postánál is, mint általában a többi európai postánál, fontosnak tartják a környezet védelmét, ezért 50 földgázmeghajtású Volkswagen gépjárművet szereznek be. Jelenleg Ausztria területén 40 darab földgázmeghajtású jármű üzemel.

Az Olasz Posta sikeresen teljesíti környezetvédelmi céljait

IPC Green Issue, 2008. június 25. – Az Olasz Posta egyet már teljesített a 2020-ig megvalósítandó környezetvédelmi céljai közül. A szállítások során felhasznált energia 20%-át megújuló forrásokból nyeri az olasz postai szolgáltató. A 3589 tehergépkocsiból 1376 db jármű metán meghajtású; ezen kívül számos kezdeményezést és lépést tettek az energiafogyasztás, a káros anyag kibocsátás és a zajszennyeződés csökkentéséért. A 2007 januárjában kezdődő projekt, amely a tiszta energia felhasználását célozta meg, Torino tartomány 180 postahivatalában indult útjára. Azóta ennek a stratégiának és a mindent átfogó racionalizálásnak köszönhetően 7%-kal csökkent a CO_2 kibocsátás. 2008 januárja óta megújuló energiával üzemelnek például Perugiában a posta és kézbesítő hivatalok. A Poste Italiane 2020-ig meg szeretné valósítani az energiafogyasztás és a CO_2 kibocsátás 20 %-os csökkentését.

Ingyenes újrahasznosítással próbálkozik az Amerikai Posta

ePostal News, 2008. április 7-11. – Egy új tesztfolyamat keretein belül az Amerikai Posta lehetőséget kínál ügyfeleinek arra, hogy elhasználódott kisméretű elektronikus készülékeiket és festékpatronjaikat postai úton ingyenesen újrahasznosíthassák. Együttműködési megállapodás eddig a Hewlett Packard-dal (HP) született. A USPS „Mail Back" elnevezésű programja abban segít az embereknek, hogy környezetkímélő módon szabaduljanak meg a régi PDA-któl, Blackberry-ktől, digitális kameráktól, iPod-októl és MP3 lejátszóktól. Az ingyenes, előre bérmentesített, speciális borítékokhoz 1500 postahivatalban lehet hozzájutni. A postai költségeket a Clover Technologies Group fedezi, amely festékpatronok és elektronikus készülékek újrahasznosításával, újragyártásával és újraérté-kesítésével foglalkozik.

A USPS „zöld" honlapot hozott létre

Weekly Mail & Express News, 2008. április 24. – Új honlapot hozott létre az Amerikai Posta, amellyel környezetbarát termékeit és szolgáltatásait, valamint az ügyfelek részére ajánlott „zöld" praktikáit kívánja reklámozni. A **www.usps.com/green** website öt részre tagolódik. Ezek a következők: környezetbarát termékek és szolgáltatások,

tegye „zöldebbé" küldeményét, újrahasznosítás, fejlesztés, valamint közvetlen & zöld. A honlapon megtekinthetők azok a USPS által kibocsátott bélyegek is, amelyek a természetet és annak megóvását jelenítik meg. A honlapról a direkt marketing szolgáltatást igénybevevő ügyfelek letölthetnek egy 15 környezetbarát üzleti megoldást tartalmazó listát, amely alkalmazásával hozzájárulhatnak az Amerikai Posta környezetvédelmi törekvéseihez.

