

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و اجرای سیاست خصوصی سازی

دکتر علی دل‌آور^۱ و محمد حسن ترابی^۲

چکیده

پژوهش حاضر در صدد است به بررسی نقش خصوصی سازی و اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ارتقای بهره‌وری خدمات پستی در شرکت پست بپردازد. در راستای عنوان و اهداف تحقیق فرضیاتی مطرح و با ابزار پرسشنامه در جامعه آماری که شامل مدیران ارشد، مدیران ستادی و اجرایی و کارشناسان شرکت پست (ستادی و اجرایی مستقر در تهران) انتخاب و به‌بوته آزمون سپرده شد. روش تحقیق روش توصیفی-پیمایشی است و با مطالعه اسناد و مدارک موجود و انجام مصاحبه و توزیع پرسشنامه صورت پذیرفته و روش نمونه‌گیری در این تحقیق روش طبقه‌بندی می‌باشد. بررسی یافته‌ها و جمع‌بندی مربوط به فرضیه‌ها نشان می‌دهد که بین خصوصی سازی شرکت پست افزایش کیفیت خدمات پستی، افزایش روحیه کارکنان، افزایش ترافیک مرسولات پستی و کاهش هزینه‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد. بنابراین با توجه به اینکه بین شاخص‌های مهم بهره‌وری و خصوصی سازی ارتباط معناداری وجود دارد و با عنایت به اینکه بین خصوصی سازی و بهره‌وری نیز ارتباط معنی‌دار بودن ثابت شده است بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین خصوصی سازی و افزایش بهره‌وری خدمات پستی نیز رابطه معنی‌دار وجود دارد.

واژگان کلیدی: خصوصی سازی، بهره‌وری، ارتقای کیفیت، خدمات پستی

^۱استاد دانشگاه علامه طباطبائی

^۲دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دولتی و عضو باشگاه پژوهشگران جوان

مقدمه:

نگاهی به تحولات اقتصادی سالهای گذشته در سطح کشورهای دنیا نشان می‌دهد که بن بستهای اقتصادی دولتی و کاهش بهره‌وری شرکت‌های دولتی سبب شده است که کشورها با توجه به اهداف کوتاه مدت و بلند مدت، راه حلی بنام خصوصی سازی را در پیش بگیرند، فرآیندی که در ظاهر به کاهش تصدی‌گری دولتی و ارتقاء سطح کارایی شرکتها می‌انجامد اما در عمل و زمانیکه مباحث اجرایی مطرح می‌شود امری بسیار پیچیده است.

در کشور ما نیز خصوصی سازی از سالها پیش آغاز شده است و این روند با ابلاغ اصل ۴۴ قانون اساسی و نگاه ویژه دولت نهم شتاب بیشتری به خود گرفته است. به زعم بسیاری از کارشناسان اقتصادی، فرمان مقام معظم رهبری که براساس آن سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی تبیین و ابلاغ شد، زمینه‌ساز انقلاب اقتصادی و تحولی شگرف در اقتصاد ایران خواهد بود.

به این ترتیب این سوال مطرح می‌شود که چرا پست ایران نتوانسته جایگاه حقیقی خود را در ارائه خدمات پستی بدست آورده و سهم مورد انتظار از بازار مبادلات پستی کشور را کسب نماید؟

تفکر غالب حاکم بر آسیب شناسی بخش پست در بین کارگزاران و دست اندرکاران این صنعت و چه در میان بهره‌برداران و استفاده کنندگان آن حاکی از نوعی انتقاد مستقیم به ساختار پست مبنی بر این نکته است که ریشه مشکلات و ناتوانی در جذب ترافیک پستی مورد بحث، به نواقص درونی و کمی و کاستی‌های موجود در ساختار و کالبد شبکه پستی و عدم وجود بهره‌وری در سطوح سازمانی باز می‌گردد. (منجمی، ۱۳۸۳: ۲۳)

لذا مسئله تحقیق حاضر این است که خصوصی سازی چه تاثیری بر ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی می‌تواند داشته باشد؟ برای پیدا کردن جواب مناسب برای مسئله فوق درصدد پاسخ به سوالات زیر هستیم:

- ۱- آیا خصوصی سازی شرکت پست می‌تواند برافزایش بهره‌وری خدمات پستی تاثیری داشته باشد؟
- ۲- آیا خصوصی سازی شرکت پست می‌تواند برافزایش کیفیت خدمات پستی تاثیری داشته باشد؟
- ۳- آیا خصوصی سازی شرکت پست می‌تواند بر افزایش روحیه کارکنان آن شرکت تاثیری داشته باشد؟

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۶۹

۴- آیا خصوصی سازی شرکت پست می تواند بر افزایش ترافیک مرسولات پستی تاثیری داشته باشد؟

۵- آیا خصوصی سازی شرکت پست می تواند بر کاهش هزینه ها آن شرکت تاثیری داشته باشد؟

مبانی نظری پژوهش:

الف) سیاستهای کلی اصل ۴۴ و اجرای سیاست خصوصی سازی

انحصار صنایع و در دست گرفتن قدرت‌های اصلی اقتصادی و یا نفوذ و تأثیرگذاری شرکت‌های بزرگ صنعتی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی نشان می‌دهد که ترکیب نامطلوب دولت و بازار و عدم تضمین و کنترل قدرت‌های سیاسی و اقتصادی در چهارچوب عدالت اجتماعی نشانگر ظهور و تولد استبداد و نابودی و محکومیت آزادی فردی و اجتماعی است.

در مقابل مکتب کلاسیک‌ها، کمونیسم در یک واکنش افراطی نسبت به مکتب اقتصاد آزاد، نظام متمرکز اقتصادی را در پی می‌گیرد و انگیزه‌های فردی و آزادی‌های انسانی را در اسارت بوروکراسی دولتی قرار می‌دهد. عدم انعطاف‌پذیری و اعتدال در نظام کمونیستی علیرغم موفقیت‌های اولیه در نهایت همچنان که تجربه شد به فروپاشی و اضمحلال کشیده شد و تفکر حاکمیت بازار به تدریج نقایص و شکست‌هایش را ظاهر می‌سازد. (توسلی، محمد ۱۳۷۳)

پس از پایان یافتن جنگ جهانی دوم، کشورهای اروپائی (غربی) در یک اقدام بی‌سابقه شرکت‌ها و مؤسسات تولیدی و خدماتی و صنعتی را ملی می‌نمایند و گرایش ملی کردن تعریف جدید از حقوق مالکیت را در کشورهای سرمایه‌داری ارائه می‌دهد تفکر غالب بعد از جنگ و در اوج گرایش به دخالت‌های بیشتر دولت در امور اقتصادی از طریق ملی کردن و برنامه‌ریزی‌های جامع توسط اقتصادی این بود که دولت مانند یک حامی اجتماعی رفتاری خیرخواهانه دارد. در چنین فضائی اقتصاددانان برنامه‌های اقتصادی را طراحی و بوروکرات‌ها که از منافع شخصی به دور هستند برنامه‌ها را اجرا می‌کنند به عبارت دیگر فعالیتهای اقتصادی توسط واحدهای خصوصی و با فرض منافع شخصی و یا خودخواهی فردی صورت نمی‌گیرد (صغیر، جمال ۱۳۷۲).

