

POŠTANSKA ZBILJA - REALNOST

Obilazeći poštanske urede na svim područjima - velike, srednje, male i one najmanje, koji za korisnike rade samo 2 do 3 sata dnevno - ne mogu se ne primijetiti različitosti koje ih karakteriziraju, a toliko su očite da si moramo postaviti pitanje vide li pojedini nadređeni isto što i mi, sindikalni povjerenici.

Ako vide, onda bi trebali zaključiti isto, a ako zaključuju isto, onda bi im i parametri za postavljanje i distribuciju pojedinačnih ciljeva i načina kako se do njih dolazi morali biti jasniji. Ciljevi se u dobro ustrojenoj organizaciji, podsjećamo, postavljaju prema određenim kriterijima. Oni su svima u našem sustavu, kroz višegodišnju prilagodbu, već toliko poznati da se nitko ne može opravdavati izlikama kako kod nas nisu primjenjivi. Jesu, itekako su primjenjivi! Da nije tako ne bi bilo ni rezultata, odnosno, da kažemo bez uvijanja – prodajnih rezultata. Negdje su oni veći, negdje manji, što, naravno, ovisi i od realnosti okruženja. Taj kriterij nedvojbeno ima značajnu ulogu. Ne može se uspješno prodavati evotv tamo gdje nema signala ili ponuditi e-box ondje gdje vrlo malo stanovnika koristi internet. Na područjima gdje prevladava socijalno ugrožena populacija neće se uspješno prodavati nešto što predstavlja luksuz ili realizirati više nekog oblika štednje ili osiguranja. To je realnost baš kao što je realnost i to da se socijalnim okruženjem slična područja po uspješnosti prodaje ne razlikuju po tim kriterijima, a prodajni

rezultati su im komparativno slični kao „nebo i zemlja“. Razliku između njih čine direktori ili voditelji. Koliko se oni angažiraju u stvaranju uvjeta za rad, koliko i kako komuniciraju s radnicima, koliko su objektivni u procjenjivanju situacija, koliko pridaju značaj razvoju kompetencija radnika – toliko će biti i prodajni rezultati na njihovom području. Te razlike se vrlo lako uoče ako posjećujete poštanske urede iz perspektive neutralnog promatrača kao što mi, povjerenici sindikata, imamo mogućnost. Gledamo i slušamo kolegice i kolege onako, iz prikrajka i shvaćamo kako nemaju svi iste mogućnosti kada govorimo o aktivnom nuđenju. Što je ured manji, to su i mogućnosti manje. Kada jedan operater, odnosno operaterka sama radi, a korisnici se izmjenjuju kao na traci, svaki pokušaj aktivnog nuđenja stvara primjetan nemir onih koji čekaju u redu. Signale od korisnika, bilo neverbalne ili verbalne, ona primjećuje i pokretima daje jasno do znanja da se žuri uslužiti ih. Svaki pokušaj nuđenja može izazvati buru negodovanja, a nas u pošti prati glas brze usluge i ne bi bilo pametno izgubiti takav epitet. Ali ako se ne nudi neće se ni prodati! Kad dvoje operatera radi u istom uredu, situacija je nešto drukčija - uvijek se mogu osloniti jedno na drugo. Ukoliko netko od njih nešto ponudi i započne prodajni razgovor, drugi preuzima korisnike iz reda i na taj način se umanjuju tenzije koje komuniciraju korisnici. Ako oboje nude i vode prodajne razgovore, tada se događa isto kao i da jedan sam radi.

Što je više operatera na šalterima to je atmosfera opuštenija, a tada su i prilike za aktivno nuđenje znatno povoljnije. Što se više nudi, to su i izgledi da će netko prihvatiti prodajni razgovor ili ponudu veći. Zbog toga, kad govorimo o realnosti kao kriteriju kojeg treba uzeti u obzir prilikom distribucije ciljeva, treba uvažavati navedene okolnosti. Oni voditelji ili direktori na čijem području prodajni rezultati nisu zadovoljavajući trebaju preispitati razloge. Je li to ne-realna distribucija ciljeva, neadekvatna komunikacija s radnicima i ignoriranje važnosti podrške koja u sustavu postoji,

ali se ne naglašava njena važnost, već se odrađuje kao zadovoljavanje forme. Prodajni rezultati na područjima jasan su indikator kvalitete vodstva. Naša je realnost da na nekim područjima oni nisu dobri.