A Kanadai Posta első éves beszámolója a társadalmi felelősségvállalásról

www.postescanada.ca – A Kanadai Posta május 13-án közzétette első, társadalmi felelősségvállalásáról szóló éves jelentését. A jelentés tartalmazza 2007-re vonatkozóan a vállalat gazdasági, társadalmi és környezeti célkitűzéseit, stratégiáját és a hatékonysági tényezőket. Moya Greene, a Kanadai Posta elnök-vezérigazgató asszonya kihangsúlyozta, hogy a jelentés, s az alapjául szolgáló akciótervek jelentős állomásnak számítanak a Kanadai Posta életében, mivel tudatosítja az emberekben, hogy nem csak a társaságért, hanem minden kanadaiért dolgoznak. A jelentésben említett legfontosabb eredmények például: a Kanadai Posta az ország 100 legjobb munkáltatói között szerepelt 2007-ben, a Strategic Council felmérése szerint az ország legmegbízhatóbb vállalatainak egyike volt, 2002 óta több mint 10 millió dollárt költött az energiafelhasználás és a káros gázkibocsátás csökkentésére irányuló intézkedésekre, nyereségének 1,4%-át jótékonysági célokra fordította.

Sikeres volt a Royal Mail egészségügyi kezdeményezése

IPC Market Flash, 2008. május 15. – Sikeres volt a Royal Mail „Health and Well Being" (Egészség és jó közérzet) nevet viselő kezdeményezése, amelynek legfontosabb célja a betegség miatti hiányzások csökkentése volt. A London School of Economics (LSE) által végzett tanulmány szerint a program 227 millió angol font közvetlen költség megtakarítást és 25 %-kal kevesebb hiányzást eredményezett. A Royal Mail három év alatt 46 millió angol fontot költött a kezdeményezésre. A hiányzások biológiai, szociális és pszichológiai okait előtérbe helyezve az Angol Posta egészségügyi vizsgálatokat végzett, fizikoterápiás segítséget nyújtott; fitnesz központokat és orvosi rendelőket hozott létre, egészségügyi kampányt folytatott, különös tekintettel a dohányzásra és a hátfájásra. A program fontos részét alkotta a vezetők képzése, valamint támogatása a hiányzások csökkentését célzó irányelvek hatékony alkalmazásában.

Jövőkép

Egyesül a Svéd és a Dán Posta

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

A Belga Posta jövőképe

http://rtbf.be – A belga kormány nem tartja elképzelhetetlennek, hogy hosszú távon a Belga Posta a Svéd-Dán Postacsoport része legyen. Az állami vállalatokat felügyelő miniszter, Inge Vervotte úgy nyilatkozott, hogy az elképzelés nem kizárt, mivel a három cég vállalati kultúrája meglehetősen hasonló, de azt is kihangsúlyozta, hogy az állami ellenőrzésnek és az állami többségi tulajdonrésznek meg kell maradnia a Belga Postában. A Dán és a Svéd Posta áprilisban jelentették be a fúzióra vonatkozó tervüket, melyet ez év végéig kívánnak megvalósítani.

Az Észt Posta jövője

www.postcom.org – Az észt napilap, a „Postimees" híradása szerint több külföldi posta is komoly érdeklődést mutat az Észt Postával való együttműködés iránt. Az észt kormány azonban még nem döntött arról, hogy teljes egészében eladja-e a postát vagy fúzióra lépnének bizonyos külföldi befektetőkkel, vagy esetleg közös vállalatot hoznának létre más külföldi postával. Ahti Kallaste, az Észt Posta elnöke szerint a 2009-es postai monopólium megszűnése után várható az európai cégek Észtországba irányuló expanziója. Megfigyelők szerint a legesélyesebbek a finn Itella, a svéd Poste AB és a Post Danmark.

A Német Posta megválik a Postabanktól

www.handelsblett.com – Miután hosszú hónapokig megfontolás tárgyát képezte, hogy a Német Posta megválik-e a Postabanktól, mostanra úgy tűnik, hogy kialakult a végleges koncepció, s az elkövetkező hetekben megindulhatnak a tárgyalások a postai pénzintézet eladásáról. Amint azt a Handelsblatt kormánykörökből megtudta, a Német Posta vezetője Frank Appel és a szövetségi pénzügyminiszter Peer Steinbrück még nyáron összeülnek, hogy megbeszéljék a részleteket. Ekkor Frank Appelnek azt

is közölnie kell, hogy kinek kívánják a legtöbb magánügyféllel rendelkező bankot tovább adni. Jelenleg 50%+1 részvénnyel rendelkezik a Deutsche Post a tőzsdén jegyzett Postabankban.

