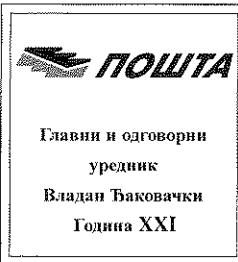


06/4

N. HADŽIĆ

СЛУЖБЕНИ

ПТТ ГЛАСНИК



БРОЈ 735	ПРИЛОГ ПОШТАНСКОМ ГЛАСНИКУ, СТРУЧНО-ИНФОРМАТИВНОМ ЛИСТУ ЈАВНОГ ПРЕДУЗЕЋА ПТТ САОБРАЋАЈА „СРБИЈА”	14. септембар 2011.
----------	--	---------------------

ЈАВНО ПРЕДУЗЕЋЕ ПТТ САОБРАЋАЈА „СРБИЈА”

**ПРАВИЛНИК
О ИЗМЕНАМА И ДОПУНАМА ПРАВИЛНИКА
О ОРГАНИЗАЦИЈИ И СИСТЕМАТИЗАЦИЈИ ПОСЛОВА
У ЈАВНОМ ПРЕДУЗЕЋУ ПТТ САОБРАЋАЈА „СРБИЈА”**

Београд, 14. септембар 2011. године

На основу чл. 19. и 39. став 4. Статута Јавног предузећа ПТТ саобраћаја „Србија“ („Службени ПТТ-гласник”, бр. 47/92, 210/99 и 285/02), а у вези са чланом 24. Закона о раду („Службени гласник РС”, бр. 24/05, 61/05 и 54/09), генерални директор Јавног предузећа ПТТ саобраћаја „Србија” донео је

**ПРАВИЛНИК
О ИЗМЕНАМА И ДОПУНАМА ПРАВИЛНИКА
О ОРГАНИЗАЦИЈИ И СИСТЕМАТИЗАЦИЈИ ПОСЛОВА
У ЈАВНОМ ПРЕДУЗЕЋУ ПТТ САОБРАЋАЈА „СРБИЈА”**

Члан 1.

У Правилнику о организацији и систематизацији послова у Јавном предузећу ПТТ саобраћаја „Србија” („Службени ПТТ-гласник”, бр. 414/05, 430/06, 451/06, 451-1/06, 455/06, 455-1/06 – исправка, 456/06, 462-1/07, 465/07, 486/07, 491/08 – исправка, 495/08, 502/08, 508/08, 529/08, 547/09, 551/09, 567/09, 580/09, 584/09, 588/09, 598/09, 599/10, 607/10, 622/10, 623/10, 628/10, 630/10, 661/10, 663/10, 664/10, 672/10, 682/11, 683/11 – исправка, 689/11, 702/11, 732/11 и 734/11), у члану 6. „1. КАБИНЕТ ГЕНЕРАЛНОГ ДИРЕКТОРА ПРЕДУЗЕЋА”, врше се следеће измене и допуне:

У ставу 1. на крају алинеје четврте, тачка се замењује запетом и додају се ал. пета и шеста, које гласе:

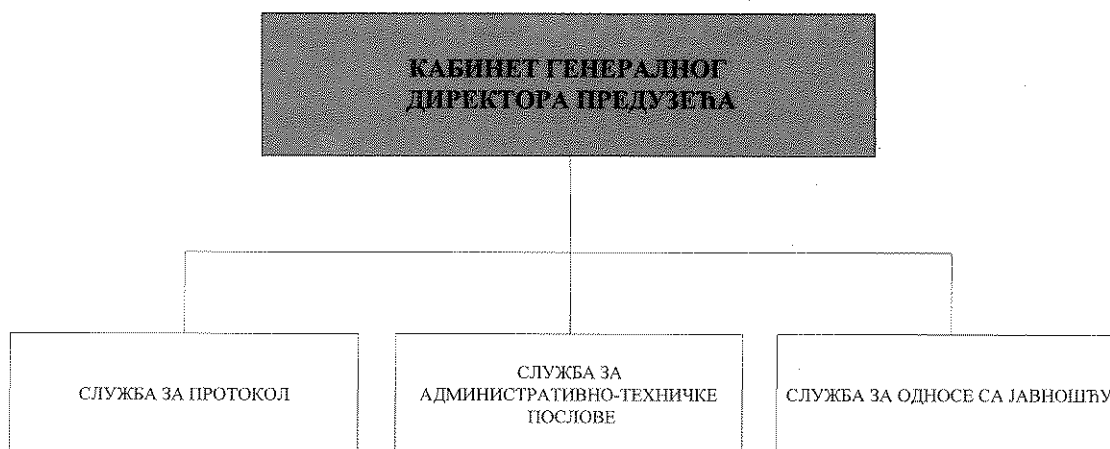
- „- издавања и уређивања „Поштанског гласника” и координације са надлежним организационим деловима Предузећа у уређивању „Службеног ПТТ-гласника”,
- припреме саопштења за штампу и електронске медије.”