بعد از چندین سال تجربه فعالیتهای گسترده دولتی این شناخت حاصل شد که انگیزه افراد در بخش خصوصی و یا در بخش دولتی تفاوت ندارند و درست نیست که فرض شود در بخش خصوصی

به دنبال منافع شخصی و در بخش دولتی عدالت اجتماعی راهنمای رفتار وی است تجارب نشان می‌دهد تصمیمات مربوط به سیاست‌های اقتصادی به استثنای مواردی محدود توسط اقتصاددانان گرفته نمی‌شود. بلکه تکنوکراتها هستند که تصمیم می‌گیرند و سپس توجیح اقتصادی برای خود ارائه می‌دهند خط مشی‌های کلی اقتصادی نیز اغلب تحت تأثیر فشارهای سیاسی رهبری می‌شوند این تصمیمات هرگز با ایده‌آلهای تخصیص بهینه منابع همخوانی ندارند.

دولتها به مرور زمان به این نتیجه رسیده‌اند که اداره این بخش از صنایع و خدمات به نحو مطلوب از عهده آنها خارج است، ضمن اینکه هزینه‌های نگهداری و اداره اینگونه شرکتها تأثیر منفی بر وجود آنها دارد و لازم است که برای نیل به اهداف اقتصادی بهتر، هرچه زودتر این بخشها(صنایع - خدمات) به بخش خصوصی واگذار شود این اتفاق به صورت انفجاری از دهه هشتاد قرن بیستم تحقق یافته و دولت‌ها بسیاری از شرکت‌های صنعتی و خدماتی خویش را به بخش خصوصی واگذار کردند. خصوصی سازی فرایندی است که معمولاً در سه مرحله برون سپاری، آزاد سازی و واگذاری بنگاههای اقتصادی صورت می‌پذیرد.

خصوصی سازی به طور خاص پدیده نوظهور دو دهه آخر قرن بیستم است که کشورهای تابع نظام سرمایه‌داری و اقتصاد بازار از طریق سازمانهای جهانی از جمله صندوق بین المللی پول و بانک جهانی با هدف رشد و توسعه اقتصادی به کشورهای جهان سوم از جمله کشور ایران تجویز و دریافت هر گونه وام را از این مراکز مشروط به اجرای خصوصی سازی کردند. ابلاغ سیاست‌های کلی بند (ج) اصل ۴۴ قانون اساسی توسط مقام معظم رهبری درباره توسعه بخش‌های غیردولتی از طریق واگذاری فعالیت‌ها و بنگاه‌های دولتی، فصل نوینی را در اقتصاد ایران ایجاد کرده است.(ایزدی، مهرداد ۱۳۸۸)

سیاست خصوصی سازی در معنای واقعی خود به مفهوم واگذاری هر یک از موارد مالکیت، مدیریت و (سیاستگذاری، نظارت و کنترل) یا ترکیبی از آنها از بخش دولتی به بخش‌های غیردولتی است. تجربیات متفاوتی از اجرای این سیاست در جهان وجود دارد و هر کشور متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی خود گونه متفاوتی از روش‌های آن را تجربه کرده است و موفقیت در اجرای آن نیز بستگی به لحاظ کردن شرایط مذکور دارد و هیچ حکم قطعی و تضمینی در خصوص موفقیت این سیاست‌ها وجود ندارد. سیاست‌های تعدیل اقتصادی زاییده دو مفهوم شکست

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۷۱

بازار (در بحران بزرگ ۱۹۲۹) و شکست دولت (در بحران بدهی دهه ۱۹۷۰) است و سعی دارد باز تعریفی از رابطه دولت و بازار ارائه دهد. منطق اساسی خصوصی سازی نیز مبتنی بر این اصل است که دولت خوب و بخش خصوصی خوب دو روی یک سکه هستند و موفقیت در اجرای آن مستلزم عملکرد خوب دولت و بخش خصوصی بطور توأمان است. برای مشخص نمودن تجربه سایر کشورها در زیر به توضیح چند مورد خواهیم پرداخت: (آچاک، صالح، ۱۳۸۶)

انگیزه و هدف از خصوصی سازی نیز برگرفته از آثار بالقوه و مورد انتظار آن بوده است. بنابراین، بررسی آثار خصوصی سازی هم به نوبه خود دارای اهمیت است. چراکه دولت‌ها بر اساس وظایف اقتصادی خود، با پیش‌بینی اثرات خصوصی سازی می‌توانند سیاست‌های متناسب با آن را جهت دستیابی به اهداف تشبیتی و توزیعی خود اجرا نمایند. به این منظور آثار مالی خصوصی سازی، اثر آن بر روی کارایی اقتصادی، اثر روی اشتغال و آثار توزیعی آنرا بررسی می‌نمایند (حیدری کردزنگنه غلامرضا، عالی پور زهره؛ ۱۳۸۷).

از زمانیکه خصوصی سازی بعنوان ابزار سیاسی برای دولت‌ها طی دو دهه اخیر درآمد، زمان کافی برای تحقیقات دانشگاه وجود داشته است تا بتوان طیف گسترده مطالعات تأثیرات خصوصی سازی بر روی عملکرد بنگاههای دولتی واگذار شده را بوجود آورد.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت خصوصی سازی موجب افزایش سودآوری، سرمایه‌گذاری، تولید، سود سهام تقسیم شده و همچنین کاهش در سوبسید و نسبت اتکاء به وام می‌گردد. ولی تأثیر روی اشتغال در کوتاه مدت کاهش و در بلند مدت افزایش بوده است. (مرکز تحقیقات پست، خصوصی سازی و پست، ۱۳۸۰)

تجربه این چند سال برای رسیدن به اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله نشان می‌دهد که حرکت در جهت دستیابی به اهداف این سند و نیز برنامه چهارم توسعه صورت نمی‌گیرد. که یکی از دلایل آن شاید عدم وجود وفاق کامل بر سر یک رویکرد واحد و استراتژی بهینه در جهت دستیابی به اهداف موردنظر باشد و از طرف دیگر بیانگر این است که در عرصه عمل چندان پایبندی به حرکت در مسیر ترسیم شده به نحو صحیح و مناسب وجود ندارد و این عوامل به عنوان مهمترین موانع و معایب اجرایی سیاستهای کلی اصل ۴۴ اجرایی سیاست خصوصی سازی به شمار می‌روند.

قبل از پرداختن به فرایند خصوصی سازی در شرکت پست ابتدا باید به بررسی شرایط و الزامات برای خصوصی سازی در شرکت پست پرداخته شود.

شرکت پست در حال آماده سازی جهت واگذاری به بخش خصوصی است و البته تا تامین سه شرط آزادسازی تعرفه خدمات عمومی پست، تصویب اساسنامه حاکمیتی و اساسنامه بخش اپراتوری ورود به بورس ممکن نبوده و امکان عرضه سهام پست در بورس محقق نخواهد شد.

اساسنامه حاکمیتی پست با عنوان «اساسنامه سازمان پست ایران» که در کمیسیون زیربنایی دولت به تصویب رسیده و برای طی مراحل نهایی نیز باید به تصویب هیات دولت برسد باید به وزارتخانه متبوع ابلاغ تا بر اساس آن سایر اقدامات دیگر نیز انجام شود. طبق این اساسنامه بخش حاکمیتی پست در قالب «سازمان پست ایران» در وزارت ارتباطات شکل می گیرد و بخش اپراتوری با اساسنامه جداگانه بعد از جدا شدن از دولت به بخش خصوصی واگذار می شود.

