TỔNG CÔNG TY BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM

TRUNG TÂM THÔNG TIN BƯU ĐIỆN



NHÀ XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN

http://tieulun.hopto.org

BƯU CHÍNH TRONG KỶ NGUYÊN INTERNET

http://tieulun.hopto.org

TỔNG CÔNG TY BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM
TRUNG TÂM THÔNG TIN BƯU ĐIỆN

BƯU CHÍNH TRONG KỶ NGUYÊN INTERNET

(Sách tham khảo)

BIÊN SOẠN: **LAN PHƯƠNG**
HIỆU ĐÍNH: **NGUYỄN THỊ MINH TRI**

NHÀ XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN
HÀ NỘI, 2004

http://tieulun.hopto.org

Mã số sách: KB06 Hm04

http://tieulun.hopto.org

LỜI NÓI ĐẦU

Cùng với sự phát triển không ngừng của công nghệ viễn thông, công nghệ thông tin, ngành Bưu chính cũng đang trên đà cải cách, phát triển để cung cấp các dịch vụ với chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng nhiều của người sử dụng.

Trong một môi trường thông tin bùng nổ như hiện nay, nhiều phương tiện thông tin mới ra đời đặc biệt là Internet, công cụ đắc lực cho cuộc sống hiện đại của tất cả mọi người. Nhờ có Internet khách hàng có thể ngồi nhà với một máy tính nối mạng có thể đặt mua hàng qua mạng, gửi bưu phẩm và thực hiện rất nhiều dịch vụ bưu chính khác mà không phải ra bưu cục như trước đây. Không ai khác được trang bị tốt hơn là Bưu chính trong việc cung cấp dịch vụ chuyển phát cho khách hàng, đặt mua hàng qua Internet. Không một nhà cung cấp dịch vụ nào có thể có được những kinh nghiệm phù hợp hơn nhà cung cấp dịch vụ bưu chính trong việc kinh doanh với khách hàng... Làm thế nào để Bưu chính có thể hoạt động hiệu quả, độc lập nhưng vẫn bảo đảm nghĩa vụ cung cấp dịch vụ phổ cập, cộng đồng? Làm thế nào để có thể tìm được phương hướng phát triển

http://tieulun.hopto.org

thông qua những thay đổi lớn lao của thị trường thông tin mà chúng ta đang chứng kiến?

Cuốn sách này giới thiệu những vấn đề đang đặt ra đối với ngành Bưu chính như cải cách, môi trường, xu hướng phát triển, luật bưu chính... để ngành Bưu chính có thể phát triển mạnh mẽ trong kỷ nguyên Internet.

Để hoàn thành cuốn sách sớm đến tay bạn đọc, trong quá trình biên soạn, chắc chắn tác giả không thể tránh được những thiếu sót. Chúng tôi mong nhận được nhiều ý kiến đóng góp để rút kinh nghiệm nhằm hoàn thiện hơn.

Mọi góp ý xin gửi về địa chỉ:

Trung tâm Thông tin Bưu điện

142 Lê Duẩn, Hà Nội

Trung tâm Thông tin Bưu điện

http://tieulun.hopto.org

MỞ ĐẦU

"Một lần nữa gửi thư": đề tài nghiên cứu đầu tiên của quá trình cải cách bưu chính

Cuốn sách "Một lần nữa gửi thư: Cải cách ngành Bưu chính" của hai tác giả Kumar Ranganathan và Rohini Dey (Mỹ) xuất bản năm 1996 đưa ra một nghiên cứu toàn diện đầu tiên về quá trình cải cách bưu chính. Sự cần thiết nâng cao hiệu suất bưu chính đòi hỏi ngành Bưu chính phải đổi mới nhằm đáp ứng việc tự do hóa các thị trường bưu chính và toàn cầu hóa thương mại và công nghiệp.

Để đáp ứng được với những thay đổi Bưu chính nhà nước phải sắp xếp chuyển đổi thành các công ty bưu chính với những "màu sắc" khác nhau. Việc cải cách luật, tổ chức lại nội bộ, và việc ứng dụng công nghệ đã và đang chuyển đổi các dịch vụ bưu chính thuộc chính phủ thành các doanh nghiệp thương mại với nhiều mục tiêu kinh doanh và hoạt động tham vọng. Một số các cơ quan Bưu chính đang thực hiện bước tiến cuối cùng trong việc cổ phần hóa các hoạt động của mình.

Tuy nhiên, bên cạnh những cải cách về luật bưu chính và cải cách lại tổ chức, vấn đề cơ bản nhất đặt ra cho ngành Bưu chính phải giải quyết vẫn là "nhiệm vụ cơ bản của một nhà cung cấp dịch vụ bưu chính là gì?". Vào thời điểm mà cuốn sách xuất bản năm 1996 và hiện nay nhiệm vụ cơ bản của ngành Bưu chính vẫn là phải thực hiện phổ cập dịch vụ bưu chính với chất lượng cao nhất với mức cước phí thấp nhất như có thể.

http://tieulun.hopto.org

Thế giới truyền thông đang thay đổi

Trong khi nhiệm vụ cơ bản này không hề thay đổi thì đã có một sự thay đổi lớn về môi trường xung quanh ngành Bưu chính. Sự thay đổi đáng kể nhất là sự tăng trưởng bùng nổ và phát triển của công nghệ thông tin (CNTT), trong đó phải kể đến Internet. Tầm quan trọng của việc tiếp cận sản phẩm của các công nghệ hiện đại này trong một nền kinh tế đang toàn cầu hóa để các tổ chức toàn cầu bớt đi "sự ngăn cách số" giữa các nước được cập nhật nhiều thông tin và các nước được cập nhật ít thông tin là một ưu tiên phát triển lớn nhất hiện nay. Thật đáng tiếc, những tiến bộ đột phá này trong CNTT đã làm cho một số nhà quan sát kết luận ngành Bưu chính là một ngành công nghiệp "hoàng hôn" và những ngày tươi đẹp đã là quá khứ.

Đây là kết luận vội vàng và chưa được chứng minh. Trong khi tương lai của ngành Bưu chính thực sự đang gặp thách thức hơn bao giờ hết thì giá trị tiềm năng của bưu chính như là một nhà cung cấp thông tin cơ bản và mối liên hệ của nó với nền kinh tế tri thức ngày càng đóng vai trò lớn hơn. Trên thực tế, mở cửa, toàn cầu hóa thị trường và các công nghệ số đang phát triển nhanh chóng là sự thách thức lớn đối với ngành Bưu chính. Đó cũng là những cơ hội tuyệt vời để đóng góp vào sự thịnh vượng kinh tế và sự tiến bộ xã hội đối với ngành Bưu chính.

Một tương lai với những thách thức và các cơ hội

Ví dụ, sự tự do hóa thị trường đã làm giảm sự độc quyền bưu chính và tăng cường sự cạnh tranh cho các sản phẩm bưu chính truyền thống, và nó cũng đã thuyết phục nhiều chính phủ các nước rằng nhà khai thác bưu chính công cộng phải có sự tự chủ và khả năng tài chính vững chắc để cạnh tranh có hiệu quả trong khi vẫn thực hiện dịch vụ phổ cập

http://tieulun.hopto.org

bưu chính. Chính phủ các nước cần phải tiếp tục tài trợ những cải cách luật bưu chính và đầu tư có mục tiêu vào các nhà khai thác bưu chính công. Kết quả của những cải cách đó đa mang lại hiệu quả về mặt tài chính, hiệu suất hoạt động và sự đóng góp chung vào sự tăng trưởng kinh tế quốc gia được nâng cao.

Tương tự như vậy, sự toàn cầu hóa ngày càng lớn và các rào cản thương mại ngày càng ít đi đã thúc đẩy sự cạnh tranh ở thị trường bưu chính các nước. Đường biên giới giữa các quốc gia đã bị lu mờ đi và sự hợp tác tương tác lẫn nhau là điều mà các cơ quan bưu chính hàng ngày đang gặp phải. Một lần nữa, những thách thức mới này đồng thời cũng đưa lại những cơ hội mới. Bưu chính các nước hiện nay đang tận dụng lợi thế của một hệ thống cạnh tranh hơn và mở cửa để hợp tác và thành lập các liên doanh liên kết, các liên minh với các cơ quan liên quan và khu vực tư nhân. Họ tin tưởng rằng những nỗ lực chung này, nếu được cấu trúc hợp lý, có thể sử dụng sức mạnh tổng hợp của những hoặc nhiều nhà khai thác để đưa ra một dịch vụ "toàn diện" hơn.

Thêm nữa, những tiến bộ nhanh chóng của các công nghệ thông tin điện tử đã tạo ra một thách thức thực sự đối với bưu chính truyền thống. Nhu cầu ngày càng tăng về các dịch vụ truyền thông phải nhanh hơn, rẻ hơn, linh hoạt hơn có nghĩa là các dịch vụ bưu chính phải thường xuyện nghĩ đến những biện pháp để giữ và phát triển thêm khách hàng truyền thông hiện nay.

Kết hợp các mạng số với bưu chính - một mục tiêu hợp tác

Các tiến bộ trong công nghệ hiện nay mang lại những cơ hội lớn cho ngành bưu chính. Bằng cách kết hợp sức mạnh truyền thống và khả năng của các dịch vụ bưu chính với tính

http://tieulun.hopto.org

linh hoạt và tốc độ của phương tiện điện tử, một loạt các dịch vụ mới có thể được xây dựng để đáp ứng các nhu cầu mới của khách hàng về các dịch vụ truyền thông giá trị gia tăng. Một vài trong số những ứng dụng này như là hiển thị và thanh toán hóa đơn điện tử, ủy nhiệm bên thứ ba, tem điện tử, các dịch vụ chỉ dẫn và cùng với thư điện tử an toàn.

Việc hợp nhất mạnh mẽ các mạng lưới bán lẻ và chuyển phát với phương tiện điện tử và Internet vẫn đang ở những giai đoạn đầu tiên. Các khả năng to lớn trong các lĩnh vực như các dịch vụ tài chính, ứng dụng kinh doanh điện tử, và sự chuyển đổi các bưu cục thành "Các trung tâm truyền thông" cho phép phổ cập truy nhập Internet mà hiện nay vẫn đang được nghiên cứu và triển khai.

Các dịch vụ bưu chính cũng liên tục tìm kiếm cách kết hợp các công nghệ thông tin hiện đại vào những hoạt động của các dịch vụ bưu chính để tăng năng suất và giảm các chi phí. Ví dụ, mã vạch điện tử trong chia chọn thư, các hệ thống tìm kiếm và theo dõi các bưu phẩm ghi số và các hệ thống thông tin quản lý tiên tiến.

Một phần của cuốn sách sẽ đề cập đến quá trình cải cách bưu chính ở một số nước đang phát triển và phát triển với một số bài học được rút ra từ thực tiễn cải cách. Những ví dụ của các nước ở đây là đáng khích lệ nhưng mỗi nước phải có cách đi riêng. Và cuốn sách này chỉ muốn đề cập đến cải cách bưu chính như là một hiện tượng toàn cầu.

Các dịch vụ bưu chính hiện đại là một nhân tố quan trọng trong sự phát triển...

Năm 1996 được lấy làm mốc thời gian bắt đầu của quá trình hiện đại hóa bưu chính. Nhiều dự án bưu chính được Ngân hàng thế giới (WB) tài trợ hiện nay đang được triển khai và nhiều dự án nữa đang được chuẩn bị.

http://tieulun.hopto.org

Chúng ta tin tưởng rằng một ngành Bưu chính đủ mạnh có thể hỗ trợ sự phát triển kinh tế - xã hội. Một mạng lưới bưu chính mạnh mẽ có thể vươn tới mọi người dân mà nhiều người trong số họ vẫn chưa có được các phương tiện truyền thông với thế giới bên ngoài. Bằng cách cung cấp mức độ truyền thông phổ cập, bưu chính cũng có thể hỗ trợ sự tiếp cận thông tin tăng lên, điều này là rất cần thiết cho công cuộc xóa đói giảm nghèo trong kỷ nguyên thông tin. Nhưng các dịch vụ bưu chính còn làm được nhiều hơn thế; chúng có thể kết nối mọi người và tăng mức độ phát triển và liên kết xã hội. Đối với các doanh nghiệp, cả các dịch vụ bưu chính hiệu quả lớn và nhỏ là những phương tiện quan trọng để quảng cáo và phân phối hàng hóa và dịch vụ của họ..

Giống như đường xá, viễn thông, nước và điện, các dịch vụ bưu chính là hạ tầng cơ sở cần thiết cho sự phát triển kinh tế. Ở nhiều nước, các dịch vụ bưu chính cung cấp các dịch vụ ngân hàng cơ bản mà hiện nay vì nhiều lý do ở những vùng sâu vùng xa vẫn chưa được tiếp cận. Các dịch vụ bưu chính không chỉ vươn tới các miện của đất nước mà còn tới mọi vùng của thế giới. Tóm lại, thậm chí sau nhiều thế kỷ tồn tại, Bưu chính vẫn là hình thức truyền thông tiếp cận một cách kinh tế và phổ cập nhất.

... nhưng những cải cách lớn là cần thiết

Mặc dù có lịch sử lâu dài, hiện nay ngành công nghiệp bưu chính đang phải tự mình tiến hành những thay đổi lớn. Sự cạnh tranh ngày càng lớn, tìm kiếm những khách hàng mới, những tiến bộ công nghệ và toàn cầu hóa kinh doanh đang tạo ra những thách thức to lớn đối với ngành dịch vụ phổ thông này. Hiện nay, những làn gió mới đã làm thay đổi đáng kể nhiều hệ thống bưu chính ở các nước khi mà thị

http://tieulun.hopto.org

trường bưu chính thay đổi từ một môi trường hợp tác sang cạnh tranh.

Trong khi hiện đại hóa bưu chính đang diễn ra chậm chạp, ngành Bưu chính vẫn có yêu cầu cần thiết đối với các hệ thống bưu chính chất lượng cao có thể tận dụng ưu điểm của các cơ hội mới và đáp ứng được các thách thức trong tương lai. Cải cách trong ngành Viễn thông đã diễn ra nhanh chóng hơn, để lại ngành bưu chính đằng sau. Ngành Bưu chính phải hoạch định lại chính sách và cơ cấu tổ chức doanh nghiệp. Những tiến bộ đáng kể về sự chủ động, chất lượng dịch vụ, năng suất, tập trung kinh doanh và sự đứng vững về tài chính là rất cần thiết nếu các dịch vụ bưu chính ở các nước đang phát triển muốn tồn tại và đáp ứng được các yêu cầu truyền thông mới.

Trong khi ngành Viễn thông đi trước trong việc cải cách, thì ngành Bưu chính đang phải trải qua những cải cách pháp lý, quy định, tổ chức riêng và xây dựng một nền tảng cho sự phát triển của toàn ngành. Sự mở cửa thị trường (từng bước) là những thành phần quan trọng của quá trình này, do đó cũng cần phải xác định rõ các nghĩa vụ phổ cập dịch vụ và quyết định quan hệ pháp lý cho nhà khai thác bưu chính hiện nay.

Các dịch vụ bưu chính có thể kết nối nền kinh tế mới và cũ

Các mạng lưới bưu chính (thu gom, vận tải và phân phát thư, các quầy bán lẻ) có thể được sử dụng cho một loạt các dịch vụ giá trị gia tăng. Một hệ thống bưu chính hiện đại có thể hỗ trợ cung cấp các giải pháp ủy thác để tích hợp các luồng dữ liệu, các luồng vật lý và các luồng tài chính. Ngành bưu chính cũng có thể thực hiện các chức năng đáp ứng và phân phát cho thương mại điện tử (TMĐT) ("tốc độ bit trở

http://tieulun.hopto.org

thành hộp thư") cũng như các trung tâm ủy thác và các dịch vụ thanh toán cho các doanh nghiệp và khách hàng. Và cuối cùng, việc sử dụng các quầy bán lẻ như là các điểm truy nhập Internet qua các đầu cuối công cộng chỉ là sự bắt đầu được khai thác và thẩm định.

Thậm chí "không gian ảo" có một khía cạnh thực và ở đó các dịch vụ bưu chính tin cậy đang và sẽ là yêu cầu cao. Các hệ thống bưu chính ở các nước đang và sẽ được hỗ trợ để cải tiến đáng kể việc xác định vị trí như là công cụ hỗ trợ cho kinh doanh điện tử. Tuy nhiên, nền tảng của các dịch vụ bưu chính cơ bản hiện nay là điều kiện tiên quyết cần thiết để cung cấp các giải pháp giá trị gia tăng và kinh doanh điện tử trong tương lai. Tất nhiên, một hệ thống bưu chính vững chắc và ủy thác được là một hệ thống có đủ khả năng thực hiện trao đổi thông tin và tài chính phức tạp sẽ là trái tim của "nền kinh tế mới".

Những triển vọng tươi sáng cho ngành Bưu chính

Sau khi bắt đầu xây dựng một nền tảng các dịch vụ cơ bản hiệu quả, bưu chính sẽ là nơi tuyệt vời để đa dạng dây chuyền sản phẩm và phát triển các giải pháp đổi mới đáp ứng với những yêu cầu mới của khách hàng. Nền Kinh tế mới cần một ngành công nghiệp bưu chính có đủ khả năng thực hiện những giải pháp này.

http://tieulun.hopto.org

Chương 1

TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG TRUYỀN THÔNG

1.1. XÁC ĐỊNH THỊ TRƯỜNG

Từ triển vọng của các nhà khai thác bưu chính truyền thống, thị trường truyền thông có thể được định nghĩa hẹp lại là một tập hợp các sản phẩm/dịch vụ thay thế trực tiếp thư tín, bao gồm cả bưu phẩm LC (thư và bưu thiếp bao gồm cả bưu phẩm ưu tiên) và AO (các vật phẩm hoặc các bưu phẩm không ưu tiên). Thực chất, thư là phương tiện trao đổi thông tin viết giữa người gửi và người nhận.

Tuy nhiên, các thông tin được chuyển đi không chỉ qua hình thức viết, mà còn qua hình thức nghe và nhìn. Thông tin cũng có thể được chuyển tải theo những cách khác ngoài cách một tới một (giữa người gửi và người nhận), ví dụ thông qua báo chí, sách, tạp chí và các phương tiện tương tự.

Một định nghĩa thị trường truyền thông hẹp sẽ là những thay thế gần gũi cạnh tranh trực tiếp với bưu phẩm được chuyển phát theo cách truyền thống trong khi một định nghĩa rộng hơn đề cập đến những phương tiện thay thế rộng hơn ví dụ như báo, tạp chí, đài và tivi.

http://tieulun.hopto.org

- Thư vật lý (được chuyển đi bằng các phương tiện vận chuyển)

- Điện thoại

- Fax

- Thư điện tử

- Bưu phẩm lai ghép.

1.2. VỊ TRÍ TOÀN CẦU

Theo dự án Bưu chính 2005 của UPU thị phần thư tín vật lý của thị trường truyền thông thế giới năm 1995 (về khối lượng) đạt khoảng 20%, trong khi fax và điện thoại chiếm 75%, và thư điện tử chiếm 5%. Bưu phẩm lai ghép chưa có sự thống kê. Dựa trên nghiên cứu này, vào năm 1995 tổng khối lượng bưu phẩm của thế giới đạt 403.000 triệu bưu phẩm, khối lượng bưu phẩm truyền thông tương đương của thế giới (hay còn gọi là "thư tín") theo yêu cầu là 2.015.000 triệu bưu phẩm.

Hình thức truyền thông một-tới-một thông qua các phương tiện vận tải thông thường nay đã chuyển dần sang truyền thông bằng phương tiện điện tử/điện từ đặc biệt là trong vòng 50 năm qua. Việc giảm thị phần khối lượng thư tín vật lý trên thị trường truyền thông là một xu hướng tất yếu.

Dự án Bưu chính 2005 của UPU nhận định truyền thông điện tử sẽ tăng trưởng gấp hai lần so với thư tín vật lý và tăng 60% so với tốc độ tăng trưởng GDP (tổng sản phẩm quốc nội) trong mười năm đến năm 2005. Trong thời gian này, thị trường truyền thông nhìn chung sẽ tăng trưởng 5,6%/năm, thư tín vật lý chỉ tăng 2,5% hàng năm.

Mặc dù nền kinh tế thế giới tiếp tục tăng trưởng cho tới năm 2005 và khối lượng bưu chính cũng sẽ tăng, nhưng thị

http://tieulun.hopto.org

phần sẽ giảm. Tới năm 2005, thị phần thư tín vật lý chỉ chiếm một phần nhỏ, chưa đến 15% trên toàn bộ thị trường truyền thông.

Trong giai đoạn 10 năm tới năm 2005, căn cứ vào tốc độ tăng trưởng khối lượng bưu phẩm thế giới trung bình là 2,5%, các nước thu nhập cao và thấp sẽ có tốc độ tăng trưởng lưu lượng là 2,3% và 2%, ngược lại với các nước thu nhập trung bình là 5,8%.

Sau năm 2005, tốc độ tăng trưởng của thị trường truyền thông có thể dự đoán như sau: Riêng thương mại điện tử (TMĐT) sẽ mang lại sự thay đổi đáng kể cho các doanh nghiệp, các khách hàng, chính phủ và nền kinh tế các quốc gia. Sự phát triển của Internet và TMĐT vẫn còn non trẻ, là hai chứng minh của một làn sóng phát triển tương tự như trong thế kỷ IXX là ngành đường sắt và ngành ô tô trong thế kỷ XX. Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) xem TMĐT như là "một phần của quá trình thay đổi xã hội rộng lớn, được ghi nhận bởi xu hướng toàn cầu hóa các thị trường, sự hướng tới một nền kinh tế tri thức và thông tin... mà có thể tiếp tục tiến xa trong tương lai.

Một giả định thận trọng là trong vòng từ nay đến năm 2010, tốc độ tăng trưởng của ngành truyền thông hàng năm sẽ tiếp tục tăng 5% - một sự suy giảm tốc độ trong dự đoán tốc độ tăng trưởng 10 năm cho đến năm 2005. Nhiều sản phẩm và các dịch vụ mới sẽ tiếp tục được đưa vào thị trường – một số thay thế trực tiếp phương tiện truyền thông viết, một số khác làm phong phú dữ liệu, giáo dục, thông tin và các lựa chọn giải trí hiện nay. Khách hàng có thể có được hàng loạt những sự lựa chọn phong phú. Trong khi đó thị phần thư tín vật lý sẽ tiếp tục giảm là điều không tránh khỏi. Mặc dù thư tín vật lý có thể tiếp tục tăng trưởng ở tốc độ thấp hơn nền kinh tế nói chung.

http://tieulun.hopto.org

Tuy nhiên, một kết luận quan trọng được đưa ra là bưu chính không phải là một "ngành xế chiều", nó sẽ tiếp tục đóng một vai trò đáng kể trong hạ tầng cơ sở của nền kinh tế và xã hội.

1.3. PHÂN LOẠI CÁC NƯỚC THEO NHÓM THU NHẬP

Thành phần thị trường truyền thông năm 1995 đã phân biệt sự khác nhau đáng kể giữa các nước thu nhập thấp, trung bình và cao. Các tốc độ thay đổi trong mười năm sau năm 1995 cũng đã khá khác nhau như các bảng dưới đây:

Bảng 1. Sự sụt giảm của thị trường truyền thông năm 1995

	Các nước thu nhập thấp	Các nước thu nhập TB	Các nước thu nhập cao	Thế giới
Thư tín vật lý	43,1%	5,8%	27,9%	19,6%
Fax	18,6%	0,5%	8,2%	6,0%
Điện thoại	35,2%	93,3%	51,7%	69,1%
Thư điện tử	2,1%	0,3%	12,2%	5,2%
Bưu phẩm lai ghép	1,0%	0,1%	0,0%	0,2%

Bảng 2. Sự sụt giảm của thị trường truyền thông năm 2005

	Các nước thu nhập thấp	Các nước thu nhập TB	Các nước thu nhập cao	Thế giới
Thư tín vật lý	36,7%	5,3%	19,8%	14,5%
Fax	20,4%	0,8%	6,5%	5,1%
Điện thoại	28,7%	92,4%	49,4%	68,0%
Thư điện tử	11,8%	0,7%	23,7%	11,6%
Bưu phẩm lai ghép	2,5%	0,8%	0,6%	0,9%

Thư tín vật lý hiện nay chiếm một thị phần rất cao chủ yếu ở các nước thu nhập thấp. Lưu lượng điện thoại và fax thống trị ở tất cả các nước trên thế giới. Thư điện tử đã nắm

http://tieulun.hopto.org

giữ một thị phần đáng kể ở các nước thu nhập cao, phản ánh sự tham gia sớm của nước này vào lĩnh vực thư điện tử.

Trong thập kỷ qua, thư điện tử đã xâm nhập đáng kể vào thị phần của tất cả phương tiện điện tử lẫn chuyển phát thư tín vật lý. Bưu phẩm lai ghép không được dự đoán là một dịch vụ tăng trưởng lớn.

1.4. TIẾP CẬN VỚI CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG

Tiếp cận các mạng lưới rõ ràng là quan trọng đối với việc sử dụng dịch vụ. Dự án bưu chính 2005 cho thấy vào năm 1995, sự tiếp cận thư tín vật lý của công chúng đạt tỷ lệ 90% và ở một số nước con số này còn hơn, trừ châu Phi là 78%. Còn các doanh nghiệp bưu chính ở bất cứ nước nào cũng đạt tỷ lệ cao.

Trong một thập kỷ qua, khoảng cách giữa các nước thu nhập cao và thấp về tiếp cận điện thoại, fax và thư điện tử đã được thu hẹp một cách đáng kể. Điều này phản ánh các cơ hội kinh doanh và thương mại nhìn chung tuân theo các xu hướng toàn cầu hóa và tự do hóa đang tác động vào các thị trường thế giới.,

1.5. SỰ THAY THẾ VÀ BỔ SUNG

Dự án Bưu chính 2005 cho thấy việc mất thị phần của thư tín vật lý chỉ bị tác động phần nào do "sự thay thế". Sự thay thế được định nghĩa là sự mất thị phần do khách hàng chuyển sang sử dụng các phương tiện truyền thông khác. Ví dụ, không phải tất cả các cuộc gọi điện thoại đều ảnh hưởng đến các bưu phẩm, dịch vụ phi thoại.

Mức độ sẵn sàng của người sử dụng chuyển sang các dịch vụ khác (mức độ khả năng thay thế) thay đổi giữa các phân đoạn thị phần. Dựa trên những nghiên cứu được tiến hành ở châu Âu, mức độ về khả năng thay thế là thấp nhất đối với

http://tieulun.hopto.org

hộ gia đình đến hộ gia đình và cao nhất đối với doanh nghiệp đến doanh nghiệp, với hộ gia đình đến doanh nghiệp và doanh nghiệp đến hộ gia đình là ở mức trung bình. Tuy nhiên, từ quan điểm của người tiêu dùng, mức độ thay thế liên quan chặt chẽ đến các đặc tính dịch vụ cụ thể và các đặc tính có thể đáp ứng yêu cầu của khách hàng như thế nào. Các yếu tố như tốc độ, sự đảm bảo, sự thoải mái khi sử dụng và độ tin cậy trong quá trình sản xuất sẽ ảnh hưởng đến khách hàng khi họ lựa chọn một phương tiện truyền thông, chứ không phải yếu tố về giá cả. Có thể nhận thấy rằng việc đánh giá những yếu tố thay thế là rất khó khăn, và những yếu tố này không đủ tin cậy để sử dụng trong các dự đoán nhu cầu.

Thư tín vật lý trên thị trường phải chịu sự thay thế và bổ sung. Trong khi sự thay thế là chuyển đổi yêu cầu (và như vậy giảm yêu cầu đối với thư tín vật lý) từ thư tín vật lý thì sự bổ sung tạo ra một bưu phẩm song song. Một ví dụ về sự bổ sung là việc gửi fax và ngành Bưu chính sẽ gửi đi một thông báo xác nhận đã gửi fax. Các ví dụ khác của sự bổ sung bao gồm việc gửi các catalogue như là gửi thư quảng cáo bằng thư điện tử hoặc việc chuyển phát các thông báo kế toán hàng tháng liên quan đến các thẻ tín dụng (như là sự thay thế hình thức thanh toán séc đã dẫn tới việc giảm khối lượng bưu phẩm).

Báo cáo gần đây của OECD liên quan đến TMĐT đã đề cập:

"... với sự xuất hiện của công nghệ mới được phổ biến rộng rãi, đã có những dự đoán lạc quan và bi quan quá mức, mà nhìn chung là không chính xác (mua hàng qua Bưu điện không thay thế được kinh doanh bán lẻ truyền thống và máy video cassette (VCR) không thay thế được giáo viên). Đây không phải là lần đầu tiên tất cả các nước bị đặt vào sự truyền bá rộng rãi các công nghệ thông tin và truyền thông;

http://tieulun.hopto.org

trong vòng hơn 20 năm từ 1874 đến 1895, máy đánh chữ, điện thoại, máy quay đĩa, đèn điện, phiếu đục lỗ, nhà máy thủy điện, tổng đài điện thoại tự động, điện ảnh và phát thanh đã được phát minh...".

Cần cẩn trọng trong khi dự báo sự ảnh hưởng của công nghệ đối với khối lượng thư tín vật lý trong tương lai.

Các dịch vụ bưu chính tìm kiếm chỗ đứng trực tuyến

Việc thư điện tử ngày càng trở nên phổ biến cho thấy một dự báo đã quen thuộc hiện nay: đó là một công nghệ nhắn tin mới sẽ nhanh chóng chấm dứt nhu cầu gửi thư truyền thống. Nhưng ngay cả phát thanh cũng không chấm dứt hoàn toàn loại báo viết và truyền hình không thay thế được phát thanh, con người vẫn phải gửi thư theo kiểu "rùa bò" với số lượng lớn.

Tuy nhiên, nhiều nhà khai thác dịch vụ bưu chính, trong đó có Bưu chính Mỹ và Canada đang chấp nhận rằng Web sẽ sớm thu hút những lượng thư lớn. Ngành Bưu chính vì vậy phải nhanh nhạy trong việc nắm bắt khách hàng muốn gì, có thể cung cấp công nghệ nào?. Trong tình hình đó, bưu chính phải chuẩn bị sẵn sàng thách thức trước Internet là một công nghệ có sức ảnh hưởng to lớn và hoàn toàn có thể làm giảm khối lượng bưu phẩm thông thường. Bao nhiêu và như thế nào thì thời gian sẽ trả lời. Nhưng đó cũng là một công nghệ hỗ trợ; chúng ta đã chứng kiến những cơ hội to lớn để có thể vươn tới nhiều khách hàng hơn theo cách giàu có hơn nhờ có Internet.

Để nắm được thị phần kinh doanh điện tử, các dịch vụ bưu chính sẽ không chỉ phải tạo ra hoặc cung cấp các dịch vụ trực tuyến hữu ích hỗ trợ cho các dịch vụ bưu chính hiện nay đơn giản hơn hoặc thuận tiện hơn nhưng cũng làm cho khách hàng nhận thức được các khả năng Web mới.

http://tieulun.hopto.org

Nếu một người sử dụng muốn một dịch vụ thư điện tử được mã hóa thì người đó sẽ phải đến một công ty thư điện tử để thực hiện mã hóa. Suy nghĩ đầu tiên của người sử dụng là mong muốn không phải đi đến bưu cục mà vẫn thực hiện được việc đó.

Chuẩn bị cho một tương lai điện tử

Trong vòng 4 đến 5 năm tới, Bưu chính Mỹ và Canada sẽ chứng kiến khối lượng bưu phẩm giảm đáng kể vì việc thanh toán và hiển thị hóa đơn cũng như các dịch vụ như bưu phẩm lớn và thiệp điện tử mục tiêu sẽ nhận được sự chú ý của khách hàng.

Ngành Bưu chính đang hướng tới tương lai, hướng tới TMĐT. Để khái niệm trực tuyến trở nên phổ biến hơn, Bưu chính Canada đã cung cấp hộp thư điện tử miễn phí cho người dùng thông qua trang web www.epost.ca, ở đó khách hàng có thể nhận thư một cách an toàn. Chương trình ban đầu được thiết lập để thanh toán và hiển thị hóa đơn trực tuyến nhưng đã được mở rộng do tiềm năng quảng cáo có mục tiêu. Các khách hàng hiện nay có thể lựa chọn trong số 50 đến 100 nhà cung cấp và quyết định chính xác quảng cáo của công ty nào mà họ muốn nhận. Hiện nay, chương trình này có khoảng 100.000 người tham gia. Bên cạnh đó, Bưu chính Canada đã mở dịch vụ bưu kiện điện tử (eParcel) và kho hàng điện tử (eStore). Một phần mềm dựa trên web được phát triển trong nhà, dịch vụ bưu kiện điện tử có thể tích hợp với một địa chỉ của người bán lẻ giúp khách hàng có thể lựa chọn hình thức chuyển phát; cửa hàng điện tử, một ứng dụng trực tuyến, tạo ra một mặt tiền ảo kết hợp công nghệ bưu chính với một đường phố buôn bán ảo gồm khoảng 400 người bán lẻ.

http://tieulun.hopto.org

Bưu chính Canada và Mỹ bị cuốn hút bởi dịch vụ PosteCS, một dịch vụ theo dõi và phân phát thư tín bảo đảm được mở từ tháng 4/2000 và cũng nhận được sự hỗ trợ của công ty La Poste của Pháp. Bưu chính Mỹ cũng hợp tác với CheckFree để hình thành eBillPay, một dịch vụ thanh toán điện tử, cũng vào tháng 4/2000. Bên cạnh đó, Bưu chính Mỹ còn cung cấp nhãn bưu chính điện tử mà dấu thời gian và ngày được ghi lại trên văn bản hoặc tệp điện tử và thông báo cho người sử dụng can thiệp vào.

Một điều nữa mà Internet và công nghệ cho phép chúng ta giảm chi phí trong nước, và đó thực sự là một điều đáng kể. Bưu chính sử dụng Internet như rất nhiều công ty khác là để giảm chi phí hành chính và sau đó thúc đẩy hạ tầng để cải tiến các sản phẩm chính và cung cấp các sản phẩm khác liên quan đến Internet.

Bưu chính Mỹ đã có một số dịch vụ kích thích nhu cầu của khách hàng, gồm có một địa chỉ web trung tâm để trình bày các thông tin về thay đổi địa chỉ và để lựa chọn công ty nào, như một tờ tạp chí hoặc các công ty bảo hiểm, tự động nhận địa chỉ cập nhật, và chương trình hộp thư điện tử an ninh của riêng Bưu chính Mỹ.