Megválna további kispostáitól a Német Posta

www.stern.de – A Deutsche Post 2011-ig meg akar válni kispostáitól. A Német Posta 750 még saját kezelésben lévő kispostáját kívánja privát partnereknek, elsősorban kiskereskedelmi boltoknak átadni. A változás körülbelül 2000 munkatársat érint majd. A Német Posta szóvivője nyilatkozata szerint a munkatársaknak nem kell tartaniuk az elbocsátásoktól, a konszernen belül más munkaterületre kerülnek, s itt folytathatják tovább tevékenységüket. A törvény által előírt egyetemes szolgáltatói kötelezettségének postaügynökségek (7200 db), Postbank-Finanzcenter-ek (850 db), Postservice-shop-ok (3800 db) segítségével kíván eleget tenni a Német Posta.

A Német Posta eladja ingatlanjainak egy részét

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

A Német Posta a Royal Mail példáját követi

Weekly Mail & Express News, 2008. április 10. – A Német Posta 700 hivatalának értékesítését tervezi a Lübecker Nachrichten napilap értesülése szerint. A vállalat szóvivője elmondta, hogy a tervek szerint a kisebb postahivatalok többségét helyi vállalkozások üzemeltetnék, például szupermarketek, pékségek és újságárusok. Az új tulajdonosok a saját alaptevékenységük mellett a Német Posta termékeit és szolgáltatásait értékesítenék. Az elmúlt években a Deutsche Post közel 400 hivatalát zárta be, és jelenleg több mint 8000, partnerek által üzemeltett értékesítési hellyel működik együtt.

A Japán Posta is átszervezi postahivatali hálózatát

www.postcom.org- A „Nikkei" gazdasági napilap híradása szerint a Japán Posta szerződést kötött az ország legnagyobb biztonsági cégével, a Secom-mal annak érdekében, hogy a cég biztosítsa a távoli vidéki helyeken található postahivatalok biztonságos

működési feltételeit. A Japán Postának törvény által előírt kötelezettsége, hogy 24.000 postahivatalból álló hálózatot tartson fenn, és biztosítsa a postai szolgáltatások nyújtását a legtávolabbi helyeken is. Jelenleg vidéken számos kishivatalt rendeznek be az önkormányzatoknál, helyi hatóságoknál, illetve léteznek egyszemélyes hivatalok is. 454 ilyen kispostát azonban be kellett zárni, vagy azért mert a postamester nyugdíjba vonult, vagy pedig az ügyfelek hiánya miatt.

Átalakul a Bolgár Posta

www.postinsight.com – Október elsejétől hat részvényes vállalat holdingjává alakul át a Bolgár Posta. A posta vezérigazgatója Encislav Harmandjiev a bolgár szakszervezeteket is tájékoztatta a tervekről. Az új stratégia értelmében az alábbi vállalatok jönnek létre: Finance Post, Bulpost/EMS, Post Trans and Trade, Bulgarian Philately, Hybrid Post és Post Tourist. Valamennyi újonnan létrejövő vállalat stratégiai befektetők megjelenését várja. A Bulpost/EMS a postai futárszolgáltatásokat veszi át, mind belföldi, mind nemzetközi viszonylatokban. A Finance Post pénzügyi szolgáltatásokat kínál, elsősorban postai készpénzátutalást és pénzbegyűjtést. A Hybrid Post a közművek számára teljesítendő befizetésekhez nyújt megoldásokat. A Post Trans and Trade logisztikai és kereskedelmi tevékenységet folytat, míg a Bulgarian Philately tevékenységi körébe tartozik a bélyeg és borítékértékesítés. A Post Tourist a Bolgár Posta tulajdonában üdülések szervezésével foglalkozik majd. Utóbbival a Bulgarian Posts által kínált szolgáltatások körét kívánják változatossá tenni. A tervek szerint a hat részvényes vállalat egyike sem foglalkozik az egyetemes postai szolgáltatási körbe tartozó levélkézbesítéssel. Azonban a Postatörvény követelményének eleget téve, amely szerint a Bolgár Posta köteles országszerte alacsony áron egyetemes postai szolgáltatást nyújtani, ezt a tevékenységet az anyavállalat, azaz a Bolgár Posta látja el a későbbiekben is.