از دیگر شروط خصوصی سازی در پست آزادسازی تعرفه های پستی بمنظور سود دهی است. تعرفه های خدمات پستی اکنون کمتر از قیمت تمام شده است که این امر موجب زیان دهی شرکت پست می گردد. فرایند خصوصی سازی در شرکت پست با تشکیل اپراتور اول و تفکیک آن از سازمان پست ایران و ارائه سهام آن در بورس در حال پیگیری می باشد. به صورت خلاصه وظایف شرکت پست دولتی به عنوان شرکت حاکمیتی و زیر ساختی تعیین خواهد شد که بر اساس ساختار تدوین شده، بخشی از وظایف شرکت فعلی از آن منفک و برخی از وظایف وزارت ارتباطات به عنوان نهاد حاکمیتی به آن اضافه خواهد شد و شرکت پست نیز به عنوان اپراتور اول به بورس هدایت می شود. بر اساس مطالعات انجام شده پس از واگذاری شرکت پست، موارد حاکمیتی همچون چاپ تمبرهای پستی، مدیریت توزیع، شبکه های زیر ساختی و نظارت بر مراحل تجزیه و مبادلات که به دلیل سرمایه بر بودن و همچنین موارد امنیتی در دست دولت باقی خواهد ماند و از دیگر موارد حاکمیتی بشمار می رود.

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۷۳

ب) بهره‌وری

بهره‌وری در حال حاضر یکی از اساسی‌ترین مسائل و موضوعات سازمانها می‌باشد و می‌توان از آن به عنوان یک معیار رشد و توسعه استفاده نمود. در واقع یکی از عوامل اصلی تمایز بین کشورهای توسعه یافته با سایر کشورها میزان بهره‌وری آنان است.

بهبود بهره‌وری در بخش خدمات، تاثیر زیادی بر رشد و توسعه اقتصادی و همچنین افزایش توان رقابتی کشورها خواهد داشت. همچنان که گفتیم، پیش‌نیاز بهبود بهره‌وری، اندازه‌گیری آن است. در ادامه مفاهیم مرتبط با بخش خدمات و اندازه‌گیری بهره‌وری در این بخش بیان می‌شود. بخش خدمات بسیار گسترده بوده و معمولاً در برابر بخش تولید مطرح می‌شود. این دو بخش شالوده اقتصاد هر کشور را تشکیل می‌دهند. به طور سنتی چندویژگی در مورد خدمات ذکر می‌کنند که آنها را از کالاها و محصولات فیزیکی (خروجیهای بخش تولید) تفکیک می‌کند. این ویژگیها عبارتند از:

- در خدمت یک تجربه یا محصول نامشهود و غیرفیزیکی ارائه شده و به فروش می‌رسد؛
- خدمات قابلیت ذخیره شدن ندارند؛ خدمت از ذی‌نفع آن جدایی پذیر نبوده و نمی‌تواند مورد دادوستد جدید واقع شود؛

- بین ارائه خدمت و مصرف آن، فاصله زمانی وجود ندارد؛

- خدمت به عنوان یک محصول از فرآیند آن قابل تمیز نیست.

بنابراین، مشاهده می‌شود که خدمت، ماهیتی متفاوت از کالا دارد و همین تفاوت در ماهیت باعث شده است که مطالعه آن قدری پیچیده باشد.

به صورت تئوریک، تعریف بهره‌وری در بخش خدمات همانند بهره‌وری در بخش تولید بوده و عبارت از نسبت خروجی (ستانده) به ورودی (نهاده) است. اما مشکل اصلی در سنجش بهره‌وری خدمات در عمل، نحوه تعریف و اندازه‌گیری خروجی نهایی است. بسیاری از سازمانهای خدماتی فاقد خروجی ملموس و فیزیکی هستند. لذا تعریف خروجی، معیارها و شاخصهای اندازه‌گیری خروجی در بخش خدمات از پیچیدگی بیشتری نسبت به بخش تولید و صنعت (که خروجی آنها به صورت کالا و محصولات فیزیکی است) برخوردار بوده و نیازمند دقت و کنکاش بیشتری است.

از سوی دیگر، هرنوع خدمت دارای خصوصیات و مسیر حرکت مجزا و مخصوص به خود بوده و اهداف، مقاصد و روشهای هریک با دیگری متفاوت است. لذا معیارهای بهره وری در خدمات مختلف، متفاوت است.

ج) صنعت خدمات پستی در ایران

خدمات پستی یکی از فعالیت های اقتصادی مهم بخش خدمات بوده و دارای پیشینه چند هزار ساله و تشکیلات منظمی در دنیا است. با توجه به مطالب گفته شده می توان " صنعت خدمات پستی " را قبول، تجزیه و آماده سازی، رهسپاری (حمل و نقل) و توزیع مرسولات پستی معین در زمان مشخص و با دقت و امنیت بالا تعریف کرد.

در ایران، اولین قانون پستی در پنجم اسفند ماه ۱۲۹۴ به تصویب مجلس شورای ملی وقت رسید. این قانون از پنج فصل، ۵۸ ماده و تعدادی تبصره تشکیل شده بود. فصول پنجگانه این قانون به ترتیب حدود، حقوق و تکالیف اداره پست، تعرفه و شرایط حمل و نقل، مسئولیت، مجازات و عقوبات عدم اجرای قانون را با شرح جزییات بسیار و دقت قابل توجه، مشخص نموده بود. این قانون هم اکنون نیز معتبر است.

قانون بعدی، هفتاد سال بعد، تصویب شد. قانون تشکیل شرکت پست جمهوری اسلامی ایران در سوم آبان ماه ۱۳۶۶ در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید. این قانون، فاقد فصل بندی بوده و از ۲۳ ماده و ۱۱ تبصره تشکیل شده است. مهمترین نکته قانون مذکور، تغییر «اداره پست» مندرج در قانون پستی ۱۲۹۴ به «شرکت پست» وابسته به وزارت پست و تلگراف و تلفن است که تمام وظایف و اختیارات وزارت مذکور در امور پستی به آن تفویض می شود.

نکته قابل توجه در این قانون انحصار عرضه خدمات پستی به دولت و از آن طریق به شرکت پست است که در ماده سیزدهم مورد اشاره قرار گرفته و اشخاص حقیقی و حقوقی دیگر از عرضه خدمات مذکور، بدون موافقت شرکت پست منع شده اند.

تبصره دوم همین ماده، شمول این قانون به کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی که قبل از تصویب قانون، به تأسیس و ثبت شرکت در زمینه ارائه خدمات پستی مبادرت نموده اند و عملاً در زمینه ارائه

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۷۵

خدمات پستی مشغول فعالیت هستند را نیز اعلام می‌دارد. متخلفین (حتی در صورت درج آگهی و اطلاعیه) به مجازات مندرج در ماده چهاردهم محکوم می‌گردند.

در پی تشکیل شرکت پست، اساسنامه آن در چهارم اردیبهشت ماه ۱۳۷۱، به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. این اساسنامه از چهار فصل، ۳۷ ماده و ۱۰ تبصره تشکیل شده است. طبق اساسنامه، شرکت پست یک شرکت سهامی با استقلال مالی است که به مدت نامحدود تشکیل گردیده و سرمایه اولیه آن پنج میلیارد ریال است که تمامی آن متعلق به دولت می‌باشد. شرکت براساس اساسنامه، مطابق مقررات مربوط به شرکت‌های دولتی و قانون تجارت اداره می‌گردد.

