

ZAPOČELA IZGRADNJA NOVOG SORTIRNOG CENTRA!

U utorak 16. svibnja 2017. godine Hrvatska pošta započela je gradnju novog sortirnog centra na ulazu u Veliku Goricu u blizini međunarodne zračne luke.

Kamen temeljac su položili **Ivan Čulo**, CEO Hrvatske pošte, **Tomislav Mihotić**, državni tajnik za infrastrukturu Ministarstva mora, prometa i infrastrukture i **Dražen Barišić**, gradonačelnik Velike Gorice.

Gospodin Barišić bio je ujedno izaslanik predsjednika Vlade RH i predsjednika Hrvatskog sabora.



Sortirni centar gradit će se na parceli površine 70 200 m², površina kompleksa u prvoj fazi prostirat će se na 32 175 m². U tom kompleksu nalazit će se sortirnica s podrškom procesima, podatkovni centar, visoko regalno skladište, uredski prostori i ostale pripadajuće prostorije.

Projekt je započet u srpnju 2013. godine objavom natječaja za izradu projektne dokumentacije. Procijenjena vrijednost cjelokupne investicije iznosi oko 345 milijuna kuna, a u prvoj fazi ukupna procijenjena vrijednost građenja iznosi 155 milijuna kuna.

Izvođač radova za novi sortirni centar Hrvatske pošte je zajednica ponuditelja – Presoflex gradnja, tvrtka iz Požege, te GH Holding, tvrtka iz Slovenije. Stručni nadzor radova obavljat će IGH iz Zagreba, a projektant ovoga kompleksa je tvrtka APZ inženjering.

Započetim radovima na izgradnji novog sortirnog centa još smo jedan korak bliže ostvarenju dugogodišnje želje i potrebe za preseljenjem u novi, tehnološkim potrebama prilagođeni kompleks, kako bismo poslovali još bolje i uspješnije.

ISPLATA JEDNOKRATNE NAGRADE DO KRAJA SVIBNJA!

Osim jednokratne prigodne nagrade koja je isplaćena u ožujku i prigodne nagrade koja će biti isplaćena u prosincu, prema odredbama važećeg Kolektivnog ugovora za radnike Hrvatske pošte, **do kraja mjeseca svibnja isplatit će se i nova jednokratna prigodna nagrada od 1000 kuna neto.**

Isplatu navedene jednokratne nagrade ostvarit će svi radnici koji su na dan 1. svibnja 2017. godine bili u radnom odnosu u Hrvatskoj pošti, osim radnika čija prava i obveze iz radnog odnosa miruju.

POŠTANSKE TORBE PUNE OSMIJEHA I OBEĆANJA!



**LOKALNI
IZBORI 2017**

21.05.2017.

Ovih dana poštanske torbe prepune su osmijeha i obećanja lokalnih političara!

Naravno, započela je predizborna kampanja za lokalne izbore! Gotovo svaki, iole ozbiljan, politički kandidat za izvršnu ili predstavničku funkciju u svojoj lokalnoj za-

jednici, želi da se njegovo ime i fotografija, a po mogućnosti i politički program, nekim čudom pojavi u svakom domaćinstvu.

U toj neumoljivoj utrci s vremenom, izbori su pred vratima, ostalo je svega par-nepar dana, mnogi su ponovno otkrili komunikacijske kanale koje im pruža Hrvatska pošta.

Otkrili su „komunikacijski kanal“ i odmah ga zatrpali!

Zatrpali su ga enormnim količinama adresiranih i još više neadresiranih tiskаница svih vrsta formata i boja...

Početak ovog tjedna, stotine tisuća promidžbenih letaka osvanulo je na dostavi diljem Lijepe naše.

Naravno, očekivano vrijeme uručjenja letaka je ODMAH, a ako je ikako moguće, onda bi bilo najbolje da se sve uruči u petak. Dan prije izborne šutnje. U subotu će lokalni političari zašutjeti na jedan dan! A naši poštari!? Oni šute i „tegle“ čitav ovaj tjedan! I ne samo ovaj tjedan! Puna im je kapa osmijeha i obećanja!

P.S. Naravno, velika većina kandidata ovih dana željno iščekuje dolazak „svojeg“ poštara u kvart, naselje, ulicu... A poslije lokalnih izbora, sve će opet biti isto ili slično kao i prije. Neki od njih (na svu sreću manji broj) neće niti pozdravljati poštara, a kamo li ući u poštanski ured i koristiti (pre)ostale „komunikacijske kanale“, platiti račun ili kupiti kakvu sitnicu...