Trông đợi truyền thống

Một số nhà phân tích mong muốn Bưu chính Mỹ mở rộng phạm vi của mình và một loạt các dịch vụ trong kỷ nguyên Internet. Bưu chính Mỹ được xem như là một tổ chức hoàn thiện để ban hành các chứng thực số và chuyển tiền.

Tại sao người sử dụng phải yêu cầu chuyển tiền và gửi nó đi cho ai đó? Tại sao họ không thể đi ra bưu cục và đưa cho bưu cục 20$ và lại để người nhận ra bưu cục và nhận nó, hãy cắt giảm thủ tục hành chính này. Khi khách hàng lên mạng, các dịch vụ bưu chính sẽ gặp phải vấn đề về chứng thực nhân

http://tieulun.hopto.org

thân và các đối thủ cạnh tranh cũng cung cấp dịch vụ bưu chính.

Mặc dù Bưu chính Mỹ xử lý 200 triệu bưu phẩm/năm, nhưng Bưu chính Mỹ đang tìm kiếm khả năng tăng cường sự trực tuyến trên mạng và thực hiện dịch vụ thư và các dịch vụ điện tử trong tương lai. Ví dụ như chương trình tem trực tuyến bán được 12 triệu USD trong vòng 6 tháng. Chương trình địa chỉ điện tử cung cấp cho người sử dụng một địa chỉ điện tử duy nhất và vĩnh viễn, kết nối với địa chỉ thực trong chỉ dẫn của Bưu chính Mỹ. Bưu chính Mỹ là một trong những nhà đầu tư lớn nhất vào công nghệ đọc ký tự quang và công nghệ tự động mới sẽ cho phép 80% thư viết tay mà máy tính có thể đọc được.

http://tieulun.hopto.org

Chương 2

MỘT SỐ ĐẶC ĐIỂM CẤU TRÚC DỊCH VỤ BƯU CHÍNH

2.1. DỊCH VỤ PHỔ CẬP

Ở nhiều nước, phạm vi của dịch vụ phổ cập được định nghĩa đơn giản. Hơn 80% các nước không báo cáo được phạm vi của dịch vụ phổ cập hoặc định nghĩa nó với những thuật ngữ chung chung. Điều này cho thấy là ở nhiều nước không thể có một định nghĩa về dịch vụ phổ cập với một vị thế pháp lý.

Khoảng 20% các nước cho biết dịch vụ phổ cập được định nghĩa chính xác hơn trong những trường hợp của riêng nước họ, ngay cả trong luật pháp hoặc trong một số công cụ hợp đồng với chính phủ. Tuy nhiên, thậm chí ở những nước dường như các chỉ số số lượng cho phép giám sát hiệu quả hiệu suất thì trách nhiệm giải trình phải được cụ thể. Ví dụ, các tiêu chuẩn chất lượng phải đạt được, các dịch vụ cụ thể được cung cấp theo nghĩa vụ phổ cập dịch vụ, và các mục tiêu có thể xác định số lượng là những việc đóng góp vào "tiếp cận phổ cập", hoặc "giá cả hợp lý" tất cả cần phải được cụ thể.

Liên quan đến mục đích của dịch vụ phổ cập, một điểm đặc trưng của dịch vụ phổ cập là dịch vụ bưu phẩm cơ bản có

http://tieulun.hopto.org

nước. Tuy nhiên, giữa các nước vẫn có sự khác nhau. Ví dụ, bưu kiện phân biệt trọng lượng là thuộc về dịch vụ phổ cập ở một số nước còn một số nước khác thì không. Tương tự, các dịch vụ tài chính có thể là dịch vụ phổ cập ở một số nước còn ở một số nước khác thì không. Một số ví dụ khác tương tự, nghĩa vụ dịch vụ được mô tả về các điều kiện mạng lưới chứ không hẳn là các dịch vụ được cung cấp.

Khi các chính phủ tiếp tục tách họ khỏi công việc chuyển phát trực tiếp các dịch vụ bưu chính, thì bắt buộc mục đích của dịch vụ phổ cập là nghĩa vụ của các nhà khai thác bưu chính, được xác định rõ ràng. Chỉ như vậy, hiệu suất mới có thể được kiểm soát một cách khách quan và được thực hiện có hiệu quả, chính xác.

2.2. ĐỘC QUYỀN

Sự độc quyền ở một số hình thức nhìn chung vẫn diễn ra trong ngành Bưu chính nhưng chỉ ở một số nước. Các nước đã bãi bỏ độc quyền bưu chính truyền thống gồm có Argentina, Thụy Điển, Phần Lan, Paraguay, New Zealand và Peru. Sự tự do hóa sâu rộng phải kể đến nước Đức và nhìn chung là các nước thuộc Liên minh châu Âu.

Một thực tế hiện nay trong việc điều tiết các dịch vụ bưu chính là việc cấp phép cho các nhà khai thác. Thực tiễn này đã được áp dụng ở những nước mà vị thế của các nhà khai thác đã mang tính cạnh tranh chuyên nghiệp rõ ràng và chính sách của chính phủ thì linh hoạt.

Hệ thống cấp phép có một số ưu điểm là nó có thể đảm bảo các dịch vụ chất lượng (ví dụ như quy định làm mới giấy phép) và cũng có thể được sử dụng để chia sẻ gánh nặng chi phí của dịch vụ phổ cập công bằng hơn giữa các nhà khai thác.

http://tieulun.hopto.org

Thực tiễn cho thấy các dịch vụ chịu sự độc quyền thường là bưu phẩm thư, phần lớn nặng tới 1 kg, nhưng ở một số nước mức giới hạn có thể lên tới 2 kg. Ở một số nước khác, giới hạn độc quyền lên tới 5 hoặc 10 kg, có nước lên tới 30 kg. Thậm chí trong phạm vi tới 1kg vẫn có sự thay đổi đáng kể về mức giới hạn trọng lượng được áp dụng. Nhiều nước mức giới hạn này có thể giảm xuống 500 gr hoặc chỉ còn 250 gr, một số nước thậm chí chưa tới 20 gr. Các nước thuộc cộng đồng châu Âu đã giảm sự độc quyền xuống mức tối đa là 350 gr và đã giảm cước phí 5 lần so với mức cước phí cơ bản; một số nước khác có các rào cản độc quyền thấp hơn. Trong tương lai, ở Liên minh châu Âu các mức độc quyền sẽ tiếp tục giảm và có thể dẫn tới sự chấm dứt độc quyền hoàn toàn.

Ở một số nước, mức cước phí của bưu phẩm là một mức cước cơ bản được định sẵn để miễn mức độc quyền bưu phẩm thư. Đây là một biện pháp được đưa ra để cho phép các đối thủ cạnh tranh thuộc khu vực cổ phần có thể vận chuyển bưu phẩm khẩn cấp.

Bưu kiện có trọng lượng tới 1kg sẽ nằm trong sự độc quyền và trong một số trường hợp là 2 kg; thường được tính là "các gói", "bưu phẩm" hoặc "giấy tờ". Sự độc quyền áp dụng gần như tuyệt đối với việc phát hành tem thư.

2.3. THIẾT LẬP CÁC DỊCH VỤ VÀ CÁC MỨC CƯỚC PHÍ

2.3.1. Các dịch vụ

60% các nước, phạm vi dịch vụ được doanh nghiệp bưu chính cung cấp do chính phủ quy định. 10% trong số các nước này, phạm vi này được luật pháp quy định, còn lại 50%, một bộ, là một cơ quan chủ quản, hoặc chính phủ về một mặt nào đó quyết định phạm vi này.

http://tieulun.hopto.org

40% các nước còn lại, nhà khai thác bưu chính chứ không phải chính phủ sẽ thực hiện các quyết định. Nhóm các nước này bao gồm các nhà khai thác bưu chính có quan hệ pháp lý của các cơ quan chính phủ.

Chính xác mà nói ở hầu hết các nước, ở mức này hay mức khác, chính phủ quyết định quy mô dịch vụ. Từ quan điểm dịch vụ cung cấp cho khách hàng, nhà khai thác chứ không phải là chính phủ sẽ quyết định các dịch vụ nào cung cấp cho thị trường. Nhà khai thác bưu chính được khuyến khích bởi những động cơ kinh doanh, vì vậy họ phải thiết kế các sản phẩm mà thị trường yêu cầu.

Thậm chí ở nước nào mà dịch vụ phải chịu nghĩa vụ dịch vụ phổ cập, thì một điều phù hợp là luật pháp chứ không phải là chính phủ điều tiết các quy định phạm vi dịch vụ phổ cập bắt buộc. Chỉ theo cách này, sự rõ ràng và thống nhất theo thời gian mới được duy trì và trách nhiệm giải trình của nhà khai thác mới được đảm bảo.

2.3.2. Các mức cước phí

Các số liệu cho thấy ở 86% các nước, chính phủ sẽ tham gia quy định các mức cước phí bưu chính, ít nhất cho tới hiện nay khi các dịch vụ ưu tiên được quan tâm. Hình thức tham gia của chính phủ sẽ thay đổi từ việc thiết lập các mức cước phí sang việc xem xét và thiết lập các mức cước phí cụ thể, cả việc xem xét tuân thủ các thỏa thuận hợp đồng hoặc một công thức được thiết lập trước.

Chính phủ tham gia quy định các mức cước phí dựa trên cơ sở kiểm tra và cân bằng quyền lực độc quyền của doanh nghiệp. Tuy nhiên, việc kiểm soát giá của chính phủ đôi khi dựa trên những yếu tố cần thiết lại gây ra sự thiệt hại cho những lợi ích thương mại của các doanh nghiệp bưu chính. Trong công cuộc chống lạm phát, các chính phủ đôi khi cảm

http://tieulun.hopto.org

thấy họ cần phải lãnh đạo thông qua việc thực hiện những ràng buộc cước phí cho những doanh nghiệp họ sở hữu như doanh nghiệp Bưu chính. Chính sách kinh tế quốc gia chắc chắn quan trọng hơn bất kỳ một ngành nào, tuy nhiên nó không công bằng cho một ngành do sự thuận lợi đã được tách riêng.

Kiểm soát mức cước phí bưu chính cùng với những yêu cầu về dịch vụ phổ cập (như cước phí phổ thông) đã làm chệch đáng kể các mức cước phí mà các doanh nghiệp có thể thiết lập - một lần nữa ảnh hưởng bất lợi tới công suất của họ để hoạt động thương mại. Những ảnh hưởng bất lợi trong việc thiết lập cước phí trở nên nghiêm trọng khi các thay đổi thị trường làm xói mòn hiệu lực của sự độc quyền.

Kể từ khi bưu phẩm ưu tiên là sự kinh doanh cơ bản quan trọng của ngành Bưu chính, việc kiểm soát giá của chính phủ là một kiềm chế chính đối với công suất của các doanh nghiệp bưu chính để hoạt động có lãi. Một mục tiêu kinh doanh chắc chắn liên quan tới việc thiết lập cước phí cho tất cả các sản phẩm và các dịch vụ là một yêu cầu lớn của cải cách bưu chính.

2.4. QUẢN LÝ TÀI CHÍNH

2.4.1. Các biện pháp tài chính

Khoảng 50% các công ty cho biết các biện pháp tài chính là để "kiếm lợi nhuận", trong khi 14% mục tiêu là hòa vốn. Trung bình khoảng 34% những tổn thất được bao cấp từ các nguồn kinh doanh khác do doanh nghiệp kinh doanh, ví dụ ngành viễn thông, ngân hàng hoặc đơn giản là các nguồn thu nhập của chính phủ.

Trong khi những số liệu thống kê chưa được dự kiến cụ thể nhằm kết luận những chính sách tài chính của các cơ quan Bưu chính, thì tỷ lệ các đơn vị tiến tới trang trải đầy đủ

http://tieulun.hopto.org

các chi phí đang tăng lên. Điều này dường như cho thấy sự tiến bộ trong việc hướng tới sự quản lý tài chính có trách nhiệm đang diễn ra ở những nước thực hiện cải cách bưu chính.

2.4.2. Các kết quả tài chính

Kết quả tài chính được thể hiện bằng các con số cho thấy, không phải tất cả các công ty đều đạt được lợi nhuận. 42% các doanh nghiệp báo cáo có lợi nhuận, 6% hòa vốn và trung bình hơn 50% bị thâm hụt và thua lỗ.

Những kết quả này cho thấy một số công ty đang đạt được với sự ổn định tài chính trong một giai đoạn dài hơn, những thâm hụt/thua lỗ sẽ được xem xét trong thời gian chuyển đổi.

2.5. NGUỒN NHÂN LỰC

2.5.1. Tình hình nhân sự

85% các công ty tham gia vào dự án bưu chính 2005 cho biết nhân sự của họ đều là nhân viên nhà nước hoặc có một vị trí tương tự. Thậm chí ở những công ty sáp nhập riêng rẽ đã được thành lập để thực hiện các dịch vụ bưu chính, lao động tiếp tục được duy trì là đội ngũ nhân viên nhà nước; và điều này gây nên tính nhạy cảm khi chính phủ xem xét vấn đề cải cách. Mặc dù đã có nhiều tiến bộ trong các lĩnh vực khác của cải cách bưu chính, nhưng việc làm dường như trong phần lớn các trường hợp vẫn gây ra trở ngại.

Trung bình khoảng 15% bao gồm cả các công ty trách nhiệm hữu hạn (TNHH) do chính phủ sở hữu đã được thành lập để quản lý các dịch vụ bưu chính nhà nước và một số các công ty khác đã bắt đầu được cổ phần hóa (cổ phần của nó do cổ phầnsở hữu).

Một số lao động bưu chính được phân loại, vì có sự phân loại tình trạng bưu chính riêng trong phạm trù chung về

http://tieulun.hopto.org

"nhân sự nhà nước". Các điều khoản và điều kiện được đề ra, tuy nhiên các điều khoản này vẫn tương tự với những điều khoản và điều kiện của phần lớn các viên chức nhà nước.

2.5.2. Sự thiết lập tiền thưởng và mức thưởng

Ở nhiều nước, quản lý nguồn nhân lực phụ thuộc vào các chính sách nhà nước. đặc biệt ở những nước mà bưu chính liên quan tới "công vụ nhà nước". Khoảng 65% câu trả lời cho thấy mức thưởng thông thường là "có thể so sánh với các ngành tương tự". Điều này không mấy ngạc nhiên trong một ngành như ngành Bưu chính, độc quyền trong khu vực công ở tất cả các nước.

Thú vị hơn là, thậm chí trong khu vực công, ở gần 20% các nước, lao động bưu chính được báo cáo là được thưởng ở "mức thấp hơn các ngành tương tự". Điều này có nghĩa là mức thưởng thấp hơn cho lao động bưu chính có thể quy cho mức kỹ năng thấp hơn, tiếp đó là điều này gây ra một vấn đề quản lý nghiêm túc, đặc biệt là cho các doanh nghiệp phải đối mặt với cạnh tranh ngày càng lớn từ phía công nghệ và các đối thủ cạnh tranh khác.

http://tieulun.hopto.org

Chương 3

CẢI CÁCH BƯU CHÍNH Ở CÁC NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI

3.1. CẢI CÁCH Ở MỘT SỐ NƯỚC ĐANG PHÁT TRIỂN

3.1.1. Costa Rica

Costa Rica là một đất nước nhiệt đới, nhỏ với 4 triệu dân nằm ở Trung Mỹ, tiếp giáp với Đại Tây Dương và Thái Bình Dương. Nền kinh tế dựa chủ yếu vào nông nghiệp và du lịch, với ngành công nghiệp và sản xuất đang phát triển. Trong những năm gần đây, ngành sản xuất linh kiện điện tử vô tuyến và máy tính đang có những bước phát triển đáng kể.

Gần 50% dân số nước này sống ở thành thị. Trình độ dân trí đạt tỷ lệ 95% nhờ có những tiến bộ gần đây trong giáo dục. Costa Rica được xếp là nước đang phát triển có thu nhập trung bình thấp (Theo xếp hạng của WB năm 2000). Năm 2002 tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Costa Rica xấp xỉ 16,9 tỷ USD. Trong vòng 10 năm qua, GDP hàng năm tăng từ 3 đến 4,5%, và lạm phát dao động trong khoảng 10%. Tỷ lệ thất nghiệp từ 5 đến 7%. Các phương tiện truyền thông đã đạt được mức độ phát triển nhất định, 90% dân số đã có điện thoại cố định (22 máy/100 dân).

http://tieulun.hopto.org

Môi trường cải cách

Costa Rica đã tiến hành một chương trình tăng cường đầu tư nước ngoài, kiểm soát chi tiêu khu vực nhà nước và hội nhập kinh tế với các nước Trung Mỹ và các đối tác nước ngoài khác. Trong những năm gần đây, các cơ quan nhà nước đã trao quyền độc lập điều hành cho nhiều ngành trong đó có ngành viễn thông, điện lực và hệ thống ngân hàng quốc gia. Tuy vậy vẫn có những hạn chế của nhà nước trong việc tiến tới cổ phần hoá các ngành này mặc dù trong ngành Ngân hàng đã có những tiến bộ đáng kể.

Thị trường bưu chính

Thị trường Bưu chính ở Costa Rica còn nhỏ do quy mô nền kinh tế và một thực tế là Costa Rica không có một hệ thống địa chỉ thành thị để nhận biết các tuyến đường phố và từng toà nhà. Vì vậy, các điểm chuyển phát được thiết kế dựa trên nhiều cách, có thể dựa trên khoảng cách từ điểm phát đến nhiều vị trí tham chiếu được biết trước. Kết quả là hơn 60% khối lượng bưu phẩm được chuyển phát đến các thùng thư bưu chính. Việc thiếu một hệ thống địa chỉ được tiêu chuẩn hoá đã hạn chế những nỗ lực để tăng hiệu suất thông qua việc tự động hoá và các thủ tục bưu chính hiện đại khác.

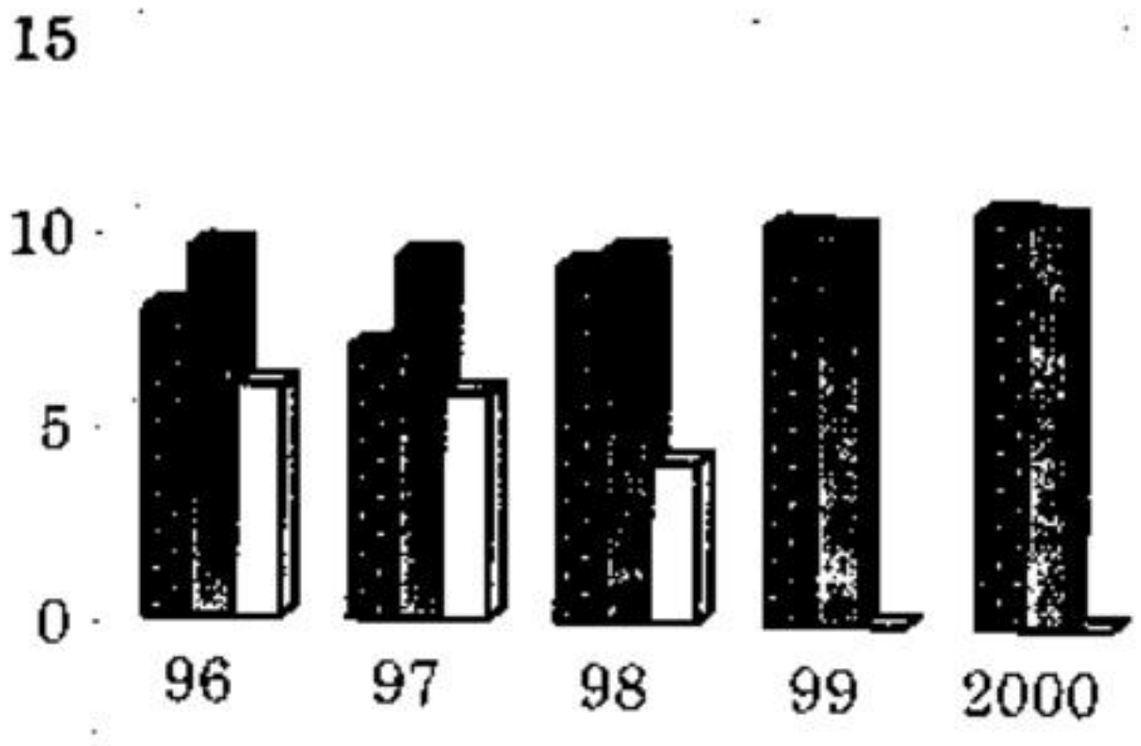
Toàn bộ khối lượng bưu chính xấp xỉ 65 triệu bưu phẩm/năm và trung bình 18 bưu phẩm/người/năm, trong khi đó Trung Mỹ trung bình là 10/bưu phẩm/người/năm và châu Mỹ La-tinh là 15 bưu phẩm/người/năm. 85% của tổng khối lượng bưu phẩm này là thư tín thương mại và của chính phủ. Nhà khai thác công khai thác 43% và 73% các sản phẩm bưu chính truyền thống trên thị trường bưu chính trong nước và quốc tế. Và một phần rất nhỏ thị trường do các công ty khai thác quốc tế như DHL, UPS, FEDEX và TNT thống trị.

http://tieulun.hopto.org

Cơ cấu nhà khai thác công cộng và hiệu suất trước khi cải cách

Trước năm 1996, cơ quan Bưu chính của Costa Rica hoạt động với tư cách là một bộ phận của Cơ quan Truyền thông quốc gia thuộc Bộ Nội vụ. Các luật Bưu chính lần đầu tiên được hình thành vào năm 1885 và được sửa đổi năm 1925 và 1975. Định hướng các vấn đề bưu chính được Ủy ban quốc gia về Truyền thông giám sát và tổng giám đốc điều hành theo định hướng của Ủy ban. Cơ quan Bưu chính nắm giữ độc quyền về các sản phẩm bưu chính và chi phối tất cả các điều luật bưu chính, tuy nhiên thì các quy định này đã không được tuân thủ và thường xuyên bị bỏ qua.

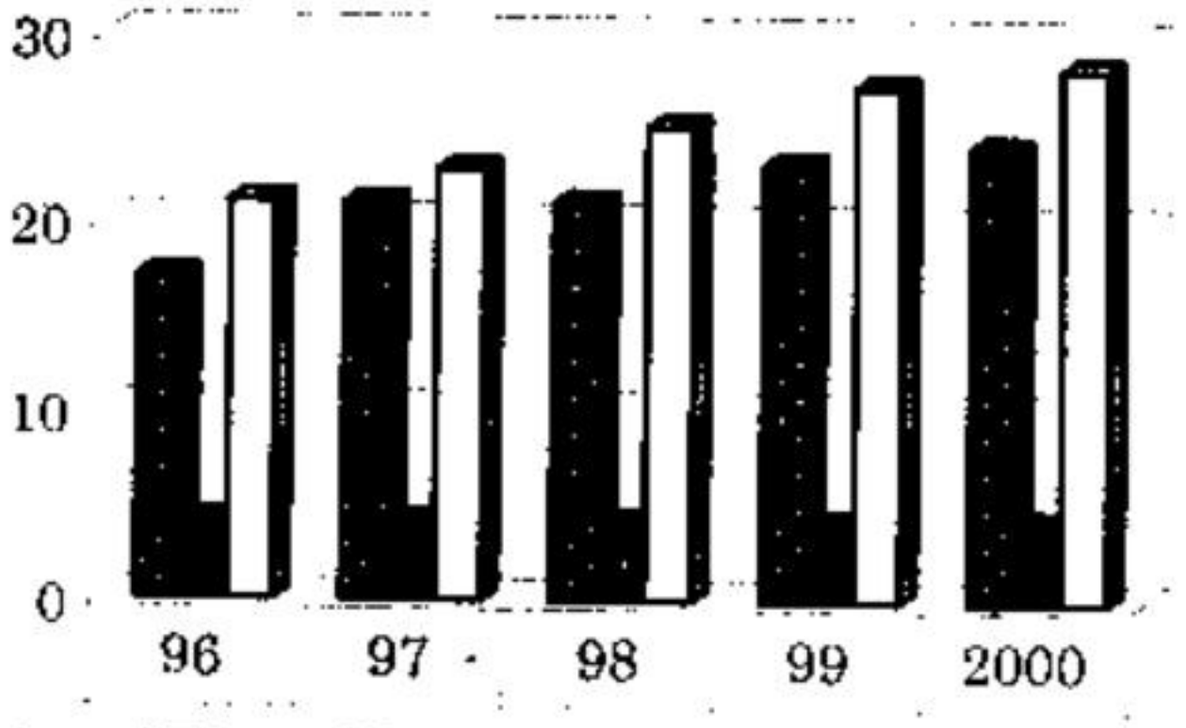
Giá cước của tất cả các dịch vụ bưu chính do Bộ Nội vụ quyết định. Tất cả các chi phí cho nhân sự (xấp xỉ 70% tổng chi phí) được thanh toán ngoài ngân sách nhà nước, trong khi các chi phí khác cũng được thanh toán ngoài quỹ kinh doanh. Hiệu suất tài chính hàng năm là âm trong vòng 3 năm trước năm 1999 vả chính phủ hàng năm phải bao cấp tổng số gần 67% tổng thu nhập (Bảng 3.1).



	96	97	98	99	2000
■ Lợi nhuận	7,9	7	9,1	10,2	10,6
■ Chi phí	9,5	9,3	9,5	10,1	10,5
□ Bù lỗ	6	5,8	4,1	0	0

Bảng 3.1. Kết quả tài chính Bưu chính (triệu USD)

http://tieulun.hopto.org



	96	97	98	99	2000
■ Trong nước	17,1	21,1	21,1	23,2	24,2
■ Quốc tế	4,1	4,1	4,1	4,2	4,2
□ Tổng	21,2	22,9	25,2	27,4	28,4

Bảng 3.2. Khối lượng khai thác quốc gia (triệu bưu phẩm)

Mạng lưới Bưu chính phụ thuộc vào một trung tâm chia chọn thư phục vụ tới 160 quầy giao dịch, 60.000 điểm bưu điện, và 350 tuyến chuyển phát trong đó bao gồm cả khu vực nông thông. Hiệu suất hàng năm (được tính bằng số bưu phẩm/nhân viên) trung bình 21.000 bưu phẩm/người/năm trong 5 năm so với trung bình trong khu vực là 11.000 bưu phẩm đối với tất cả cơ quan Bưu chính của các nước Trung Mỹ khác.

Chiến lược cải cách Bưu chính

Đầu năm 1996, Chính phủ Costa Rica bắt đầu quá trình cải cách phát huy tối đa sự đóng góp của ngành Bưu chính vào sự phát triển kinh tế nói chung. Chiến lược tổng thể cho quá trình cải cách này được dựa trên sáu chiến lược lớn:

- Hình thành một dịch vụ bưu chính mới với quyền tự quyết cao để cạnh tranh hiệu quả và kinh tế.
- Chấm dứt sự bao cấp của chính phủ đối với dịch vụ bưu chính.

http://tieulun.hopto.org

- Xác định các mục tiêu hành động và tài chính cho dịch vụ bưu chính đảm bảo cho sự phát triển trong tương lai.
- Động lực tiềm năng giữa các sản phẩm bưu chính và phương tiện truyền thông số hiện nay.
- Hỗ trợ tài chính phát triển bưu chính quốc gia thông qua việc tăng thuế gắn chặt với việc cải thiện dịch vụ, sự tin cậy, hình ảnh và trách nhiệm
- Sử dụng quan điểm mới trong kinh doanh bưu chính để thúc đẩy sự tham gia của thành phần kinh tế cổ phầnthông qua các liên danh và đối tác.

Bước đi đầu tiên là dự thảo thành một luật bưu chính mới năm 1996, hình thành nên một doanh nghiệp nhà nước hoạt động độc lập theo điều lệ như của các công ty cổ phần với tên gọi Correos de Costa Rica, S.A. Ngành Bưu chính được xem như là một ngành được quốc gia ưu tiên và có nhiệm vụ đảm bảo dịch vụ bưu chính phổ cập (được định nghĩa là LC trong Công ước UPU) và được tái khẳng định như là một nhiệm vụ quốc gia. Correos de Costa Rica, S.A có trách nhiệm thực hiện mức độ phổ cập dịch vụ. Một chức năng luật riêng rẽ cũng được thiết lập giữa Bộ Nội vụ và Cơ quan điều hành các dịch vụ công cộng, một thực thể độc lập, có trách nhiệm đàm phán về cước thư dịch vụ phổ cập với Correos de Costa Rica, S.A. Người điều hành có trách nhiệm ban hành các giấy phép (thời hạn tối đa 5 năm) và thiết lập phí giấy phép cho các nhà khai thác cổ phầnmuốn cung cấp các sản phẩm trong lĩnh vực dịch vụ phổ cập. Còn lại tất cả các sản phẩm khác được tự do cạnh tranh.

Cuối cùng và có thể là đáng kể nhất đó là luật bưu chính mới đã cho thành lập một Ủy ban dịch vụ bưu chính mới và hình thành một số cơ quan địa phương để xây dựng một hệ thống địa chỉ tổng thể cho Costa Rica.

http://tieulun.hopto.org

Các kết quả đạt được

Luật Bưu chính mới ban hành tháng 4 năm 1998 và có hiệu lực trong cùng năm đó; và các kết quả đạt được là rõ ràng. Trợ cấp chính phủ chấm dứt vào năm 1999 và lần đầu tiên lợi nhuận bưu chính cao hơn chi phí (Bảng 3.1). Lưu lượng bưu chính tăng lên xấp xỉ 7%/năm.

Cước phí được tăng lên để đầu tư vào hạ tầng cơ sở và nâng cao chất lượng dịch vụ (Bảng 3.2). Vào tháng 9 năm 1998, giá trung bình tăng lên khoảng 50%. Mức cước cho thư nặng 20gr đầu tiên từ 0,08 USD tăng lên 0,11 USD và vào tháng 12 năm 2000 tăng lên 0,16 USD. Các kế hoạch tăng cước phí cho thời điểm cuối cùng lên 0,20 USD là vào năm 2001.

Lưu lượng bưu chính vẫn liên tục tăng mặc dù chi phí tăng do yêu cầu về chất lượng dịch vụ tăng. 85% lưu lượng thư của Correos de Costa Rica, S.A được chuyển phát theo hình thức D+2 ở khu vực thành thị và hình thức D+4 ở các vùng còn lại. Các chi phí vẫn duy trì ổn định mặc dù số lượng lao động trong ngành Bưu chính tăng lên. Sau đợt đầu cắt giảm 300 nhân viên tự nguyện nghỉ hưu (tổng số 1280 nhân viên), lại có thêm 150 nhân viên mới. Số nhân viên mới này nhằm đáp ứng nhu cầu chuyển phát trên mạng lưới và các dịch vụ đặc biệt cho các khách hàng kinh doanh lớn đang sử dụng các dịch vụ chuyển phát của riêng họ và từ các nhà cung cấp khác. Correos de Costa Rica, S.A cũng đã thực hiện đầu tư vào các hệ thống thông tin và công nghệ.

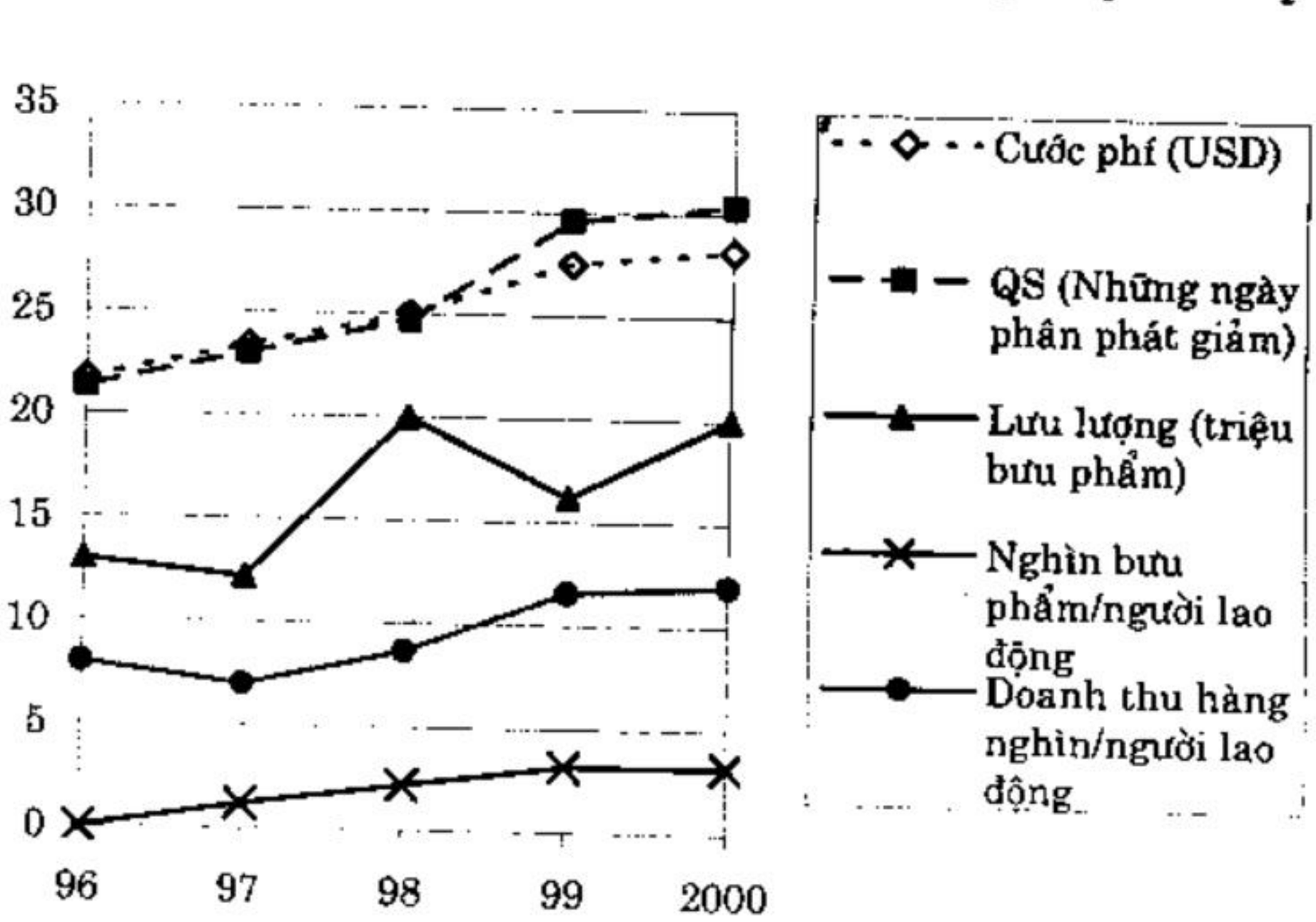
Một số lĩnh vực khác cũng được quan tâm đầu tư đó là đào tạo quản lý, CNTT, phương tiện và thiết bị vận hành. Điều này làm tăng công suất mạng và cho phép Correos đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao của khách hàng, cải thiện đáng kể hiệu suất và hình ảnh của dịch vụ bưu chính.

http://tieulun.hopto.org

Các hợp đồng và liên doanh đã được thực hiện giữa các cơ quan chính phủ và với khu vực tư nhân, cả trong và ngoài nước để mở rộng phạm vi sản phẩm và dịch vụ cung cấp và gia tăng giá trị cho mạng lưới bán lẻ. Những liên danh này gồm liên kết với Ngân hàng Costa Rica trong các dịch vụ tài chính, với Radiográfica Costarricense trong các dịch vụ Internet (xem đặc điểm riêng dưới đây) và với các cơ quan Bưu chính quốc tế để phát triển và hiện đại thư ưu tiên, bưu kiện và mạng lưới. Các quầy giao dịch bưu chính cũng bán cả thẻ điện thoại, sản phẩm thủ công địa phương và bảo hiểm.