P.S. Stvarnost ili zbilja (latinizam realnost) je pojam koji označava ono što stvarno postoji. Stvarnost se različito tumači u znanosti, filozofiji, teologiji..., naravno i u pošti!

Stvarnost označava nešto što nije opsjena, i ne ovisi o željama i uvjerenjima jedne osobe. Pogotovo je stvarnost nešto što je u istini onako kako se i čini!

SKLOPLJEN ANEKS KOLEKTIVNOG UGOVORA

Potpisan je Aneks Kolektivnog ugovora za radnike HP-Hrvatske pošte d.d. kojim su dogovorena uvećanja za plaću za smjenski, odnosno popodnevni rad. Od 1. travnja (nije šala za 1. april!) primjenjivat će se nova pravila na osnovi kojih će se za rad u smjeni ili poslijepodne plaćati uvećanje na osnovnu plaću u iznosu od 10%. To uvećanje isplaćivat će se za sate provedene na radu između 12 i 22 sata smjenskim radnicima za rad u smjeni koja traje najduže 8 sati, a koji su započeli sa svojim radom u 11 sati ili kasnije, kao i smjenskim radnicima za rad u smjeni koja traje 10 sati i duže, a koji su započeli sa svojim radom u 10 sati i kasnije.

Aneks Kolektivnog ugovora bit će objavljen u idućem broju HP Glasnika.

još malo o plaćama

PLAĆE U BROJKAMA

Radno mjesto	Ukupan broj radnika	Povećanje bruto II godišnji
ČISTAČICA	129	+ 428.108 kn
OPERATER U PU	2.899	+ 4.384.030 kn
POŠTARI	2.725	+ 5.012.972 kn
VOZAČ	261	+ 342.036 kn
Ukupno	6.014	+ 10.167.147 kn

K-50; Obavještavamo članove RSRH-a da će od dana 16. ožujka 2015. cijena Iskaznice za putovanje u vlakovima HŽ Putničkog prijevoza (Iskaznica K-50) za nositelje prava iznositi 120,00 kn, a za korisnika prava 80,00 kn.

Evo, kako razmišlja menadžment, piše: Vidoviti Milan

Za što dajemo plaću, a za što nudimo nagradu?

Podsjetimo se, ostvarenje ciljeva često je glavni ili jedini kriterij nagrađivanja.

No prilikom definiranja ciljeva ponavlja se jedna dilema; treba li aktivnosti koje čine sastavni dio redovnog posla odrediti i kao ciljeve? Treba li nagraditi ono zbog čega radnici već dobivaju plaću, ili bi za nagradu trebali 'potegnuti i koji metar više'?

Redovito obavljanje posla, ispunjavanje standardne kvalitete i odrađivanje standardne kvantitete posla ne bi trebalo dodatno nagrađivati. Činimo li to, obezvrjeđujemo plaću koju radnik zaradi obavljanjem redovnog posla.

Loša je poruka ako ljude nagrađujemo samo zato što dolaze na vrijeme na posao! A primijenimo li nagrađivanje za redoviti posao do ekstrema, moglo bi se dogoditi da zaposleni za istu stvar budu dva put plaćeni - kroz plaću i kroz nagradu. To ne želimo. Ipak, treba voditi računa o tome da će redoviti posao biti sastavni dio ciljeva koje postavljamo. No ono gdje očekujemo da radnici «potegnu» i ulože dodatni trud je područje koje može biti predmet nagrađivanja! Ovisno o vrsti posla, negdje će to biti kvaliteta, negdje kvantiteta, a može biti i kombinacija.

Važno je da ono što nagrađujemo prethodno bude definirano i jasno iskomunicirano!

P.S. To treba biti dio dosljedne politike plaćanja i nagrađivanja.