У ставу 2. на крају тачке 1.2, тачка се замењује запетом и додаје се тачка 1.3, која гласи:
„1.3. Служба за односе са јавношћу.”

После става 4. „1.2. У Служби за административно-техничке послове”, додаје се нови став 5. који гласи:

„1.3. У Служби за односе са јавношћу обављају се послови:

- издавања и уређивања „Поштанског гласника” и координације са надлежним организационим деловима Предузећа у уређивању „Службеног ПТТ-гласника”, као и других видова комуникације преко информативних листова и билтена,
- припреме и дистрибуције прес и видео клипинга,
- припреме саопштења за штампу и електронске медије,
- сарадње са надлежним организационим деловима Предузећа у припреми и давању саопштења за медије.”



ОРГАНИЗАЦИОНА СТРУКТУРА КАБИНЕТА ГЕНЕРАЛНОГ ДИРЕКТОРА

Члан 2.

Члан 15.в мења се и гласи:

„13. САМОСТАЛНИ СЕКТОР ЗА КОРПОРАТИВНИ МАРКЕТИНГ И ВЕЛИКЕ КОРИСНИКЕ

У Самосталном Сектору за корпоративни маркетинг и велике кориснике, обављају се послови:

- истраживања тржишта у циљу профилисања циљних група, маркетиншке обраде и изнајмажења најповољнијих модалитета тржишног наступа,
- планирања маркетиншких активности,
- планирања цена услуга,
- сегментације корисника према значају, приходу, броју услуга и осталим релевантним параметрима,
- сагледавања потреба и развоја односа са великим пословним корисницима,
- истраживања тржишта са циљем сагледавања утисака које Предузеће оставља на садашње и потенцијалне кориснике,
- продаје услуга великим корисницима,
- бриге о великим корисницима у циљу очувања лојалности,
- понуде интеграције свих врста услуга и комуникација са великим пословним корисницима,
- контроле квалитета услуга на корпоративном нивоу које се обављају за велике кориснике,
- координације и унапређење сарадње са екстерном и интерном јавношћу,
- подизања квалитета у комуникацији са великим корисницима у процесу њиховог опслуживања,
- развоја и реализације трговине у Предузећу, у сарадњи са Дирекцијом за поштанску мрежу,
- развоја услуга бизнис шалтера и пост-шопа,
- чувања, сређивања, одржавања и старања о документарној, историјској и илустрованој грађи везаној за поштанску делатност,
- прикупљања, евидентирања и музеолошке обраде предмета – експоната везаних за поштанску делатност,
- организовања и припреме тематских изложби поводом значајних манифестација из поштанске историје и пригодне-промотивне филателистичке изложбе.

У Самосталном сектору за корпоративни маркетинг и велике кориснике образују се:

- 13.1.Служба за корпоративни маркетинг,
- 13.2.Служба за продајне и постпродајне активности,
- 13.3.Служба за планирање и стратегију цена,
- 13.4.Служба за контролу квалитета на корпоративном нивоу,
- 13.5.Служба за послове ПТТ музеја.

13.1. У Служби за корпоративни маркетинг обављају се послови:

- истраживања ставова и потреба корисника услуга Предузећа,
- истраживања имица Предузећа у јавности,
- сарадње са другим организационим деловима Предузећа на пословима маркетиншких истраживања,
- сарадње са маркетиншким и истраживачким агенцијама, као и другим организацијама, институцијама и појединцима за потребе истраживања маркетинга,
- организације и функционисања Информационог сервиса-корисничког сервиса и одржавања интернет презентација Предузећа,
- промоције за институционалне и функционалне потребе Предузећа (оглашавања, презентације и маркетиншке кампање),
- утврђивања, примене и унапређења елемената институционалног, визуелног (ентеријера и екстеријера) и корпоративног идентитета Предузећа,
- унапређења продаје за институционалне и функционалне потребе (организација учешћа Предузећа на манифестацијама сајамског и сличног типа),
- дефинисања потреба за набавком, продукцијом и дистрибуцијом производа намењених програму репрезентације,
- координације и унапређења сарадње са екстерном и интерном јавношћу.

У Служби за корпоративни маркетинг образују се:

- а) Одељење за корпоративни маркетинг и истраживање пословног окружења,
- б) Одељење за координацију маркетинг активности и комуникације.