Các kết luận

Correos de Costa Rica, S.A đã thực hiện cải cách luật như là nền tảng cho việc xây dựng một loại hình kinh doanh bưu chính với xu hướng thương mại và phản ứng nhanh nhạy hơn. Việc cải cách này do quản lý bưu chính thúc đẩy và nó đã nhận được sự cổ vũ và chỉ đạo thường xuyên từ phía chính



Bảng 3.3. Cải thiện chất lượng và năng suất cùng với việc tăng cước phí

http://tieulun.hopto.org

phủ. Correos de Costa Rica, S.A đã đạt được sự thành công về tài chính và hoạt động so với trước đây và đã hạn chế được gánh nặng về tài chính cho chính phủ. Khách hàng sẽ có một hình ảnh tin cậy về ngành Bưu chính và hơn thế nữa họ còn coi Correos như là nhà cung cấp truyền thông của họ.

Chiến lược tăng công suất đã thực hiện được khi đi đôi với nhu cầu thực tế cho phép Correos de Costa Rica, S.A quản lý chi phí trong khi đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao về các sản phẩm của công ty.

Trong khi sự tiến bộ đã đạt được nhờ vào các nguồn lực nội tại, những cải tiến đáng kể của nhà khai thác quốc gia này cũng như sự phát triển toàn diện của ngành bưu chính cần đến sự đầu tư đáng kể, kinh nghiệm và công nghệ từ bên ngoài trong đó có các đối tác cùng với các cổ đông khác. Correos de Costa Rica, S.A đã hợp tác với WB và các chuyên gia quốc tế để xây dựng một dự án phát triển năm năm xác định các mục tiêu, chiến lược và mức độ đầu tư (xấp xỉ 23 triệu USD).

Đặc điểm riêng: "Correos.com" - kết hợp bưu chính và công nghệ số

Để phát huy tối đa sự đóng góp của mình vào sự phát triển kinh tế, dịch vụ bưu chính của tương lai cần cung cấp truyền thông phiên bản cứng và các sản phẩm thư/số tích hợp trong khi đồng thời cung cấp truy nhập Internet và thương mại điện tử. Tương lai đó đang diễn ra ở Costa Rica.

Công ty Bưu chính con "Correos.com", được sự hỗ trợ của Chính phủ Costa Rica và các cơ quan Viễn thông quốc gia bắt đầu cung cấp các dịch vụ Internet thông qua các đại lý bán lẻ vào giữa năm 2000. Như một phần của dự án liên doanh, các công dân của Costa Rica có thể sử dụng số nhận thực quốc gia như một địa chỉ thư điện tử (email) và truy nhập Internet

http://tieulun.hopto.org

miễn phí 10 phút/ngày ở các bưu cục. Các công dân có thể truy nhập Internet ở các địa điểm bằng cách mua thẻ trả trước.

Correos de Costa Rica, SA đã lắp đặt 80 phòng máy tính công cộng ở 30 địa phương và có kế hoạch mở rộng lớn trong vòng 3 năm. Rõ ràng điều này sẽ giúp cho mọi người dân có thể tiếp cận với truyền thông ở mọi nơi thuận tiện. Điều này cũng cho phép Correos phát triển các sản phẩm và dịch vụ tích hợp mới đáp ứng các nhu cầu mới của khách hàng điện tử, đặc biệt là trong lĩnh vực dịch vụ tài chính. Cuối cùng, hệ thống các bưu cục cung cấp dịch vụ Internet cũng sẽ mở rộng việc sử dụng CNTT như là một công cụ quản lý bưu chính.

Việc mở rộng các dịch vụ bưu chính nternet này sẽ được kết hợp với việc xây dựng một hệ thống địa chỉ quốc gia nhằm đưa ra một cách tiếp cận hợp tác mới để đảm bảo các dịch vụ truyền thông phổ cập đến được với tất cả người dân Costa Rica.

Ví dụ của Costa Rica cũng là những bài học quý báu cho các dịch vụ bưu chính ở cả các nước đang phát triển và các nước công nghiệp. Nếu sự chuyển đổi các bưu cục thành các "trung tâm truyền thông" có thể đáp ứng các nhu cầu mới và không ngừng đòi hỏi sự thông tin nhanh, rẻ và tin cậy hơn, tiếp đó là các dịch vụ bưu chính phải là vai trò chính trong kỷ nguyên số.

3.1.2. Bưu chính Indonesia

Nước Cộng hoà Indonesia

Nước cộng hòa Indonesia là một nước nằm ở khu vực Đông Nam Á có diện tích gần 2 triệu km^2. Dân số 204 triệu người, Indonesia là nước đông dân thứ tư trên thế giới. Indonesia là một quần đảo gồm 17.000 hòn đảo, trong đó 6000 hòn đảo có

http://tieulun.hopto.org

người sinh sống. Indonesia là nước có khí hậu xích đạo. Nền kinh tế dựa trên nông nghiệp (41,2%), thương mại (19,8%), các dịch vụ công cộng (13,7%) và sản xuất (12,9%). Gần 60% dân số sống ở nông thôn.

Indonesia là một nước đang phát triển thu nhập thấp, với tiềm năng lớn nước này đang chuyển dần sang nước có thu nhập trung bình; GDP năm 2002 là 172,9 tỷ USD với tỷ lệ tăng trưởng hàng năm là 3,7%, thu nhập bình quân đầu người 796USD. Lạm phát đã giảm đáng kể trong những năm gần đây từ 77% xuống còn có 2%.

Môi trường cải cách

Trong thập kỷ trước khủng hoảng kinh tế 1997 - 1998, Indonesia đã đạt được sự tăng trưởng kinh tế đáng kể và là một trong những nền kinh tế nổi bật của khu vực Đông Á. Tăng trưởng GDP đạt khá cao trên 7,8% năm 1996 và đạt bình quân đầu người gần 1000USD. Khủng hoảng kinh tế tạm thời đã làm giảm tốc độ phát triển nhưng không ảnh hưởng đến cải cách kinh tế và hành chính. Những cải cách này nhằm giảm dần những rào cản về mặt hành chính đối với hoạt động kinh tế. Vào cuối năm 2000, tình hình kinh tế đã được cải thiện đáng kể và môi trường cạnh tranh lại trở nên sôi động.

Một phần của môi trường cải cách tổng thể đã có tính quyết định tới việc cải cách và mở rộng sự tiếp cận tới các dịch vụ cơ bản bao gồm các dịch vụ thông tin, tới tất cả mọi tầng lớp xã hội và mọi vùng của đất nước. Đây được xem như là một yếu tố quan trọng trong việc giảm đói nghèo và đảm bảo sự cạnh tranh của Indonesia trên các thị trường thông tin toàn cầu. Đẩy mạnh việc tham gia của khu vực cổ phầnvào việc cung cấp các dịch vụ này cũng được xem là một yếu tố quan trọng trong công cuộc hiện đại hoá và mở rộng

http://tieulun.hopto.org

các thành phần kinh tế tham gia vào lĩnh vực hoạt động bưu chính.

Thị trường Bưu chính

Tổng khối lượng bưu chính (bao gồm tổng số lượng bưu phẩm trong nước và tổng số lượng bưu phẩm đi quốc tế) được nhà khai thác công cộng PT Pos Indonesia khai thác trong năm 1998 là 690,6 triệu bưu phẩm, xấp xỉ 3,38 bưu phẩm/đầu người/năm. Tỷ lệ dân số biết đọc ở Indonesia cao (85%) và tỷ lệ hoạt động kinh tế cao phải được tính đến mặc dù không nhiều và là dấu hiệu của việc gia tăng hiệu quả về lưu lượng bưu chính.

Nhà khai thác bưu chính công cộng có nhiệm vụ cung cấp dịch vụ phổ cập ở Indonesia. Tuy nhiên có hơn 600 công ty độc lập được cấp giấy phép hoạt động chủ yếu ở các các thành phố và thị trấn lớn. Bên cạnh các công ty bưu chính này, các công ty vận tải và bốc xếp cũng tham gia hoạt động trong lĩnh vực thư tín và bưu phẩm. Khối lượng thư bị giảm thấp trong cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997 - 1998 và các nghĩa vụ phải thực hiện phổ cập dịch vụ (200.000 cửa hàng bán lẻ trải dài 2 triệu km^2) khiến nhà khai thác bưu chính nước này phải liên tục tạo ra những cơ hội để gia tăng giá trị cho mạng lưới dịch vụ bưu chính cơ bản.

Cơ cấu và hiệu quả của nhà khai thác công cộng trước khi cải cách

Trong khi nhà khai thác bưu chính công cộng tách khỏi ngành Viễn thông năm 1965 nhưng vẫn nằm trong cùng một bộ với tư cách là một cơ quan thuộc chính phủ cho đến năm 1995. Trong thời gian này, chính phủ vừa đóng vai trò là nhà khai thác vừa đóng vai trò quản lý thị trường bưu chính. Nhà khai thác công cộng độc quyền trong việc thu gom, vận tải và phát thư, bưu thiếp.

http://tieulun.hopto.org

Sự quản lý là tập trung hoá và không dựa vào nhu cầu cạnh tranh trong một thị trường bưu chính đang phát triển. Trên thực tế, bộ máy không có chức năng tiếp thị và do đó việc nghiên cứu thị trường và phát triển sản phẩm hầu như không có.

Nhìn chung, các thủ tục thanh toán tài chính được chấp nhận cho ngành Bưu chính không được thực hiện cho đến năm 1995, và do vậy bất cứ một thông tin tài chính nào chỉ được xem như là thông số của các xu hướng.

Quá trình cải cách

Giai đoạn 1 - Chuyển đổi sang mô hình văn hoá kinh doanh (1995 - 1999)

Quá trình cải cách ngành Bưu chính bắt đầu đầu năm 1995 với việc thành lập một doanh nghiệp Bưu chính độc lập với tên gọi PT Pos Indonesia với tư cách là một công ty nhà nước hoạt động theo các điều luật của Tổng cục Bưu chính (DG Postel) quy định. DG Postel có nhiệm vụ hoạch định chính sách bưu chính tổng thể cũng như duy trì hệ thống bưu chính quốc gia. Trách nhiệm giám sát hoạt động của PT Pos Indonesia cùng với việc hướng dẫn chính sách được DG Postel thực hiện dưới sự quản lý của Bộ Truyền thông.

Quyền hoạch định chính sách và quản lý của PT Pos Indonesia đã ngày càng lớn lên và cơ cấu nội bộ được sắp xếp lại theo các định hướng thương mại hơn. PT Pos Indonesia được tổ chức thành năm đơn vị dịch vụ tập trung vào vận tải, tem, công nghệ và các hệ thống thông tin, bưu kiện và tài sản. PT Post lập kế hoạch chiến lược, trọng tâm được đặt vào phát triển kinh doanh và quảng cáo để đáp ứng các nhu cầu liên tục thay đổi của khách hàng.

Chính phủ Indonesia đã đưa ra một chính sách khách hàng liên quan đến hệ thống bưu chính quốc gia. Như một

http://tieulun.hopto.org

ưu tiên hàng đầu, Chính phủ quyết định mở rộng mạng lưới của PT Pos Indonesia đến với khách hàng thuộc đủ các thành phần, kinh tế, xã hội và giáo dục. Đây là một yếu tố quyết định trong tổng thể xu hướng nhằm mở rộng sự tiếp cận với các hệ thống thông tin và cho thấy sự ủng hộ của chính phủ đối với sự phát triển Bưu chính coi Bưu chính là một thành phần quan trọng trong việc xây dựng kinh tế và xoá đói giảm nghèo.

Các kết quả của giai đoạn 1

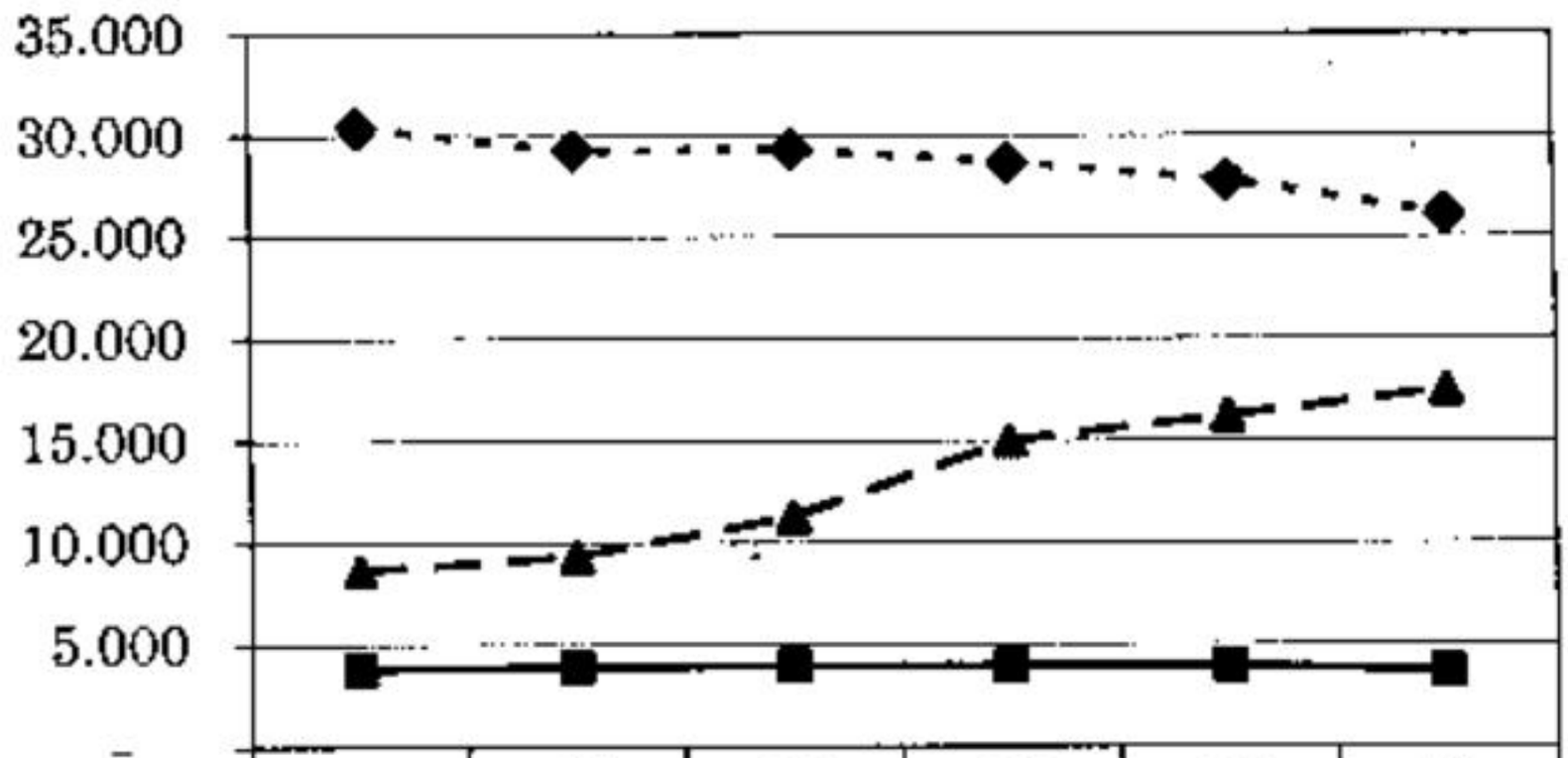
Các kết quả tài chính từ việc thương mại hoá có được dựa trên việc kiểm toán từ bên ngoài của PT Pos Indonesia cho ba năm đầu tiên của giai đoạn 1 cho thấy những kết quả khả quan hơn nhiều so với những năm trước cải cách. Những kết quả này thậm chí ấn tượng hơn nhiều bởi vì nó bao gồm cả việc thanh toán tiền lãi cho các khoản vay của chính phủ dành cho một doanh nghiệp mới.

Bảng 3.4. Các kết quả tài chính của PT Pos Indonesia từ năm 1995 - 1999 (Triệu rupi)

Năm	95	96	97	98	99
Tổng doanh thu	504.300	572,661	674.568	987.182	1.062.181
Lợi nhuận sau thuế	47.612	58,373	66.439	54.400	67.501
Doanh thu từ bán hàng	9.4%	10.2%	9.8%	5.5%	6.4%

Một mục tiêu quan trọng khác của chính phủ là mở rộng dịch vụ cũng đã đạt được, số các đơn vị bưu chính đã tăng lên gấp ba từ năm 1994 đến năm 1998. Tuy nhiên, sự bao phủ của mạng lưới bưu chính rộng khắp đã đạt được với chi phí thấp nhất vì gần như tất cả các đơn vị mới là những đơn vị được miễn thuế. Điều này cũng có nghĩa là tổng chi phí cho người lao động giảm xuống trong cùng thời kỳ (Bảng 3.6) và

http://tieulun.hopto.org



	94	95	96	97	98	99
Bưu cục	3.820	3.894	3.915	3.948	3.922	3.686
Đại lý	8.647	9.316	11.237	14.987	16.200	17.500
Nhân viên	30.405	29.280	29.330	28.667	27.793	26.117

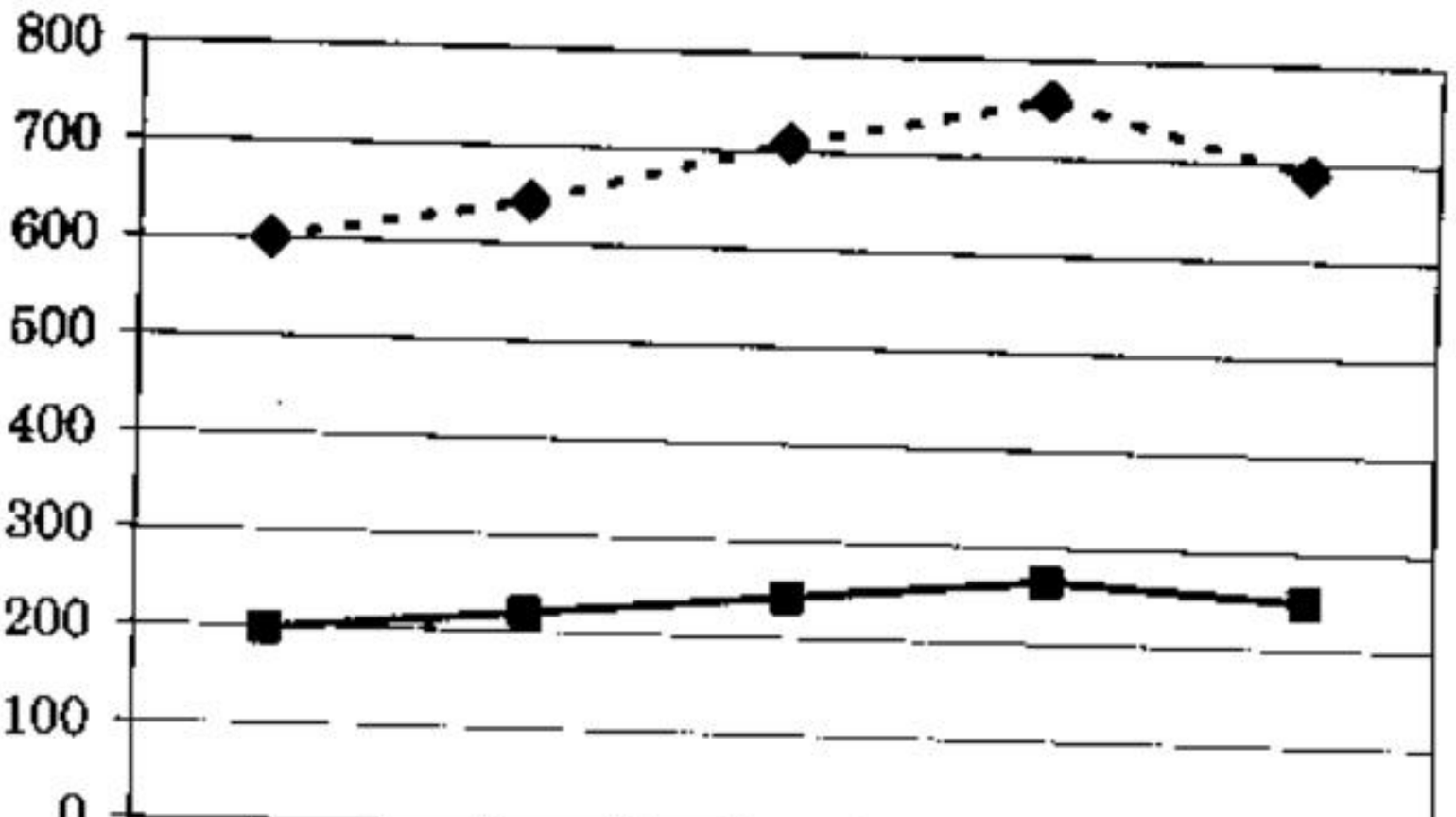
Bảng 3.5. Sự mở rộng vùng phục vụ của dự án cải cách giai đoạn 1

(Nguồn UPU)

cho phép sự tham gia của khu vực cổ phần tham gia vào hoạt động bưu chính tăng lên.

Bên cạnh đó, năm 1997 việc thương mại hoá các hoạt động của PT Pos Indonesia với việc mở rộng cơ sở khách hàng và thu hút sự chú ý trực tiếp đối với khách hàng gửi thư với số lượng lớn đã dẫn tới lưu lượng thư tăng lên đáng kể (26%) và hiệu suất (34%) trước khi có những ảnh hưởng toàn diện của cuộc khủng hoảng kinh tế tác động tới hoạt động bưu chính (Bảng 3.7). PT Pos Indonesia đã phải điều chỉnh khối lượng thư bắt đầu vào năm 1998 trong khi đó phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt (với các hãng DHL, Federal Express, UPS, TNT...) về chuyển phát nhanh và bảo hiểm. Bằng việc phấn đấu nỗ lực để nâng cấp toàn bộ các sản phẩm, PT Pos đã kiểm soát được thị phần.

http://tieulun.hopto.org



	94	95	96	97	98
Sản lượng thư (Triệu cái)	601	644	709	759	690
Năng suất (Trăm bưu phẩm/nhân viên)	198	220	242	265	249

Bảng 3.6. Sự gia tăng lưu lượng và hiệu suất

Giai đoạn 2 - tái cơ cấu và tổ chức (1999 - 2003)

Giai đoạn 2 của dự án cải cách khu vực Bưu chính là cơ cấu và thiết kế lại khu vực truyền thông từ năm 1999 đến 2003. Dự án này đã nhận được sự tài trợ đáng kể từ WB, với những mục tiêu sau:

1. Mở rộng và tăng cường mạng lưới truyền thông và thông tin để hỗ trợ sự phát triển kinh tế và phát triển khu vực bền vững bằng cách:

- Mở rộng mạng lưới truyền thông bưu chính đến các vùng nông thôn để hình thành một cơ sở truyền thông cơ bản.
- Phát triển thư điện tử, Internet... để khuyến khích nhiều hơn nữa việc sử dụng tiếp cận thông tin để đạt được một mức độ tri thức và phát triển kinh tế.

http://tieulun.hopto.org

- Giới thiệu các dịch vụ giá trị gia tăng sử dụng mạng lưới bưu chính và điện tử hiện thời để có thể đáp ứng hiệu quả đối với các nhu cầu thị trường quốc tế luôn thay đổi nhanh chóng.

2. Xây dựng khung pháp lý và quy định phù hợp để tạo ra một môi trường tiềm năng nhằm cung cấp các dịch vụ theo hình thức bền vững.

3. Củng cố sức mạnh và khả năng của các cơ quan, các tổ chức có liên quan

4. Khuyến khích sự hợp tác của khu vực cổ phần để cung cấp và quản lý các mạng lưới và hệ thống thông tin.

Chiến lược phát triển cơ bản là tạo điều kiện cho sự phát triển toàn diện cơ sở hạ tầng thông tin trên toàn quốc. Cơ chế để thực hiện được điều này là từng bước mở cửa thị trường bưu chính với việc củng cố sức mạnh của nhà khai thác công cộng để đảm bảo gia tăng sự cạnh tranh và phổ cập dịch vụ. Nói một cách khác là hình thành một "sân chơi" công bằng để khuyến khích sự cạnh tranh và phát triển các sản phẩm bưu chính gia tăng giá trị mới.

Trong cuộc khủng hoảng kinh tế và tài chính năm 1997 - 1998 đã làm chậm tiến độ cải cách của giai đoạn 2, một luật bưu chính mới đã được dự thảo và trình quốc hội thông qua. Luật này hình thành sự mở cửa thị trường bưu chính và đảm bảo cho dịch vụ phổ cập. Có thể hình dung luật này sẽ tạo lập các khung có thể để giám sát cước phí, chất lượng dịch vụ phổ cập và sự cạnh tranh đang diễn ra của thị trường bưu chính.

Đặc điểm riêng: Mạng lưới Wasantara

Indonesia có vị trí địa lý rộng lớn trong đó PT Pos Indonesia hoạt động trên 27.500 điểm dịch vụ bưu chính. Để đáp ứng các nhu cầu thông tin của mạng lưới này trong khi

http://tieulun.hopto.org

đồng thời mở rộng các sản phẩm bưu chính điện tử tới mọi người dân thì phải cần tới một hệ thống thông tin toàn diện trên toàn quốc dựa trên một hạ tầng CNTT vững chắc.

PT Pos Indonesia đã bắt đầu với kế hoạch đó bằng mạng lưới Wansantara để phục vụ cả mạng Intranet của mình cho các mục đích hoạt động và cả hỗ trợ các hoạt động thương mại trong lĩnh vực này. Các bưu cục chính cũng nằm trong mạng lưới này, các bưu cục nhỏ hơn phục vụ theo xử lý khối.

Mạng lưới Wasantara hỗ trợ cho các hệ thống thông tin quản lý và điều hành dưới đây:

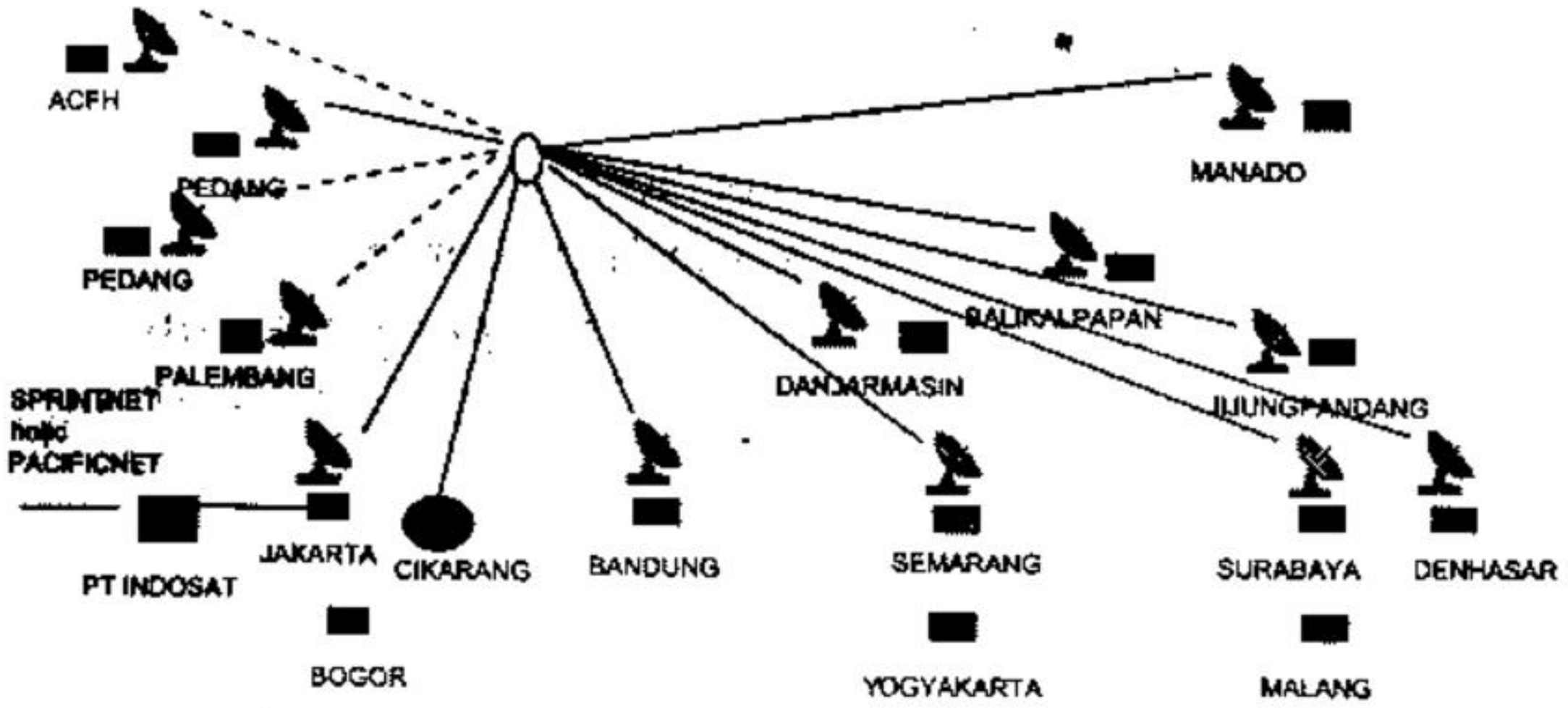
- Kiểm toán tài chính
- Dữ liệu tiếp thị và bán hàng
- Thư tích hợp (in từ xa)
- Giao dịch tài chính (chuyển tiền)
- TMĐT và các hoạt động đáp ứng điện tử

Các hệ thống này cũng cung cấp một nền tảng thông tin để tư vấn giữa PT Pos Indonesia và Bộ Truyền thông.

Việc xây dựng các hệ thống hỗ trợ và giám sát bưu chính cũng được giúp đỡ ưu tiên phát triển, nâng cấp và mở rộng hạ tầng thông tin của nước này. Mạng lưới Wasantara giúp khách hàng tiếp cận với thư điện tử, các chương trình truyền tệp như Telnet (server từ xa), trình duyệt web, máy chủ web và máy chủ server. Wasantara cũng đóng vai trò như là một cổng kết nối Internet quốc tế qua Singtel.

Khi dự án Kỷ nguyên Internet phát triển, mạng lưới Wasantara có thể là công cụ giá trị để quản lý các dịch vụ bưu chính quốc gia và là một hạ tầng thông tin toàn diện cho tất cả mọi người dân Indonesia.

http://tieulun.hopto.org



Hình 3.1. Mạng Wasanatara

3.1.3. Công ty Bưu chính Tanzania

Liên bang cộng hoà Tanzania

Liên bang cộng hoà Tanzania là một đất nước có diện tích trung bình (947.000km^2) với 33 triệu dân nằm ở Đông Nam châu Mỹ. Khí hậu thay đổi từ nhiệt đới sang khô nóng đi qua một vùng địa lý khắc nghiệt. Nền kinh tế chủ yếu dựa vào nông nghiệp, chiếm khoảng 60% GDP và thu hút 80% lao động. Những vụ mùa nông nghiệp đóng góp GDP cho nước này là cà phê, chè và sợi bông. Hoạt động công nghiệp chiếm 10% GDP đó là ngành dệt, kinh doanh nông phẩm và sản xuất hàng công nghiệp nhẹ.

Xấp xỉ 80% dân số sống ở nông thôn, và tỷ lệ biết chữ là 67%. Tanzania là một nước có thu nhập thấp, chậm phát triển; năm 2002 GDP của Tanzania là 9,3 tỷ USD, thu nhập bình quân đầu người 270 USD.

http://tieulun.hopto.org

Môi trường cải cách

Bắt đầu từ cuối những năm 1980, Chính phủ Tanzania bắt đầu có những bước đi khuyến khích sự tham gia của khu vực cổ phầnvào nền kinh tế. Một loạt các chính sách chiến lược tổng thể được lập ra để giảm lạm phát ngân sách, mở cửa thương mại, bãi bỏ sự kiểm soát giá và cơ cấu lại ngành tài chính để hoạt động hiệu quả. Một kế hoạch điều chỉnh cơ cấu ba năm kết hợp với Quỹ Tiền tệ quốc tế IMF đã đi vào hoạt động từ năm 1996. Một chương trình tổng thể cơ cấu lại các doanh nghiệp nhà nước cũng đã được triển khai và 275 trong số 425 chức năng nhà nước không chịu sự kiểm soát trực tiếp từ chính phủ nữa.

Thị trường Bưu chính

Thị trường Bưu chính ở Tanzania bị hạn chế bởi số các doanh nghiệp thu gom thư. Do hệ thống địa chỉ ở nước này không rõ ràng nên trên 95% tổng số thư được phát tới bưu cục. Tổng khối lượng bưu chính (thư trong nước cộng với thư quốc tế) được nhà khai thác công cộng nước này xử lý trong năm 1998 là 40,4 triệu bưu phẩm hay xấp xỉ 1,26 bưu phẩm/đầu người/năm trong khi đó các nước châu Phi thuộc khu vực sa mạc Sahara là 0,88.

Cơ cấu và hiệu suất của nhà khai thác công cộng trước cải cách

Cơ cấu trước cải cách của ngành Bưu chính Tanzania được dựa trên kế hoạch tập trung hoá và phụ thuộc vào ngành Viễn thông cả về tổ chức lẫn tài chính. Trước năm 1978, các dịch vụ viễn thông và bưu chính được một siêu tổ chức cung cấp đó là Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Đông Phi, một tổng công ty chuyên ngành sau này của Cộng đồng châu Phi mà hiện nay không còn tồn tại. Tổng công ty này thực hiện cả hai nhiệm vụ quản lý và khai thác nằm dưới sự kiểm soát

http://tieulun.hopto.org

của các bộ khác thuộc chính phủ (Hội đồng Bộ trưởng). Năm 1978, sau khi Cộng đồng châu Phi tan vỡ, các dịch vụ bưu chính, viễn thông được quản lý dưới một thể chế mới, Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Tanzania (TPTC). Vào ngày 1/1/1994, TPTC được cơ cấu lại để tách riêng dịch vụ bưu chính khỏi dịch vụ viễn thông.