FOND SOLIDARNOSTI U 2014. godini

Republički sindikat radnika Hrvatske svim svojim članovima omogućio je dodjelu i korištenje nepovratnih novčanih pomoći, radi izvanrednih i opravdanih slučajeva koji su propisani Pravilnikom o korištenju sredstava Fonda solidarnosti, a koje vam u vidu izvješća za 2014. godinu prikazujemo u tablici:

Vrsta pomoći	Broj isplaćenih pomoći	Ukupan isplaćeni iznos u kunama
Bolovanje preko 180 dana	242	363.000,00
Kućna posjeta	218	65.300,00
Djeca bez roditelja	11	7.700,00
Liječenje u toplicama	4	1.120,00
Odlazak u mirovinu	35	35.000,00
Porodni dopust do 6 mjeseci	57	39.900,00
Porodni dopust 9 mjeseci	43	30.100,00
Rođenje / posvojenje djeteta	148	148.000,00
Smrt člana sindikata	6	24.000,00
Smrt roditelja	221	353.600,00
Smrt supružnika ili djeteta	17	34.000,00
UKUPNO		1.101.720,00

Hakom i Porezna blokirali Cityex, zatražen predstečaj...

Najveći alternativni poštanski operater na domaćem tržištu poštanskih usluga - City Ex - upravo je dobio novi poslovni udarac koji će obilježiti daljnji tijek poslovanja u 2015. godini.

Nakon što je objavljeno da je nizozemska tvrtka B3 Croatian Courier Coöperatief, inače od 2011. godine vlasnik City Exa, svojom tužbom protiv Republike Hrvatske pokrenula arbitražni postupak na Međunarodnom centru za rješavanje investicijskih sporova (ICSID) u Washingtonu, City Ex se suočava s novim poslovnim problemima u vidu blokade računa što je nova inicijativa države. Stoga je upravo City Ex povukao svoj novi potez, kako tvrde, jedini mogući, a to je otvaranje postupka predstečajne nagodbe. Naime, takav je prijedlog star svega dva

dana (od 10. ožujka), a bode oči što je odmah objavljen na internetskoj stranici Financijske agencije...

izvor: <http://www.poslovni.hr>

Koliki su, i kakvi prihodi Cityex-a?

U ukupnom prihodu ove tvrtke oko 40-ak milijuna kuna iznose poslovi koji se tiču poslovanja s paketima, pismovni dio generira oko 85 milijuna kuna, a 20 posto se odnosi na javnu nabavu, od čega oko 17 milijuna kuna čine poslovi za javne naručitelje.



Što je monopol i je li zabranjen?

Monopol je situacija u kojoj na tržištu djeluje samo jedan prodavatelj proizvoda ili usluge.

Njegova snaga se očituje u mogućnosti da određuje cijene, a ne da ih formira prema drugima, pa mu takva pozicija omogućuje da postavi više cijene, manje proizvodi i zarađuje iznad normalne dobiti. Dakle, u situaciji monopola, potrošači su prisiljeni plaćati više cijene, a razlika ide u korist monopoliste umjesto kupca. No, takvi su monopoli rijetki. Međutim, u svakodnevnom žargonu, termin monopol se nesvjesno, uglavnom i pogrešno,

izjednačava s pojmom vladajućeg položaja određenog poduzetnika na tržištu. Dakle, kad kažemo monopol, ono na što mislimo je u rječniku tržišnog natjecanja, vladajući položaj. Egzaktano dokazivanje vladajućeg položaja obuhvaća prije svega provođenje testa tržišne snage (izvora nabave, financijske snage, položaja na tržištu). Zato je termin monopol potrebno pažljivo upotrebljavati jednako kao i termin tržišni lider, budući da pojam tržišni lider ne nosi uvijek negativne konotacije. Tržišni lider čak može stvarati i pozitivne učinke na tržištu – ne ukidati, već dapače, poticati tržišno natjecanje, stvarati ekonomije obujma, poticati inovativnost i tako snižavati cijene u interesu i u korist potrošača.

RSRH je član Nezavisnih hrvatskih sindikata

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

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