اتحادیه جهانی پست^۱ یکی از چندین اتحادیه بین‌المللی دولتی بود که در اواخر قرن نوزدهم به سال ۱۸۷۴ تاسیس گردید تا بر توسعه و تکامل موثر خدمات پستی بین‌المللی نظارت نماید. ضرورت و اهمیت نیاز به چنین نظارتی از آن روی پدید آمد که از یک سو پست به عنوان یک وسیله مهم و کارآمد ارتباطی در آن زمان، نیازمند مدیریتی واحد در سطح بین‌المللی بود، از سوی دیگر پست هر مملکتی، در برگیرنده بخشی از تاریخ آن سرزمین می‌باشد که اهمیت پرداختن به آن در سطح بین‌المللی را دوچندان می‌نمود. طی سال‌ها نقوش روسای جمهوری، پادشاهان، دانشمندان، شخصیت‌ها، اماکن دیدنی، وقایع مهم ملی و سایر تصاویر ارزشمند، زینت بخش تمبرها گردیده است. علاوه بر اهمیت تاریخی و اجتماعی، جایگاه سیاسی پست را نمی‌توان نادیده انگاشت. (مرکز تحقیقات گزارش ۲۴، ۱۳۸۰: ۲، ۳)

به طور کلی رسالت پست از دیدگاه اتحادیه پستی جهانی را می‌توان در گزارشی که این اتحادیه تحت عنوان «راهنمای رفم و توسعه پستی»^۲ در سال ۲۰۰۴ تهیه و در ماه ژوئن سال ۲۰۰۵ مورد بازبینی قرار داده است، مشاهده کرد. در این گزارش اهداف کلی زیر برای پست کشورها مورد تاکید قرار گرفته است:

۱. حصول اطمینان از دسترسی جهانی به خدمات پستی
۲. برقراری توازن و اعتدال مناسب میان پوشش جهانی و رقابت

۱ - Universal Postal Union (UPU)

۲ - Guide to Postal Reform and Development

۳. ایجاد و توسعه خدمات نوین:
 ۴. تقویت نقش بخش پست به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
 ۵. حصول اطمینان از خدمات خودگردان و اقتصادی پستی
 ۶. تقویت نقش بخش پست به عنوان یک کانال ارتباطی پویا میان دولت و جامعه:
 ۷. تجدید ساختار نهاد پست دولت
 ۸. آماده سازی بخش پست برای تلفیق بین المللی
 ۹. کارآفرینی و ایجاد شغل
- ساختار و نمودار سازمانی شرکت پست از زمان تشکیل شرکت تاکنون دو بار مورد بازنگری قرار گرفته است. مبنای طراحی ساختار مذکور قوانین و مقررات دولتی مصوب سازمان مدیریت و برنامه ریزی^۱ (سازمان امور اداری و استخدامی سابق) می باشد.
- در طبقه بندی خدمات پستی به کلیه اقلامی که از طریق شبکه پستی قبول و ارسال می شوند "مرسوله" می گویند. مرسولات پستی انواع مختلفی دارند. شایع ترین نوع مرسوله "مراسلات" می باشند. منظور از مراسله هر نوع مرسوله ای است که در قالب نوشته و مکاتبه قبول و ارسال می گردد. نوع دیگر مرسوله، امانات یا بسته های پستی هستند. "امانات پستی" مرسولاتی هستند که حاوی کالا و یا نمونه کالاهای مجاز بوده و با اعلام محتوی، قبول می گردد. به طور کلی خدمات پستی طی مراحل چهارگانه عملیات پستی به دو دسته سرویس های پستی متعارف و غیرمتعارف تقسیم بندی می شود.
- در سرویس های پستی متعارف هر چهار مرحله قبول، آماده سازی، رهسپاری و توزیع به ترتیب طی می شود. اما در سرویس های غیرمتعارف، مرسوله تنها برخی از مراحل چهارگانه عملیات پستی را طی نموده یا به صورت ترکیبی از سرویس های پستی اجرا می شود. در یک طبقه بندی دیگر خدمات پستی به دو دسته ثبتي و غیرثبتي تقسیم می شوند: خدمات ثبتي، خدماتی هستند که در آنها شماره سریال یا بارکد منحصر به فردی به مرسوله اختصاص یافته و به منظور امکان پیگیری آن در چرخه فرآیندهای پستی از واحد قبول تا واحد مقصد در برگه های مخصوص، ثبت می گردد و در

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۷۷

قبال اخذ امضا تحویل گیرنده می‌شود. اما در خدمات غیرپستی، مرسولات بدون هیچ شماره و ثبت و ربطی قبول و ارسال می‌گردند. از دیدگاهی دیگر خدمات پستی در قالب خدمات اصلی و خدمات الحاقی طبقه بندی می‌شوند. خدمات اصلی، خدماتی هستند که در آنها فرآیندهای اصلی پستی در ارتباط با مرسولات اعمال می‌شوند. اما خدمات الحاقی خدماتی هستند که با خدمات اصلی ترکیب شده و خدمات تکمیلی خاصی را به مشتریان ارائه می‌دهند.

خدمات پستی برحسب سرعت رفتار با آنها نیز تقسیم بندی می‌شوند. این تقسیم بندی به دو دسته "مرسولات با اولویت" و "مرسولات بدون اولویت" تقسیم می‌گردند. مرسولات با اولویت از سریع ترین راه هوایی یا زمینی حمل می‌شوند و نرخ بیشتری به آنها تعلق می‌گیرد، ولی مرسولات بدون اولویت زمان حمل و توزیع طولانی تری دارند.

از نظر نوع رهسپاری خدمات پستی به خدمات زمینی، هوایی، دریایی و زمینی هواپرد^۱ تقسیم می‌شوند. در خدمات زمینی هواپرد، مرسوله بخشی از مسیر را به صورت زمینی و بخشی را به صورت هوایی طی می‌کند. این نوع سرویس نسبت به سرویس هوایی دارای اضافه نرخ کمتری است. همچنین از نظر نوع مقصد، خدمات پستی به دو گروه "داخله" و "خارج" تقسیم بندی می‌شود.

روش پژوهش:

روش پژوهش روش توصیفی - پیمایشی است و با مطالعه اسناد و مدارک موجود و انجام مصاحبه و توزیع پرسشنامه صورت می‌پذیرد. همچنین با استفاده از روش آمار توصیفی و تحلیلی نسبت به بررسی داده‌ها و تحلیل اطلاعات اقدام نموده و در نهایت به تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق پرداخته خواهد شد.

جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه گیری:

در این تحقیق بمنظور دستیابی به اطلاعات با کیفیت و قابل استناد از سه گروه و در سطوح مختلف که در جریان امور قرار داشته‌اند استفاده گردیده که در اصطلاح می‌توان از آنها تحت عنوان مطلعین نام برد. روش نمونه گیری در این تحقیق، روش طبقه بندی نسبی می‌باشد.

^۱ -Surface Air Land, (S.A.L)

مدیران ارشد (مدیر عامل، اعضای هیات مدیره و معاونین)، مدیران ستادی و اجرایی و کارشناسان شرکت پست (ستادی و اجرای مستقر در تهران) جامعه آماری این تحقیق را تشکیل می دهد و عبارتند از:

الف) مدیران ارشد

مدیران ارشد در این تحقیق شامل مدیر عامل، اعضای هیات مدیره و معاونین می باشد. که تعداد آنها ۸ نفر می باشد.