Sự độc quyền về thư tín và các dịch vụ bưu chính cơ bản khác là có, nhưng không thực sự có hiệu lực. Một loạt các nhà cung cấp khác cũng cung cấp các dịch vụ bưu phẩm. Các đại lý bưu chính cũng thực hiện dịch vụ ngân hàng cho Ngân hàng Tiết kiệm Bưu chính, một thực thể độc lập với chính phủ, nằm trong Bộ Tài chính.

Giữa năm 1992 và 1996, khi giai đoạn hai của quá trình cải cách bắt đầu, tổng khối lượng thư hàng năm giảm 22%. Riêng khối lượng bưu kiện cũng giảm gần 50% trong hai năm 1993 đến 1994. Hiệu suất bưu phẩm/người lao động là 13,492 năm 1994. So với các nước châu Phi khác tỷ lệ này là 16,300 bưu phẩm/người lao động. Năm 1994, lượng bưu phẩm/người dân là 0,87, một con số thấp đối với một nước có tỷ lệ người biết đọc biết viết cao như ở Tanzania.

Có rất ít định hướng thương mại trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ bưu chính, và không có sự khác nhau trong việc phân chia giai đoạn để thu hút, phục vụ các khách hàng cá thể và doanh nghiệp. Kết quả của việc không chăm sóc khách hàng chu đáo là doanh nghiệp với hình ảnh mờ nhạt về chất lượng, độ tin cậy không được tin cậy, cho nên hơn 79% lượng thư chủ yếu là gửi từ một cá nhân này đến cá nhân khác.

Chất lượng dịch vụ nhìn chung không được đánh giá và sự chậm trễ thường xuyên đã làm ảnh hưởng nghiêm trọng tới lượng thư tín liên vùng. Tình trạng mạng lưới thưa thớt và không được nâng cấp vì không có sự tái cơ cấu và đầu tư lớn.

http://tieulun.hopto.org

Ngay trong chính TPTC, sự quan tâm và sáng kiến về viễn thông luôn được ưu tiên hơn so với sự phát triển bưu chính.

Trước khi ngành bưu chính nước này cải cách, giữa các nhà cung cấp các dịch vụ bưu phẩm và bưu kiện cổ phầnđã có một cuộc cạnh tranh lớn mà không có sự điều tiết. Các nhà cung cấp này có các công ty truyền thông không trực tiếp như các công ty chuyển vận, những người đi chào hàng cá lẻ và các công ty xe buýt. Những người gửi thư đã luôn sẵn sàng trả mức cước phí cao hơn cho những dịch vụ bưu chính chất lượng nhưng đổi lại họ đã nhận được dịch vụ nghèo nàn, không đáng tin cậy và khách hàng mất dần thói quen quan tâm đến ngành Bưu chính. Và vào thời điểm đó, ngành Bưu chính nước này đã bắt đầu quan tâm tới chất lượng dịch vụ nhưng lại không chú ý tới mức cước phí hợp lý.

Nhìn chung, mức cước phí đã không được quan tâm để đạt đến một sự tối ưu về chi phí. Vì vậy rất khó đánh giá được hiệu suất tài chính của Bưu chính Tanzania trước năm 1993, khi sự chi phí cho bưu chính và viễn thông chưa được tách bạch và các hệ thống thanh toán mới chưa được thiết lập. Bảng 3.8 đã cho thấy hiệu suất tài chính trong vòng 2 năm trước khi giai đoạn 2 của quá trình cải cách bưu chính ở Tanzania được triển khai.

Quá trình cải cách Bưu chính

Quá trình cải cách bưu chính ở nước này được chia làm hai giai đoạn. Giai đoạn đầu tiên là thực hiện thể chế chính sách bưu chính trong việc tái cơ cấu các doanh nghiệp nhà nước ở Tanzania từ năm 1992 - 1995 và việc thành lập Tổng công ty Bưu chính Nhà nước Tanzania (TPC), do Chính phủ Liên bang Dân chủ Tanzania sở hữu toàn bộ. Giai đoạn 2 được xây dựng dựa trên những thay đổi tích cực này để thực hiện thương mại hoá TPC từ năm 1995 đến 1998.

http://tieulun.hopto.org

Giai đoạn 1 - Cải cách thể chế

Cải cách kinh tế ở Tanzania đã dẫn tới việc tăng GDP hàng năm ở nước này lên 4% từ năm 1986 lên 1992. Tuy nhiên, khối lượng bưu chính giảm đáng kể và rõ ràng ngành Bưu chính là một gánh nặng tài chính đối với chính phủ và toàn bộ nền kinh tế. Vào năm 1992, từ sự quản lý bưu chính cho thấy để cung cấp các dịch vụ phổ cập trong khi vẫn đóng góp cho nền kinh tế thì ngành Bưu chính bắt buộc phải tiến hành một chương trình cải cách bằng cách thực hiện việc độc lập trong điều hành và tài chính, xây dựng văn hoá doanh nghiệp và cải thiện năng suất cũng như chất lượng dịch vụ. May mắn là việc này đã rất phù hợp với xu hướng của Chính phủ Tanzania là tái cơ cấu các thể chế, trao cho họ quyền định hướng thương mại và khuyến khích sự tham gia của khu vực cổ phầnvào các hoạt động bưu chính.

Bảng 3.7. Doanh thu và chi phí hoạt động (triệu USD)

Năm	94	95	96	97	98	99	2000
Doanh thu khai thác	8,406	11,292	12,040	12,305	13,569	12,079	13,300
Chi phí	8,887	11,688	12,608	13,563	14,358	13,074	12,124
Lãi ròng	-0,011	0,092	1,523	0,355	0,466	0,758	2,072
Thuế	0,000	0,000	0,373	0,124	0,140	0,227	0,622
NP	-0,011	-0,092	1,150	0,231	0,326	0,530	1,450

(Nguồn: TPC)

(NP: Net profit=Tổng doanh thu (Doanh thu khai thác + doanh thu khác) - chi phí)

Kết quả là một dự luật về cơ cấu lại ngành Bưu chính Tanzaniađã được đưa ra vào năm 1993 và có hiệu lực từ 1/1/1994. Hai luật: Luật truyền thông Tanzania và Luật công

http://tieulun.hopto.org

ty Bưu chính Tanzania đã thiết lập một khung pháp lý vững chắc cho sự phát triển trong tương lai bằng cách:

- Tách riêng chức năng quản lý và kinh doanh hoạt động cho khu vực truyền thông bằng cách thiết lập các chức năng và quyền hạn cho Ủy ban Truyền thông Tanzania mới được thành lập.
- Thành lập hai cá thể độc lập mới: Tổng công ty Viễn thông Tanzania và Tổng công ty Bưu chính Tanzania.
- Xác định các trách nhiệm về pháp lý:
- Xây dựng và điều phối toàn bộ chính sách của ngành Bưu chính
- Cấp giấy phép cho các nhà cung cấp dịch vụ bưu chính cơ bản (bưu phẩm thư không vượt quá 2kg) và cho phép TPC thực hiện chức năng này.
- Điều tiết các mức cước bằng cách đưa ra các hướng dẫn về thiết lập giá cước cho các dịch vụ cơ bản.
- Khuyến khích sự cạnh tranh và mở rộng các dịch vụ bưu chính để thúc đẩy phát triển kinh tế.
- Xác định các chức năng của nhà khai thác bưu chính:
- Cung cấp các dịch vụ bưu chính quốc gia và quốc tế để đáp ứng các yêu cầu của các ngành, xã hội và của các hộ gia đình.
- Cung cấp các dịch vụ tài chính và mở nhiều quầy thu.
- Định giá mức cước tối thiểu để đáp ứng các mục tiêu tài chính.
- Đạt được lợi nhuận đủ đáp ứng các kinh phí hoạt động và tài chính.

Một ban giám đốc do Bộ trưởng Thông tin và Vận tải chỉ định điều hành TPC với sự cố vấn của Bộ trưởng Bộ Tài chính. Định hướng hoạt động sẽ do Tổng giám đốc TPC chịu trách nhiệm báo cáo với Ban giám đốc. Một phương thức chủ

http://tieulun.hopto.org

động lớn hơn trong kinh doanh là TPC được phép sáp nhập các công ty con.

Thời gian chuyển đổi được phép là một năm, trong thời gian đó, TPC phải vượt qua các thách thức như chia tách bưu chính khỏi viễn thông, chia tách hợp pháp trên các bảng kết toán TPC, quyết định hỗ trợ lương hưu hiện tại và quá trình đánh giá và phân chia tài sản, trách nhiệm giữa hai Tổng công ty mới.

WB cũng hỗ trợ đáng kể cho giai đoạn cải cách này (xấp xỉ 2,9 triệu USD), cơ bản dành cho phần cứng, phần mềm máy tính, thiết bị tự động in dấu, các bưu phẩm và tính bưu phí, phương tiện vận chuyển, thiết bị văn phòng, các dịch vụ tư vấn về chất lượng dịch vụ, an ninh và tính toán chi phí, đào tạo trong các lĩnh vực về quản lý, tiếp thị và tài chính.

Giai đoạn 2 - Xây dựng một doanh nghiệp bưu chính thương mại

Kết thúc giai đoạn cải cách thể chế, TPC đã có đủ lực để quản lý mọi công việc của mình. Tuy nhiên, nếu TPC muốn tối đa hoá khả năng thì cần phải thương mại hoá các hoạt động và tài chính.

Kế hoạch chiến lược. Ban đầu TPC xây dựng một tổng thể định hướng chiến lược và thể hiện định hướng này trong kế hoạch chiến lược 1994 - 1998. Các mục tiêu quan trọng của kế hoạch này là:

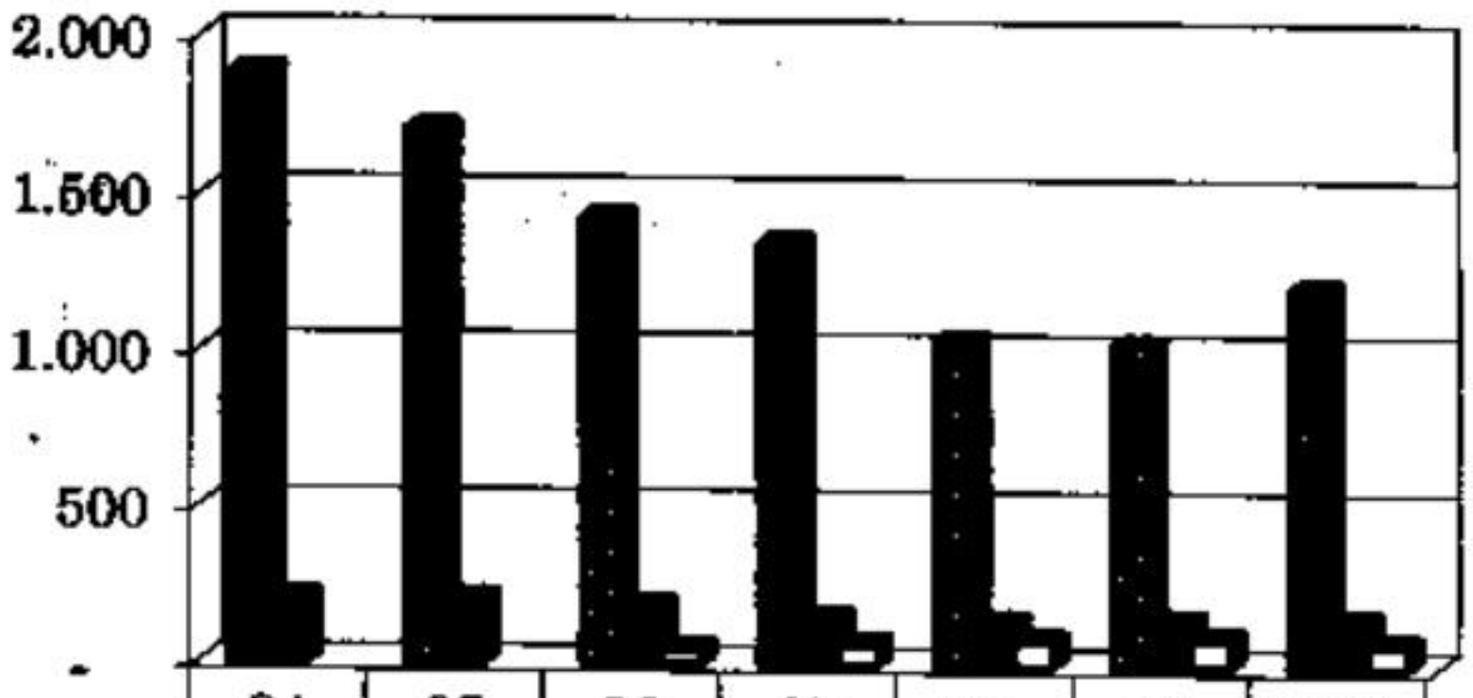
- Cải thiện chất lượng dịch vụ với việc chú trọng vào bưu phẩm thư, chuyển tiền và an toàn bưu gửi.
- Tăng năng suất lao động từ 60% lên 90%.

http://tieulun.hopto.org

- Xây dựng và giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới để đáp ứng các nhu cầu của khách hàng.
- Đưa các công nghệ quản lý thông tin mới vào các hoạt động bưu chính.

Quản lý chi phí. Bắt đầu từ năm 1994, TPC đã tiến hành nhiều nỗ lực với tham vọng nhằm giảm chi phí hoạt động bằng cách sắp xếp lại mạng lưới bưu chính hiện thời và hợp lý hoá đội ngũ lao động. Từ năm 1994 đến 1998, tổng số lao động ở các bưu cục giảm 30% (Bảng 3.8). Các bưu cục đã mất đi nguồn thu đáng kể do nhu cầu thấp, nguồn thu này giảm đi do chuyển từ các hoạt động dịch vụ toàn diện sang các hoạt động chi phí hiệu quả hơn cung cấp duy nhất các dịch vụ bưu chính cơ bản. Nhiều bưu cục chuyển đổi thành các đơn vị dịch vụ do đó thúc đẩy sự tham gia của khu vực cổ phầnvào ngành Bưu chính.

Tổng số lao động giảm còn gần 45% đã phản ánh đúng hơn công việc thực tế. Thực hiện được việc cắt giảm lao động là nhờ sự tự nguyện, sự chia tách, nghỉ hưu sớm và thuyên chuyển. Đồng thời một kế hoạch nguồn nhân lực mới đã được



	94	95	96	97	98	99	2000
■ Nhân viên	1.882	1.703	1.423	1.345	1.033	1.021	1.205
■ Bưu cục	204	206	181	153	141	145	147
□ Các đơn vị bán lẻ			46	68	80	92	73

Bảng 3.8. Các biện pháp cắt giảm chi phí

http://tieulun.hopto.org

đưa ra để cải tiến việc tuyển dụng, đào tạo và đánh giá năng lực làm việc. Việc đào tạo được tập trung vào các lĩnh vực làm nâng cao văn hoá kinh doanh của TPC, đó là công nghệ thông tin, quản lý, tiếp thị và bán hàng, quản lý chất lượng toàn diện và phân tích tài chính.

Sự phân quyền. Hai vị trí cao nhất là giám đốc điều hành (chịu trách nhiệm về hoạt động và tiếp thị) và giám đốc dịch vụ (chịu trách nhiệm về tài chính, quản lý và kế hoạch) được bổ nhiệm để tập trung vào điều hành một doanh nghiệp bưu chính thành công. Sáu giám đốc khu vực cũng được bổ nhiệm với trách nhiệm quản lý phân quyền và trách nhiệm cá nhân để hoàn thành các mục tiêu doanh thu và ngân sách, chất lượng các tiêu chuẩn dịch vụ và các mục tiêu phát triển theo kế hoạch.

Tập trung vào kinh doanh. Để cân bằng các trách nhiệm dịch vụ công và tài chính hợp lý, TPC được chia thành ba đơn vị hoạt động độc lập: bưu gửi, giao dịch và dịch vụ chuyển phát nhanh (EMS) - mỗi đơn vị tự chịu trách nhiệm quản lý các hoạt động của mình. Mỗi đơn vị này là một đơn vị kinh doanh độc lập do đó chi phí và lợi nhuận sẽ liên quan đến các sản phẩm cụ thể, như vậy các sản phẩm sẽ được đánh giá và kiểm soát tốt hơn.

Bưu gửi. Bưu gửi bao gồm thư, gói nhỏ, ấn phẩm xuất bản định kỳ... Việc xử lý các bưu gửi này được dựa trên nội dung rồi đến sự ưu tiên cao. Trong năm 1996, 90% bưu gửi được chuyển phát trong 24 giờ giữa các thành phố và thời gian chuyển phát liên vùng (cả bưu kiện) giảm từ 6 ngày xuống 2 đến 4 ngày. Các hoạt động bảo đảm cho bưu gửi được nâng lên rõ rệt ở Trung tâm chia chọn chính Dar es Salaam bằng cách lắp đặt các ti vi mạch đóng và ở các trung tâm vùng thì thành lập các đơn vị an ninh.

http://tieulun.hopto.org

Để nâng cao hiệu suất tài chính cho trung tâm có chi phí hợp lý này, tổng số thuế sẽ được tăng lên và các giấy biên nhận được in ra sẽ được kiểm soát.

Giao dịch. Các quầy giao dịch sẽ cung cấp hàng loạt các sản phẩm và dịch vụ thông qua các đơn vị bán lẻ, đó là dịch vụ chuyển tiền, gửi tiền, nhận gửi tiền ngân hàng, bán lẻ và phân phối vé xổ số, thẻ điện thoại, photocopy và chơi tem.

TPC tận dụng sự hỗ trợ của Ngân hàng phát triển Đông Phi (EADB), tự động hoá các hoạt động giao dịch ở Dar es Salaam và hiện nay thúc đẩy sự tự động hoá xuống tới các bưu cục khu vực. Để nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và chuyển tiền, TPC đã cung cấp các thông tin quản lý và các hệ thống kiểm soát tốt hơn. Việc đóng góp tài chính cho các quầy giao dịch được củng cố bằng cách sửa đổi phí ủy nhiệm chuyển tiền, gửi tiền ngân hàng và bằng cách khuyến khích và mở rộng các điểm tiếp tiếp xúc với khách hàng.

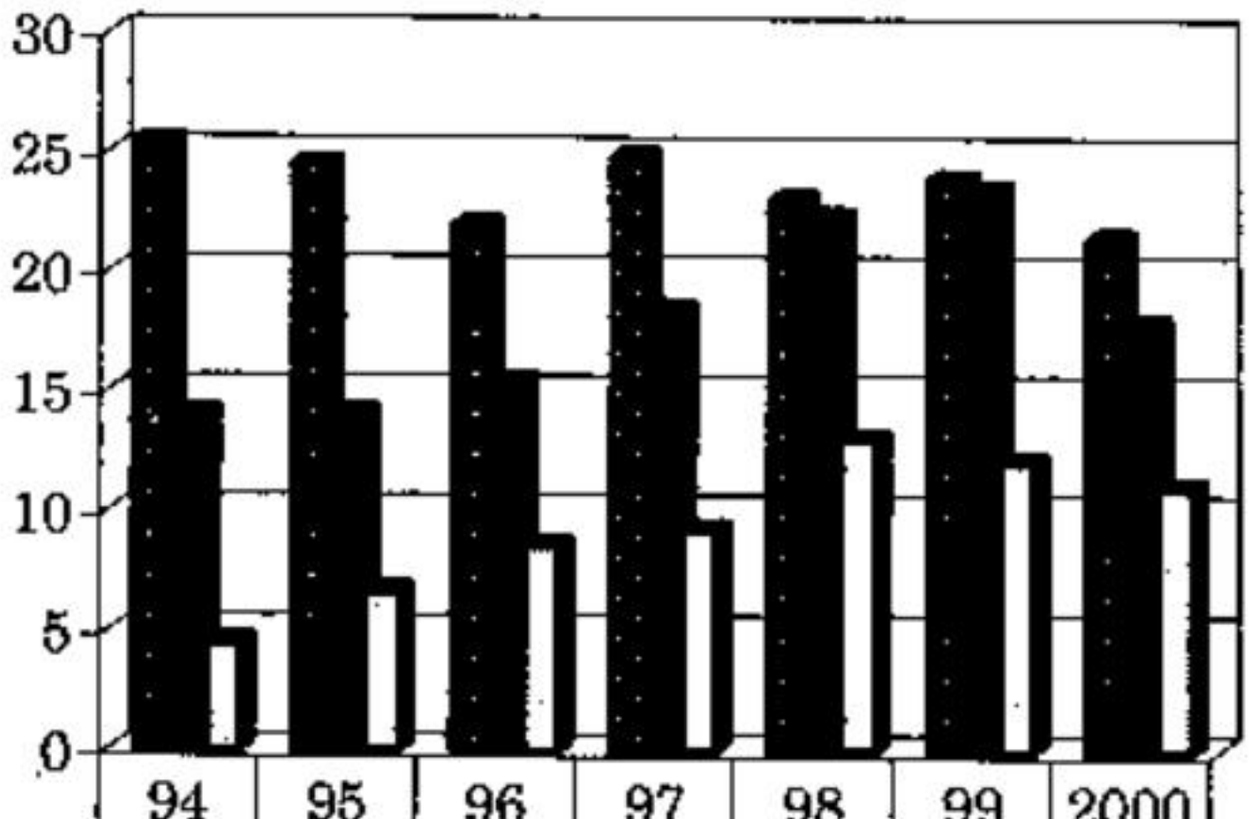
Dịch vụ chuyển phát nhanh (EMS). Dịch vụ chuyển phát nhanh là đơn vị có sản phẩm kinh doanh mạnh nhất trong các sản phẩm của TPC và đạt được thị phần đáng kể (70% thị phần trong nước và 26% quốc tế mặc dù có sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các công ty cổ phầnnhư DHL và TNT. Năm 1997, hệ thống tìm kiếm và định vị bưu phẩm EMS đã được lắp đặt tại bưu cục trung tâm thủ đô Dar es Sallam. Hệ thống này mang lại những lợi ích trong việc thu thập thông tin khách hàng. Hiệu suất tài chính sẽ được nâng lên nhờ việc điều chỉnh cước phí, mở rộng mạng lưới, đẩy mạnh việc tiếp thị và bán hàng.

Các kết quả đạt được

Hiệu suất của TPC gồm có lưu lượng tăng và năng lực sản xuất đã được cải thiện đáng kể từ khi thành lập năm 1994 (Bảng 3.9). Sự tiến bộ đáng kể này thậm chí còn ấn tượng

http://tieulun.hopto.org

hơn khi mọi người cho rằng sau cải cách thể chế năm 1994, TPC hoạt động trong cơ chế mở cửa bưu chính hoàn toàn. Giấy phép đã được cấp cho cả TPC và nhiều nhà khai thác khác để cung cấp các dịch vụ bưu phẩm toàn diện trong nước và quốc tế. Từ năm 1994 đến năm 1998, lượng bưu phẩm/đầu người tăng đáng kể từ 0,87 lên 1,26, cho thấy sự đóng góp mang tính kinh tế đáng kể nhờ sự cải cách ngành Bưu chính ở Tanzania.



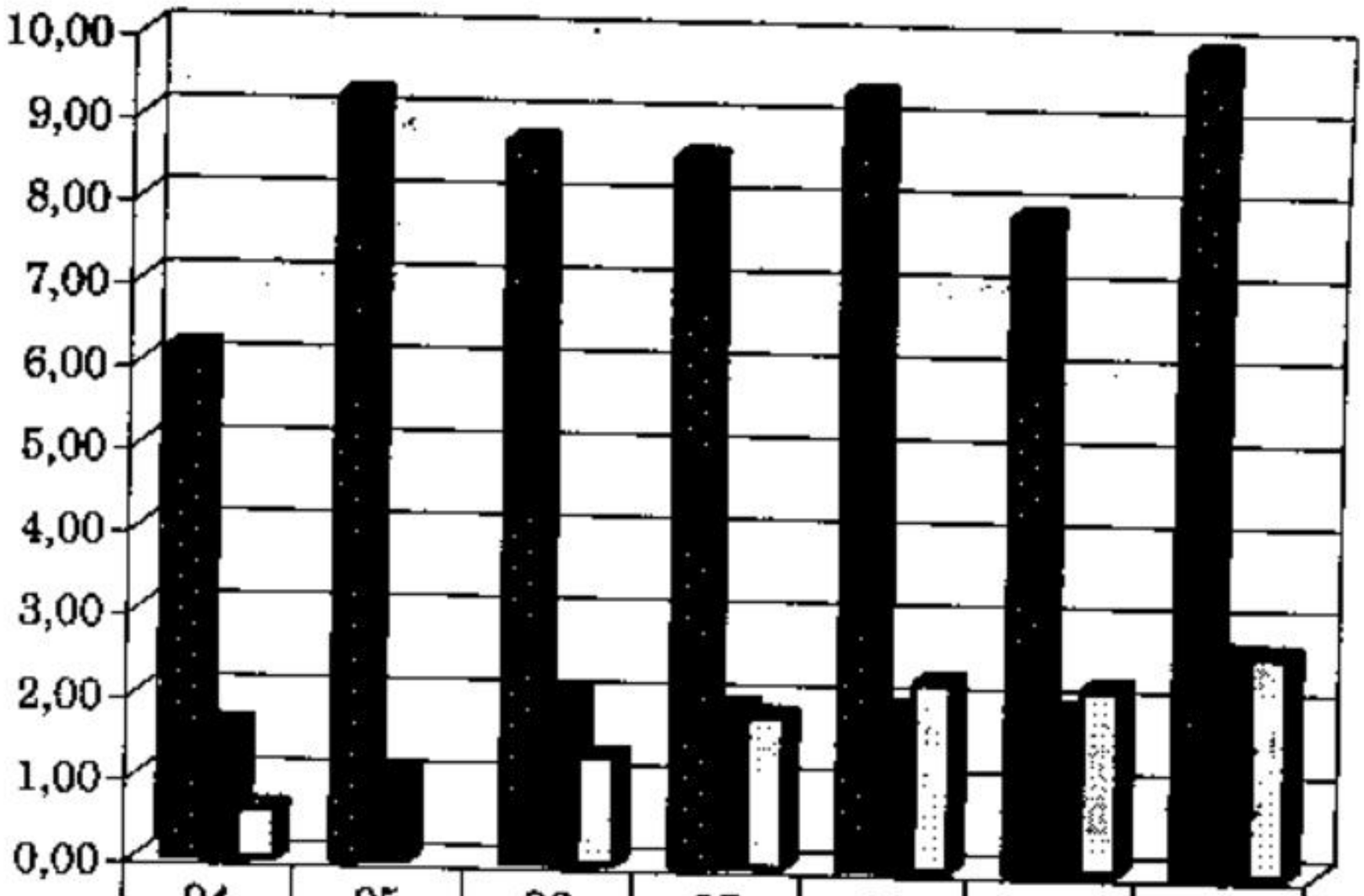
	94	95	96	97	98	99	2000
■ Lưu lượng LC/AO (tính hàng triệu)	25,4	24,5	21,9	24,8	23,0	23,9	21,4
■ Năng suất (hàng trăm bưu kiện/nhân viên)	14	14	15,4	18,4	22,3	23,4	17,8
□ Năng suất (hàng nghìn bưu kiện/nhân viên)	4,5	6,6	8,5	9,2	13	12	11

Bảng 3.9. Khối lượng và năng suất: 1994 - 2000

(Nguồn TPC)

http://tieulun.hopto.org

Hiệu suất tài chính bưu chính cũng được tăng lên đáng kể. Tổng thu nhập tăng từ 3,1 triệu USD năm 1993 lên 15,451 triệu USD năm 1999. Khối lượng bưu phẩm giảm tạm thời trong hai năm đầu cải cách kinh doanh (1995 - 1996) khi TPC tăng cước phí để trả chi phí một lần cho việc hợp lý hoá 400 vị trí nhân viên, thanh toán thuế nợ đọng, hoàn trả tiền vay ngân hàng. Tuy nhiên, vào năm 1996, TPC lần đầu tiên làm ăn có lợi nhuận và thậm chí còn trả được thuế công ty cho chính phủ. Thông qua việc quản lý các khoản chi phí một cách chi tiết, TPC đã thu được lợi nhuận ròng và thanh toán được cổ tức cho kho bạc chính phủ, cổ đông duy nhất của TPC, mặc dù khối lượng bưu phẩm có sự dao động và ảnh hưởng của các điều kiện kinh tế. Mỗi trung tâm kinh doanh cũng đạt được sự tăng trưởng đáng kể (Bảng 3.10). Phạm vi



	94	95	96	97	98	99	2000
■ Thư	6,17	9,24	8,71	8,56	9,35	7,91	9,93
■ Quầy giao dịch	1,62	1,08	2,03	1,93	1,95	1,95	2,68
□ EMS	0,61		1,30	1,82	2,27	2,22	2,65

Bảng 3.10. Thu nhập của từng trung tâm kinh doanh (triệu USD)

(Nguồn: TPC)

http://tieulun.hopto.org

phục vụ trong nước đã được mở rộng, các sản phẩm và các dịch vụ mới (như dịch vụ trong ngày cho bưu phẩm của chính phủ giữa Dar es Salaam và nhiều vùng trong nước) được mở để thu hút các khách hàng doanh nghiệp mới. Sự phát triển chiến lược quầy giao dịch hạt nhân và các dịch vụ tài chính như dịch vụ fax và các sản phẩm giá trị cao trong đó có EMS cũng đã đảm bảo cho việc thành công về tài chính.

Kết luận

Cải cách Bưu chính ở Tanzania đã mở rộng phạm vi dịch vụ bưu chính, thúc đẩy sự tham gia của khu vực tư nhân, tăng cường sự đóng góp của khu vực này vào phát triển kinh tế, và nâng cao năng suất của nhà khai thác công cộng. Việc cải cách thể chế được tiến hành bởi việc thương mại hoá từng giai đoạn, là một định hướng đúng và đã được chứng minh. Hơn nữa, những yếu tố quan trọng trong quá trình này là những sáng kiến bưu chính và sự hỗ trợ mạnh mẽ của chính phủ đối với cải cách.

Đặc điểm riêng: Thoả thuận hiệu suất chất lượng

Tháng 4 năm 1997, TPC ký một thoả thuận hiệu suất chất lượng với Bộ Truyền thông và Vận tải và Ủy ban xem xét khu vực nhà nước.

Mục đích của thoả thuận hiệu suất chất lượng này là nhằm cung cấp những chỉ tiêu, thủ tục hiệu suất rõ ràng, thực tế để giám sát hiệu suất và để phân định rõ trách nhiệm của những bên khai thác trực tiếp nhằm nâng cao tính thương mại hoá của tổng công ty.

Thoả thuận kéo dài ba năm này bao gồm những chỉ tiêu về chất lượng dịch vụ, tăng trưởng kinh doanh, đáp ứng yêu cầu khách hàng, an toàn và lợi nhuận. Trong thoả thuận này gồm cả những hình thức phạt trừ vào phần trăm lương nếu

http://tieulun.hopto.org

các bộ phận kinh doanh không đáp ứng các chỉ tiêu này. Ngược lại, một hệ thống thưởng cũng được thiết lập để xét thưởng cho những đơn vị vượt chỉ tiêu.

Hiệu suất của năm đầu theo thoả thuận này, năm 1997, được công ty tư vấn BV NEPOSTEL (Hà Lan) kiểm toán lần đầu và sau đó công ty trách nhiệm hữu hạn (TNHH) quốc tế Bưu chính New Zealand (nay là công ty Transend) kiểm toán lần hai.

Những kết quả kiểm toán đầu tiên cho thấy những chỉ tiêu được đưa ra đã đáp ứng hai vấn đề: tốc độ dịch vụ và an toàn. Lần kiểm toán thứ hai cho thấy công ty đạt được tất cả các chỉ tiêu trừ tăng trưởng kinh doanh. Các lần kiểm toán đều cho thấy tổng hiệu suất năm 1998 cao hơn năm 1997, và các kết quả đều cho thấy là tích cực và năm sau cao hơn năm trước. TPC là công ty thực hiện mức kiểm toán trực tiếp duy nhất kiểu này trong ngành Bưu chính thế giới.

3.1.4. Công ty Bưu chính Trinidad và Tobago

Trinidad và Tobago

Trinidad và Tobago là nước nằm ở quần đảo Anti, Caribê với 1,3 triệu dân, diện tích 5.130km^2. Nền kinh tế nước này là nền kinh tế nhỏ, mở đã đạt được tốc độ tăng trưởng đáng kể nhưng vẫn nhạy cảm với những sự kiện kinh tế bên ngoài. Dầu và khí tự nhiên là những ngành kinh tế trọng điểm, du lịch đóng vai trò ngày càng quan trọng của nền kinh tế nước này.

Khoảng 74% dân số sống ở thành phố, tỷ lệ người trưởng thành biết đọc, biết viết là trên 97%. Trinidad và Tobago có thể được xem là nước đang phát triển, thu nhập dưới mức trung bình; năm 2002, GDP đạt 9,4 tỷ USD và tổng sản phẩm quốc nội/đầu người là 6,450 USD (cao đáng kể so với

http://tieulun.hopto.org

trung bình của châu Mỹ La tinh và Caribê là 3,840 USD). Những năm cuối 1990 tốc độ tăng trưởng GDP thực tế trung bình hơn 3%/năm, mặc dù giá dầu đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế nước này bị sụt giảm. Tỷ lệ thất nghiệp cao là một vấn đề dai dẳng của nước này (14,2% năm 1998) và hơn 20% dân số nước này vẫn sống dưới mức nghèo đói.

Môi trường cải cách

Nhiều cải cách của chính phủ đã làm ổn định và làm phục hồi nền kinh tế một cách thành công và củng cố hệ thống tài chính của Trinidad và Tobago. Gần đây chính phủ đã có nhiều cố gắng trong việc xác định phạm vi và giảm quy mô ngành công cộng (ngành mà hiện sử dụng khoảng 25% lực lượng lao động). Nước này cũng đạt được những thành công trong việc cổ phần hoá trong những năm 1990. Thách thức lớn nhất là ảnh hưởng của đói nghèo vẫn còn lớn và do đó các chương trình phát triển của chính phủ đã được định hướng bằng cách tăng cường sự tiếp cận đối với việc làm, giáo dục và các nguồn lực như đất đai. Tăng cường việc chuyển phát phục vụ công cộng, đạt được sự tối ưu nội lực tài chính và khuyến khích những sáng kiến từ khu vực cổ phần là những ưu tiên hàng đầu của chính phủ.

