

HRVATSKA POŠTA KUPUJE 277 NOVIH VOZILA!

Odlukom Uprave HP-Hrvatske pošte d.d. pokrenut je postupak javne nabave za kupovinu 277 novih službenih vozila za poštare, i to:

- 256 komada; GRUPA 1; lako dostavno vozilo, lako dostavno kombi vozilo (1+4), poluteretno vozilo malo, poluteretno vozilo srednje, poluteretno vozilo veliko

- 11 komada; GRUPA 2; osobno vozilo tip 1 i 2

- 10 komada; GRUPA 3; teretno vozilo 5T i 7,5T

Naime, predmet nabave novih službenih vozila, osim nabave, obuhvaća i održavanje tih istih vozila, te kompletno jamstvo u periodu 5 godina ili planirane kilometraže, ovisi koji uvjet će prije nastupiti.

Očekivana isporuka vozila je u prvoj polovici 2016 godine!

NEDOSTATAK SOCIJALNOG DIJALOGA O NORMAMA...

Određivanje kriterija za norme poštara prilično je kompleksna i iznad svega odgovorna zadaća.

Prema njima se određuju veličine poštanskih rajona, a to je vrlo bitna stavka u obavljanju osnovne djelatnosti Hrvatske pošte u kojoj moramo biti najbolji na tržištu. Zbog toga je potrebno pomiriti i uskladiti različite interese, od onih koji će s jedne strane biti optimalno troškovno održivi, a istovremeno osiguravati visoku razinu kvalitete obavljanja usluga uručenja. To jednostavnim rječnikom znači pojedinog poštara opteretiti do te mjere u kojoj će on biti u stanju najkvalitetnije obavljati sve radne zadatke. (ma što god to značilo?)

Ako se naglasak stavlja na troškovnu stranu, kao što se to sada čini na mnogim dostavnim područjima, tada će željena razina kvalitete biti ugrožena. Ali ne samo razina kvalitete, već i prava

i zdravlje radnika. U tom slučaju aktivni učesnici, ili barem promatrači s pravom davanja svojeg mišljenja i ako je potrebno prigovora, trebaju biti radničko vijeće i reprezentativni sindikati. Takva je dobra praksa po ovom pitanju bila oduvijek u Hrvatskoj pošti. Kažem bila, jer sada više nije! Ne u ovom segmentu.

Iz nekih, nama nepoznatih, razloga, "nadležni" izvršni direktor sektora koji u ovom slučaju rukovodi poslovima koji vode računa o optimiziranju procesa ignorira i izbjegava socijalne partnere!?

Na naš poziv za prezentiranje problematike, te eventualno usuglašavanje stavova i mišljenja, odgovara s višednevnom vremenskom odgodom, koja se u poslovnom svijetu može smatrati samo uvredom.

Zbog osobnog uvjerenja da sa socijalnim partnerima ne može naći zajednički jezik, prebacuje odgovornost na drugu službu - koja isto tako aktivno sudje-

luje u ovom poslu (ali kao „kooperant ili podizvođač“?).

Ovakav slučaj ne pamtimo u dosadašnjem socijalnom dijalogu, te predstavlja presedan u odnosima poslodavca i socijalnih partnera u Hrvatskoj pošti.

To implicira shvaćanje da predstavnici poslodavca nemaju zajedničke stavove i odnose vezane za ovu problematiku. Kako, pitamo se, sada druga stručna služba može surađivati sa socijalnim partnerima, a ova prva ne može!? Problem komunikacije ovdje je evidentno prisutan! Ne očituje se samo u interakciji sa socijalnim partnerima, već i u neozbiljnom, neprimjerenom i neprofesionalnom pristupu u komuniciranju i ophođenju sa drugim organizacijskim jedinicama i kolegama unutar Hrvatske

pošte.

Od menadžmenta, na toj razini upravljanja, očekujemo komunikaciju kojom se potiče međusobno uvažavanje, visok stupanj uključenosti i posvećenosti kompanijskim ciljevima i podizanju ugleda kompanije.

Da bi se to ostvarilo, prije svega, potrebno je prepoznati načela komunikacije kako sa socijalnim partnerima tako i s radnicima, kolegama i korisnicima, i svoju ulogu lidera u poticanju učinkovite komunikacije. Na kraju krajeva, unapređivanje komunikacije je u opisu poslova menadžmenta. Jer ako komunikacija ne postoji ili postoji samo formalno, kao u ovom slučaju, ne možemo očekivati pozitivne pomake!