ب) مدیران کل صف و ستاد شرکت پست

تعداد مدیران کل ستادی و اجرای شرکت پست ۷۰ نفر می باشد.

ج) کارشناسان شرکت پست (ستادی و اجرای مستقر در تهران)

با توجه به اینکه کارشناسان با بدنه اجرای و مشتریان شرکت پست کار می کنند و اطلاعات ارزشمندی از بازار و سایر کارکنان دارند و همچنین به خاطر محدود کردن جامعه آماری از کلیه کارشناسان مستقر در واحدهای ستادی و اجرای شرکت پست (تهران) استفاده خواهد شد. حجم جامعه آماری کارشناسان ۵۳۷ نفر می باشد.

با استفاده از رابطه تعیین حجم نمونه، تعداد نمونه کل محاسبه می گردد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده می شود. همچنین روش نمونه گیری در این تحقیق، روش طبقه بندی می باشد.

روش و ابزار جمع آوری اطلاعات (تکنیک و ابزار):

با توجه به موضوع پژوهش و به جهت دستیابی به اطلاعاتی جامع و کافی در خصوص آن، تکنیکها و ابزارهای متعددی برای جمع آوری اطلاعات مورد استفاده قرار گرفته است. برای تدوین فصل دوم و ادبیات نظری پژوهش از روش «کتابخانه‌ای» مراجعه به اسناد، مدارک، مقالات داخلی و خارجی و نیز «مصاحبه» های صورت گرفته با اساتید و صاحبان فن استفاده شده است. برای تهیه اطلاعات اصلی تحقیق و آزمون فرضیه‌ها نیز، از ابزار «پرسشنامه» استفاده شده است.

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۷۹

روایی و پایایی ابزار سنجش:

برای ارزیابی روایی ۱ (اعتبار) پرسشنامه تعداد ۲۰ نسخه از آن‌ها برای اساتید دانشگاهی و افراد دارای تحصیلات عالی شاغل در شرکت پست ارسال و پرسشنامه بر اساس ارزیابی تطابق نظرات آنها بازنگری شد، همچنین برای ارزیابی پایایی ۲ (قابلیت اعتماد) پرسشنامه، ضریب α کرونباخ محاسبه و پس از انجام تغییراتی در ساخت پرسشنامه، عدد به دست آمده به ۸۴ درصد رسید. به این ترتیب پرسشنامه به شکل نهایی و قابل اجرا درآمد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات:

برای بررسی نتایج حاصل از پرسشنامه و تجزیه و تحلیل آن‌ها با توجه به نوع پژوهش و ابزار مورد استفاده، از آمار توصیفی شامل جداول توزیع فراوانی و نمودارها و آمار استنباطی، شامل آزمون t تک نمونه‌ای و کروسکال والیس (روش ناپارامتریک آنوا) استفاده گردیده که با توجه به حجم اطلاعات محقق برای پردازش آن از نرم افزارهای SPSS بهره گرفته است.

آزمون فرضیات

فرضیه اول:

بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش کیفیت خدمات پستی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه آماری:

$$H_0 : \mu_0 \leq 3$$

H_0 : بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش کیفیت خدمات پستی رابطه معنی داری وجود

ندارد.

H_1 : بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش کیفیت خدمات پستی رابطه معنی داری وجود

دارد.

۱ validity

۲ Reliability

جدول آماره های توصیفی افزایش کیفیت خدمات درخصوصی سازی

انحراف استاندارد	میانگین	N	
۰,۶۱۷۴۴	۳,۲۶۴۹	۶۸	افزایش کیفیت خدمات

آزمون تک نمونه ای فرضیه اول

معیار ۳ =					
فاصله اطمینان ۹۵ درصد برای اختلاف میانگین و معیار		اختلاف میانگین با معیار	سطح معنی داری	درجه آزادی	t
حد بالا	حد پائین				
۰,۴۱۴۴	۰,۱۱۵۵	۰,۲۶۴۹۲	۰,۰۰۱	۶۷	۳,۵۳۸

تحلیل و نتیجه گیری: سطح معنی داری آزمون فوق ۰/۰۰۱ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ می باشد که در نتیجه فرض برابری میانگین رتبه با معیار (رتبه متوسط) رد می شود با توجه به میانگین بدست آمده که ۳/۲۶ می باشد به این نتیجه می رسیم که میانگین رتبه پاسخها بیشتر از حد متوسط می باشد در نتیجه آزمون فرضیه H_0 را رد و فرضیه H_1 را تأیید می کند. بدین معنی که پاسخگویان معتقدند بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش کیفیت خدمات پستی بیشتر از حد متوسط ارتباط معناداری وجود داشته بنابراین فرضیه فوق تأیید می شود.

فرضیه دوم:

بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش روحیه کارکنان آن شرکت رابطه معنی داری وجود

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 : \mu_0 \leq 3 \\ H_1 : \mu_0 > 3 \end{array} \right. \quad \text{دارد.}$$

بررسی راههای ارتقاء بهره وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۸۱

فرضیه آماری:

H۰: بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش روحیه کارکنان آن شرکت رابطه معنی داری وجود ندارد.

H۱: بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش روحیه کارکنان آن شرکت رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول آماره های توصیفی افزایش روحیه کارکنان در خصوصی سازی

انحراف استاندارد	میانگین	N	
.۵۹۳۹۴	۳,۲۷۱۱	۶۸	روحیه کارکنان

آزمون تک نمونه ای فرضیه دوم

معیار ۳ =					
فاصله اطمینان ۹۵ درصد برای اختلاف میانگین و معیار		اختلاف میانگین با معیار	سطح معنی داری	درجه آزادی	T
حد پائین	حد بالا				
۰,۱۲۷۳	۰,۴۱۴۸	۰,۲۷۱۰۸	۰,۰۰۰	۶۷	۳,۷۶۴

تحلیل و نتیجه گیری: سطح معنی داری آزمون فوق ۰/۰۰۰ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ می باشد که در نتیجه فرض برابری میانگین رتبه با معیار (رتبه متوسط) رد می شود با توجه به میانگین بدست آمده که ۳/۲۷ می باشد به این نتیجه می رسیم که میانگین رتبه پاسخها بیشتر از حد متوسط می باشد. در نتیجه آزمون فرضیه Ho را رد و فرضیه H۱ را تأیید می کند. بدین معنی که پاسخگویان معتقدند که بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش روحیه کارکنان بیشتر از حد متوسط ارتباط معنا داری وجود دارد، بنابراین فرضیه فوق تأیید می شود.

فرضیه سوم:

بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش ترافیک مرسولات پستی رابطه معنی داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H_0 : \mu_0 \leq 3 \\ H_1 : \mu_0 > 3 \end{cases}$$

فرضیه آماری:

H_0 : بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش ترافیک مرسولات پستی آن شرکت رابطه معنی داری وجود ندارد.