У Одељењу за корпоративни маркетинг и истраживање пословног окружења обављају се следећи послови:

- промоције за институционалне и функционалне потребе Предузећа (оглашавања, презентације и маркетиншке кампање),

- утврђивања, примене и унапређења елемената институционалног, визуелног (ентеријера и екстеријера) и корпоративног идентитета Предузећа,
- унапређења продаје за институционалне и функционалне потребе (организација учешћа Предузећа на манифестацијама сајамског и сличног типа),
- дефинисања потреба за набавком, производњом и дистрибуцијом производа намењених програму репрезентације,
- истраживања пословног окружења,
- истраживања ставова и потреба корисника услуга Предузећа,
- истраживања имиџа Предузећа у јавности.

У Одељењу за координацију маркетинг активности и комуникације обављају се следећи послови:

- сарадње са другим организационим деловима Предузећа на пословима маркетинга и истраживања,
- сарадње са маркетиншким и истраживачким агенцијама, као и другим организацијама, институцијама и појединцима,
- организације и функционисања Информационог сервиса-корисничког сервиса и одржавања интернет презентација Предузећа,
- координације и унапређења сарадње са екстерном и интерном јавношћу.

13.2. У Служби за продајне и постпродајне активности обављају се послови:

- истраживања тржишта у циљу профилисања циљних група, маркетиншке обраде и изналажења најповољнијих модалитета тржишног наступа,
- сегментације корисника према значају, приходу, броју услуга и осталим релевантним параметрима,
- планирања циљева и задатака продаје услуга великим корисницима,
- понуде интеграције свих врста услуга и комуникација са великим пословним корисницима,
- сарадње са надлежним дирекцијама на пословима креирања сложених сетова услуга за постојеће и потенцијалне велике кориснике,
- сагледавања потреба за пружање услуга и развоја односа са великим пословним корисницима,
- истраживања са циљем сагледавања утисака које оставља Предузеће на садашње и потенцијалне кориснике (комуникација, функционалност, изглед објеката и квалитет услуга),
- бриге о великим корисницима у циљу очувања лојалности,
- утврђивања асортимана и реализације комисионе продаје производа у јединицама поштанске мреже,
- развоја услуга бизнис шалтера и пост-шопа у сарадњи са Дирекцијом за поштанску мрежу,
- планирања мреже продајних места у сарадњи са надлежном дирекцијом.

13.3. У Служби за планирање и стратегију цена обављају се послови:

- истраживања нивоа и политике цена других поштанских управа,
- истраживања нивоа и политике цена конкуренције,
- предлагања и дефинисања стратегије и политике цена на нивоу Предузећа,
- сарадње са организацијама и институцијама за потребе планирања и дефинисања стратегије цена.

13.4. У Служби за контролу квалитета на корпоративном нивоу обављају се послови

- контроле квалитета услуга на корпоративном нивоу које се обављају за велике кориснике,
- подизања квалитета услуга у комуникацији са великим корисницима у процесу њиховог онслуживања,
- израде плана осигурања квалитета услуга,
- дефинисања кључних елемената квалитета услуга и процедура за надзор истих,
- мерења и контроле квалитета услуга.

13.5. У Служби за послове ПТТ музеја обављају се послови:

- чувања, сређивања, одржавања и старања о документарној, историјској и илустрованој грађи везаној за поштанску делатност,
- прикупљања, евидентирања и музеолошке обраде предмета – експоната везаних за поштанску делатност,
- обезбеђивања прегледности основних фондова у музеју (историјске, поштанске техничке збирке, збирке пригодних поштанских жигова, филателистичке збирке библиотека и фототека),
- организовања и припреме тематских изложби поводом значајних манифестација из поштанске историје и пригодне-промотивне филателистичке изложбе,
- сарадње са музејима, архивима и другим организацијама и установама у циљу размене информација и материјала,
- организовања коришћења библиотичке грађе, фондова и фототеке,
- информативно-педагошког рада са корисницима и посетиоцима музеја."



ОРГАНИЗАЦИОНА СТРУКТУРА САМОСТАЛНОГ СЕКТОРА ЗА КОРПОРАТИВНИ МАРКЕТИНГ И ВЕЛИКЕ КОРИСНИКЕ

Члан 3.

Овај правилник ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у „Службеном ПТТ-гласнику”.

Број: 2011-115321/3
Београд, 14. 9. 2011. године

ГЕНЕРАЛНИ ДИРЕКТОР
ЈАВНОГ ПРЕДУЗЕЋА ПТТ САОБРАЋАЈА
„СРБИЈА”
Горан Ђирић, дипл. инж., с. р.