Minőség

Továbbra is jók az európai minőségi mutatók

PostEurop – In the Press, 2008. Április 11–18. – Továbbra is nagyon magas az európai postai szolgáltatók levélszolgáltatásának minősége. A mutatók messze meghaladják az Európai Unió által meghatározott elvárásokat, amely szerint az unió tagállamaiban három napon belül a küldemények 85%-át kell kézbesíteni; és ezen kívül az 5 napon belüli, 97 %-os célkitűzések is teljesültek. 2007-ben a nemzetközi elsőbbségi / első osztályú levelek 94,1%-a került kézbesítésre a feladást követő 3 napon belül (J+3), 98,7%-uk pedig 5 napon belül (J+5). Az átlagos kézbesítési idő 2,2 nap volt. Az eredmények 29 ország teljesítményét mutatják, amelybe Bulgária kivételével beletartozik az EU valamennyi tagállama, valamint Izland, Norvégia és Svájc.

Rendkívül gyors kézbesítési időről számolt be a Svájci Posta

www.postinsight.com – A Svájci Posta közzé tette legújabb eredményeit. Az IPC nemzetközi átfutási időkről készült UNEX tanulmánya szerint a Svájci Posta a leggyorsabb és legmegbízhatóbb európai postai szolgáltatók közé tartozik. 2007-ben az Európából Svájcba érkező elsőbbségi küldemények átlagosan kettő nap alatt érték el a célállomásukat. Ez gyorsabb, mint az európai átlag. A Svájcból más európai desztinációkba szóló elsőbbségi leveleknek is átlagban 2,1 napra volt szükségük ahhoz, hogy a címzettekhez megérkezzenek. Az IPC által végzett tesztek azt mutatták, hogy a Swiss Post a nemzetközi küldemények kézbesítésében 2007-ben is meg tudta tartani a korábbi évek során elért magas színvonalat. A 29 európai országot érintő tesztfolyamat során az IPC 400.000 darab tesztküldeményt bocsátott a nemzetközi küldeményáramba, az eredmények érvényességét pedig külső, független szakértők garantálták.

Magas színvonalú kézbesítési minőség a Belga Postánál

www.post.be – A Belga Postánál 96%-os kézbesítési minőségi mutatót regisztráltak a 2008. január és március közötti időszakban. Ez meghaladja a belga állam és a De Post / La Poste közötti szerződésben előirányzott, minden küldeménytípusra vonatkozó 95%-ot. Minden küldeménykategóriában emelkedés tapasztalható az előző évekhez képest, melyért a posta vezetése köszönetét fejezte ki az összes dolgozónak.

Verseny

A Svájci Posta szerint a versenyhelyzet több szabadságot feltételez

www.post.ch – A Svájci Postánál készen állnak arra, hogy a versenytársak előtt teljesen megnyitott postai piacon is magas minőségű szolgáltatásokat nyújtsanak az ügyfeleknek. Ehhez már jó úton haladnak a sikeres modernizációs és átszervezési programjuknak köszönhetően, viszont csak abban az esetben tudnak versenyképes vállalatként működni, amennyiben az új törvényi feltételek kellő mozgásteret biztosítanak számukra. A törvény előkészítési eljárás folyamán a következő javaslatokkal élt a Svájci Posta: a legfontosabb, hogy a svájci La Poste maga határozhassa meg, hogy az állami garancia hiányában mely piacokon kíván még tevékenykedni. Banki tevékenység végzéséhez szükségük lesz banklicencre és olyan alaptevékenységi megbízásra, mely nem határolja be szigorúan az infrastrukturális elemeket.