Thị trường bưu chính

Nhà khai thác công cộng bưu chính nước này đã xử lý gần 16,3 triệu bưu phẩm trong năm 1999, tức là 12,64 bưu phẩm/người/năm, một tỷ lệ khá thấp trong các nền kinh tế quần đảo Caribê. Hơn nữa, mặc dù nền kinh tế nước này phát triển khá vững chắc trong vòng 5 năm nhưng sự tăng trưởng khối lượng bưu phẩm vẫn còn rất thấp. Trước khi cải cách, ngành Bưu chính đã không hỗ trợ được cho việc phát triển kinh tế - xã hội. Nhiều bưu cục bán lẻ lớn cũng cung

http://tieulun.hopto.org

cấp các dịch vụ tiết kiệm cơ bản, mặc dù lưu lượng giao dịch giảm đáng kể trong giai đoạn 1995 - 1999 (mất 58% trong kinh doanh chuyển tiền trong nước). Nhiều công ty độc quyền và nhiều hãng chuyển thư cổ phần khác chỉ tham gia vào việc kinh doanh chuyển phát nhanh và bưu kiện.

Hiệu suất cơ cấu nhà khai thác công cộng trước cải cách

Năm 1996, nhà khai thác bưu chính công cộng có 1.526 lao động ở 169 bưu cục cố định. Bưu điện Trinidad và Tobago và Ngân hàng Tiết kiệm Bưu chính là những đơn vị trực thuộc Bộ Phục vụ công cộng và Tài chính. Dịch vụ bưu chính thì nghèo nàn, lòng tin tưởng của khách hàng đối với ngành thấp và nhiều khách hàng doanh nghiệp đã chuyển sang nhà cung cấp dịch vụ bưu chính tư nhân. Ngành Bưu chính đã bị lỗ trong nhiều năm và lợi nhuận chỉ đáp ứng được khoảng 2/3 chi phí. Hạ tầng bưu chính và thiết bị cũ nát (đặc biệt là phương tiện vận tải) xuống cấp nhanh chóng. Những tổn thất về tài chính nặng nề đã hạn chế đầu tư vào hiện đại hoá mạng lưới, dẫn đến chất lượng dịch vụ và khối lượng bưu phẩm bị giám sút trầm trọng (khoảng 20% từ năm 1995 đến 1999).

Chiến lược cải cách bưu chính

Phải đương đầu với mức chất lượng thấp, sự sụt giảm lòng tin của người dân đối với dịch vụ, phần lớn khách hàng chuyển sang các nhà cung cấp dịch vụ tư nhân, và sự tổn thất tài chính ngày càng lớn, Chính phủ đã ra một quyết định thực tế để phát triển: cải cách ngành Bưu chính và cơ cấu lại nhà khai thác bưu chính công cộng để đạt được tự chủ tài chính trong khi vẫn cung cấp các dịch vụ bưu chính chất lượng cao và tin cậy. Chính phủ sau đó đã theo đuổi và nhận được (ngay đầu năm 1994) sự hỗ trợ đắc lực của WB cho tiến trình cải cách theo hình thức các cuộc hội thảo cải cách, phân

http://tieulun.hopto.org

tích chi tiết, tư vấn và khuyến nghị chính sách, và một khoản vay trọn gói xấp xỉ 11,4 triệu USD.

Sau khi Chính phủ thông qua Luật Bưu chính mới (Luật Bưu chính 1999), nhà khai thác công cộng đã chuyển đổi từ một cơ quan thuộc chính phủ trở thành một tổng công ty bưu chính mới, Tổng công ty Bưu chính Trinidad và Tobago, gọi tắt là TTPost. Cải cách luật pháp đã mang lại sự thay đổi về chính sách đáng kể trong đó bao gồm việc tăng cường quyền hạn của nhà khai thác công cộng để tiến tới hợp tác với khu vực tư nhân. TTPost cũng đã được giao những trách nhiệm rõ ràng và có một mối quan hệ chặt chẽ với Ban Giám đốc. Để đảm bảo cho chương trình cải cách này, chính phủ cũng đã hợp tác với các tổ chức công đoàn.

Một trong những tư vấn của WB về cải cách cho chính phủ nước này là tăng cường sự tham gia của khu vực cổ phần vào các hoạt động bưu chính. Bước đi đáng kể theo định hướng này là hình thành được một thoả thuận điều hành về cung cấp các dịch vụ bưu chính. Thoả thuận điều hành này được đúc kết từ nhiều bài học kinh nghiệm của nhiều nước trong việc hình thành các thoả thuận điều hành tương tự. Sau một quá trình đấu thầu, cạnh tranh quốc tế (được cơ cấu với sự hỗ trợ và tư vấn của WB), thoả thuận này được trao cho công ty TNHH Bưu chính quốc tế (trước đây là công ty TNHH toàn cầu Transend) được gọi là "Thoả thuận quản lý được ủy nhiệm" kéo dài 5 năm, có hiệu lực từ ngày 30/6/1999. Sau khi kết thúc 5 năm thoả thuận, Chính phủ xem xét các sắp xếp dài hạn, trong đó bao gồm cả khả năng trao quyền.

Thoả thuận này xác định rõ các trách nhiệm, nhiệm vụ và mối quan hệ cơ cấu của ba bên ký thoả thuận: nhà điều hành quản lý (Transend), TTPost và chính phủ Trinidad và Tobago. Toàn bộ mục tiêu, chỉ tiêu hiệu suất cụ thể và yêu

http://tieulun.hopto.org

cầu báo cáo tiến trình cải cách được xác định rõ thuộc về nhà điều hành quản lý.

Nhà điều hành quản lý có nhiệm vụ quản lý TTPost như là một doanh nghiệp tuân thủ các quy tắc quốc tế về các dịch vụ bưu chính. Các chỉ tiêu hiệu suất về dịch vụ và tài chính được miêu tả và phải được tuận theo:

- Các dịch vụ phổ cập (mở rộng phạm vi chuyển phát)
- Đáp ứng yêu cầu của khách hàng
- Thời gian chuyển tiếp
- Tăng trưởng doanh thu
- Thu nhập ròng

Các chỉ tiêu và kết quả hiệu suất tăng lên đáng kể trong thời gian thoả thuận 5 năm. Các mục tiêu khác được xác định bao gồm:

- Thay đổi quản lý
- Nguồn nhân lực
- Đầu tư vốn
- Hệ thống thông tin quản lý
- Ngân hàng Tiết kiệm Bưu điện.

Thoả thuận quản lý ủy quyền xác định các thủ tục thanh toán mới và xác định chi tiết quan trọng thuộc về chuyên môn của việc sắp xếp như nhân sự chủ chốt mà bên ký thoả thuận phải tuân theo. Toàn bộ chiến lược cho thoả thuận này do nhà điều hành quản lý thực hiện nhằm nâng cao sự độc lập về tài chính và khả năng thu lời của TTPost để có thể thanh toán khoản vay của WB trong tương lai.

Các kết quả đạt được

Trong khi cải cách bưu chính ở Trinidad và Tobago đang ở vào những giai đoạn đầu tiên và để đánh giá tổng thể phải mất nhiều năm sau, tuy nhiên đã có những tiến bộ và cải

http://tieulun.hopto.org

tiến đáng kể. Những thủ tục thanh toán mới theo thoả thuận điều hành (xem mục "Đặc điểm riêng" dưới đây) đang hỗ trợ đảm bảo cho các khía cạnh chủ yếu của hệ thống bưu chính để thấy được các dấu hiệu tiến bộ rõ ràng. Theo định hướng của bên điều hành, TTPost phải nhanh chóng:

- Mở nhiều bưu cục mới với trang thiết bị tốt hơn và đưa dịch vụ tới gần khách hàng hơn.
- Mở rộng dịch vụ chuyển phát tại nhà tới các vùng nông thôn, vùng xa xôi hẻo lánh và vùng kinh tế chậm phát triển.
- Cung cấp dịch vụ, sản phẩm đa dạng (trong đó có dịch vụ vận chuyển trong đất liền đầu tiên của Trinidad và Tobago) và mở rộng sang các vùng khác.
- Đáp ứng hơn nữa các nhu cầu của khách hàng.
- Nâng cao độ tin cậy, tốc độ và an toàn của việc chuyển phát bưu phẩm.
- Tăng lợi nhuận, năng suất và hiệu suất tài chính.
- Cải thiện điều kiện và động cơ làm việc.

Thực hiện những việc cải tiến. Hạ tầng xử lý bưu phẩm đã được củng cố với thiết bị chia chọn hiện đại hơn, sự hỗ trợ mạnh mẽ của công nghệ thông tin và việc xây dựng Trung tâm bưu phẩm quốc gia để xử lý tất cả các bưu kiện. Nhiều cải tiến mạng lưới bán lẻ và chuyển phát cũng được triển khai mạnh mẽ. Điển hình của việc tiến bộ trong toàn bộ quá trình cải cách này là việc tăng cường đáp ứng yêu cầu của khách hàng chỉ sau một năm. Các khách hàng là doanh nghiệp đặc biệt hài lòng với các sản phẩm và dịch vụ ngày càng được đa dạng, nhiều sản phẩm dịch vụ được thiết kế đáp ứng các nhu cầu ngày càng lớn về bưu phẩm của khách hàng.

Nâng cao khả năng chuyển phát. Một mặt quan trọng khác của chương trình hiện đại hoá bưu chính là sự cải tiến

http://tieulun.hopto.org

và việc mở rộng mạng lưới chuyển phát rất rõ ràng. Tần suất chuyển phát tăng từ 1-3 lần lên 5 lần một tuần khi việc chuyển phát tiêu chuẩn và ngày hôm sau tăng từ 17% lên 60% trong vòng 5 tháng. Chuyển phát bưu phẩm tại chỗ và gần hộ gia đình đã tăng từ 52% trong tổng số các hộ gia đình vào tháng 6/1999 lên 62% chỉ trong vòng một năm sau đó. Thậm chí ngay cả những cộng đồng ít người ở Tobago mà trước đây chưa hề có dịch vụ bưu chính cũng đã nỗ lực kết nối với mạng lưới chuyển phát và sau hơn 5 năm thoả thuận, mức độ chuyển phát này đã đạt mục tiêu đạt 94%. Để tăng cường hơn nữa ảnh hưởng tích cực của những cải tiến này, TTPost đã khởi động một cơ sở dữ liệu địa chỉ quốc gia và mở rộng việc lắp đặt các thùng thư cá nhân.

Nâng cao khả năng các dịch vụ tài chính. Bên cạnh dịch vụ thư và bưu kiện, dịch vụ chuyển tiền đã đến được với nhiều vùng. Việc mở rộng các dịch vụ tài chính bưu chính độc lập đã làm lợi cho nhiều khách hàng (đặc biệt là cho người già), sống nhờ vào số tiền do người nhà ở nước ngoài gửi về. Các dịch vụ này đã cho thấy sự hỗ trợ to lớn cho các doanh nghiệp nhỏ cần các hệ thống thanh toán tài chính an toàn và các hệ thống phân phát thực hiệu quả cho các hoạt động quảng cáo bưu phẩm trực tiếp và các dịch vụ đáp ứng yêu cầu.

Hỗ trợ phát triển kinh tế. Những người được hưởng lợi chính của quá trình hiện đại hoá bưu chính là các cộng đồng dân cư ở nông thôn và thu nhập thấp trước đây sống tách rời khỏi mạng lưới truyền thông, địa lý và tài chính. Việc cải thiện hạ tầng bưu chính không chỉ nâng cao sự tiếp cận với thông tin mà còn mở rộng các cơ hội trong lĩnh vực kinh doanh trong các cộng đồng này. Hạ tầng bưu chính đủ mạnh cũng sẽ là nền tảng cho các cơ hội kinh doanh điện tử và đẩy mạnh việc truy nhập các thông tin và thương mại liên quan

http://tieulun.hopto.org

đến Internet. Hiện đại hoá bưu chính ở Trinidad và Tobago vẫn đang ở vào những giai đoạn đầu tiên, những cải tiến mới về phạm vi phục vụ, chất lượng, đa dạng dịch vụ sẽ tiếp tục tăng cường sự hỗ trợ của ngành bưu chính cho phát triển kinh tế đặc biệt là cho những vùng khó khăn của đất nước này.

Đặc điểm riêng: Đạt được một hiệu suất bưu chính cao hơn nhờ thoả thuận điều hành

Sau khi xem xét nhiều sắp xếp uỷ nhiệm khác nhau và thậm chí là sự từ bỏ, Chính phủ Trinidad và Tobago đã lựa chọn thoả thuận điều hành các hoạt động bưu chính công cộng với các mục tiêu hiệu suất có thể đánh giá được và các trách nhiệm được xác định. Bưu chính Trinidad và Tobago là một trong những ví dụ sớm và điển hình nhất về điều hành một hệ bưu chính quốc gia được chuyển giao cho một thực thể kinh doanh nước ngoài.

Những lợi ích của mục đích này là nhanh chóng và đáng kể. Một yếu tố quan trọng để thành công trong bất kỳ thoả thuận điều hành nào (yếu tố này cũng đã được một số ngành khác thực hiện thành công) đó là xác định các chỉ tiêu hiệu suất chính xác và cơ chế phù hợp để quyết định mức phí, mức thưởng và phạt. Trong trường hợp của TTPost, nhà điều hành có lợi ích tài chính đáng kể khi điều hành thành công dự án đó. Một đội điều hành sẽ cung cấp trọn gói đền bù bao gồm phí điều hành cho các chi phí dịch vụ hàng ngày và cho việc hoàn thiện các dự án dựa trên sự thống nhất cao. Việc đền bù này được nâng lên với một cơ chế động viên nếu vượt qua các chỉ tiêu năng suất cụ thể. Phí điều hành cũng sẽ được giảm xuống nếu một hoặc nhiều chỉ tiêu năng suất không đạt được. Cuối cùng nhà điều hành sẽ chia sẻ thành

http://tieulun.hopto.org

các khoản lợi nhuận khi hiệu.suất tài chính của TTPost được nâng lên.

Cũng có một số bài học quý báu xuất phát từ trường hợp này sẽ được sử dụng trong các sắp xếp thoả thuận điều hành trong tương lai. Một trong số này là tầm quan trọng của những mục tiêu được xác định rõ ràng và chính xác (gồm cả con số cơ bản) và các chỉ số hiệu suất. Điều quan trọng là phải xác định rõ ràng và chính xác phạm vi kiểm soát và các trách nhiệm của nhà điều hành.

Kết luận

Bưu chính Trinidad và Tobago (TTPost) là một ví dụ về cải cách nhanh chóng và đáng kể có thể đạt được nhờ một quá trình cải cách bưu chính sâu rộng. Chính phủ Dân chủ Trinidad và Tobago đã chuyển đổi một cơ quan bưu chính phụ thuộc chính phủ thành công ty độc lập do chính phủ sở hữu. Việc điều hành thực thể này đã được sắp xếp trên cơ sở thoả thuận với những chỉ tiêu hiệu suất có thể đánh giá được và trách nhiệm được xác định. Sự kết hợp hiệu quả của việc điều chỉnh khung chính sách, thương mại hoá, tái cơ cấu và tổ chức lại nhà khai thác quốc gia và sự tham gia mạnh mẽ của khu vực cổ phầnđã dẫn đến những thay đổi nhanh chóng và rõ rệt cả về hiệu suất tài chính và hoạt động. Những cải tiến lớn trong việc mở rộng phạm vi dịch vụ phổ cập, chất lượng dịch vụ toàn diện và đáp ứng yêu cầu khách hàng đã đạt được chỉ sau hơn một năm. Và có lẽ quan trọng nhất là những cải tiến trong các dịch vụ bưu chính đã làm lợi cho các khu vực các hòn đảo và sẽ tiếp tục đóng một vai trò quan trọng tăng cường tiếp cận thông tin.

http://tieulun.hopto.org

3.1.5. Khu vực Trung và Đông Âu

Mục tiêu của khu vực

Trong bối cảnh mở rộng và hợp tác của Liên minh châu Âu EU, Ủy ban châu Âu EC và chính phủ các nước thành viên đã nhận thấy rằng các ngành cơ sở hạ tầng ở Trung và Đông Âu cần phải được cải cách. Ủy ban châu Âu đã thiết lập một chương trình hỗ trợ với tên gọi PHARE (gồm các nước Albani, Bosnia Herzegovina, Bulgary, Cộng hoà Séc, Estonia, Nước Cộng hoà Macedonia thuộc Nam Tư cũ, Latvia, Ba Lan, Rumani, Cộng hoà Slovak và Slovenia) để cấp kinh phí cho các nước thực hiện việc cải cách này.

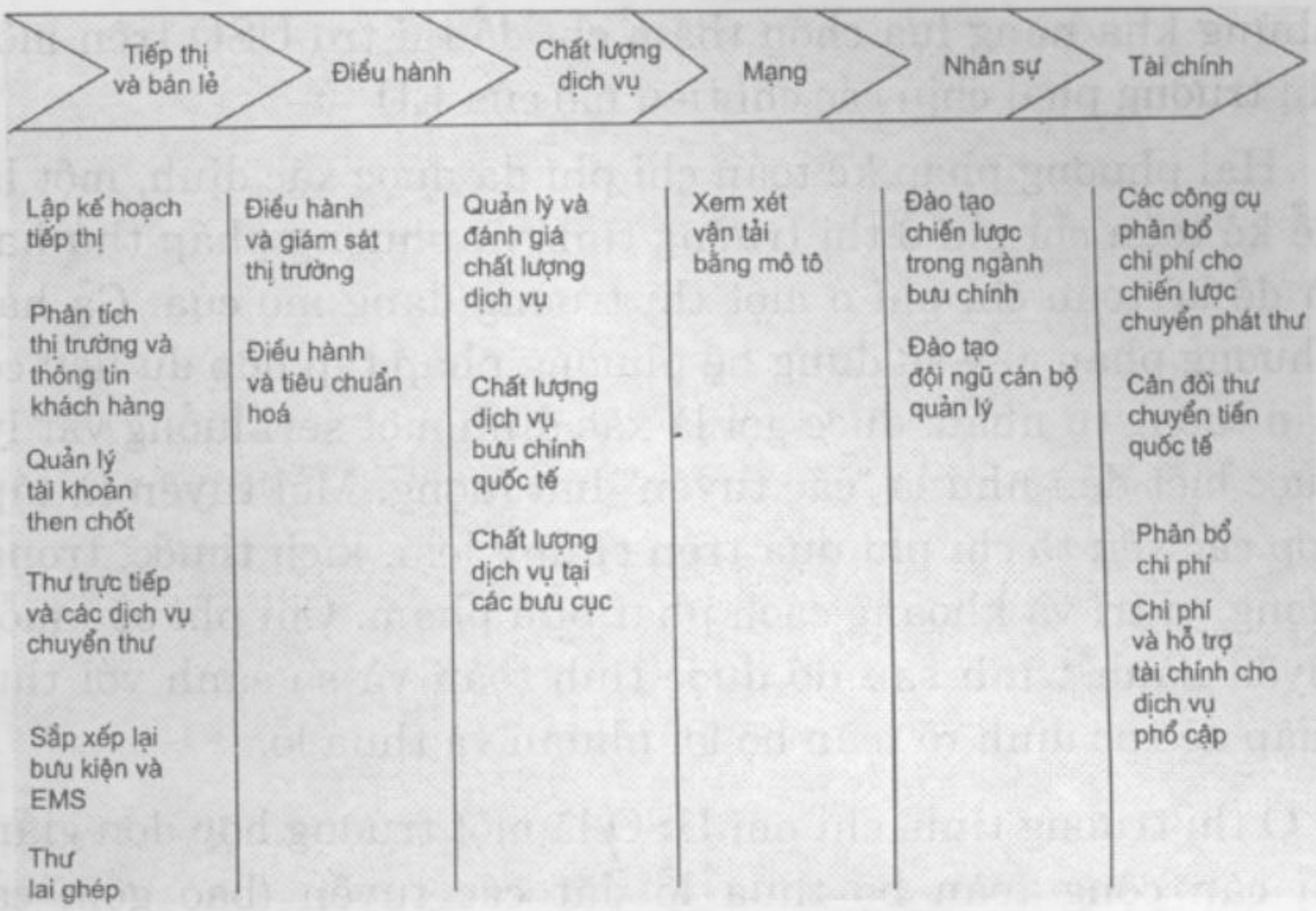
Hai mục tiêu của ngành Bưu chính đã được triển khai, theo đó 13 nước trong vùng sẽ thực hiện các dự án của riêng từng nước và các dự án thuộc cả vùng. Có tất cả là 18 dự án được thực hiện và dựa trên một chiến lược xem xét lại những chiến lược quan trọng trong lĩnh vực kinh doanh bưu chính đồng thời cũng xem xét toàn bộ yêu cầu của cổ đông bưu chính. Toàn bộ lĩnh vực thuộc dự án được trình bày theo Hình 3.2.

Hai trong số những dự án này đã cho thấy cả lợi ích của mỗi quốc gia và của toàn khu vực mà PHARE mang lại là hiện đại hoá ngành bưu chính.

Dự án khu vực thứ nhất - Quản lý tài chính quan trọng

Chiến lược. Dự án này được thiết kế để hỗ trợ các bưu chính các nước thuộc khu vực này nắm rõ hơn các khách hàng chiến lược và để thiết lập một chiến lược phát triển kinh doanh bưu chính. Điều này có nghĩa là lần đầu tiên xác định ai là khách hàng chiến lược và sau đó xây dựng một khung tiếp thị và bán hàng để quản lý công việc kinh doanh của họ. Ở một số nước điều này liên quan thực sự tới việc

http://tieulun.hopto.org



Hình 3.2

tuyển dụng giám đốc tài chính và thiết lập lần đầu tiên một lực lượng bán hàng riêng cho những khách hàng chiến lược.

Các kết quả. Các kế hoạch hành động được thiết lập để đặt ra các chỉ tiêu, mục tiêu, thời hạn và các ưu tiên cho từng đội quản lý tài chính. Bên cạnh đó, dự án cũng xây dựng một hệ thống phần mềm cơ sở dữ liệu tài chính và được triển khai ở các nước tham gia dự án. Mục đích cuối cùng của dự án là để đào tạo các giám đốc cho tất cả các nước tham gia.

Dự án khu vực thứ hai - Định chi phí và hỗ trợ tài chính cho các nghĩa vụ phổ cập dịch vụ (USO)

Chiến lược. Dự án khu vực thứ hai có hai mục đích chính. Mục đích đầu tiên là để đưa ra được phương pháp cho cả khu vực để định quyết định chi phí USO và sau đó là thiết lập chi phí cho từng nước. Mục đích thứ hai là xác định

http://tieulun.hopto.org

những khả năng lựa chọn thậm chí để tài trợ USO trên một thị trường phải chịu các chỉ tiêu mở cửa EU.

Hai phương pháp kế toán chi phí đã được xác định, một là để kế toán chi phí ở thị trường tĩnh và phương pháp thứ hai là để kế toán chi phí ở một thị trường đang mở cửa. Cả hai phương pháp này sử dụng hệ phương pháp tập hợp dữ liệu cơ bản tương tự nhau, được gọi là xác định một seri luồng vật lý được biết đến như là "các tuyến" lưu lượng. Mỗi tuyến là tập hợp các yếu tố chi phí dựa trên chủng loại, kích thước, trọng lượng, vị trí và khoảng cách phát bưu phẩm. Chi phí của mỗi tuyến hành trình sau đó được tính toán và so sánh với thu nhập để xác định rõ toàn bộ lợi nhuận và thua lỗ.

Ở thị trường tĩnh, chi phí USO là một trường hợp đơn giản chỉ cần cộng toàn bộ thua lỗ đặt các tuyến (bao gồm cả chuyển phát ở vùng nông thôn) vào giả định nếu không có USO thì không cần phải phục vụ các tuyến này. Ở một thị trường đang mở cửa mục tiêu này là rất khác. Phải tính đến các tuyến tạo ra lợi nhuận và sự mất mát vào tay các đối thủ cạnh tranh tham gia vào thị trường. Chi phí cung cấp USO do vậy phải tính toán thị trường có thể bị tổn thất khi cạnh tranh.

Các kết quả. Ở nhiều nước áp dụng hệ phương pháp này nên rất ít các đối thủ cạnh tranh có thể gia nhập thị trường cung cấp USO vì nó mang lại rất ít lợi nhuận. Các kết quả của dự án cho thấy nhiều nước cần phải sửa đổi lại cơ chế định giá để điều chỉnh sự bù lỗ mà nhà nước phải chịu. Dự án cũng xác định và đánh giá nhiều khả năng khác nhau trong việc trợ cấp USO trong đó có tính đến những vùng hẻo lánh, các quỹ đền bù, cấp phép, nghĩa vụ USO cho tất cả các nhà khai thác được cấp phép, bán và bù lỗ của nhà nước.

http://tieulun.hopto.org

Đặc điểm riêng: Mục tiêu là tiến tới cải cách bưu chính

Quá trình cải cách đã diễn ra thông qua Chương trình PHARE đã không tập trung vào việc chuyển đổi hình thức quản lý bưu chính doanh nghiệp. Thay vào đó nó tập trung vào việc đưa ra được khung hiện đại hoá bưu chính trong phạm vi khu vực với sự chủ động điều chỉnh theo tình hình của từng nước. Một thách thức đáng kể của mục tiêu này là từng nước có các giai đoạn phát triển kinh tế và bưu chính khác nhau.

Tuy nhiên, mục tiêu cải cách chung của các quốc gia trong khu vực Trung và Đông Âu là đưa ra được sự tư vấn kỹ thuật cần thiết và để đạt được sự hiện đại hoá ngành bưu chính trong khu vực một cách đáng kể. Bằng cách tập trung đồng thời vào cả mức năng suất của từng nước và của cả khu vực, Chương trình PHARE đã đưa ra được một định hướng cải cách chung cho tất cả các nước và các công cụ cần thiết để nâng cao khả năng kinh doanh bưu chính.

Trong một báo cáo của tất cả các nước tham gia Quỹ PHARE được tiến hành năm 1997 (năm trước khi kết thúc chương trình), nhiều lợi ích to lớn đã được đề cập. Các nước hưởng lợi nhìn chung hài lòng với sự trợ giúp kỹ thuật mà họ đã nhận được trong các dự án PHARE và đã xác định được năng suất của các kế hoạch kinh doanh, nâng cao sự nhận thức về tiếp thị, đào tạo và các cơ hội với Bưu chính các nước Tây Âu...

3.2. CẢI CÁCH BƯU CHÍNH Ở CÁC NƯỚC CÔNG NGHIỆP HÓA VÀ Ở CÔNG TY TNT

Cuối thế kỷ 20, một làn sóng những tiến bộ công nghệ đã dấy lên một vấn đề về khả năng tồn tại lâu dài của bưu chính

http://tieulun.hopto.org

các nước. Phương thức truyền tải điện tử các văn bản được đánh máy đang phát triển nhanh chóng của nó. Các dịch vụ chuyển phát vật lý đang dần được chuyên môn hóa và được cải tiến tốt hơn để đáp ứng các nhu cầu của khách hàng. Với hạ tầng viễn thông và vận tải hàng không hiện đại, quy mô mạng lưới chuyển phát khả thi đã được mở rộng ở các nước. Một nhà cung cấp các dịch vụ bưu chính truyền thống độc quyền, do chính phủ sở hữu vẫn gặp khó khăn trong chuyển đổi trong môi trường mới này.

Ở tất cả các nước phát triển, hệ thống bưu chính đang chịu ảnh hưởng của những sự thay đổi này. Hiện đại hóa ngành bưu chính đang hướng theo quy mô toàn cầu. Từng bước, các nhà lãnh đạo, các công chức nhà nước, các quan chức bưu chính, các khách hàng gửi bưu phẩm tiềm năng và các học giả đang tiếp cận tới một chính sách bưu chính quốc gia mới. Mặc dù có những sự khác nhau trong cách tiếp cận cải cách ở nhiều nước công nghiệp hóa, nhưng những mục tiêu chung của cải cách bưu chính là giảm hoặc chấm dứt độc quyền, cơ cấu lại bưu chính quốc gia thành một công ty, cổ phầnhóa đáng kể quyền sở hữu của bưu chính và đa dạng hóa công tác kinh doanh của ngành Bưu chính. Chương này sẽ đề cập tổng thể các hoạt động và luật cải cách bưu chính ở các nước công nghiệp hóa với những mô hình khác nhau.

Năm 1988 có thể được đánh dấu như là một thời điểm thích hợp cho sự cải cách bởi sự ảnh hưởng của những quyết định quan trọng trong việc chia tách trên toàn cầu. Ở New Zealand, một Ủy ban thuộc chính phủ đã khuyến nghị một bước tiến chưa có tiền lệ là bãi bỏ sự độc quyền bưu chính. Ở Australia, chính phủ quyết định chuyển đổi Bưu chính nhà nước thành một công ty có trách nhiệm đóng thuế và thực hiện các nghĩa vụ khác như bất cứ một công ty cổ phầnnào. Ở Liên minh châu Âu, Cộng đồng châu Âu bắt đầu các cuộc

http://tieulun.hopto.org

điều tra cạnh tranh và chính sách lớn mà cuối cùng cũng đã thúc đẩy việc thông qua một Chỉ thị các dịch vụ bưu chính mới và quan trọng hơn là những cải cách sâu rộng ở nhiều nước thành viên. Năm 1998, các quan chức bưu chính hàng đầu thế giới đã nhóm họp ở Canada và đi đến thống nhất thành lập Tập đoàn Bưu chính quốc tế như là một cơ chế mới để điều phối các dịch vụ bưu phẩm quốc tế. Những lần nhóm họp được tổ chức theo những quyết định này của Tập đoàn đã có ảnh hưởng tới nhau và một thập kỷ sau vẫn tiếp tục hình thành chính sách bưu chính ở cả tầm quốc gia và quốc tế.

3.2.1 New Zealand

Newzealand là nước công nghiệp hóa đầu tiên thực hiện những thay đổi trong chính sách cho ngành Bưu chính. Năm 1986, New Zealand đã chuyển đổi Bưu chính New Zealand thành một công ty mới với tên gọi New Zealand Post do Chính phủ sở hữu. Cùng lúc đó, Chính phủ bắt đầu xem xét toàn diện đến việc tiếp tục hoặc bãi bỏ độc quyền. Khi chưa kết thúc sự xem xét này thì vào năm 1987, New Zealand thiết lập một mức giá cho độc quyền bưu chính là 1,75 đô la New Zealand (NZ$) và mức trọng lượng cho phép là 500gr (1,1 pound). Nói một cách khác, một nhà khai thác cổ phầnđược phép vận tải thư thay cho bưu phẩm nếu dịch vụ của nhà khai thác cổ phầnđáp ứng một trong hai điều kiện trên. Một nhà khai thác tư nhân có thể chuyển bưu phẩm bất cứ khi nào khi mức cước phí cao hơn 1,75 NZ$/thư, khoảng gấp 4,5 lần giá tem. Một khả năng khác, một nhà khai thác cổ phầncó thể chuyển một bức thư có trọng lượng hơn 500gr không kể mức cước phải trả là bao nhiêu. Chính phủ sau khi xem xét độc quyền bưu chính, năm 1998 đã quyết định bãi bỏ độc quyền bưu chính sau một giai đoạn chuyển đổi 2 năm, trong thời gian đó mức giá độc quyền sẽ giảm dần theo từng giai đoạn. Ủy ban của chính phủ cho biết "không có tiền lệ

http://tieulun.hopto.org

bãi bỏ bưu phẩm" nhưng kết luận chắc chắn "đây không phải là một lý lẽ chống lại sự bãi bỏ độc quyền".

New Zealand Post phản đối việc bãi bỏ độc quyền bưu chính vì công ty này "đã bị đặt vào tình thế cạnh tranh do một loạt các công ty khác và các dịch vụ cạnh tranh như điện thoại, telex, fax, thư điện tử, và các dịch vụ không được điều tiết". New Zealand Post đã đề cập đến những cải tiến dịch vụ gần đây và mức cước phí bưu chính thấp ở New Zealand so với các nước phát triển khác. Ngoài ra, New Zealand Post cũng cảnh báo nguy cơ đối với dịch vụ bưu chính phổ cập, "việc sụt giảm" bưu phẩm do các đối thủ cạnh tranh ở thành phố, việc từ bỏ các dịch vụ bưu chính ở nông thôn, mối đe dọa đối với tỷ lệ bưu chính quốc gia và việc đóng cửa hơn 25% bưu cục. Trong những thập kỷ sau này, những lý lẽ tương tự, theo hình thức như nhau, đã lặp đi lặp lại do ngành Bưu chính phản đối cải cách bưu chính.

Chính phủ New Zealand không nao núng và thừa nhận sự cần thiết đóng cửa các bưu cục kinh doanh không có lãi nhưng từ chối các yêu cầu khác của New Zealand Post. Trước thời điểm bãi bỏ độc quyền, vào tháng 2/1988, New Zealand Post được phép đóng cửa hơn 1/3 bưu cục, thuê các cửa hàng địa phương thực hiện giao dịch. New Zealand Post cũng tăng đáng kể mức phí chuyển phát trong nước hàng năm ở các vùng nông thôn. Năm 1990, chính phủ đã sửa đổi luật bưu chính bằng cách giảm giới hạn độc quyền trọng lượng bưu chính từ 500gr xuống còn 200gr (7 ounce) và giảm mức giá xuống 0.80NZ$ trong giai đoạn 2 năm (đến ngày 1/12/1991). Cuối giai đoạn chuyển đổi này, mức giá sàn cho độc quyền bưu chính thấp hơn hai lần giá tem. Thư quốc tế cũng được mở cửa và New Zealand Post được phép đưa ra nhiều báo cáo chi tiết hàng năm về tài chính và chất lượng dịch vụ (Luật sửa đổi các dịch vụ bưu chính 1990).

http://tieulun.hopto.org

Ảnh hưởng của những cải cách này đối với New Zealand Post đã rõ ràng. Sau năm 1990, New Zealand Post đã cải thiện tính hiệu quả và giới thiệu các dịch vụ mới. Năm 1995, sau năm năm liên tục tăng trưởng khối lượng thư 5%, New Zealand Post đã bãi bỏ phí chuyển phát ở nông thôn và hạ giá tem mức thứ nhất từ 0,45 NZ$ xuống 0,40NZ$. New Zealand Post tiếp tục thực hiện dịch vụ phổ cập theo một thỏa thuận với chính phủ mà mức giá cước tem tối đa là 0,45NZ$ nhưng không cần phải theo các tỷ giá quốc gia thống nhất. New Zealand Post đã mở rộng các công việc kinh doanh trong đó có phân phát các quảng cáo không địa chỉ, thư điện tử, các dịch vụ phát nhanh, chuyên chở, tư vấn và đã thu được lợi nhuận hàng năm kể từ năm 1986. Mục đích như đã tuyên bố của New Zealand Post là được công nhận như là "một công ty làm ăn hiệu quả ở New Zealand". Tuy nhiên, vẫn chưa có kế hoạch bán cổ phần của New Zealand Post cho công chúng.