BEZ RADNIKA NEMA NI ZADOVOLJSTVA

Valjda nema tvrtke na ovom svijetu u kojoj riječ „zadovoljstvo“ neće biti isticana kao jedan od uvjeta ostvarenja poslovne uspješnosti.

Pri tom se misli na općenito zadovoljstvo svih ljudi koji su na neki način upućeni prema toj tvrtki. Od konzumenata, korisnika, do radnika i okoline – svi bi za poslovni uspjeh te tvrtke trebali s njom biti što zadovoljniji. Korisnici proizvodima i uslugama, te odnosima zaposlenika tvrtke prema njima; radnici uvjetima u kojima rade i, naravno, plaćama; okolina općom ko-

risti koju pojedinac ili zajednica ostvaruju bilo u materijalnom obliku, bilo kao neku apstraktnu formu manifestiranu kroz osjećaj ponosa ili prestiža u odnosu na preostali dio svijeta, jer ta tvrtka posluje na području s kojim se oni poistovjećuju. Tko misli ili kaže da nije tako, taj ili „nema pameti“ ili dobro poznaje konkretnost situacije i stanja u kompaniji u kojoj deklarativnost isticanja riječi „zadovoljstvo“ kroz različite slogane više služi manipulaciji ljudima u pokušaju stvaranja umjetnog dojma, nego stvarnog općeg dobrog

raspoloženja, koji u konačnici ima za cilj jedini smisao postojanja poslovne organizacije – stvaranje profita. To je jedina istina i ona nije nužno negativna zbog te činjenice.

Negativan ili pozitivan dojam pokazat će se u praksi, pa time i stupanj općeg zadovoljstva.

Najpoželjniji poslodavac u Hrvatskoj, poznati DM, maloprodajni lanac trgovina, ne eksponira se značajno kroz reklame i medije, ali nema ga ni u crnim vijestima koje preplavljaju portale i druge medije zbog nekih nepravilnosti, neugodnosti ili nezakonitosti. Prije bi mogli reći da je samozatajan. Samozatajan, ali uspješan, iako se bave prodajom roba u branši koja je najviše izložena konkurenciji. Radnici su za hrvatske prilike izuzetno dobro plaćeni i zadovoljni, a korisnici to osjećaju i prenose na sebe. I ovo nije reklama DM-u, već samo primjer tvrtke koja u praksi njeguje zadovoljstvo svih subjekata. Ako mogu oni, zašto ne bi mogli i drugi?

Nedavno je u našem internom glasilu „Pošta“ navedeno kako je HP-a na 10. mjestu liste najpoželjnijih poslodavaca u Slavoniji i Dalmaciji.

Naravno da je to ugodno za čuti, ali poznavatelji prilika kod nas znaju kako HP već izvjesno vrijeme proživljava nezapamćenu fluktuaciju novozaposlenih poštara.

Mladi ljudi dođu raditi i kroz kratko vrijeme shvate kako to nije posao za njih, pa odlaze. Nama promatračima se čini da odu i prije nego što dođu.

Takva događanja na nešto upozoravaju. Mi radnici znamo na što ukazuju, ali javno se pitamo primjećuju li to i odgovorni?

Donekle da! Primjećuju da je posao poštara sve teži i sve zahtjevniji, ali izgleda da je mjera od 400 kuna naknade nedovoljna da bi zaustavila ovakav trend.

Očito nije samo stvar u novcu, već i

u količini i kompleksnosti posla, kao i u nedostatku minimalnog ljudskog poštovanja. Više pažnje potrebno je posvetiti međusobnoj komunikaciji i komunikaciji prema radnicima!

Samo na taj način moguće je razvijati toliko spominjanu kompanijsku kulturu!