H_1 : بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش ترافیک مرسولات پستی آن شرکت رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول آماره های توصیفی افزایش ترافیک مرسولات پستی در خصوصی سازی

انحراف استاندارد	میانگین	N	
.۶۶۱۱۰	۳,۴۲۲۸	۶۸	افزایش ترافیک مرسولات پستی

آزمون تک نمونه ای فرضیه سوم

معیار ۳ =						
T	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف میانگین با معیار	فاصله اطمینان ۹۵ درصد برای اختلاف میانگین و معیار		
				حد پائین	حد بالا	
۵,۲۷	۶۷	۰,۰۰۰	۰,۴۲۲۷۹	۰,۲۶۲۸	۰,۵۸۲۸	۴

بررسی راههای ارتقاء بهره وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۸۳

تحلیل و نتیجه گیری: سطح معنی داری آزمون فوق ۰/۰۰۰ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ می باشد که در نتیجه فرض برابری میانگین رتبه با معیار (رتبه متوسط) رد می شود با توجه به میانگین بدست آمده که ۳/۴۲ می باشد به این نتیجه می رسیم که میانگین رتبه پاسخها بیشتر از حد متوسط می باشد در نتیجه آزمون فرضیه H_0 را رد و فرضیه H_1 را تأیید می کند. بدین معنی که پاسخگویان معتقدند که بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش ترافیک مرسولات پستی بیشتر از حد متوسط ارتباط معنا داری وجود دارد، بنابراین فرضیه فوق تأیید می شود.

فرضیه چهارم:

بین خصوصی سازی شرکت پست و کاهش هزینه ها آن شرکت رابطه معنی داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H_0 : \mu_0 \leq 3 \\ H_1 : \mu_0 > 3 \end{cases}$$

فرضیه آماری:

H_0 : بین خصوصی سازی شرکت پست و کاهش هزینه ها آن شرکت رابطه معنی داری

وجود ندارد.

H_1 : بین خصوصی سازی شرکت پست و کاهش هزینه ها آن شرکت رابطه معنی داری

وجود دارد.

جدول آماره های توصیفی کاهش هزینه های پستی در خصوصی سازی

انحراف استاندارد	میانگین	N	
.۵۳۲۴۸	۳,۲۶۹۶	۶۸	کاهش هزینه های پستی

آزمون تک نمونه ای فرضیه چهارم

معیار = ۳					
T	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف میانگین با معیار	فاصله اطمینان ۹۵ درصد برای اختلاف میانگین و معیار	
				حد پائین	حد بالا
۴,۱۷۵	۶۷	.۰۰۰	.۲۶۹۶۱	.۱۴۰۷	.۳۹۸۵

تحلیل و نتیجه گیری: سطح معنی داری آزمون فوق ۰/۰۰۰ می باشد که کمتر از ۰/۰۵ می باشد که در نتیجه فرض برابری میانگین رتبه با معیار (رتبه متوسط) رد می شود با توجه به میانگین بدست آمده که ۳/۲۷ می باشد به این نتیجه می رسیم که میانگین رتبه پاسخها بیشتر از حد متوسط می باشد. در نتیجه آزمون فرضیه H_0 را رد و فرضیه H_1 را تأیید می کند. بدین معنی که پاسخگویان معتقدند که بین خصوصی سازی شرکت پست و کاهش هزینه های پستی بیشتر از حد متوسط ارتباط معنا داری وجود داشته بنابراین فرضیه فوق تأیید می شود.

فرضیه اصلی:

بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش بهره وری آن شرکت رابطه معنی داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H_0 : \mu_0 \leq 3 \\ H_1 : \mu_0 > 3 \end{cases}$$

فرضیه آماری:

H_0 : بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش بهره وری آن شرکت رابطه معنی داری وجود ندارد.

H_1 : بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش بهره وری آن شرکت رابطه معنی داری وجود دارد.

شاخصهای بهره‌وری در این تحقیق افزایش کیفیت خدمات پستی، افزایش روحیه کارکنان، افزایش ترافیک مرسولات پستی و کاهش هزینه ها می باشند و همانطور که ملاحظه نمودید هریک از این شاخصها نیز با چند شاخص دیگر مورد ارزیابی قرار گرفته اند.

با توجه به اینکه چهار فرضیه فوق وجود ارتباط معناداری را بین خصوصی سازی و شاخصهای مورد نظر تأیید می نمایند در نتیجه آزمون فرضیه H_0 را رد و فرضیه H_1 را تأیید می کند. بنابراین می توان نتیجه گرفت که بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش بهره‌وری خدمات پستی نیز رابطه معنی داری وجود دارد.

بنابراین به این نتیجه می رسیم که میانگین رتبه پاسخها می تواند بیشتر از حد متوسط باشد. بدین معنی که پاسخگویان معتقدند که بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش بهره وری

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۸۵

خدمات پستی بیشتر از حد متوسط ارتباط معنا داری وجود داشته بنابراین فرضیه فوق تأیید می‌شود.

نتایج

محقق بر اساس تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق که از آزمون آماری پرسشنامه‌ها، مصاحبه‌های صورت گرفته با کارشناسان و متخصصان پست و مطالعات کتابخانه‌ای حاصل شده و مقایسه تطبیقی آن‌ها، به نتایج زیر دست یافته است.

الف) بررسی نتایج ناشی از فرضیات تحقیق

۱- بررسی یافته‌های مربوط به آزمون فرضیه اول بیان می‌کند که بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش کیفیت خدمات پستی رابطه معنی داری وجود دارد.

طبق راهبردهای کیفی اتحادیه جهانی پست، کیفیت خدمات پستی از جنبه‌های مختلف پنج گانه رضایت مشتری، سرعت، امنیت، دسترسی و اطلاع رسانی ارزیابی می‌شوند. که با در نظر گرفتن هریک از عوامل فوق و ارزیابی آنها از نظر مطلعین امر، نتایج مربوط به این فرضیه استخراج گردید. کیفیت یک عامل مهم در کسب اعتماد مشتریان و افزایش ترافیک محسوب شده و در این تحقیق با شاخصهایی فوق اندازه گیری شده است.

۲- بررسی یافته‌های مربوط به آزمون فرضیه دوم که بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش روحیه کارکنان آن شرکت رابطه معنی داری وجود دارد.

کیفیت خدمات ارائه شده توسط شرکت پست به کارکنان آن سازمان وابسته است. ارتقاء سطح دانش و مهارتهای کارکنان، ایجاد شرایط مناسب جهت رشد و خلاقیت آنان از طریق آموزش و توسعه، افزایش نرخ ماندگاری نیروهای مستعد، وفادار و ایجاد احساس غرور از طریق بکارگیری مکانیزمهای انگیزشی و مشارکت دادن آنان در تصمیم گیری می‌بایست در اولویت قرار گیرد. همچنین حمایت از نخبگان و نوآوران، تناسب بین حقوق و کار انجام شده، افزایش امکانات رفاهی، شایسته محوری شاخصهای موثر در افزایش روحیه کارکنان بشمار می‌روند.

۳- بررسی یافته‌های مربوط به آزمون فرضیه سوم نشان می‌دهد که بین خصوصی سازی

شرکت پست و افزایش ترافیک مرسولات پستی رابطه معنی داری وجود دارد. در یک نگاه اعتماد در ارائه خدمات و کارایی در توزیع، دو موضوع مهم برای افزایش ترافیک و بهبود عملکرد پستی هستند و در یک نگاه عمیق تر آنچه که موجب افزایش ترافیک خواهد شد، وجود کیفیت در ارائه خدمات پستی می باشد.