3.2.2. Australia

Ở Australia, tiến trình cải cách bưu chính cũng gần giống với New Zealand, nhưng chậm hơn hai đến ba năm. Năm 1998, trong khi các quan chức của New Zealand đang dự tính tới việc bãi bỏ độc quyền bưu chính, thì Chính phủ Australia mới đang bắt tay vào sắp xếp tổ chức bưu chính. Theo luật công ty Bưu chính ở Australia năm 1989, bưu chính quốc gia trở thành Australia Post, một công ty do chính phủ quản lý có trách nhiệm nộp thuế và các nghĩa vụ giống như một công ty tư nhân. Năm 1991, chính phủ Australia đề nghị Ủy ban Công nghiệp, một tổ chức gồm các chuyên gia, tiến hành điều tra nghiêm túc về vấn đề bãi bỏ sự độc quyền. Trong một báo cáo đầy đủ không thường xuyên công bố năm 1992, Ủy bạn Công nghiệp đã khuyến nghị bãi bỏ sự độc quyền bưu chính

http://tieulun.hopto.org

sau một năm nữa. Hơn thế, Ủy ban yêu cầu Australia Post thực hiện phổ cập dịch vụ với một tỷ lệ cước thống nhất, cho phép sự thay đổi các giá tem miễn là không có mức tem nào vượt một mức tối đa bằng với mức thống nhất trước đây. Tuy nhiên, chính phủ cũng muốn đi xa hơn với những điều khoản Ủy ban kiến nghị. Luật Bưu chính năm 1994, mức giá độc quyền bưu chính giảm giá tem từ 10 xuống bốn lần và mức trọng lượng giảm từ 500gr xuống 250gr (8 ounce). Luật năm 1994 cũng tăng cường trách nhiệm giải trình của Australia Post về chất lượng các dịch vụ của mình.

Tháng 6 năm 1997, Chính phủ Australia đã mở một điều tra nghiên cứu về chính sách bưu chính. Ủy ban cạnh tranh quốc gia (NCC), một Ủy ban gồm 5 thành viên đã được đề nghị đệ trình những bước đi thực tiễn để cải thiện hơn nữa sự cạnh tranh, hiệu suất, và lợi ích của khách hàng trong ngành bưu chính trong khi vẫn duy trì các thỏa thuận dịch vụ công cộng với chính phủ. Vào tháng 2 năm 1998, NCC công bố báo cáo nghiên cứu chi tiết và sâu sắc khuyến nghị việc bãi bỏ độc quyền bưu chính đối với thư thương mại và các biện pháp khác để làm cho Australia Post trở thành một doanh nghiệp thực thụ hơn. Lại một lần nữa Chính phủ Australia xem xét đề nghị quá táo bạo của Ủy ban này. Tuy nhiên, vào tháng 7 năm 1998, Chính phủ thông báo hỗ trợ về mặt pháp lý nhằm giảm giới hạn độc quyền giá cước xuống 0,45 đô la Australia (A$), giá cước tem hiện tại, và giới hạn trọng lượng xuống 50gr (1,8 ounce) vào tháng 7/2000. Sau khi chính phủ mới được thành lập vào tháng 10/1998, chính phủ Australia đã dự định ban hành luật để triển khai những đề xuất này.

Giống như New Zealand Post, Australia Post đã phát triển mạnh trong giai đoạn tăng cường sự cạnh tranh. Các

http://tieulun.hopto.org

mức cước ổn định hơn 6 năm và Australia Post đã thu được lợi nhuận đáng kể hàng năm kể từ năm 1997. Việc chuyển phát thư kịp thời đã tăng từ 89% lên 94% vào năm 1998. Australia Post cũng đã triển khai cả kinh doanh điện tử và ủy thác. Vào năm 1998, Australia Post dự đoán gần một nửa doanh thu và hơn 2/3 lợi nhuận của Australia Post thu được từ các thị trường cạnh tranh.

3.2.3 Liên minh châu Âu

Năm 1998, Ủy ban châu Âu, Văn phòng Liên minh châu Âu bắt đầu tiến hành hai điều tra có quan hệ chặt chẽ về chính sách bưu chính. Điều tra đầu tiên là điều tra về pháp lý do các nhà khai thác cổ phầnkhuyến nghị. Các nhà khai thác cổ phầnphàn nàn các cơ quan bưu chính ở các nước thành viên đã hiệp lực cản trở sự cạnh tranh bưu phẩm giữa các nước (Bưu chính Mỹ cũng có liên quan). Để giải quyết vụ kiện này, một loạt các cuộc họp bắt đầu từ tháng 4 năm 1987, và bưu chính các nước đã nhất trí về một chiến lược đa chiều: thông qua một lịch trình cước phí chung mới cho chuyển phát bưu phẩm giữa các nước (Thỏa thuận CEPT), ngăn chặn và không khuyến khích bưu phẩm giữa các nước theo Điều khoản 23 của Hiệp định Bưu chính toàn cầu 1989, và sự cổ vũ của Bưu chính các nước từ chối hợp tác với bưu chính các nước đó và các nhà khai thác cổ phầncung cấp các dịch vụ chuyển tiếp bưu phẩm. Phản ứng trước lời phàn nàn này, cơ quan bưu chính các nước đã thuyết phục Cộng đồng châu Âu tiến hành một cuộc đầu tra thứ hai sâu rộng hơn, một cuộc điều tra về chính sách bưu chính ở châu Âu. Bằng cách cam kết với bộ phận chính sách của Ủy ban, các quan chức bưu chính hy vọng trì hoãn sự cạnh tranh về bưu phẩm diễn ra giữa các nước và thiết lập một sự thống nhất duy trì dịch vụ bưu chính phổ cập làm lu mờ các quy tắc của luật cạnh

http://tieulun.hopto.org

tranh. Cuộc chiến chính sách gia tăng bởi việc khởi đầu kinh doanh. Vào cuối năm 1988, 15 cơ quan bưu chính hàng đầu châu Âu đã nhóm họp với Bưu chính Mỹ, Canada, Australia và Nhật Bản quyết định thành lập một công ty mới để điều hành một đường bay vận tải quốc tế để chuyển phát nhanh bưu phẩm và cung cấp các dịch vụ tiếp thị và quản trị bưu phẩm quốc tế. Công ty này được gọi là Công ty Bưu chính quốc tế có trụ sở tại Brussel (Bỉ) vào tháng 1 năm 1989.

Hy vọng của các quan chức bưu chính của Liên minh châu Âu đã được hiện thực hóa từng phần. Ủy ban châu Âu thống nhất hoãn lại quyết định về Vụ kiện chuyển tiếp bưu phẩm giữa các nước, nhưng Ủy ban vẫn chấp nhận phần lớn các thỏa thuận chính sách cạnh tranh chuyên nghiệp do các nhà kinh tế, các nhà khai thác cổ phầnvà các công ty gửi bưu phẩm lớn đề ra. Các kết luận và các kiến nghị chính sách của Ủy ban được ghi nhận trong Văn bản Xanh về Bưu chính xuất bản tháng 6 năm 1992. Văn bản Xanh về Bưu chính và Báo cáo của Ủy ban Công nghiệp Australia đã được xuất bản một tháng sau đó đã là hai nghiên cứu chính sách của chính phủ lớn về hoạt động cải cải bưu chính khá sớm. Trong văn bản Xanh về Bưu chính, Ủy ban châu Âu đã khuyến nghị những giới hạn mới đối với độc quyền Bưu chính châu Âu: (i) các giới hạn về cước phí và trọng lượng trên toàn châu Âu, (ii) mở cửa thị trường bưu phẩm quốc tế, trong đó có bưu phẩm giữa các nước EU, (iii) thông qua một giả định pháp lý để hỗ trợ việc mở cửa thị trường bưu phẩm quảng cáo và (iv) mở cửa thị trường việc thu gom và vận tải bưu phẩm.

Tóm lại, những biện pháp này đã đặt các bưu cục độc quyền đối với phần lớn lợi nhuận của họ trong khi mở cửa thị trường các dịch vụ xuyên quốc gia mà những dịch vụ này quan trọng đối với sự thống nhất của Liên minh châu Âu

http://tieulun.hopto.org

(khoảng 4% khối lượng bưu phẩm) và yêu cầu các nước thành viên tuân theo "các thực tiễn" của các nước thành viên cạnh tranh chuyên nghiệp. Văn bản Xanh về Bưu chính cũng thúc đẩy việc giám sát luật lớn hơn đối với các dịch vụ bưu chính và sự minh bạch của các tài khoản. Theo sau Văn bản Xanh về Bưu chính, vào tháng 4 năm 1993, Ủy ban đã đưa ra quyết định sơ bộ trong vụ kiện chuyển tiếp bưu phẩm giữa các nước mà đã có những lời phàn nàn của các nhà khai thác cổ phầnvề các tài khoản.

Mặc dù có sự cân đối mang tính chính trị trong Văn bản Xanh về Bưu chính, nhưng cải cách bưu chính đã cho thấy nhiều khó khăn hơn so với sự tưởng tượng của Ủy ban châu Âu. Sự đối lập chính trị giữa các cơ quan bưu chính và Liên minh Bưu chính thế giới (UPU) đã gây ra sự trì trệ và cản trở đáng kể tới những đề xuất của Văn bản Xanh về Bưu chính. Vào tháng 12/1997, 5 năm rưỡi sau khi xuất bản Văn bản Xanh, Ủy ban châu Âu cuối cùng đã thông qua một Chỉ thị các dịch vụ bưu chính không khác ngoài việc định ra sự áp đặt một giới hạn giá về độc quyền bưu chính châu Âu gấp 5 lần cước tem và mức trọng lượng là 350gr. Các biện pháp bãi bỏ các quy định khác bị trì hoãn thêm năm năm nữa. Cũng như vậy, trong trường hợp Vụ kiện chuyển tiếp bưu phẩm thư giữa các nước, Ủy ban châu Âu năm 1995 đã hủy bỏ những tìm kiếm đầu tiên để hỗ trợ các nhà khai thác cổ phầnvà giảm việc chỉ trích các bưu cục. Cơ sở không chắc chắn của Ủy ban là mặc dù các bưu cục đã vi phạm luật cạnh tranh, họ vẫn hứa hẹn sửa chữa những biện pháp của họ.

Mặc dù các đối thủ bưu chính đã khá thành công trong việc thúc đẩy Ủy ban châu Âu giải quyết Văn bản Xanh về Bưu chính và vụ kiện chuyển tiếp bưu phẩm giữa các nước, nhưng họ không thể làm cho cải cách lùi trở lại. Việc tiến

http://tieulun.hopto.org

hành các hội thảo công cộng và các nghiên cứu đã tạo ra một sự thay đổi lớn về quan điểm của những chuyên gia bưu chính. Hai chuỗi hội thảo học thuật là cực kỳ quan trọng đánh dấu sự tiến bộ trong tư duy về bưu chính ở châu Âu. Chuỗi hội thảo đầu tiên được hai nhà kinh tế Mỹ, Michael Crew và Paul Kleindorfer tổ chức bắt đầu năm 1990, nhân lễ kỷ niệm những phát minh bưu.chính lần thứ 150 do nhà cải cách lớn người Anh Rowland Hill tạo ra. Chuỗi hội thảo thứ hai được diễn ra hàng năm từ 1993 đến 1997 do Viện WIK, một tổ chức nghiên cứu của Đức tổ chức. Những hội thảo như vậy là cơ hội cho các quan chức châu Âu học hỏi lẫn nhau và từ những cải cách khá nhanh đang diễn ra ở New Zealand và Australia.

Các giám đốc điều hành và các quan chức chính phủ phụ trách bưu chính ở cả tầm quốc gia và châu Âu tin chắc vào khả năng cạnh tranh chắc chắn diễn ra như là tiêu chuẩn cho ngành bưu chính tương lai. Vào giữa những năm 90, các phương tiện truyền thông điện tử dần có những tác động tới sự phát triển trong tương lai của ngành bưu chính. Sự nhanh nhạy mới sẽ tạo ra nhiều sự phát triển với những quan hệ chặt chẽ hơn nữa. Bốn bài học được rút ra: liên danh TNT, sự bãi bỏ độc quyền bưu chính ở Thụy Điển, cổ phầnhóa và mở rộng bưu chính Hà Lan và giai đoạn cải cách Postreform III ở Đức.

3.2.4. Thụy Điển

Cuối năm 1992, Thụy Điển trở thành một nước châu Âu lớn đầu tiên quyết định từ bỏ độc quyền bưu chính. Chính phủ Thụy Điển quyết định bãi bỏ độc quyền vào 1/1/1993 ngay lập tức cho phép một công ty mới tham gia vào thị trường, đó là công ty CityMail. CityMail đi tiên phong trong dịch vụ chuyển phát bưu phẩm do máy tính thu gom hai lần một tuần với chi phí thấp ở thủ đô Stockholm, thành phố lớn

http://tieulun.hopto.org

nhất của Thụy Điển. Công ty Sweden Post ủng hộ việc chấm dứt sự độc quyền bởi vì nếu không từ bỏ sự độc quyền Sweden Post sẽ không thể thực hiện sự chủ động kinh doanh cần thiết để đáp ứng một thị trường luôn thay đổi. Việc chấm dứt sự độc quyền diễn ra sau khi có Luật các dịch vụ bưu chính năm 1994, nó tạo ra một khung pháp lý mới cho các dịch vụ chuyển phát. Sweden Post được chuyển đổi thành một công ty cổ phần chuẩn tắc với các cổ phần do chính phủ sở hữu. Trong cùng năm đó, Sweden Post áp dụng thuế giá trị gia tăng cho tất cả các sản phẩm giống như một công ty tư nhân. Chính phủ đã đàm phán một hợp đồng kéo dài 3 năm với Sweden Post để cung cấp các dịch vụ công khác nhau.

Khi sự cạnh tranh trở nên khốc liệt, Sweden Post tìm cách giữ khách hàng bằng một chiến dịch rầm rộ với các khẩu hiệu riêng biệt, liên tục, giảm giá có sự phân biệt và các chiến lược giá cước khác nhau. Những công việc này của Sweden Post đã bị Cơ quan cạnh tranh Thụy Điển (SPK) chỉ trích là chống cạnh tranh. Tuy nhiên, sự phản ứng của SPK là không phù hợp để bảo vệ sự cạnh tranh. Công ty CityMail sau đó đã tránh được sự phá sản và được Sweden Post tiếp quản. Mặc dù sau đó CityMail đã trở thành công ty độc lập từ Sweden Post.

Kinh nghiệm của Thụy Điển đã đưa ra hai bài học cho các nước khác. Bài học đầu tiên là trái với những cam kết bưu chính, việc duy trì dịch vụ bưu chính phổ cập không cần thiết phải nhờ vào độc quyền bưu chính thậm chí cho một nước như Thuỵ Điển có những vùng nội địa nằm cách rất xa bờ biển. Thứ hai, việc bãi bỏ độc quyền phải tuân thủ sự xem xét và sự tổng kết vai trò của các quy tắc cạnh tranh đã đóng góp vào việc điều tiết thị trường cạnh tranh mới.

http://tieulun.hopto.org

3.2.5. Hà Lan

Hà Lan là nước phát triển duy nhất đầu tiên cho tới nay cổ phần hóa một lợi tức lớn trong ngành Bưu chính. Năm 1989, Cơ quan Bưu chính và Viễn thông Hà Lan được chuyển đổi thành công ty hoàng gia PTT Nederland (KPN), một công ty luật cổ phầnđiều hành các dịch vụ bưu chính và viễn thông. Năm 1994, Hà Lan bán 30% cổ phần KPN cho công chúng. Năm 1995, chính phủ Hà Lan tiếp tục bán 22% cổ phần cho công chúng, và số cổ phần của chính phủ xuống còn có 48%.

Cổ phầnhóa cho phép PTT Post, một công ty con của KPN, theo đuổi một chiến dịch thương mại rộng lớn và đổi mới. Như đã được đề cập ở trên, PTT Post tham gia vào liên doanh TNT năm 1991. Tháng 6/1996, PTT Post trả cho các đối tác bưu chính trong liên doanh (trừ một phần nhỏ của Sweden Post) để mua lại cổ phần. Tháng 8/1996, PTT Post mua lại cổ phần TNT, do vậy giành được sự kiểm soát toàn bộ các hoạt động của liên doanh này. Tháng 6/1998, KPN chia tách thành hai công ty độc lập, KPN và TNT Post Group (TPG). TPG do vậy là một sự kết hợp của bưu chính quốc gia Hà Lan và một công ty chuyển phát nhanh toàn cầu. Mặc dù đã được cổ phần hóa, TPG vẫn có trách nhiệm thực hiện dịch vụ bưu chính phổ cập ở Hà Lan và tiếp tục hưởng lợi từ độc quyền hợp pháp về vận chuyển bưu phẩm có trọng lượng 500gr hoặc ít hơn và được định giá dưới các mức nhất định. TPG đã ủng hộ sự chấm dứt độc quyền bưu chính Hà Lan mặc cho các nhà cạnh tranh tiềm năng như Deustche Post bị gắn buộc vào sự cạnh tranh mà không có sự hỗ trợ độc quyền.

3.2.6. Đức

Tháng 12 năm 1997, Đức kết thúc giai đoạn cuối của chương trình cải cách bưu chính gồm 3 giai đoạn kéo dài một

http://tieulun.hopto.org

thập kỷ. Năm 1989, giai đoạn cải cách bưu chính I (Postreform I) là tổ chức lại Bộ Bưu chính và Viễn thông bằng cách tách các dịch vụ bưu chính, ngân hàng bưu chính và viễn thông thành các bộ phận riêng biệt. Việc quản lý Postdienst, nhà cung cấp các dịch vụ bưu chính được giao lại cho một Ban giám đốc mới với các thành viên thuộc khu vực tư nhân. Ban giám đốc này đưa các thực tiễn quản lý, thanh toán theo cách cổ phầnvà tổ chức lại các hoạt động thành bốn nhóm: bưu phẩm, vận tải, bưu cục và các giai đoạn kinh doanh mới. Năm 1994, Postreform II chuyển đổi Postdienst thành Deutsche Post A.G, một công ty mà các cổ phần của nó do chính phủ sở hữu.

Postreform II cũng đã sửa đổi Hiến pháp của Đức để đảm bảo cho việc thực hiện các dịch vụ bưu chính phổ cập "kịp thời và phù hợp". Mặc dù, nỗ lực tiến tới cải cách hơn nữa hiện vẫn chậm là do sự phản đối từ Deutsche Post và các liên đoàn bưu chính.

Và vào tháng 12 năm 1997, Nghị viện Đức đã thông qua Postreform III. Postreform III từ bỏ Bộ Bưu chính và Viễn thông và tiến hành bãi bỏ độc quyền bưu chính vào cuối năm 2002. Sau đó mức giá cho sự độc quyền bưu chính được thiết lập là 200gr cho bưu phẩm và 50gr cho thư quảng cáo.

Postreform III có thể là giai đoạn cải cách bưu chính phức tạp nhất trên thế giới. Luật nước này công nhận dịch vụ bưu chính phổ cập là một nhiệm vụ của chính phủ, không áp đặt yêu cầu này cho Deutsche Post. Dịch vụ phổ cập không còn được bù lỗ chéo từ các dịch vụ độc quyền giá cao. Thay vào đó kinh phí cho chi phí của dịch vụ phổ cập sẽ được thu từ cơ chế cấp phép. Từng dịch vụ chuyển phát được thực hiện theo cước phí của bưu phẩm viết có địa chỉ trọng lượng dưới 1.000gr (2,2 pound) phải có giấy phép. Đối với các dịch vụ ngoài "vùng được cấp phép" bao gồm chuyển phát các ấn

http://tieulun.hopto.org

phẩm, chuyển bưu phẩm không địa chỉ, trao đổi công văn và các dịch vụ chuyển phát nhanh thì không cần phải có giấy phép. Bất cứ dịch vụ nào có giá cước cao hơn giá tem 5 lần sẽ được xem là dịch vụ chuyển phát nhanh. Nếu thị trường không cung cấp được dịch vụ phổ cập trong vùng được cấp phép thì một cơ quan điều tiết có thể yêu cầu các công ty có giấy phép cung cấp dịch vụ bưu chính cơ bản và được quyền bồi thường cho những mất mát xảy ra. Việc bồi thường sẽ được một quỹ do tất cả những công ty được cấp phép hàng năm đóng góp khoảng hơn 1 triệu mác Đức (DM) chi trả. Các mức cước cho các dịch vụ bưu chính sẽ do giấy phép kiểm soát và do cơ quan điều tiết thông qua. Các cước phí để vận chuyển các công văn và các bưu kiện khác có trọng lượng tới 20kg (44 pound) phụ thuộc vào việc điều tra về cước phí chống cạnh tranh. Một công ty được cấp phép với một vị trí thị trường thống trị phải cung cấp các dịch vụ mở và các dịch vụ hòm thư bưu cục cho các công ty được cấp phép khác với mức cước dựa trên chi phí.

Giống như ở các nước khác, cải cách bưu chính ở Đức đã và đang diễn ra, Deutsche Post đã tận dụng được lợi thế tự do thương mại của mình để mở rộng những doanh nghiệp mới.

Năm 1997, Deutsche Post mua 18% cổ phần của Postbank và ký kết một hợp đồng hợp tác chặt chẽ, do vậy phần nào đã không thực hiện được việc chia tách các dịch vụ tài chính và bưu chính do Postreform I khởi xướng. Deutsche Post cũng mua các doanh nghiệp bưu kiện ở Áo, Ba Lan, Bỉ và vào cuối năm 1998, cùng với Vương quốc Anh, hình thành cái mà Deutsche Post gọi là "nền tảng vững chắc cho doanh nghiệp bưu phẩm toàn châu Âu".

Năm 1998, Deutsche Post mua 25% cổ phần DHL, một công ty của Mỹ đi đầu về dịch vụ chuyển phát nhanh quốc tế.

http://tieulun.hopto.org

Cũng vào năm 1998, Deutsche Post mua được Global Mail, một công ty xuất khẩu bưu phẩm giữa các nước lớn của Mỹ. Mục tiêu của Deutsche Post là phát triển "để đảm bảo một vị trí vững chắc trên thị trường ủy thác toàn cầu".

3.2.7. Liên doanh TNT

Năm 1991, Bưu chính Pháp, Đức, Hà Lan và Thụy Điển liên doanh với Canada Post làm sửng sốt cộng đồng Bưu chính thế giới bằng việc mua 50% doanh nghiệp chuyển phát nhanh toàn cầu TNT, một tập đoàn vận tải của Australia. Bằng cách hình thành một liên doanh với một nhà khai thác cổ phầnchuyển phát nhanh, bưu chính các nước này đã từ bỏ Công ty bưu chính quốc tế (IPC). Bưu chính các nước này kết luận IPC đã không đạt được mức quản lý phối hợp đến tận cùng cần thiết để cạnh tranh với các dịch vụ chuyển phát quốc tế. Trong việc áp dụng các quy tắc cạnh tranh của luật châu Âu, Ủy ban châu Âu đã chấp nhận liên doanh TNT nhưng đưa ra các điều kiện cạnh tranh chuyên nghiệp, đáng kể nhất là yêu cầu liên doanh không được hưởng lợi từ những đặc quyền pháp lý hiện dành cho các nhà khai thác bưu chính công cộng. Mặc dù vẫn còn hoài nghi về những triển vọng kinh doanh của liên doanh TNT, TNT vẫn khẳng định rằng quan điểm của nhiều quan chức chính phủ là ngành Bưu chính đang chuyển đổi thành một ngành cạnh tranh và quốc tế.

3.3. CÁC XU HƯỚNG CẢI CÁCH BƯU CHÍNH: BÀI HỌC RÚT RA TỪ TIẾN HÀNH CẢI CÁCH BƯU CHÍNH Ở CÁC NƯỚC

Phần lớn các cải cách bưu chính đều có mục đích và động cơ giống nhau...

Các động lực chính thúc đẩy các dự án hiện đại hoá bưu chính hiện này là khá giống nhau ở cả các nước công nghiệp

http://tieulun.hopto.org

và các nước đang phát triển. Sự cạnh tranh mới, sự thay đổi về công nghệ, mong muốn có nhiều khách hàng hơn và sự toàn cầu hoá thị trường đã tạo ra một môi trường khích lệ để cải cách bưu chính. Trong một số trường hợp, việc chia tách các PTT cũ thành các doanh nghiệp khác nhau đã tạo ra một động cơ trực tiếp để thay đổi.

Tương tự như vậy, phần lớn các chương trình cải cách đều có cùng mục tiêu:

- Nâng cao chất lượng dịch vụ
- Cung cấp dịch vụ phổ cập có hiệu suất cao
- Sử dụng tốt hơn nữa các tài sản của chính phủ
- Đảm bảo tính tự chủ và độc lập về tài chính cho nhà khai thác công cộng
- Điều tiết thị trường bưu chính để đảm bảo sự cạnh tranh công bằng
- Thúc đẩy toàn ngành Bưu chính đạt được năng suất cao hơn và đóng góp lớn hơn vào nền kinh tế

... nhưng đạt được các mục tiêu này bằng nhiều chiến lược khác nhau

Mặc dù có sự giống nhau về động lực và mục đích, các nước được tiến hành điều tra cải cách bưu chính đã cho thấy không có một con đường lớn nào dẫn tới cải cách bưu chính mà có nhiều con đường nhỏ khác nhau và thậm chí có một tới hai con đường vòng để tới được đích. Nước này có thể chọn cách tăng thị phần các sản phẩm bưu chính cơ bản để đạt được nguyên lý kinh tế quy mô lớn hơn, trong khi đó nước khác lại chọn cách nâng cao giá trị sản phẩm đặc biệt để đạt được lợi nhuận cao hơn. Các điều kiện kinh tế cụ thể, truyền thống quản lý công ty và phát triển nhu cầu thị trường, tất cả cần đến các chiến lược riêng và các giải pháp tối ưu hoá khách hàng.

http://tieulun.hopto.org

Trong khi nhiều xu hướng chung đang nổi lên...

Một số xu hướng chung trong cải cách bưu chính đang nổi lên đã được chứng minh trong các nước điều tra và trong các dịch vụ bưu chính ở các nước công nghiệp. Các xu hướng này gồm:

- **Mở cửa thị trường**. Các nước khác nhau có những lựa chọn khác nhau để xác định "sự độc quyền" bưu chính và những vùng dành riêng có thể bù lỗ cho nhà khai thác do phải thực hiện nhiệm vụ phổ cập dịch vụ. Trong khi việc chấm dứt sự độc quyền hoàn toàn thông qua mở cửa toàn bộ thị trường vẫn là ngoại lệ, nhiều nước đã khởi động một quá trình mở cửa thị trường bưu chính liên tục để gia tăng sự cạnh tranh.
- **Cải cách theo luật**. Một số nhà khai thác bưu chính đã có được một thoả thuận lớn về độc lập thương mại và quản lý trong khi một số nhà khai thác khác vẫn bị hạn chế bởi những kiểm soát về luật lệ cứng nhắc. Tuy nhiên, ở một số nước tiến hành điều tra đã cho thấy các tổ chức bưu chính hoạt động khá thành công khi thể chế luật bưu chính bị giới hạn bởi việc kiểm soát giá và các mức chất lượng đối với các dịch vụ phổ cập trong khi đồng thời đảm bảo sự công bằng và các thị trường cạnh tranh cho các sản phẩm.
- **Tăng cường sự tham gia của khu vực tư nhân**. Tình trạng hợp pháp của các nhà khai thác bưu chính là cơ quan thuộc chính phủ, thông qua nhiều hình thức "công ty hoá" tiến tới cổ phần hoá hoàn toàn. Tuy nhiên phần lớn các thực thể bưu chính ít nhất cũng đã bắt đầu một số các quá trình thương mại hoá để duy trì sự cạnh tranh. Đồng thời, mức độ tham gia của khu vực cổ phầnngày càng tăng trong hoạt động của các nhà khai thác bưu chính công cộng. Có rất nhiều phương thức khác nhau để đạt được sự gia tăng này:

http://tieulun.hopto.org

- Bán và gia công trong cơ cấu công ty bưu chính truyền thống
- Các thoả thuận điều hành với các nhà khai thác bưu chính khác (Lebanon và Trinidad và Tobago)
- Thỏa thuận giảm cước (Argentina và Guatemala)
- Các nhà đầu tư, các đối tác và liên minh chiến lược (Nam Phi)
- Các công ty cổ phần (Đức, Hà Lan và Singapore)

Sự đánh giá toàn bộ các lợi ích riêng của từng nước của tất cả các mục tiêu này sẽ phải mất thêm thời gian và kinh nghiệm nhiều hơn nữa. Tuy nhiên, có thể khẳng định rằng khu vực cổ phầnđầu tư lớn hơn, thì yêu cầu phân tích các yêu tố rủi ro tiềm tàng càng phải nhiều hơn (ví dụ vốn và khả năng tài chính của thị trường bưu chính, chi phí để thực hiện dịch vụ phổ cập, các đầu tư cần thiết để có thể đứng vững và cạnh tranh độc lập...).

... tuy nhiên, có một số yếu tố quan trọng trong từng nước được điều tra

Mặc dù bưu chính các nước phải đối mặt với nhiều vấn đề khác nhau, một số yếu tố quan trọng đã được rút ra từ từng nước được điều tra:

- Cải cách bưu chính không thể diễn ra trong một môi trường đơn lẻ, nó đòi hỏi một môi trường cải cách hợp tác ở đó xu hướng chung là cải tạo toàn bộ các ngành dịch vụ công.
- Sự thống nhất của tất cả các cổ đông lớn (chính phủ, cơ quan quản lý bưu chính, người lao động, công đoàn, khách hàng và các tổ chức phi chính phủ) là rất cần thiết.
- Sự cải cách bền vững dựa trên các mục tiêu lâu dài hỗ trợ các chiến lược phát triển quốc gia.

http://tieulun.hopto.org

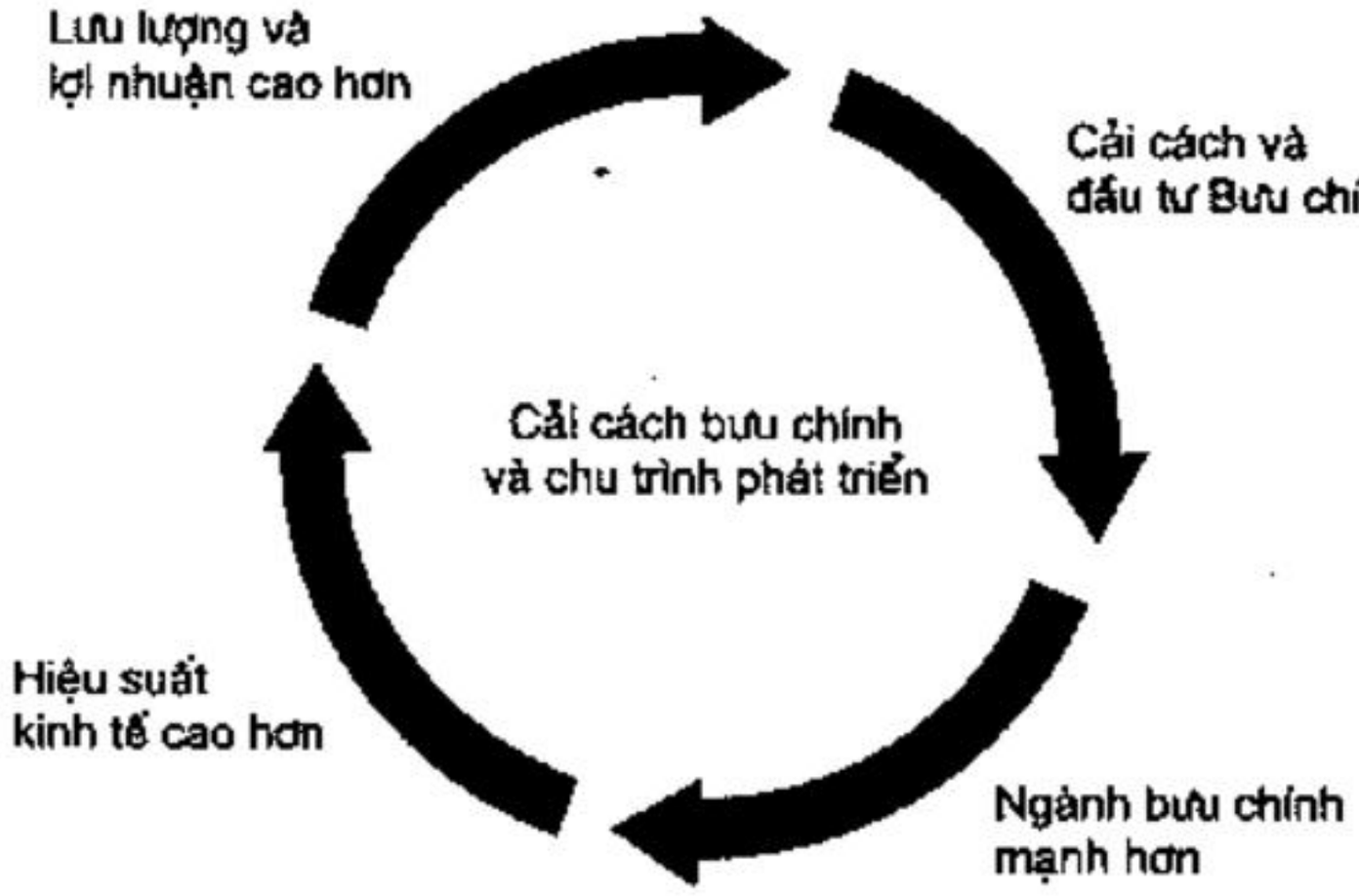
- Các sáng kiến cải cách bưu chính cần phải tham vọng và bền vững. Các sáng kiến đó không được xác định quá hạn hẹp và phải đưa ra được các giải pháp linh hoạt và sáng tạo.
- Một chính sách ngành bưu chính rõ ràng (một điều luật bưu chính vững chắc, sự xác định các nhiệm vụ phổ cập dịch vụ phù hợp, điều kiện luật pháp rõ ràng) là điểm xuất phát tốt nhất để cải cách.
- Cần phải tiến hành định nghĩa rõ ràng tình hình chính sách và thị trường hiện nay, kết hợp với sự đánh giá cách điều hành của nhà khai thác công cộng, lợi nhuận và cơ cấu giá.
- Để đạt được sự ổn định về tài chính và sự điều hành, các dịch vụ bưu chính cần một mức độ tự chủ và sự linh hoạt về kinh doanh cao và văn hoá doanh nghiệp xuất phát từ khách hàng.
- Sự điều hành bưu chính phải có một tầm nhìn, nhiệm vụ và chiến lược rõ ràng và một Ủy ban cải cách có khả năng nỗ lực vượt qua những trở ngại và duy trì được sự phát triển.
- Cải cách về kỹ thuật đầu tiên phải được dựa trên sự đổi mới các hệ thống điều hành và sau đó tăng sự hỗ trợ để cho ra các sản phẩm bưu chính tiên tiến.
- Cải cách bưu chính phải phát triển theo mô hình thứ tự từ việc xác định chính sách của ngành và cải cách thể chế, thông qua việc tái cơ cấu doanh nghiệp và tiến tới thương mại hoá thông qua sáp nhập các doanh nghiệp chủ chốt làm ăn hiệu quả với các dịch vụ mới và cải tiến.