Nincsenek eléggé kihasználva a postapontok Belgiumban

www.rtbf.be – Bár a belga ügyfelek 79%-a úgy nyilatkozott, hogy elégedett a postapontok szolgáltatásaival, a nagyközönség mégsem ismeri eléggé az itt igénybe vehető szolgáltatások teljes palettáját. Ezt a helyzetet kívánta ellenőrizni a közszolgáltató vállalatok minisztere, Inge Vervatte és Johnny Thijs, a Belga Posta vezetője, amikor meglátogattak egy postapontot Brabant-ban, ahol egyértelműen kiderült, hogy a legtöbb ügyfél csak bélyeget vásárol és a csomagját veszi át a postaponton, s fogalma sincs arról, hogy a klasszikus postákon kínált szolgáltatások 90%-a igénybe vehető.

Dániában jobban kedvelik a levelet, mint az E-mailt

www.postinsight.com – A dán ügyfelek a mai napig megválaszthatják, hogy bizonyos információkat milyen formában kapják meg szívesebben: levélben, E-mailben, E-boksba (elektronikus postafiók), online banking, SMS, vagy weblapra kattintás útján. A Tanberg Marketing által készített tanulmány szerint a legtöbben még mindig a fizikai levelet részesítik előnyben. A válaszadók 62%-a – függetlenül az információ típusától – inkább levélben, 17%-uk E-mailben, 11%-uk pedig az E-boks-ába várja az üzleti vállalkozások tájékoztatóit. A közszolgáltatók tekintetében kicsit másképpen alakulnak az arányok, 58% a levelet, 23% az E-mailt, 12% az E-boks-ot preferálja. Az eredmények Dániában egyértelműen azt mutatják, hogy az elektronikus kommunikáció által kiváltott versenyben még mindig a hagyományos levél a legkedveltebb kommunikációs eszköz.

Egyéb hírek

GPS a román postások védelmében

www.sg.hu – A Román Posta 2009-től a magyar Cason Mérnöki Zrt. által gyártott és forgalmazott GPS-alapú személykövető biztonsági eszközzel látja el 12 ezer dolgozóját – adta hírül a társaság. A DIWICON-M névre keresztelt eszköz arra szolgál, hogy szükség esetén egyetlen gomb megnyomásával riasztható legyen a központi diszpécserszolgálat, és a postás tartózkodási helyének pontos ismeretében gyors segítség érkezzen. Ezek a telefon méretű eszközök amellett, hogy folyamatosan tájékoztatják a diszpécserközpontot a kézbesítők helyzetéről és mozgásáról, „céges telefonként" is funkcionálnak: a diszpécserközpont munkatársa fel tudja hívni a postást és viszont. A folyamatos kapcsolat pedig egyszerre jelent nagyobb biztonságot a postásoknak és nagyobb hatékonyságot a postának. Az 1992-ben alapított Cason Zrt. az Egyesült Államoktól Szingapúrig értékesíti a szállítmányozás, az ipari automatizálás, valamint a nagy földrajzi kiterjedésű ipari rendszerek felügyeletére kifejlesztett termékeit és szolgáltatásait. A világ öt országában 115 főt alkalmazó cég árbevétele 2007-ben meghaladta a 9 millió eurót; ügyfelei között megtalálható többek között a Shell, az E.On, a Gaz de France, a General Electric, a Mol, a Slovnaft és a T-Mobile.