علاوه بر موارد فوق شاخصهای همچون انعطاف پذیری، تغییر در ماهیت سرویسها و افزایش رغبت مردم در واگذار نمودن فعالیتها از دیگر شاخصهای مهمی هستند که در این فرضیه مورد ارزیابی قرار گرفته اند.

۴- بررسی یافته های مربوط به آزمون فرضیه چهارم نشان می دهد که بین خصوصی سازی شرکت پست و کاهش هزینه ها آن شرکت رابطه معنی داری وجود دارد.

یکی از عوامل مهم و اساسی در تصمیم گیری های مربوط به ارائه یک خدمت یا استفاده از یک خدمت، هزینه دریافت آن خدمت می باشد. این موضوع دو روی یک معادله را در بر می گیرد که عبارتند از:

- ارائه کننده خدمت

- استفاده کننده خدمت

ارائه کننده خدمت، هزینه را از منظر یک عامل مالی می نگرد که در صورت های مالی خودنمائی کرده و روی سود و زیان بنگاه تاثیر می گذارد. بررسی هزینه از این منظر، جنبه مالی داشته و در تصمیم گیری های مربوط به توجیه اقتصادی و قیمت گذاری خدمات استفاده می گردد. در مقابل، استفاده کننده از خدمت، هزینه را به عنوان عاملی که در مقابل دریافت خدمت پرداخت می نماید، می نگرد و خواستار برابری احساس رضایت از خدمتی که دریافت می کند با هزینه پرداختی است. عوامل تاثیر گذار بر کاهش هزینه ها در این تحقیق عبارتند از: مقررات زدایی، ایجاد رقابت، جلوگیری از دوباره کاریها، ارائه خدمات ارزانتر، صرفه جویی در حامل های انرژی و استفاده از فناوریهای نوین.

اثراين شاخصها بر اساس نظر مطلعین بصورت کلی بر کاهش هزینه ها سنجیده گردیده است. بطور کلی کاهش هزینه ها، در تعریفی دیگر، جلوگیری از ریزش درآمدها و یا خروج درآمدها از

بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ... □ ۸۷

شبکه پستی و انتقال آن به سایر پست‌های موازی و نیز صرفه‌جوئی در هزینه‌های جاری و سرمایه‌ای گفته می‌شود.

۵- بررسی یافته‌های مربوط به فرضیه اهم نشان می‌دهد که بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش بهره‌وری خدمات پستی رابطه معنی داری وجود دارد.

شاخصهای بهره‌وری در این تحقیق افزایش کیفیت خدمات پستی، افزایش روحیه کارکنان، افزایش ترافیک مرسولات پستی و کاهش هزینه‌ها می‌باشند و همانطور که ملاحظه نمودید هریک از این شاخصها نیز با چند شاخص دیگر مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند.

با توجه به اینکه چهار فرضیه فوق وجود ارتباط معناداری را بین خصوصی سازی و شاخصهای مورد نظر تأیید می‌نمایند بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین خصوصی سازی شرکت پست و افزایش بهره‌وری خدمات پستی نیز رابطه معنی داری وجود دارد.

پیشنهادات

با عنایت به نتایج محقق پیشنهادات خود را به شرح زیر ارائه می‌نماید:

۱) با توجه به اینکه بالا بردن سطح کیفی ارائه خدمات می‌تواند کمک قابل توجهی در یافتن بازارهای جدید، حفظ مشتریان و در نهایت افزایش ترافیک و درآمد داشته باشد لذا شناسایی عوامل موثر برای حفظ، بهبود و افزایش کیفیت می‌تواند نقش مثبتی در ارتقای بهره‌وری داشته باشد.

۲) آگاه نمودن مردم و سازمان‌های دولتی و خصوصی نسبت به قابلیت‌ها و توانمندی‌های بستر ارتباطی پست و نقش سازنده و مؤثری که می‌تواند در مسیر توسعه کشور داشته باشد و همچنین شناساندن خدمات پستی از جمله امور ضروری برای آشنایی مردم و سازمان‌ها با پست و اقدام برای بهره‌گیری از این توانایی‌هاست.

۳) ماهیت خدمات پستی بگونه‌ای است که حجم عظیمی از فعالیت‌ها توسط نیروی انسانی و با حضور فیزیکی در محل ارائه خدمات پستی انجام می‌شود، به همین جهت عملکرد پست وابستگی شدید و مستقیمی با نیروی انسانی و کیفیت فعالیت آن‌ها دارد. به همین دلیل پرداختن به مسائلی که بصورت فیزیکی و روحی کارکنان با آنها مواجه‌اند از اهمیت خاصی برخوردار است.

- ۴) اهمیت دادن به عوامل موثر انگیزشی نقش موثری در جلب رضایت شغلی پرسنل و در نهایت افزایش رضایت شغلی کارکنان خواهد داشت.
- ۵) در ارتقاء سطح دانش و مهارت‌های کارکنان و ایجاد شرایط مناسب جهت رشد و خلاقیت آنان از طریق آموزش و توسعه تلاش بیشتری بعمل آید.
- ۶) از جمله عوامل موثر در افزایش ترافیک مرسولات پستی ارائه خدمات با کیفیت، ایجاد یک سیستم ارتباط با مشتری اثربخش، جهت آگاهی از سلايق، خواست ها، نیازها و شکایات و پیشنهادات و انتقادات آن ها، و برنامه ریزی برای عملیاتی کردن نتایج و خروجی این سیستم، زمینه افزایش رضایت مشتریان و اعتماد به عملکرد شرکت پست را ایجاد و در نهایت در افزایش رغبت متقاضیان نقش موثری ایفا خواهد کرد.
- ۶) نبود تفکر استراتژیک در مدیران پست است که از یک سو موجب نبود یک برنامه بلند مدت برای بهبود عملکرد شرکت پست شده و از سوی دیگر سبب سردرگمی کارکنان نسبت به آینده گردیده است. لذا اتخاذ یک راهبرد کلان و مناسب تجاری _ تکنولوژیک در بلند مدت می تواند علاوه بر تقویت ساختارهای درون سازمانی پست، اثربخشی عملیاتی و بهبود بهره وری، زمینه های توسعه خدمات پستی در جامعه را فراهم آورد. راهبرد فوق می بایست در برگزیده کلیه ابعاد فرهنگی، اجتماعی و نقش های ارتباطی پست در جامعه باشد.
- ۷) توجه به راهنمایهای که توسط اتحادیه جهانی پستی به پست کشور می شود به ویژه در جهت بهره‌ورتر نمودن پست در کشورها با پایین آوردن هزینه‌ها و افزایش درآمدها با امکان دسترسی به بازاری وسیع‌تر و با بهره‌گیری از امکانات بیشتر و بهتر، که اتحادیه جهانی پست جهانی سازی و ادغام‌های منطقه‌ای را به عنوان یک اصل که می‌بایستی در توسعه پست کشورها مد نظر قرار گیرد.
- ۸) سیاست‌گذاران پست کشور برای تحقق خصوصی سازی و ارتقاء بهره وری می بایست ضمن توجه به موارد فوق روشهای نظارتی(قبل، حین و بعد از واگذاری)سیاستهای کلی اصل ۴۴ را تعریف، اجرا و پیگیری نمایند.