Cuối cùng, cải cách bưu chính là một sự đầu tư kinh tế cơ bản...

Một ngành Bưu chính năng động và vững chắc sẽ tạo ra một môi trường ổn định để phát triển kinh tế và phát triển

http://tieulun.hopto.org

các lĩnh vực bưu phẩm chuyên sâu. Sự tăng trưởng này sẽ làm gia tăng hơn nữa lưu lượng bưu phẩm và lợi nhuận và do độ hỗ trợ việc đầu tư các dịch vụ bưu chính được cải cách nhằm tăng năng suất và đóng góp vào việc phát triển chung.



Hình 3.3.

http://tieulun.hopto.org

Chương 4

LUẬT CẢI CÁCH BƯU CHÍNH HIỆN ĐẠI

Bưu chính quốc gia là một trong những sáng tạo cổ xưa nhưng lâu dài nhất trong thế giới hiện đại. Ở mỗi quốc gia, Bưu chính là một phần quan trọng của hạ tầng cơ sở thương mại, là cuộc sống và là thị trường lao động. Bưu chính hiện nay là điểm hội tụ của những tiến bộ công nghệ của ba ngành Viễn thông, Vận tải và Tin học, điều này đã khiến cho các nước nhìn nhận lại nền tảng pháp lý của nhà khai thác bưu chính công cộng và vai trò của nó trong một thị trường các dịch vụ chuyển phát rộng lớn hơn. Luật cải cách bưu chính đã được chấp nhận ở sáu nước phát triển: Australia (1994), Đức (1997), Hà Lan (1998), New Zealand (1998), Thuỵ Điển (1998) và Vương quốc Anh (2000). Luật cải cách cách Bưu chính ở tất cả các nước này đều đi theo một định hướng chung giống nhau, nhưng các bước tiến hành thì khác nhau đáng kể. Chương này sẽ đề cập luật cải cách bưu chính hiện đại ở một số nước công nghiệp hóa.

4.1. CÁC MỤC TIÊU CẢI CÁCH BƯU CHÍNH

Trong nhiều thế kỷ, chính phủ các nước đã ủy thác việc thu gom và chuyển phát thư tín cho ngành Bưu chính. Thế kỷ trước, bưu chính bắt đầu thu gom và chuyển phát các loại

http://tieulun.hopto.org

văn bản và bưu kiện bên cạnh thư tín trong đó bao gồm có quảng cáo, báo chí, các ấn phẩm định kỳ, sách vở và các bưu kiện nhỏ. Đối với phần lớn bưu chính các nước, các dịch vụ này là dịch vụ hàng hoá. Việc kinh doanh bưu phẩm đã mang lại một nguồn thu cần thiết để duy trì hạ tầng chuyển phát; trong khi đó các dịch vụ phi bưu phẩm mang lại lợi nhuận ít hơn nhiều do sự cạnh tranh từ các dịch vụ chuyển phát cổ phần và các cách thức chuyển phát khác. Tuy nhiên, lợi nhuận thu được từ sự độc quyền về bưu phẩm đã cho phép ngành Bưu chính cung cấp các dịch vụ bưu chính "phi thương mại", đó là những dịch vụ mà nhiều người không muốn trả toàn bộ chi phí sản xuất đặc biệt vào thời điểm bầu cử. Những dịch vụ như vậy còn phải kể đến hoạt động của các bưu cục ở các vùng xa xôi, chuyển phát hàng ngày đến tận hộ gia đình ít nhận bưu phẩm và các dịch vụ dưới mức cước phí dành cho những ấn phẩm mang tính chất chính trị.

Đầu thế kỷ XXI, một thực tế rõ ràng là ngành Bưu chính phải thay đổi một cách cơ bản. Ngành Viễn thông đã phát triển tới mức có thể truyền phần lớn các loại thư tín nhanh hơn và rẻ hơn ngành Bưu chính vẫn chuyển phát. Khi thư tín có sự hỗ trợ của viễn thông, chính phủ các nước phải chọn lựa giữa hai tương lai cho ngành Bưu chính. Hoặc là bưu chính quay trở lại là một ngành dịch vụ thuộc chính phủ, ví dụ một dịch vụ chuyển phát bưu phẩm và những sản phẩm in ấn không thường xuyên chi phí cao, không mang lại lợi nhuận cho các nhà chuyển phát cổ phần. Mặt khác, bưu chính phải cải tổ lại các dịch vụ và các phương thức kinh doanh để có thể tồn tại như là một công ty bình thường trong một thị trường cạnh tranh.

Nhiều nước công nghiệp đã tiến hành cải cách bưu chính cho đến thời điểm hiện nay đều lựa chọn cách đi thứ hai. Ở những nước này, "cải cách bưu chính" là tiến hành các bước

http://tieulun.hopto.org

đi để cuối cùng cho phép và đòi hỏi bưu chính hoạt động giống như một công ty cổ phần trong một môi trường thương mại nhiều hơn là trong một môi trường cạnh tranh bình thường. Tuy nhiên việc triển khai theo cách thứ hai đã tạo ra một cơ chế mới cho mỗi quốc gia trong sáu quốc gia trong điều tra này. Ba kiểu chuyên gia được đề cập nhiều nhất trong những thảo luận về cải.cách bưu chính này là nhà điều hành, luật sư và nhà kinh tế.

Mục tiêu cải cách bưu chính là sự chủ động kinh doanh ở bưu cục. Các nhà cung cấp các dịch vụ bưu chính truyền thống có thể quản lý các hoạt động của họ theo cách tương tự như các công ty thương mại khác? Ngày nay, trưởng bưu cục tự phải đặt mình vào sự cạnh tranh với các công ty cổ phần, kể cả những ràng buộc pháp lý cản trở họ triển khai công việc kinh doanh giống như các giám đốc của các công ty cổ phần. Các trưởng bưu cục thường nản lòng về những hạn chế trong quyền điều hành như tăng và giảm giá; phân biệt giá cả đối với các khách hàng; thuê, đền bù và tuyển nhân viên; thay đổi dịch vụ và đóng cửa bưu cục; mua, bán tài sản; thu gom tiền từ các khoản nợ hoặc mua cổ phần; và bước vào một hình thức kinh doanh mới. "Sự chủ động kinh doanh" có nghĩa là quyền hạn lớn hơn trong những công việc như vậy.

Sự tương ứng của việc chủ động kinh doanh là "nghĩa vụ dịch vụ phổ cập". Cho phép chủ động kinh doanh có nghĩa là nới lỏng các tiêu chuẩn dịch vụ cho các nhà cung cấp dịch vụ bưu chính phổ cập. Ví dụ, một bưu cục có thể được phép chênh lệch so với các mức cước phí tem thống nhất mặc dù tất cả các mức cước phí tem đều "hợp lý" hoặc ở dưới mức trần. Các quy định cấm giảm giá và phân biệt giá có thể trở nên chặt chẽ. Một bưu cục có thể được phép chủ động trong các tiêu chuẩn dịch vụ - những thời điểm hoặc tần số chuyển

http://tieulun.hopto.org

phát – với các thông số cố định. Sau đó một bưu cục có quyền chủ động trong việc đóng cửa và xóa các thùng thu gom thư.

Mục tiêu thứ hai của cải cách bưu chính là tập trung vào việc chia tách các chức năng thuộc chính phủ và các chức năng thương mại. Mục đích không ngoài việc muốn các ngành dịch vụ chuyển phát dần trở thành một thị trường bình thường như để đảm bảo rằng việc thực thi quyền lực chính phủ sẽ không ảnh hưởng đến lợi ích thương mại. Cuối cùng, các chức năng và ưu tiên của chính phủ trước đây được dành cho bưu chính chuyển sang cho cơ quan điều tiết mà những quyết định của họ, theo lý thuyết, không được ảnh hưởng bởi mối quan tâm tới cơ hội kinh doanh của bưu chính. Cơ quan điều tiết có trách nhiệm phân phối quyền lợi và nghĩa vụ đến tất cả các dịch vụ chuyển phát theo cách được tính toán để đáp ứng các lợi ích công cộng.

Trong khuôn khổ này, cơ quan điều tiết có thể cho phép các nhà khai thác bưu chính chủ động kinh doanh trong khả năng. Ví dụ cơ quan điều tiết có thể yêu cầu tất cả các nhà khai thác duy trì mức dịch vụ phổ cập nhất định, tuân thủ theo các quy tắc kế toán, báo cáo và đóng góp vào quỹ dịch vụ phổ cập .

Mục tiêu thứ ba của cải cách là cổ phần hoá bưu chính. Nếu sự chủ động kinh doanh là công việc của nhà doanh nghiệp và việc chia tách chức năng là công việc của của luật gia thì việc cổ phần hoá là công việc của nhà kinh tế. Cổ phần hoá bưu chính liên quan (nhưng khác biệt hẳn) đến các mục tiêu khác để tiến tới cải cách. Bưu chính có thể được cổ phần hoá nhưng không được trao quyền tự do hoá thương mại như của một công ty bình thường. Có thể hình dung là một doanh nghiệp bưu chính được cổ phần hoá nhưng vẫn duy trì mức độ kiểm soát của chính phủ, ví dụ như sự độc

http://tieulun.hopto.org

quyền hợp pháp về chuyển phát thư tín và nghĩa vụ cung cấp dịch vụ phổ cập.

So với các mục tiêu khác để tiến tới cải cách bưu chính, cổ phần hoá mang lại hai lợi ích chính. Đầu tiên, cổ phần hoá hình thành nên các cổ đông, những người vì lợi ích riêng luôn muốn doanh nghiệp bưu chính được điều hành theo cách hiệu quả nhất. Điểm yếu kém cơ bản của doanh nghiệp nhà nước là các viên chức chính phủ không đặt tiền vào sự rủi ro do đó họ cũng không thấy cần thiết phải quản lý chặt chẽ như các cổ đông cổ phần. Thứ hai, cổ phần hoá làm giảm đáng kể đặc quyền mà chính phủ được hưởng. Nếu cổ đông cổ phần mua các tài sản hữu hình của ngành bưu chính với một giá hợp lý, mà thực tế là những tài sản đó trước đây được chính phủ mua hiện trở nên không hợp lý. Sau khi cổ phần hoá, các tài sản được bàn đến sẽ là tài sản đích thực mà các cổ đông phải chịu rủi ro, và chúng có thể được bán hoặc chuyển đổi mà không chịu sự kiểm soát về mặt pháp lý. Tương tự như vậy, cổ phần hoá tính đến các gánh nặng của quá khứ. Nếu một bưu cục gặp khó khăn do phải trả lương cao hoặc các đầu tư tài chính không hiệu quả, thì điều này sẽ được phản ánh trong giá bán thấp hơn. Bằng cách tính đến các lợi ích và gánh nặng của quá khứ, việc cổ phần hoá đặt những người sở hữu mới vào vị trí khởi đầu cạnh tranh bình đẳng với các đối thủ cổ phần.

4.2. LUẬT CẢI CÁCH BƯU CHÍNH Ở CÁC NƯỚC CÔNG NGHIỆP HÓA

Các luật cải cách bưu chính của Australia, Đức, Hà Lan, New Zealand, Thuỵ Điển và Vương quốc Anh đã đưa các mục tiêu này vào việc cải cách bưu chính theo biện pháp khác nhau.

http://tieulun.hopto.org

4.2.1. Australia (1994)

Năm 1989, chính phủ Australia đã chuyển đổi bưu chính quốc gia thành một công ty thuộc chính phủ có tên là Australia Post. Australia Post phải đạt mức doanh thu hợp lý và nộp một phần cho chính phủ và phải thực hiện các nhiệm vụ dịch vụ cộng đồng nhất định. Năm 1992, một uỷ ban Công nghiệp đã khuyến nghị bãi bỏ sự độc quyền bưu chính và phân công lại nghĩa vụ để thực hiện mức cước thư thống nhất trên toàn quốc để tuân thủ một mức cước tối đa cho thư tín. Chính phủ đã thông qua định hướng cải cách được đề xuất nhưng không đánh giá. Luật Công ty Bưu chính Australia năm 1994 đã bổ sung luật bưu chính bằng cách trao cho Australia Post quyền tự do thương mại lớn hơn, giảm phạm vi độc quyền bưu chính và tăng trách nhiệm giải trình của Australia Post về chất lượng dịch vụ.

Theo luật năm 1994, Australia Post được phép cung cấp mọi dịch vụ bưu chính và phi bưu chính, nhưng tự do thương mại sẽ bị hạn chế bởi nghĩa vụ duy trì dịch vụ bưu chính phổ cập. Cụ thể hơn, Australia Post phải cung cấp một "dịch vụ tiêu chuẩn" cho các bưu phẩm trong khu vực ưu tiên mà mọi người dân ở Australia có thể tiếp cận dễ dàng trên cơ sở công bằng ở bất cứ đâu họ cư trú kinh doanh và đạt các chuẩn đặc thù đáp ứng các nhu cầu của xã hội, của ngành và thương mại Australia. Đối với một bưu phẩm tiêu chuẩn thì dịch vụ tiêu chuẩn phải có mức cước phí vận chuyển chung trên toàn bộ đất nước Australia. Một tờ báo in tiêu chuẩn cân nặng là 250gr và phải được đóng gói trong phong bì bưu phẩm tiêu chuẩn. Các tiêu chuẩn chuyển phát và tiếp cận dịch vụ phổ cập được chính phủ Australia quy định trong Điều luật các tiêu chuẩn thực hiện. Nghĩa vụ phổ cập dịch vụ được giao cho Australia là khá nhẹ nhàng so với bưu chính một số nước khác, nhất là ở các nước công nghiệp phát triển, nhiệm vụ

http://tieulun.hopto.org

dịch vụ phổ cập thường lớn hơn so với các dịch vụ do sự độc quyền bưu chính thực hiện.

Quyền chủ động kinh doanh lớn hơn đã được cân bằng do giảm bớt đặc quyền kinh doanh. Ở Australia, việc chuyển bưu phẩm chỉ dành riêng cho Australia Post nếu (i) cước dịch vụ thấp hơn hoặc bằng bốn lần cước phí của một bưu phẩm chuẩn và (ii) trọng lượng của bưu phẩm thấp hơn hoặc bằng 250gr. Tuy nhiên, có rất nhiều ngoại lệ chống lại sự độc quyền và cả đối với phổ cập dịch vụ. Sự độc quyền này không bao gồm việc vận tải bưu phẩm gửi quốc tế, thư quảng cáo (báo, tạp chí, sách, catalogue và tờ rơi) hoặc bưu phẩm nội bộ công ty (vận chuyển bưu phẩm từ cá nhân hoặc một tổ chức gửi đến một cá nhân hoặc một tổ chức khác). Không tính vào sự độc quyền còn có các dịch vụ bưu phẩm cỡ lớn (chuyển thư tới một văn phòng của Australia ở đó nó được gửi chuyển phát dưới dạng dịch vụ liên kết nối bưu phẩm cỡ lớn) và các bưu phẩm được chuyển nội bộ hoặc giữa các văn phòng trao đổi văn bản.

Luật Australia quy định không mấy tách bạch giữa hai chức năng quản lý nhà nước và kinh doanh. Luật không trao cho Australia Post các đặc quyền và nhiệm vụ của một cơ quan thuộc chính phủ mà cũng không được phép trở thành một cơ quan điều tiết độc lập. Chính phủ trực tiếp giám sát các chính sách của Australia Post. Australia Post được một Ban Giám đốc từ bốn đến tám người điều hành do Bộ trưởng chỉ định và một giám đốc điều hành do Ban giám đốc chỉ định. Các giám đốc được bổ nhiệm với thời hạn năm năm hoặc ít hơn và có thể bị bãi nhiệm nếu điều hành không hiệu quả. Ban Giám đốc sẽ quyết định các mục tiêu, chiến lược và các chính sách của Australia Post. Các mức cước phí mới cho các bưu phẩm tiêu chuẩn có thể không được Bộ trưởng thông qua, và Bộ trưởng có thể đưa ra các hướng dẫn văn bản (gồm

http://tieulun.hopto.org

cả tỷ lệ và cước phí). Do vậy Bộ trưởng là người cuối cùng nắm quyền cả về mặt chính phủ lẫn kinh doanh của Australia Post.

Có hai ngoại lệ cho việc thiếu sự điều tiết luật độc lập. Đầu tiên là luật Australia cho phép người gửi nhiều bưu phẩm hoặc nhà khai thác cổ phần có thể chuyển bưu phẩm cỡ lớn (ví dụ như tại bưu cục gần với các địa chỉ bưu phẩm) với mức cước hạ mang lại các chi phí vận tải trung bình mà Australia Post bác bỏ. Trong trường hợp tranh chấp về mức cước liên kết nối cho bưu phẩm cỡ lớn, Uỷ ban Cạnh tranh và Người tiêu dùng Australia (ACCC) sẽ đứng ra làm trọng tài mặc dù Bộ trưởng đã thận trọng dù thế nào cũng yêu cầu Australia Post chấp nhận mức giá do ACCC khuyến nghị. Thứ hai, ACCC hạn chế việc tăng mức cước phí cho các dịch vụ ưu tiên theo luật giám sát giá năm 1983.

Tóm lại, theo luật Bưu chính Australia, cải cách bưu chính tập trung vào nâng cao sự chủ động kinh doanh mà không cần đến việc phải tách riêng các chức năng kinh doanh và quản lý nhà nước. Chính phủ quy định việc cung cấp các dịch vụ bưu chính cơ bản ở một mức độ hợp lý và áp dụng rất ít hạn chế đối với các hoạt động phi bưu chính của Australia Post. Việc thoả hiệp tuyệt đối để đạt được sự chủ động kinh doanh lớn hơn làm giảm bớt sự độc quyền bưu chính, tuy nhiên Australia Post vẫn là cơ quan thuộc chính phủ.

4.2.2. Đức (1997)

Đức đã cải cách thị trường bưu chính nước này thành ba giai đoạn, có tên gọi từng giai đoạn là Postreform I, II, III. Năm 1989, trong "Postreform I" các Cục phụ trách về các dịch vụ bưu chính, ngân hàng bưu chính, và Viễn thông tách biệt nhau nằm trong Bộ Bưu chính và Viễn thông được thành lập. Một ban giám đốc mới đã đưa ra giới thiệu phạm vi quản

http://tieulun.hopto.org

lý khu vực cổ phần lớn hơn và các phương pháp kế toán. Năm 1994, "Postreform II" đã chuyển đổi công ty bưu chính Deutsche Bundespost Postdienst thành Deutsche Post A.G, một thực thể được tổ chức theo luật công ty tương tự giống như các công ty cổ phần và chính phủ là cổ đông duy nhất. Đồng thời, Hiến pháp Đức được sửa đổi bổ sung một nhiệm vụ của chính phủ là đảm bảo duy trì các dịch vụ bưu chính phổ cập "phù hợp và chính xác" được thực hiện trên cơ sở một doanh nghiệp cổ phần. Luật Bưu chính Đức năm 1997, hay là "Postreform III", đã giao phó cho cơ quan điều tiết viễn thông, RegTP, trách nhiệm duy trì dịch vụ phổ cập, điều tiết ngành Bưu chính và bãi bỏ độc quyền bưu chính sau giai đoạn chuyển đổi năm năm kết thúc vào ngày 31/12/2002. Postreform III được bổ sung bằng hai Nghị định Chính phủ, một là về dịch vụ phổ cập và một là về điều tiết cước phí.

Liên quan đến sự chủ động trong kinh doanh, Bưu chính Đức đặt Deustch Post và các nhà khai thác khác dưới sự giám sát điều tiết chặt chẽ trong việc cung cấp các dịch vụ bưu chính cả trong và ngoài vùng được độc quyền trước đây (vùng được cấp phép). Mục tiêu đầu tiên của sự điều tiết là duy trì dịch vụ phổ cập. Luật Bưu chính nước này định nghĩa dịch vụ phổ cập là dịch vụ được cung cấp trên toàn lãnh thổ Liên bang Đức với giá cước hợp lý. Ví dụ như bưu kiện và sách được xem như là một phần của dịch vụ phổ cập chỉ khi "các dịch vụ bưu chính đó ít nhất là được thực hiện nhờ sử dụng các phương tiện chuyên chở bưu phẩm tùy theo giấy phép. Định nghĩa dịch vụ phổ cập được định nghĩa rõ trong Nghị định về dịch vụ bưu chính phổ cập. Ví dụ, Nghị định quy định mức cước tem tối đa (cước thực vào ngày 31/12/1987), chất lượng dịch vụ tối thiểu (80% bưu phẩm sẽ được chuyển phát trong ngày sau khi được gửi), số bưu cục tối thiểu (12.000 bưu cục trong đó 5000 bưu cục sẽ do đội ngũ

http://tieulun.hopto.org

nhân viên điều hành) và các quy định về vị trí hộp thư (ở thành phố là không quá 1km/thùng thư), và tần suất phát (một lần/ngày làm việc). Nghị định dịch vụ phổ cập cũng yêu cầu Deutsche Post duy trì mức thuế chung cho các dịch vụ bưu phẩm cỡ nhỏ được cấp giấy phép có kích thước không quá lớn cho đến cuối năm 2002. Ngoài phạm vi các hoạt động cấp phép, Luật Bưu chính Đức cũng yêu cầu về cơ bản để hạn chế các hoạt động chống cạnh tranh của các nhà khai thác bưu chính.

Mặc dù tất cả các luật bưu chính cho phép ngành Bưu chính tham gia vào các thị trường ngoài bưu chính, nhưng tiến độ của Deutsche Post tham gia vào thị trường này là khá nhanh chóng. Deutsche Post đã bắt tay vào chiến dịch mở rộng khá rầm rộ như đã mở dịch vụ bưu kiện trên quy mô toàn châu Âu, bán một phần lợi tức kiểm soát ở DHL (công ty chuyển phát nhanh hàng đầu quốc tế) và mua lại Danzas và AEI, để trở thành một trong những công ty chuyển vận hàng đầu thế giới. Deutsche Post cũng có lợi tức trong các dịch vụ tài chính và đang phát triển kinh doanh TMĐT.

Cải cách bưu chính ở Đức cũng tách bạch rõ ràng hai chức năng quản lý nhà nước và kinh doanh một cách đáng kể. Luật quy định sau năm 2002, Deutsche Post sẽ không có những đặc quyền cũng như không phải gánh vác trách nhiệm của một cơ quan thuộc chính phủ, không phải là nhà bưu chính độc quyền cũng như phải gánh vác trách nhiệm dịch vụ bưu chính phổ cập. Cơ quan điều tiết ở Đức RegTP (Cơ quan thuộc Bộ Kinh tế) sẽ thực hiện ba nhiệm vụ chính của chính phủ. Đầu tiên, RegTP sẽ ban hành các giấy phép cần thiết để cam kết "các dịch vụ bưu chính". Thứ hai, RegTP có thể xem xét các mức cước cho các dịch vụ bưu chính trong các tình hình cụ thể. Thứ ba, RegTP chịu trách nhiệm duy trì dịch vụ bưu chính phổ cập và khi cần thiết có thể chỉ định

http://tieulun.hopto.org

các nhà khai thác bưu chính để cung cấp dịch vụ bưu chính phổ cập như đã được quy định trong Nghị định dịch vụ phổ cập.

Trong luật Bưu chính Đức, một "khu vực được cấp phép" sẽ thay thế độc quyền bưu chính từ sau năm 2002. Không có công ty nào có thể kinh doanh chuyển phát bưu phẩm có trọng lượng tới 1kg mà không có giấy phép của RegTP. Việc cấp phép là khá chủ động (được cấp phép nếu như không có lý do gì phủ nhận). Mặc dù RegTP có thể kèm theo "các điều khoản bổ sung" vào giấy phép để đảm bảo đáp ứng các mục tiêu quy định, bao gồm đảm bảo các lợi ích cho khách hàng và đảm bảo cạnh tranh hoạt động, vì vậy những điều kiện cấp phép không phải là một công cụ điều tiết cơ bản.

Quyền xem xét mức cước của RegTP sẽ được tập trung vào các nhà cung cấp "dịch vụ bưu chính" với vị trí chi phối (được quy định trong luật cạnh tranh của Đức) và cả các dịch vụ ở các vùng được cấp phép và không được cấp phép. "Các dịch vụ bưu chính" hướng tới các dịch vụ chuyển phát thương mại các bưu phẩm thư và bưu kiện có trọng lượng tới 20kg. Các dịch vụ phân phát sách, catalog, báo hoặc tạp chí được xem như là "các dịch vụ bưu chính" chỉ khi các loại bưu phẩm này được các công ty cung cấp bưu phẩm hoặc các dịch vụ bưu kiện có địa chỉ phát. RegTP thực thi quyền giám sát giá cước đối với các dịch vụ bưu chính với vị trí chi phối ở 4 trường hợp sau:

- Các mức cước gửi bưu phẩm nhỏ ở vùng được cấp phép phải nhận được sự chấp thuận khi các mức cước phí có hiệu lực.
- Các mức cước phí gửi bưu phẩm nhỏ trong vùng được cấp phép sau khi được chấp nhận sẽ được xem xét và bị loại bỏ nếu chống độc quyền và sự ưu đãi không hợp pháp theo luật bưu chính.

http://tieulun.hopto.org

- Các mức cước cho các dịch vụ bưu chính được vận chuyển, không được đề cập ở trên, có thể được xem xét và loại bỏ nếu có trọng lượng chống cạnh tranh hoặc ưu tiên không theo quy định.
- Các mức cước đối với các dịch vụ đột xuất trong khu vực được cấp phép đáp ứng một yêu cầu về tiếp cận dịch vụ chuyển phát mà không là công ty chi phối sẽ do RegTP quyết định.

Trong việc xem xét các mức cước phĩ, quyền của RegTP bị đạo luật và các nghị định triển khai hạn chế đáng kể. Nghị định điều tiết các mức cước phí bưu chính đặt ra các thủ tục và tài liệu chứng minh được RegTP sử dụng. Nghị định quy định nhiệm vụ của người được cấp phép đệ trình các văn bản, cơ cấu thông báo chi phí mà người được cấp phép phải được trình RegTP sẽ xuất bản dữ liệu các thành phần và nội dung của mức giá được áp dụng; Nghị định điều tiết cước phí quy định các mức cước cũng yêu cầu RegTP áp dụng cước phí cho phần lớn các dịch vụ được cấp phép phi hàng hóa. Việc xem xét các mức cước của RegTP phải kết thúc trong gần hai tháng, một khoảng thời gian quá ngắn so với khoảng thời gian xem xét 10 tháng của cơ quan điều tiết Mỹ. RegTP không thể buộc Deutsche Post đưa ra các thông tin cần thiết để phân tích mức cước.

Liên quan đến cung cấp dịch vụ phổ cập, RegTP yêu cầu công ty được cấp phép giữ vị trí chi phối để cung cấp các dịch vụ bưu chính ở một khu vực cụ thể nếu RegTP quyết định rằng các dịch vụ bưu chính phổ cập được đạo luật và Nghị định dịch vụ phổ cập quy định, sẽ không được thị trường cung cấp. Nếu không có bên nào được cấp phép có thể cung cấp dịch vụ có lợi nhuận, RegTP có thể thỏa thuận dịch vụ. Chi phí của các hợp đồng dịch vụ bưu chính phổ cập phải được một quỹ của RegTP quản lý hỗ trợ và nhận được đóng

http://tieulun.hopto.org

góp của các bên được cấp phép có trị giá bán ra hàng năm vượt 1 triệu mác Đức (480,000 USD).

Như vậy, mặc dù hai chức năng quản lý nhà nước và kinh doanh đã được tách bạch rõ ràng theo luật của Đức nhưng vẫn chưa hoàn thiện. Trách nhiệm của RegTP phần lớn là thuộc về mặt nhà nước. RegTP chưa thật quan tâm tới việc xác định hoàn cảnh của các dịch vụ được cấp phép, tiêu chí và nội dung của việc xem xét cước phí hoặc phạm vi của dịch vụ bưu chính phổ cập. Các thành viên của RegTP dường như không có sự bảo hộ theo pháp luật trong việc bãi nhiệm của chính phủ. Như là một vấn đề thực tế, các quyết định chính sách phần lớn quan trọng đối với sự vững mạnh tài chính của Deutsche Post sẽ được cam kết với chính phủ, người sở hữu chính của Deutsche Post. Hơn nữa, phạm vi ngân sách của Deutsche Post về việc nắm quyền kiểm soát mới đã đặt ra một số câu hỏi nghiêm túc về liệu chính phủ, trong thực tế, có hỗ trợ cho việc mở rộng của Deutsche Post.

Cải cách Bưu chính ở Đức cũng đã tiến tới giai đoạn cải cách thứ ba: cổ phần hóa. Vào tháng 11 năm 2000, chính phủ Đức đã bán 31% quyền sở hữu của Deutsche Post cho người dân. Việc bán một thị phần nhỏ đã không đem lại tất cả những lợi ích chính sách của việc cổ phần hóa hoàn toàn bởi vì nó không đánh giá hết các lợi ích và gánh nặng trong quá khứ. Tuy nhiên, với quyền hạn của một số ít các nhà đầu tư sẽ thúc đẩy Deutsche Post hoạt động giống như một công ty cổ phần (và Deutsche Post tuyên bố ủng hộ việc cổ phần hóa hoàn toàn).

Tóm lại, khác với Australia, Đức đã bao quát một khái niệm rộng và cơ bản hơn của quá trình cải cách bưu chính. Trong khi Australia tập trung vào việc thiết lập quyền chủ động trong kinh doanh thì chính phủ Đức bao quát ba mục tiêu cải cách: chủ động thương mại, tách riêng chức năng

http://tieulun.hopto.org

quản lý nhà nước, kinh doanh và cổ phần hóa. Sau giai đoạn chuyển đổi, Deutsche Post sẽ là một công ty bình thường hoạt động trong khuôn khổ điều tiết mà tất cả các dịch vụ là như nhau. Tuy nhiên, Luật cải cách Bưu chính Đức bị phê phán khá nặng nề là không công bằng. Sai lầm cơ bản trong khi tiến hành cải cách là không tách riêng hoàn toàn hai chức năng quản lý nhà nước và kinh doanh. Do có quá nhiều nghị định bưu chính và một giai đoạn chuyển đổi kéo dài, chính phủ Đức đã nắm quyền chính để hình thành khung pháp lý theo cách hỗ trợ Deutsche Post, bảo hộ cho Deutsche Post khỏi sự điều tiết, và để hỗ trợ các dự án liên doanh cạnh tranh của Deutsche Post thông qua các tài sản của nhà nước trước đây được chuyển cho bưu chính và không được nhà nước kiểm soát. Từ năm 1997, Deutsche Post là Giám đốc cạnh tranh của Uỷ ban châu Âu, chứ không phải là RegTP, đã cố gắng kiểm soát các hành động chống cạnh tranh của Deutsche Post.

4.2.3. Thụy Điển (1998)

Vào ngày 1/1/1993, Thụy Điển trở thành nước công nghiệp đầu tiên bãi bỏ độc quyền bưu chính. Sự bãi bỏ độc quyền diễn ra sau khi có luật các dịch vụ bưu chính năm 1993, có hiệu lực từ ngày 1/3/1994. Luật này tạo ra một khung pháp lý cho các dịch vụ chuyển phát và hình thành một cơ quan điều tiết độc lập, đó là Cơ quan Bưu chính và Viễn thông quốc gia (PTS). Cùng lúc đó, Bưu chính được chuyển đổi thành một công ty TNHH có tên là Sweden Post (Posten A.b), chính phủ sở hữu tất cả các cổ phần. Một nghị định pháp lý - Nghị định các dịch vụ bưu chính năm 1993 đã đưa ra chi tiết của khung pháp lý đó. Theo luật Bưu chính năm 1993, chính phủ đã quyết định một hợp đồng thời hạn ba năm với Sweden Post về cung cấp các dịch vụ bưu chính phổ cập đến ngày 31/12/1996. Một hợp đồng thứ hai giữa Sweden Post và

http://tieulun.hopto.org

chính phủ là về các dịch vụ phổ cập kéo dài đến ngày 30/6/1998.

Khung pháp lý về các dịch vụ bưu chính năm 1994 ở Thụy Điển ở một đôi chỗ là không thỏa đáng. Một công ty dịch vụ chuyển phát cổ phần, CityMail, liên tục phàn nàn với các cơ quan có thẩm quyền cạnh tranh Thụy Điển về các sách lược kinh doanh của Sweden Post. Vào thời điểm đó, chính phủ và Sweden Post đã không thống nhất được bản hợp đồng thứ ba về dịch vụ phổ cập. Năm 1998, luật bưu chính Thụy Điển đã được sửa đổi đáng kể để củng cố quyền hạn của cơ quan điều tiết để duy trì các dịch vụ phổ cập. Trong môi trường mới, Sweden Post và chính phủ đã thông qua bản hợp đồng thứ ba về các dịch vụ phổ cập giai đoạn từ ngày 1/7/1998 đến ngày ngày 31/12/1999, sau đó kéo dài đến ngày 1/4/2001. Các điều khoản của hợp đồng này được đi kèm như là các điều kiện với giấy phép của Sweden Post để tiến hành các hoạt động bưu chính.

Cải cách bưu chính đã tạo ra sự chủ động kinh doanh lớn hơn cho Sweden Post; tuy nhiên, trong "khu vực được cấp phép", được xác định dưới đây, Bưu chính Thụy Điển và các nhà khai thác được quy định khác, dù thế nào cũng phải hoàn thành nghĩa vụ dịch vụ phổ cập. Luật bưu chính 1998 định nghĩa dịch vụ phổ cập theo các quy định chung: dịch vụ phổ cập phải là một "dịch vụ chất lượng", cung cấp dịch vụ chuyển phát trọng lượng tới 20kg và cung cấp các mức cước phí trên toàn quốc cho thư thường. Luật cũng quy định một hệ thống bưu cục và các mức cước phí bưu phẩm thống nhất. Nhiều quy tắc cụ thể hơn được luật quy định, được chính phủ chấp nhận và các điều kiện pháp lý và giấy phép được PTS chấp nhận. Luật cũng cấm Sweden Post tăng giá thư thường với trọng lượng dưới hoặc bằng 500 gr không được cao hơn tỷ lệ lạm phát. Giấy phép của Sweden Post bắt buộc phải tư

http://tieulun.hopto.org

vấn PTS trước khi thực hiện những thay đổi cơ bản về các mức dịch vụ và các điều kiện tiếp cận.