Stvar je, očito, u izbjegavanju i prebacivanju odgovornosti.

NORMA MINUTE = PLAĆE !?

Neadresirana pošta, dopisnica, pismo, prioritetno pismo, sekogram, mali paket, porto pošiljke, preporučena pošiljka, prioritetna preporučena pošiljka, sudska pismena, pismena po upravnom postupku, pismena po preznom postupku, administrativna pismena, pisma iz inozemstva, vrijednosna pisma, paket, HPE pošiljka, EMS, brzopis, mirovine, nalozi za isplatu, servisi, depoi, uložnice, dopunske usluge: povratnica, otkupnina, uručiti osobno primatelju, consignment, izdvojeno, plus, i ostale dopunske usluge su taksa-tivo samo dio posla koji mora obavljati poštari. Na nekim dostavnim područjima tu je još i prijem pošte, prodaja vrijednosnica i trgovačke robe, očitavanje brojila i svima njima posebno drag Evo TV. Za Evo TV ne samo promocija usluge i ponuda, već mjerenje jačine signala, prodaja i instalacija (instalacija samo za one korisnike kao u reklami). Ne smijemo zaboraviti i vještine popravljavanja motora i bicikla, mijenjanje guma, snalaženje u najnevjerojatnijim vremenskim uvje-

tima i elementarnim nepogodama (sjetimo se samo nedavnih poplava), a da pri tom uvijek budu uredni, ljubazni i odašilju sliku zadovoljnog radnika u uspješnoj tvrtci. Bio bi potreban cijeli broj Sindexpressa da nabrojimo još sve druge nepredvidljive i nemjerljive situacije u kojima se poštari svakodnevno snalaze. Zašto ovo nabranje, koje je većini poštanskih radnika dobro poznato? Zbog očekivanja poslodavca da se taj posao napravi u redovno radno vrijeme i da pri tome budu učinkoviti 95-100% temeljem propisanih normativa! Norme se danas koriste za mjerenje učinkovitosti, odnosno za formiranje dostavnih rajona. Poslodavac je najavio da će u narednom periodu poraditi na tome da norme budu osnova za plaće. Interes radnika, njihovih predstavnika, a nadamo se i poslodavca, je uspostavljanje realne norme za obavljen posao u stvarnim uvjetima rada!

Stoga s pravom očekujemo nastavak pregovora i dogovora oko kriterija za organiziranje dostavnog područja.

Strategija razvoja tržišta poštanskih usluga

Usvojena Strategija razvoja tržišta poštanskih usluga u Republici Hrvatskoj do 2020. godine i Akcijski plan provedbe Strategije razvoja tržišta poštanskih usluga u Republici Hrvatskoj do 2020. godine

Vlada RH je 12. studenog 2015. godine na sjednici usvojila Odluku o donošenju Strategije razvoja tržišta poštanskih usluga u Republici Hrvatskoj do 2020. godine i Akcijskog plana provedbe Strategije razvoja tržišta poštanskih usluga u Republici Hrvatskoj do 2020. godine.

U nekoliko narednih brojeva Sindexpressa upoznat ćemo vas sa osnovnim informacijama o strategiji i akcijskom planu.

☐ SWOT analiza tržišta poštanskih usluga u RH

Na temelju provedene analize stanja tržišta poštanskih usluga u RH izrađena je SWOT analiza koja prikazuje snage i slabosti te prilike i prijetnje na tržištu poštanskih usluga u RH. SWOT analiza prikazuje stanje tržišta poštanskih usluga u RH u odnosu na trendove te šire okruženje u kojem djeluje tržište poštanskih usluga.