منابع و مأخذ

(الف) منابع فارسی:

۱. ارنست اولریش فن وایزشکر، اوران آر یونگ، ماتپاس فینگر، ماریان بایشه‌ایم، ترجمه محمد صفار؛ (۱۳۸۶) "محدودیت‌های خصوصی سازی"؛ رسانه‌ش
۲. الوان ابراهیم؛ (۱۳۷۲)؛ "خصوصی سازی، مقررات زدایی و سیاست‌های اقتصاد کلان در پاکستان"؛ ترجمه: نوروز علی مهدی بوری؛ سازمان برنامه و بودجه تهران
۳. اشرف پور، محسن؛ (۱۳۸۷) "راهکارهای اجرایی شدن سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی"؛ گزارش معاونت امور اقتصادی وزارت امور اقتصادی
۴. برنامه پنج ساله چهارم توسعه، سند ملی توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات (بخش پست)، ۱۳۸۴.
۵. حیدری کردزنگنه غلامرضا، عالی پور زهره؛ (۱۳۸۷)؛ مهندسی فرهنگ خصوصی سازی؛ پندار پارس
۶. خاکی، غلامرضا، "روش تحقیق در مدیریت"، مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۸۳
۷. رحیمی بروجردی، علیرضا؛ ۱۳۸۵ "خصوصی سازی" دانشگاه تهران، موسسه انتشارات و چاپ
۸. رحیمی بروجردی، علیرضا؛ (۱۳۷۳) "سیاست‌های اقتصاد کلان و اصلاحات رفتاری" موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
۹. رضایی میرقائد، محسن؛ مبینی دهکردی، علی؛ (۱۳۸۵) "ایران آینده در افق چشم انداز" وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۱۰. ریاحی وفا، عباس؛ (۱۳۸۱) "تاریخچه پست"، انتشارات سپهر افروز،
۱۱. زارع، صادق، (۱۳۸۱) "کلاس بندی و طبقه بندی سرویس‌های پستی"، پایان نامه دوره کارشناسی پست، دانشکده علمی - کاربردی پست و مخابرات
۱۲. سند کلان توسعه و ارتقاء کیفیت در خدمات شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۵
۱۳. سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی و سیاست‌های کلی برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.
۱۴. سند ملی توسعه بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات، برنامه چهارم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۸-۱۳۸۴
۱۵. صغیر، جمال؛ (۱۳۷۲) گزارش "توسعه بخش خصوصی و خصوصی سازی" سمینار بررسی تحلیل خصوصی سازی، دانشکده امور اقتصادی و موسسه توسعه اقتصادی

۱۶. طباطبایی یزدی، رویا (۱۳۸۵) "سیاستهای کلی توسعه بخشهای غیر دولتی از طریق خصوصی سازی" دبیر خانه کمیسیون اقتصاد کلان، بازرگانی و اداری، مجمع تشخیص مصلحت نظام
۱۷. طاهری، شهنام؛ (۱۳۸۲) "بهره وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان" نشر هوایی تازه
۱۸. طباطبایی یزدی، رویا؛ مافی فرزانه؛ (۱۳۸۷)؛ روش های اجرایی شدن سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی؛ انتشارات شادان
۱۹. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۸-۱۳۸۴.
۲۰. قانون وظایف و اختیارات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، ۱۳۸۲.
۲۱. قالیباف اصل، حسن؛ رنجبر درگاه، فائزه (۱۳۸۴)؛ "بررسی اثر نوع مالکیت بر عملکرد شرکتها، تحقیقات مالی، شماره ۱۹
۲۲. کمیجانی، اکبر؛ (۱۳۸۲) "ارزیابی عملکرد سیاست خصوصی سازی در ایران" وزارت امور اقتصادی و دارایی، معاونت امور اقتصادی
۲۳. گویسلن، پی یر، (۱۳۸۴) "اصلاح و بهسازی (رفرم) در بخش پست کشور های در حال توسعه و در حال گذر"، ترجمه یحیی دهقانی، انتشارات شرکت پست،
۲۴. ماهنامه راهکار مدیریت خصوصی سازی: بایدها و نبایدها، ماهنامه راهکار مدیریت، خردادماه ۸۷
۲۵. منجمی، محمد علی، (۱۳۸۳) "نگاهی به پست ایران در مقابل پست کشورهای صنعتی و پیشرفته جهان"، انتشارات بازتاب
۲۶. نوبخت، محمداقرا (۱۳۸۷)؛ سیاستهای اصل ۴۴ و باورهای غلط دولت مرکز پژوهش و تحقیقات مجمع تشخیص مصلحت نظام
۲۷. هایامی، یوجیرو "اقتصاد توسعه از فقر تا ثروت ملل"، ترجمه غلامرضا آزاد، نشرنی، ۱۳۸۰

۹۱ □ بررسی راههای ارتقاء بهره‌وری خدمات پستی با اتکاء به سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون ...

ب) منابع لاتین:

۲۸. Anson, José, To wards a new postal economics paradigm for developing countries, UPU International Bureau, ۲۰۰۵
۲۹. Bucharest Cangress , World Postal Strategy (۲۰۰۵-۲۰۰۸) , ۲۰۰۴.
۳۰. Economist intelligence unit, views wire, october ۲۰۰۷
۳۱. Hrebiniad , Lawrence G(۲۰۰۵) Making strategy work. May M.shirlyf , Trends in privatization, www.cipe.org
۳۲. Indian Postal Annual Report, ۲۰۰۸.
۳۳. Matthias Finger, Postal Services facing a changing environment, ۲۳rd Congress of the Universal Postal Union Forum on Postal Strategy September ۱۷th ۲۰۰۴.
۳۴. Matthias Finger, The Universal Postal Service in the Communications Era Adapting to Changing Markets and Customer Behavior, EPFL, ۲۰۰۸
۳۵. Nankani , Helen , "Techniques of Privatization of stateowned Enterprises". Volumes , Selected Country Case Studies pp.۶۲-۹۳. world Bank September ۱۹۹۰.
۳۶. UPU, Employment Trends in the EU Postal Sector: Final Report, October ۲۰۰۲.
۳۷. Stephan Martin and David Parker , the impact of privatization: Owner ship , and corporate performance in uk " Newyork ; London , ۱۹۹۷.
۳۸. Sunita kikeri & Aishetu Fatima kolo , privatization: Trends and Developments , World Bank , November ۲۰۰۵.
۳۹. The heritage foundation , Index of Economic Freedom , October ۲۰۰۷.
۴۰. Guide to Postal Reform Postal Union , ۲۰۰۴.
۴۱. Greaver, Mourice , (۱۹۹۱) "Strategic Outsourcing: A structured Approach to Outsourcing Decision and motives.

۴۲. Germany Postal Annual Report, ۲۰۰۸
۴۳. Korean Postal Annual Report, ۲۰۰۷.
۴۴. Japanese Postal Annual Report, ۲۰۰۸.

ج (منابع و مأخذ اینترنتی:

- www.rezaee.ir
- www.sharghnewspaper.com
- www.magiran.com
- www.irib.ir/Economy/html/akhbar۸۵۱۲/gozaresh/۲۰۰۸/۲۰۰۸۰۴۰۴.htm
- www.asl۴۴.ir
- www.leadeer.ir/langs/fa
- www.ipo.ir
- www.seo.ir
- www.saba.org.ir
- www.msrt.ir/sites/Productivity
- www.post.ir
- www.aftab.ir
- www.upu.int