Modern kerékpárok a német kézbesítőknek

www.bvdsp.de – A Német Posta komoly kerékpárflottával rendelkezik. 25 700 kerékpár áll a német kézbesítők rendelkezésére. Egy bicikli 37 kilót nyom, amennyiben segédmotor is van rajta, akkor 47-et. Egy kézbesítő maximum 50 kiló levelet és kiscsomagot szállíthat kétkerekű járművén. Minden második évben új modellek jelennek meg kisebb változtatásokkal, modernizálással. Így idén az alumíniumvázas típusúak 5 kilóval

könnyebbek lettek, s hegyi terepen megjelentek az úgynevezett E-Bike-ok, az akkumulátorral felszerelt biciklik. 7000 ilyen kerékpárral rendelkezik a Német Posta. A másik extramodell, a Security-Bike, mely zárható, biztonságos csomagtartóval van felszerelve, így védik meg az értékesebb küldeményeket az illetéktelen személyektől.

A fogyasztóvédelem kritizálja a Német Postát

http://de.news.yahoo.com – A fogyasztóvédelem kritizálja a Német Postát ügyfelei adatainak értékesítése miatt. A Fogyasztóvédelmi Központ képviselője szerint a posta feladata a levelek kézbesítése és nem az, hogy a címekkel kereskedjen. A Német Posta szóvivője kifejtette, hogy nem egyszerűen címekről van szó. A posta adatbank létrehozására használja a katalógusrendelésekből, közvélemény kutatásokból, ügyfélkártya igénylésből származó adatokat. Itt esetenként jövedelemről, foglalkozásról, gyerekekről, hobbiról szóló adatokat is rögzítenek. A Thüringer Allgemeinen című lap tudósítása szerint a Német Posta leányvállalata a Deutsche Post Direkt GmbH összegyűjti, aktualizálja és eladja az adatokat kereskedőknek. Amennyiben az adatgyűjtés túlmegy az egyszerű címbegyűjtésen, akkor ez „már több mint elgondolkodtató”- fejtette ki a fogyasztóvédelem képviselője.

A Svájci Posta újságot ad ki ügyfelei számára

www.post.ch – A Svájci Posta egy magazint jelentet meg elsősorban magánügyfelei számára. A lap az ország három hivatalos nyelvén jelenik meg „magazine”, „magazin” és „rivista” címmel. Az újságból a postával kapcsolatos aktualitásokról, termékekről, szolgáltatásokról kaphatnak információt az olvasók. A „magazine” hasznos tanácsokkal is szolgál a postai kínálattal kapcsolatban. A lapot 2,3 millió példányban kézbesíti ki a svájci La Poste azokhoz a háztartásokhoz, ahol a levélszekrényre nincs kiírva, hogy „köszönöm, nem kérem”. A lap második száma 2008. novemberében olvasható, 2009-től pedig negyedévenkénti megjelentetést terveznek.

A világ leggyorsabb bélyege

www.post.at – Az Osztrák Posta azt tűzte ki célul, hogy gyorsaságával fog bekerülni a különleges teljesítményeket regisztráló Guiness rekordok könyvébe. Ebben az esetben minden idők leggyorsabb bélyegkiadásáról van szó. Az Österreichische Post azt tervezte, hogy egy alkalmi bélyegsort ad ki mindössze négy órával a labdarugó EB döntőjének utolsó sípszava után. A tíz bélyegből álló ív 5 darab 55 centes és 5 darab 65 centes bélyeget tartalmaz. A bélyegképen természetesen a győztes csapat látható és az olyan fontos elemek, mint a gólok, a góllövők, a sárga és piros lapok, stb. Minden bélyegíven megtalálható majd a Guiness World Record Logo is. Az eddigi világrekord 10 óra 24 perc volt, melyet 2001. április 20-án állítottak fel a Brit és a Gibraltári Posták, amelyek II. Erzsébet királynő 75. születésnapja alkalmából bocsátottak ki aránylag rövid idő alatt bélyeget.