Snage	Slabosti
• liberalizirano tržište poštanskih usluga u skladu sa zakonodavstvom EU-a • nadzor i praćenje tržišta od strane nacionalnog regulatornog tijela • spremnost davatelja poštanskih usluga za uvođenje novih poštanskih usluga • optimizirani ljudski potencijali vodećih davatelja poštanskih usluga • kontinuiran rast broja paketnih pošiljaka • razvijena mreža davatelja univerzalne usluge te otvoren pristup poštanskoj mreži	• kontinuiran pad broja pismovnih i ostalih pošiljaka u razdoblju od 2008. do 2013. godine • slabo korištenje pristupa mreži davatelja univerzalne usluge od strane davatelja poštanskih usluga • drugi propisi, izvan okvira poštanskog sektora, ne prate u dostatnoj mjeri potrebe razvoja tržišta poštanskih usluga • nedostatak suvremenog, tehnološki naprednog poštansko-logističkog središta • znatni troškovi obavljanja univerzalne usluge u ruralnim područjima
Prilike	Prijetnje
• jača i potpuna integracija RH u jedinstveno europsko tržište • rast usluga e-trgovine • e-poštanske usluge • mogućnost dobivanja sredstava iz fondova EU-a za financiranje razvojnih projekata • mogući gospodarski rast kao poticaj za razvoj poštanskih usluga • privatizacija trgovačkih društava u vlasništvu RH (uključujući moguću privatizaciju HP-a) kojom bi se potaknulo gospodarstvo i poštanski sektor, te prijenos znanja i dobre poslovne prakse	• nepostojanje strateškog okvira za razvoj gospodarstva u RH • loše postojeće poslovno okruženje i trenutano gospodarsko stanje u RH • nedostatak inovacijske sposobnosti poslovnog sektora • smanjenje potražnje građana i pravnih osoba za poštanskim uslugama

Božićna marka - tradicija Hrvatske pošte

- ❑ Hrvatska pošta pustit će u opticaj 25. studenog 2015. tradicionalnu prigodnu božićnu marku.

Motiv je marke prizor Isusova rođenja preuzet s vitraja u svetištu zagrebačke prvostolnice. Vitraj je nastao po narudžbi kardinala Jurja Haulika te je izrađen između 1843. i 1845. u Münchenu u Zavodu za stakloslikarstvo kralja Ludviga I. Bavarskog.



Hrvatska pošta i HPB uvele zajedničku kreditnu karticu!

Hrvatska pošta i Hrvatska poštanska banka nude prvi zajednički proizvod Pošta & HPB karticu koja korisnicima omogućava različite modele plaćanja te pravo na popuste u poslovnicama Pošte.

Hrvatska pošta i Hrvatska poštanska banka u ponudu su uvele svoj prvi zajednički proizvod - Pošta & HPB karticu. Riječ je o MasterCard beskontaktnoj kartici koja pruža maksimalnu fleksibilnost pri plaćanju tako da korisnici u svakom obračunskom razdoblju imaju mogućnost izbora otplate troškova u cijelosti ili na rate. Obročna otplate moguća je za transakcije na prodajnim mjestima u zemlji i inozemstvu te za internet kupovinu, prema modelu otplate kojeg korisnici odabiru prilikom ugovaranja kartice - tri, šest ili 12 rata. Također, za kupovine do 100 kn kartica omogućava beskontaktno plaćanje.

Pošta & HPB kartica označava početak još intenzivnije suradnje na zajedničkoj ponudi HPB-a i HP-a za građane. Naš prvi zajednički proizvod predstavlja kombinaciju financijskih usluga Banke i posebnih pogodnosti Pošte čime smo korisnicima ponudili kvalitetniju i cjelovitiju uslugu,

objašnjava Marijana Špalj, zamjenik direktora poslovanja sa stanovništvom u HPB-u.

Voditelj odjela za razvoj i upravljanje financijskim uslugama Hrvatske pošte, Josip Ninković, ističe da je ova suradnja nastala na temelju potreba korisnika: «Drago nam je što se ovom suradnjom otvaraju novi benefiti za korisnike. Poznato je da u poštanskim uredima diljem Hrvatske pružamo brojne usluge, a ova kartica svima omogućava popuste od 10% pri korištenju hpekspresa, kupovini knjiga, igračaka, kao i posebne pogodnosti prilikom ugovaranja evotv-a.»

Pošta & HPB karticu moguće je ugovoriti u svim uredima Hrvatske pošte i poslovnicama Banke, a tijekom promotivnog razdoblja korisnici ne plaćaju upisninu te ostvaruju pravo na niže naknade za obročnu otplatu.

izvor: poslovni.hr



Najnovije vijesti!

Licencirane fotografije Foto: Hrvatska pošta

RSRH je član Nezavisnih hrvatskih sindikata

Uredništvo: **Željko Vidaković** - glavni i odgovorni urednik, **Marija Jukić, Ivica Franić, Siniša Seketin, Domagoj Mendeš, Gordana Perković, Marija Mandić, Ingrid Sušanj, Cvetan Kovač.**

TF: 01 4611616; FAX: 01 4611617; ADS: Kneza Mislava 11 / 2, 10000 ZAGREB; E-MAIL rsrh@rsrh.hr