Nije potrebno naglašavati koliko je posao poštara naporan i koliko su kolege sve više izloženi težim uvjetima rada što zbog specifičnosti rasta broja određenih kategorija pošiljaka, što zbog organizacijskih i procesnih promjena. Činjenica je da se okolnosti mijenjaju, a da trenutni broj poštara na mnogim područjima uz sve veće napore i odricanja ne uspijeva sve to pratiti i uz to postići takvu razinu zadovoljstva koje će se prenositi na ostale subjekte. To što se sada oni sami moraju zaduživati kroz MIPS, što im se žele uvesti pametni telefoni, dlanovnici, uređaji za izdavanje računa korisnicima na terenu, ne čini se kao nešto što bi im moglo olakšati posao. Njega prvenstveno određuje veličina dostavnih rajona, količina i kategorija pošiljaka (i postupanja s njima) kao osnovni faktor. Ovaj posao rade ljudi koji imaju svoje prirodne granice mogućnosti i izdržljivosti. Oni se ponekad moraju i opustiti, odmoriti, pa bi njihovu učinkovitost zbog toga trebalo promatrati i iz takve perspektive.

Ako se ide u tom smjeru da svakodnevno trebaju biti maksimalno opterećeni, to bi dugoročno moglo proizvesti negativne učinke na njihovo zdravlje, a i na samo poslovanje. Osjeća se to nekako u zraku. Vidi se u njihovim pogledima, primjećuje u raspoloženju.

Naši poštari postaju sve nezadovoljniji. Ako je zadovoljan radnik jamac poslovnog uspjeha, postoji realna opasnost da se sve lošije raspoloženje preslika i na korisnike.

Slično se može reći i za šalterske i druge operativne radnike. Priča se da je donesena odluka da poštanski ure-

di više nemaju osnovne postavbe, nego da ih radi onoliko koliko je u danom trenutku potrebno. To se negdje već primjećuje i efekt pada zadovoljstva je sličan, a možda i više izražen nego na dostavi, jer u poštanskim uredima korisnici otvorenije i direktnije reaguju na sve duža čekanja i nuđenja nečega što im ne treba. Nekako se njihovo nezado-

voljstvo može svesti u jednu indikativnu primjedbu: u pošti ima svega, osim radnika.

Umjesto zaključka: Bez radnika nema ni zadovoljstva! Pustimo onda priče o potrebi stvaranja zadovoljstva i ozbiljnije pristupimo konkretnoj praksi. Tada će zadovoljstvo rasti samo od sebe, govorili mi o njemu ili ne.

Dokapitalizacijom od 25 posto pošta bi lakše krenula i u regiju

U poslovnom tjedniku „Lider“ nedavno je objavljen zanimljivi intervju s Ivanom Čulom, direktorom Hrvatske pošte, u kojem su, između ostalog, prikazane djelomične smjernice nove Strategije Hrvatske pošte do 2022. godine te kraći prikaz višegodišnjeg procesa restrukturiranja kompanije. Iz opsežnog intervjua izdajamo pitanje i odgovor na temu privatizacije Hrvatske pošte:

Lider: “U ovih nekoliko mjeseci koliko ste na čelu Pošte više ste puta otvarali temu IPO-a Pošte. Što vlasnik kaže o toj ideji?”

I.Č.: „Poština je bilanca dobra i bila bi privlačna za izlistavanje na Zagrebačkoj burzi. Vjerujem da bi ulagači zadovoljno dočekali takvu priliku. Većina je europskih poštanskih operatera u većinskom državnom vlasništvu premda sadržava i privatni kapital... **Na vlasniku je da donese odluku o tome. Dokapitalizacijom 25 posto dionica i IPO-u osigurali bismo dodatni potencijal za investicijski zamah, što bi omogućilo još brži razvoj.**“

...» O privatizaciji Pošte davno se govorilo, a cijene o kojima se licitiralo bile su ravne nacionalnoj izdaji jer da smo se tada prodali, novi bi se vlasnik vrlo brzo namirio samo prodajom nekretnina u Šibeniku, Puli i drugim gradovima uz more te u Zagrebu. Država mora ostati većinska vlasnica Pošte. «**»** Izvor: Lider

Što je inicijalna javna ponuda (IPO)?

Inicijalna javna ponuda (IPO) je prva javna ponuda dionica nekog privatno/državnog društva prema investicijskoj javnosti.

Ako se pojedino društvo odluči na IPO, isto predstavlja glavnu prekretnicu u ciklusu poslovanja svakog društva. Odluka vlasnika društva da krene u proces IPO-a temeljit će se na realnoj procjeni poslovanja, resursima društva, stupnju razvoja i viziji društva.

Kroz IPO društvo već postojeće dionice može ponuditi profesionalnim i malim ulagateljima, zaposlenicima društva, strateškim partnerima i drugima. Zauzvrat, društvo će morati prihvatiti visoke zahtjeve korporativnog upravljanja kao i ostale značajne promjene.

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