Ở Thụy Điển, cải cách bưu chính bao gồm cả việc tách riêng các chức năng quản lý của chính phủ và kinh doanh. Giống như ở Đức, độc quyền bưu chính đã bị thay thế bởi một cơ chế cấp phép. Luật Bưu chính Thụy Điển quy định bất kỳ ai có giấy phép đều có thể tham gia vào "các hoạt động bưu chính". Các hoạt động bưu chính được định nghĩa là "chuyển phát bưu phẩm thường như là một nghĩa vụ". Đến lượt từ "bưu phẩm" được định nghĩa là "bưu phẩm có địa chỉ được ghi trên phong bì hoặc giấy gói khác có trọng lượng lớn nhất là 2kg". Giống như ở Đức, luật Bưu chính Thụy Điển quy định "trách nhiệm dịch vụ phổ cập thuộc về chính phủ hoặc một cơ quan được chính phủ chỉ định" chứ không là thuộc về ngành bưu chính. Để đảm bảo cho dịch vụ phổ cập, công cụ chính của PTS là khả năng gắn kết trách nhiệm để cung cấp dịch vụ phổ cập cho một hoặc nhiều giấy phép bưu chính. Sự khác nhau quan trọng nhất giữa luật bưu chính của Thụy Điển và luật bưu chính của Đức là cơ quan quyền hạn lớn hơn của cơ quan điều tiết của Thụy Điển về bưu chính có trách nhiệm hình thành và thúc đẩy các quy định của giấy phép, nếu trong trường hợp quyết định của cơ quan điều tiết là cần thiết để bảo hộ dịch vụ phổ cập. Mặc dù luật Thụy Điển là không hoàn toàn rõ ràng, có nghĩa là PTS được phép gắn các điều kiện chi tiết duy nhất vào một hoặc nhiều giấy phép cụ thể, các giấy phép của các nhà khai thác là cần thiết để "thực hiện cung cấp dịch vụ bưu chính phổ cập". Một nhà khai thác có giấy phép cung cấp dịch vụ phổ cập sẽ phải cung cấp "dịch vụ ở mức giá hướng tới các chi phí", tuân theo những giới hạn về các mức cước phí, cung cấp các báo cáo hàng năm, thiết lập các thủ tục giải quyết khiếu nại cho mọi khách hàng, và hoạt động đúng theo các quy định khác của

http://tieulun.hopto.org

PTS. Đáng kể là, PTS cũng có thể gắn các nhiệm vụ kế toán và báo cáo vào một giấy phép dịch vụ phổ cập.

Về hiệu quả thực tế, sự điều tiết của Thụy Điển giống như sự điều tiết của Đức như vậy bị hạn chế bởi một số các nhà cung cấp lớn, chính là ngành Bưu chính hiện nay. Ở Thụy Điển, có 50 nhà cung cấp "các hoạt động bưu chính" được cấp giấy phép. Sweden Post (chiếm 94,8% thị phần) và CityMail (4,8% thị phần) là những nhà cung cấp lớn duy nhất; các nhà cung cấp khác là những công ty nhỏ thuộc khu vực. PTS đã gắn các nghĩa vụ dịch vụ phổ cập vào giấy phép của một nhà cung cấp các dịch vụ bưu chính đó là Sweden Post. Giấy phép của Sweden Post đã đưa ra những yêu cầu dịch vụ phổ cập tương tự hoặc ít chi tiết hơn so với Nghị định dịch vụ phổ cập của Đức. Không giống như Đức, hệ thống cấp phép "các hoạt động bưu chính" là khuôn mẫu điều tiết bưu chính duy nhất ở Thụy Điển. Các nhà cung cấp các dịch vụ chuyển phát khác bao gồm các dịch vụ chuyển phát nhanh và bưu kiện nằm trong khu vực dịch vụ phổ cập không được điều tiết cũng như không phải đăng ký với PTS.

Ngược lại với luật bưu chính của Đức, luật của Thuy Điển quy định cơ quan điều tiết mạnh hơn hoạt động trong một phạm vi các hoạt động hữu hạn hơn. Kết quả là một mức độ tách các chức năng chính phủ và kinh doanh sẽ lớn hơn. Đồng thời, Sweden Post và các nhà khai thác khác sẽ có được khả năng chủ động trong kinh doanh lớn hơn.

4.2.4. New Zealand (1998)

Cải cách bưu chính ở New Zealand diễn ra trong giai đoạn hơn 10 năm. Năm 1987, bưu chính được cơ cấu lại trở thành một "doanh nghiệp nhà nước" với tên gọi NZ Post. Luật năm 1987 hạn chế sự độc quyền bưu chính đối với bưu phẩm có trọng lượng dưới hoặc 500 gr và có giá cước ít hơn hoặc bằng

http://tieulun.hopto.org

1,75 NZ$ và kết thúc quá trình cải cách trở thành một công ty bưu chính thuộc chính phủ. Vào tháng 11 năm 1988, một ủy ban thuộc chính phủ khuyến nghị bãi bỏ sự độc quyền bưu chính mặc dù có sự phản đối mạnh mẽ từ phía NZ Post. Tháng 10/1989, chính phủ đã thay đổi để bảo đảm tính liên tục của các dịch vụ công bằng một hợp đồng ký kết với NZ Post được gọi là "Biên bản ghi nhớ". Mặc dù, chính phủ trì hoãn sự hủy bỏ độc quyền bưu chính, nhưng một đạo luật bưu chính năm 1990 đã hạn chế bớt sự độc quyền bưu chính, giảm mức trọng lượng bưu phẩm xuống còn 200 gr và giảm mức giá xuống còn 0,80 NZ$ – ít hơn mức giá cước tem thư 0,45 NZ$ gần gấp 2 lần – vào tháng 12/1991. Luật năm 1990 cũng yêu cầu NZ Post công bố rộng rãi tiêu chuẩn chất lượng và giá cước các dịch vụ. Luật các dịch vụ bưu chính năm 1998, một đạo luật cải cách bưu chính toàn diện được NZ Post ủng hộ, đã bãi bỏ độc quyền bưu chính và quy định các nhiệm vụ cụ thể cho các nhà khai thác cổ phần. Một Biên bản ghi nhớ mới cũng được đưa ra cam kết giữa chính phủ và NZ Post.

Luật bưu chính mới của New Zealand quy định những ràng buộc tối thiểu về sự chủ động kinh doanh của NZ Post và các công ty khác cung cấp các dịch vụ bưu chính. Luật không xác định cũng không áp đặt nghĩa vụ dịch vụ phổ cập cho ngành Bưu chính. Mục tiêu của luật các dịch vụ bưu chính năm 1998 là bảo hộ người tiêu dùng. Một "nhà khai thác bưu chính" được xác định như là một cá thể mà "công việc kinh doanh của họ bao gồm việc vận chuyển bưu phẩm, toàn bộ hoặc phần nào". Một "bưu phẩm" là bất kỳ cách truyền thông viết tay, hoặc bất kỳ dạng văn bản nào có địa chỉ tới một người cụ thể hoặc một địa chỉ cụ thể và được vận chuyển vật lý chứ không phải bằng phương thức điện tử và được chuyển phát với mức cước 0,80NZ$ (0,37USD) hoặc ít

http://tieulun.hopto.org

hơn. Do vậy, "nhà khai thác bưu chính" buộc phải quan tâm đặc biệt tới việc xử lý bưu phẩm, ví dụ bất kỳ thư, bưu kiện hoặc bất kỳ bưu phẩm nào khác phải được một nhà khai thác chuyển vận. Cụ thể là các nhà khai thác phải:

- Đệ trình đăng ký cơ bản với Bộ trưởng
- Đăng ký từng hạng mục bưu phẩm với một nhà khai thác bưu chính cụ thể.
- Tôn trọng tính bảo mật của truyền thông bưu chính
- Thông báo với chính phủ nếu một bưu phẩm được gửi không đúng luật.
- Giữ lại biên bản các bưu phẩm bị giữ hoặc bị mở và thông báo tới người nhận thư.

Một hạn chế duy nhất nữa đối với sự chủ động kinh doanh của NZ Post là tính thỏa thuận. Theo "Biên bản Ghi nhớ" với Chính phủ, NZ Post cam kết:

- Thực hiện dịch vụ chuyển phát 6 ngày/tuần tới hơn 95% các điểm chuyển phát.
- Duy trì mức cước tem dưới 0,45 NZ$ (0,21 USD)
- Không được giới thiệu cước phí dịch vụ nông thôn. Để chấm dứt việc bù lỗ và khả năng cạnh tranh mới vào tháng 2/1988, NZ Post đã đóng cửa 1/3 các bưu cục và tăng mức cước phí hàng năm cho chuyển phát ở nông thôn (người nhận ở nông thôn không muốn trả phí phải nhận thư tại bưu cục gần nhất). Mọi người phải tuân thủ nhưng một yêu cầu của chính phủ đã kết luận một vấn đề lớn duy nhất do biểu quyết là khó khăn trong việc duy trì các dịch vụ ngân hàng nông thôn và được khuyến nghị các giải pháp phi bưu chính. Sau năm 1990, NZ Post nâng cao tính hiệu quả, tăng khối lượng thư, phát triển các dịch vụ mới và tăng lợi nhuận kinh doanh. Năm 1995, NZ Post bãi bỏ phí chuyển phát nông thôn.

http://tieulun.hopto.org

- Duy trì một số lượng cụ thể các bưu cục (một số do NZ Post kiểm soát và một số bưu cục được bán cho nhà khai thác khác).

Các điều khoản của Biên bản ghi nhớ có ít phức tạp hơn so với Nghị định các dịch vụ phổ cập của Đức. Cuối cùng, tất cả các điều khoản này được NZ Post đáp ứng. Năm 1995, NZ Post tình nguyện giảm mức cước phí tem hạng nhất từ 0,45 NZ$ xuống 0,40NZ$ (0,18USD). Không giống như nghĩa vụ thực hiện dịch vụ bưu chính phổ cập được quy định trước đây, Biên bản ghi nhớ này trao cho NZ Post sự đảm bảo lớn hơn đó là các điều khoản dịch vụ phổ cập của Biên bản sẽ không thay đổi trong thời gian quy định của Biên bản.

Từ khi sự can thiệp của Chính phủ trên thị trường các dịch vụ bưu chính giảm đi, nhu cầu tách biệt hai chức năng nhà nước và kinh doanh đã bị hạn chế đáng kể, không có sự độc quyền bưu chính, cơ chế cấp phép hoặc cơ quan điều tiết năng động. Luật bưu chính của New Zealand không giải quyết trực tiếp việc tận dụng các ưu thế kinh doanh được thừa kế từ NZ Post trước đây là một cơ quan thuộc chính phủ. Sự giám sát duy nhất nằm ở các điều luật được thiết kế để xử lý hành vi chống cạnh tranh. Ví dụ, NZ Post buộc phải đưa ra số các hợp đồng bưu phẩm có khối lượng ở từng mức cắt giảm cước và tường trình về sự giảm cước đó. Việc củng cố những yêu cầu tường trình có thời hạn được áp đặt cho NZ Post từ năm 1990 đã gợi ý cho chính phủ ngay từ ban đầu để dự đoán được các vấn đề cạnh tranh nảy sinh từ việc bãi bỏ độc quyền.

Trong số sáu luật cải cách bưu chính được đề cập trong phần này, luật bưu chính của New Zealand tiếp cận gần nhất tới việc tái phân loại ngành bưu chính như là một hoạt động thương mại thông thường. Mục tiêu này đưa đến việc hoàn thiện tính chủ động kinh doanh và việc tách biệt hai chức

http://tieulun.hopto.org

năng nhà nước và kinh doanh. Tuy nhiên, bởi vì có những thuận lợi kinh doanh nhất định từ trước và nhà nước sở hữu 100%, nên NZ Post không phải là một công ty cổ phần hoàn toàn.

4.2.5. Hà Lan (1998)

Từ năm 1988 đến năm 2000, Chính phủ Hà Lan đã chuyển đổi Bưu chính Hà Lan thành một công ty độc lập, cổ phần hóa hoàn toàn và cạnh tranh. Luật bưu chính năm 1988 về tái cơ cấu Bưu chính và Viễn thông Hà Lan thành công ty PTT Nederland NV hoàng gia (KPN), một công ty TNHH cổ phần. PTT Post là công ty Bưu chính của KPN, hoạt động theo luật năm 1988 để duy trì dịch vụ bưu chính phổ cập ở Hà Lan với sự độc quyền về chuyển phát thư tín trọng lượng tới 500gr. Luật nước này cũng quy định một mức cước cho sự độc quyền: tư nhân được phép vận chuyển thư nếu giá cước vận chuyển không vượt quá mức quy định của nhà nước. Mức cước tối thiểu cho cổ phần vận chuyển là 11.90 NLG (khoảng 6USD) cho bưu phẩm chuyển vận trong nước và đến các nước khác của Liên minh châu Âu và mức cước 17.50 NGL (9 USD) cho bưu phẩm đến các nước khác ngoài Liên minh châu Âu. Năm 1994, chính phủ Hà Lan bán 30% cổ phần của KPN cho bên ngoài; những lần bán cổ phần sau đã giảm sự sở hữu của chính phủ xuống còn 43%. Vào tháng 6 năm 1998, KPN được tách thành hai công ty, công ty KPN mới, một công ty viễn thông mới và Tập đoàn Bưu chính TNT (TPG), một công ty bưu chính và vận tải. Năm 1999, Hà Lan chấp nhận sửa đổi Luật Bưu chính năm 1988 để hạn chế hơn phạm vi độc quyền bưu chính. Hai điều luật quản lý, triển khai đạo luật có hiệu lực vào ngày 1/6/2000.

Công ty hóa và cổ phần hóa từng phần cho phép Bưu chính Hà Lan theo đuổi một chiến lược kinh doanh mạnh mẽ và đổi mới ngoài khu vực bưu chính truyền thống. Năm 1991,

http://tieulun.hopto.org

KPN tham gia với các nhà khai thác bưu chính công cộng của các nước Pháp, Đức, Thụy Điển và Canada để hình thành một liên minh với tên gọi GD Net, mà nó đã mua lại một nửa công ty TNT Express Worldwide, một công ty chuyển phát nhanh hàng đầu quốc tế. Tháng 7 năm 1996, KPN và Sweden Post mua lại cổ phần của các nhà khai thác bưu chính công cộng khác của GD Net, và KPN trở thành cổ đông chính. Vào tháng 10 năm 1996; KPN khởi xướng việc mua TNT, một công ty của Australia sở hữu một phần TNT Express. Việc mua lại này đã làm cho KPN hay TPG sau khi chia tách trở thành cổ đông chính và hoàn toàn kiểm soát TNT Express.

Liên quan đến các dịch vụ bưu chính truyền thống, Luật Bưu chính đã quy định những giới hạn nhất định cho TPG về nghĩa vụ dịch vụ phổ cập. Luật Bưu chính quy định TPG, công ty được trao trách nhiệm, duy trì dịch vụ bưu chính phổ cập đối với thư và các sản phẩm in ấn có trọng lượng tới 2kg và bưu kiện có trọng lượng tới 10kg. Tuy nhiên, nghĩa vụ dịch vụ phổ cập bị hạn chế đối với "các bưu phẩm đã được gửi vào các thùng thư của nhà khai thác công cộng có trách nhiệm phục vụ công cộng hoặc được gửi tại các địa điểm của nhà khai thác bưu chính công cộng phục vụ mục đích này". Định nghĩa dịch vụ phổ cập mở rộng loại trừ thư có khối lượng lớn được thu gom tại các địa chỉ kinh doanh bưu phẩm. Cũng giống như luật bưu chính Australia, theo luật của Hà Lan, các dịch vụ bưu chính cho thư thương mại với khối lượng lớn được xem là các dịch vụ thương mại ngoài các quy tắc đặc biệt của quy định bưu chính. Tuy nhiên, không giống như Australia, nghĩa vụ phổ cập ở Hà Lan đã vượt ra khỏi phạm vi độc quyền bưu chính. Bộ trưởng được phép ban hành các quy định chất lượng và cước phí của dịch vụ phổ cập. Trong những quy định này bộ trưởng đã quy định mức giá

http://tieulun.hopto.org

cước, các tiêu chuẩn phân phát và các yêu cầu về dịch vụ phổ cập tối thiểu.

Luật Bưu chính Hà Lan không quy định chặt chẽ việc chia tách các chức năng nhà nước và kinh doanh. Giống với Australia, bưu chính hoàn toàn độc quyền về mặt pháp lý đối với một tỷ lệ thư khá hạn chế. Sự độc quyền này còn chi phối cả bưu phẩm trọng lượng từ 100gr trở xuống và được vận tải với mức cước bưu chính thấp hơn so với mức cước do nhà quản lý quyết định. Luật bưu chính đặt ra mức cước cho vận tải cá nhân cao gấp ba lần so với cước tem cơ bản. Giống như ở Đức, Bộ trưởng thực hiện sự kiểm soát cả sự sở hữu lẫn nhà nước về bưu chính, và là một đơn vị quản lý nhà nước có trách nhiệm thực thi pháp lý và điều tiết. Để quyết định các chi tiết của dịch vụ phổ cập, bộ trưởng có thể quy định các thủ tục tài chính, thiết lập một nhóm người sử dụng để tư vấn, thành lập một ban giải quyết các khiếu nại của khách hàng, ban hành hướng dẫn về cạnh tranh không công bằng, thiết lập các giới hạn về tăng các mức cước phí cơ bản, và đưa ra các yêu cầu về địa điểm đặt thùng thư. Cơ quan điều tiết là cơ quan Bưu chính và Viễn thông (OPTA) độc lập. OPTA được trao quyền thực thi đúng theo luật bưu chính và các điều tiết của Bộ bằng cách phạt hành chính lên tới 425.000 USD, ngoài ra Bộ trưởng có thể trực tiếp thúc đẩy triển khai các chỉ thị cụ thể ngoài chức năng (quan hệ, những việc khác và các hiệp định bưu chính quốc tế). Nhà khai thác bưu chính công cộng có nhiệm vụ cung cấp các dịch vụ chuyển phát khác gần với các thùng thư bưu chính (các thùng thư cho thuê đặt tại các bưu cục) với phí thuê hợp lý. OPTA có trách nhiệm giải quyết các khiếu nại về cước phí đúng. OPTA cũng có thể phạt hành chính các nhà khai thác cổ phần về việc xâm phạm vùng dành riêng. OPTA cũng chịu trách nhiệm trước Bộ trưởng về các nhiệm vụ điều tiết được ủy

http://tieulun.hopto.org

nhiệm hoặc đã không đệ trình Bộ trưởng. OPTA có thể điều tra những vi phạm luật trong phạm vi quyền hạn và ra các sắc lệnh hoặc và xử lý phạt để thực thi quyền hạn của mình.

Như đã được đề cập ở trên, chính phủ Hà Lan đã bán 57% cổ phần của TPG cho cổ phần. Bưu chính Hà Lan là một ví dụ về 50% cổ phần được cổ phần hóa. Với tư cách điều tiết bưu chính về mặt nhà nước, chính phủ phải xem xét đến các quyền lợi của các cổ đông cổ phần của TPG cũng như các lợi ích sở hữu của cổ phần. Tuy vậy, việc cổ phần hóa đáng kể đưa đến những ràng buộc về các chức năng giữa chính phủ và kinh doanh bên cạnh những những ràng buộc chính thức được đặt ra trong những sửa đổi cơ cấu của luật. Tuy nhiên, các quyền lợi của cổ phần được quy định rõ trong quy định sở hữu "quyền lợi vàng" của chính phủ Hà Lan cho phép phản đối các loại hình nhất định về chuyển đổi công ty.

Tóm lại, luật cải cách bưu chính ở Hà Lan là một sự kết hợp các mục tiêu của Australia và Đức. Giống như ở Australia, bưu chính Hà Lan hưởng lợi từ các ưu tiên về mặt pháp lý và hoàn thành các trách nhiệm của chính phủ. Ở Australia và Đức, ngưỡng độc quyền bưu chính là khá thấp được cân bằng bởi một định nghĩa về nghĩa vụ phổ cập dịch vụ linh hoạt. Giống như ở Đức, Hà Lan thiết lập một cơ quan quản lý bưu chính mặc dù độc lập nhưng lại ràng buộc trong việc triển khai các chính sách do luật và chính phủ thiết lập. Bên cạnh đó, việc cổ phần hóa Bưu chính ở Hà Lan đóng góp một khía cạnh khác vào triết lý cải cách của Hà Lan.

4.2.6. Vương quốc Anh (2000)

Vào tháng 6 năm 2000, Vương quốc Anh thông qua luật cải cách bưu chính sau 6 năm xem xét. Vào tháng 6/1994, Đảng Bảo thủ xuất bản một "Văn bản Xanh" về các dịch vụ bưu chính làm hạn chế sự độc quyền bưu chính và cổ phần

http://tieulun.hopto.org

hóa 51% ngành Bưu chính. Mặc dù được Bưu chính Anh ủng hộ, kế hoạch này đã không được Thượng viện thông qua. Vào tháng 7 năm 1999, Đảng Lao động mới đã đệ trình một bản kế hoạch hiện đại hóa bưu chính nhưng lại tránh việc cổ phần hóa. Ngày 28/7/2000, Luật các dịch vụ Bưu chính 2000 cuối cùng cũng được nữ hoàng Anh thông qua. Theo luật này Bưu chính Anh được cơ cấu giống như một công ty luật cổ phần thường với tên gọi Consignia, và chuyển quyền quản lý nhà nước cho một cơ quan điều tiết mới được gọi là Uỷ ban các dịch vụ Bưu chính (Postcomm). Postcomm sẽ bầu ra một chủ tịch và ít nhất có ba người khác được Bộ trưởng chỉ định theo các điều khoản do Bộ trưởng quy định. Bộ trưởng phải phê duyệt thanh toán và chi phí của các thành viên Postcomm và có thể bãi nhiệm các thành viên nếu không làm tốt.

Cosignia do chính phủ sở hữu và được hưởng lợi từ các thỏa thuận tài chính với chính phủ nhưng đặc biệt là có vai trò như một công ty dịch vụ chuyển phát cổ phần. Độc quyền bưu chính ở Anh diễn ra từ năm 1660 đã chấm dứt và được thay thế mới bởi một cơ chế cấp phép.

Luật Bưu chính Anh quy định những hạn định đáng kể về sự chủ động kinh doanh của Bưu chính Anh và các nhà cung cấp dịch vụ bưu chính khác. Không ai có thể điều hành một doanh nghiệp chuyển phát bưu phẩm mà không có giấy phép của Postcomm, đối với từng loại bưu phẩm được vận chuyển, nếu (i) giá dịch vụ không ít nhất là 1,00 bảng Anh (1,50USD) hoặc (ii) bưu phẩm có trọng lượng ít nhất là 350gr. Một bưu phẩm được định nghĩa là bất cứ một sự truyền thông nào ở dạng viết trên bất kỳ phương tiện vật lý nào được vận chuyển và phân phát tới địa chỉ được người gửi ghi rõ trên bưu phẩm hoặc trên giấy bọc (bao gồm bất kỳ loại sách, catalog, báo hoặc ấn phẩm xuất bản định kỳ nào). Bên cạnh những giới

http://tieulun.hopto.org

hạn về giá cước và trọng lượng của vùng được cấp phép, luật quy định một số loại cước phí được miễn cho khu vực được cấp phép, bao gồm: bưu phẩm quốc tế đi nước ngoài; bưu phẩm hàng hóa, "bưu phẩm liên quan và dành cho chuyển phát, hàng hóa"; và bưu phẩm trao đổi tài liệu, ví dụ bưu phẩm được chuyển trong hoặc giữa các bưu cục của trao đổi tài liệu.

Đối với những giấy phép như vậy, Postcomm được quyền gắn bất cứ điều kiện điều khoản nào mà Postcomm xem xét là cần thiết để đáp ứng ba mục tiêu chính sách công cộng, để đáp ứng từng loại giấy phép. "Dịch vụ phổ cập" được định nghĩa bao gồm sự chuyển phát "các gói bưu phẩm liên quan" hàng ngày đến từng địa chỉ trên toàn bộ đất nước trừ "những trường hợp ngoại lệ" do Postcomm quyết định. Dịch vụ phải được cung cấp "với mức giá hợp lý được quyết định theo mức thuế công cộng thống nhất trên toàn Vương quốc Anh". "Các gói bưu phẩm phù hợp" là những tài liệu và bưu kiện có trọng lượng tới 20kg. Thứ hai, để tuân thủ chặt chẽ theo mục tiêu đầu tiên, Postcomm được chỉ đạo "quan tâm hơn nữa tới các lợi ích của người sử dụng các dịch vụ bưu chính bằng cách khuyến khích sự cạnh tranh lành mạnh giữa các nhà khai thác bưu chính". Thứ ba để tuân thủ chặt chẽ hai mục tiêu đầu tiên, Postcomm được chỉ đạo "khuyến khích sự hiệu quả và tính kinh tế trong từng khâu của các nhà khai thác bưu chính" với sự quan tâm đặc biệt tới những người sử dụng có những hoàn cảnh khó khăn. Postcomm được quyền cấp phép cho dịch vụ ở khu vực ưu tiên và để gán bất kỳ điều kiện nào (những điều khoản như vậy khi Uỷ ban sẽ xem xét là phù hợp và một điều khoản không liên quan đến bất cứ điều gì do giấy phép cho phép).

Trong những tiêu chí đề cập rộng rãi này, Postcomm có thể hình thành hầu như bất kỳ thể chế pháp lý nào được xem

http://tieulun.hopto.org

là phù hợp. Mặc dù Postcomm không có quyền thực thi pháp lý đối với các nhà cung cấp dịch vụ hoạt động hoàn toàn ngoài khu vực cấp phép, cơ quan này cũng có thể ra các điều khoản dịch vụ mà một nhà khai thác được cấp phép cung cấp dịch vụ ngoài khu vực được phép. Ngày 23/3/2001, Postcomm đã ban hành giấy phép bưu chính đầu tiên cho Cosignia. 20 điều khoản được đi kèm, đề cập đến các vấn đề như giá, nghĩa vụ phổ cập dịch vụ, các tiêu chuẩn dịch vụ, giải quyết khiếu nại, những dịch vụ miễn phí cho người mù, cung cấp thông tin cho người sử dụng, lai ghép thư, tiếp cận tới các phương tiện bưu chính, những cản trở chống lại lợi thế thương mại không công bằng, sự liên doanh liên kết, các quy định kế toán, các nguồn lực tài chính và báo cáo Postcomm. Các nghĩa vụ dịch vụ phổ cập được ghi trong giấy phép của Consignia là rất chi tiết. Ví dụ, Consignia phải thực hiện việc chuyển phăt tới từng địa chỉ ít nhất một lần trong một ngày. Consignia phải hình thành các thùng thư gom do đó "ở từng khu vực mã bưu chính mà ở đó mật độ điểm phân phát không được ít hơn 200 điểm chuyển phát/km^2, không được ít hơn 99% người sử dụng hoặc người sử dụng các dịch vụ bưu chính tiềm năng nằm trong phạm vi 500m là một thùng thư". Consignia được phép duy trì một mức thuế cho các gói bưu phẩm phù hợp đó là "một mức thuế thống nhất trên toàn Vương quốc Anh". Giá cho các dịch vụ bưu phẩm nằm trong khu vực được cấp phép (khoảng 66% dịch vụ) không được tăng mà không có sự đồng ý của Postcomm. Giá cho các dịch vụ bưu chính ngoài khu vực được cấp phép nhưng thiếu sự cạnh tranh hiệu quả (khoảng 24% dịch vụ) không được tăng hơn sự lạm phát. Postcomm đã yêu cầu Consgnia phải có cơ sở dữ liệu địa chỉ cho tất cả các nhà khai thác. Để thực thi các điều khoản ghi trong giấy phép, Postcomm có thể tìm kiếm lệnh của tòa án hoặc trừng phạt.

http://tieulun.hopto.org

Do vậy việc tách chức năng quản lý của nhà nước và kinh doanh của Bưu chính Anh đã gần như hoàn thiện. Cuối cùng thì các đặc quyền và gánh nặng nhà nước được một cơ quan điều tiết độc lập quyết định và áp đặt đối với tất cả các nhà cung cấp dịch vụ bưu chính có giấy phép. Bên cạnh những quy định của Postcomm, luật các dịch vụ Bưu chính thiết lập một vai trò quản lý cho hai cợ quan độc lập khác nhau: Uỷ ban người tiêu dùng các dịch vụ bưu chính (Postwatch) và Uỷ ban cạnh tranh. Postwatch là một nhóm người sử dụng do Bộ trưởng chỉ định dựa trên các điều khoản do Bộ trưởng thiết lập. Postwatch có quyền tư vấn Postcomm, Bộ trưởng, và những người khác về các vấn đề bưu chính và thực hiện điều tra các đơn kiện. Để thực thi nhiệm vụ của mình, Postwatch có quyền sử dụng thủ tục pháp lý để lấy thông tin. Uỷ ban cạnh tranh là một cơ quan điều tiết độc lập và Postcomm phải có sự chấp thuận của cơ quan này trước khi thực hiện sửa đổi giấy phép.

Ở Vương quốc Anh, Bộ trưởng có thể thuê cơ quan hoạch định chính sách nhưng điều này là rất ít khi xảy ra so với các bộ trưởng đồng nhiệm ở Đức và ở Hà Lan. Bộ trưởng Vương quốc Anh có quyền sửa đổi danh sách miễn thuế của vùng được cấp phép trên khuyến nghị của Postcomm. Bộ trưởng cũng có thể chỉ định một hoặc nhiều nhà khai thác bưu chính là "nhà cung cấp phổ cập dịch vụ" nếu họ cung cấp tất cả hoặc từng phần của dịch vụ phổ cập. Là một "cung cấp dịch vụ phổ cập" cho nhà cung cấp, được chỉ định các quyền nhất định trong đó được bảo hộ tránh mất uy tín của các bưu cục và các thùng gom bưu phẩm, tránh được sự cản trở, miễn trách nhiệm tổn hại, và quyền yêu cầu vận chuyển bằng tàu hoặc hàng không. Thêm vào đó Bộ trưởng có quyền ban hành yêu cầu sửa đổi văn bản ban hành đạo luật, pháp lý hoặc các

http://tieulun.hopto.org

văn bản khác để thi hành hiệu quả bất cứ điều khoản nào của luật.

Luật Bưu chính Anh quy định chính phủ sở hữu 100% Consignia. Tuy nhiên chính phủ Anh cũng đã tìm cách cổ phần hóa Consignia.

Luật cải cách Bưu chính Anh cùng gần giống với luật bưu chính được thông qua ở Thụy Điển ở chỗ nó dựa vào sự độc lập của người làm luật để phát huy hiệu quả chính sách bưu chính bằng cách gắn các điều kiện vào các giấy phép. Thêm vào đó luật này khá bao trùm để xác định nghĩa vụ phổ cập dịch vụ; ở Thụy Điển, cơ quan điều tiết bị giới hạn bởi định nghĩa dịch vụ phổ cập do chính phủ công bố và có thể bị ảnh hưởng bởi lợi ích sở hữu của cổ phần. Thứ hai, cơ quan điều tiết Anh có nhiệm vụ gắn các điều khoản mà đảm bảo không chỉ phổ cập dịch vụ mà còn cạnh tranh và còn hiệu quả. Thứ ba, cơ quan điều tiết Anh chính thức được phép đặt các điều khoản lên cho các nhà cung cấp được cấp phép ngoài khu vực được cấp phép. Thứ tư, nhà làm luật Anh có trách nhiệm gắn các điều kiện vào tất cả các giấy phép không chỉ cho các giấy phép của các nhà khai thác cung cấp dịch vụ phổ cập. Nói chung cơ quan điều tiết Anh có quyền lớn hơn trong việc xây dựng một ngành Bưu chính dịch vụ chủ động và cạnh tranh chuyên nghiệp. Vì vậy, cơ quan điều tiết Anh cũng có trách nhiệm đáng kể trong việc hạn chế một số lực lượng tham gia thị trường và cấu trúc lại thị trường các dịch vụ bưu chính theo cách mà họ xem là phù hợp với lợi ích công chúng.

4.3. KẾT LUẬN

Sáu luật cải cách bưu chính ở sáu nước công nghiệp hóa đã cho thấy sáu mục tiêu cải cách khác nhau. Sự khác nhau trong cách tiếp cận mục tiêu nhưng đều chung hướng tới ba

http://tieulun.hopto.org

mục tiêu: sự chủ động kinh doanh, sự chia tách chức năng quản lý nhà nước, kinh doanh và cổ phần hóa.

Tại sao các cách tiếp cận cải cách bưu chính lại khác nhau? Trong một mức độ nào đó, sự khác nhau trong cách tiếp cận phản ánh sự khác nhau trong văn hóa luật pháp và chính trị. Các nước có nhiều người Mỹ gốc Anh dựa nhiều vào luật pháp và chính sách kinh tế tự do kinh doanh (Australia là một ngoại lệ); các nước châu Âu thích sự kiểm soát nhiều hơn của chính phủ (Thụy Điển là một ngoại lệ). Xu hướng của các nước học hỏi từ tiền lệ này cũng xem như là một yếu tố. Thụy Điển và New Zealand đều đánh giá thấp phạm vi mà cơ quan điều tiết hoặc sự thông báo rộng rãi là cần thiết để cân bằng sự chủ động trong kinh doanh đã được nâng lên cho bưu chính và các luật cải cách bưu chính ban đầu được sửa đổi theo (kinh nghiệm của Đức có thể được hiểu theo hướng này); ở phần lớn luật cải cách bưu chính gần đây được Vương quốc Anh thông qua, cơ quan quản lý được xác định rõ ràng nhất. Một yếu tố khác là sự chuyên nghiệp của đội ngũ làm luật; vào bất kể thời gian và địa điểm nào, một số chính phủ viết luật khá thận trọng so với một số nước khác.

Tuy nhiên, bỏ qua triết lý chính trị, một đánh giá mang tính chất so sánh các luật bưu chính của các nước công nghiệp hóa cho thấy sự lựa chọn chính trị nên được xem xét một lần nữa bởi bất cứ một cơ quan điều tiết nào giải quyết cải cách bưu chính. Một định nghĩa rộng phổ biến về dịch vụ phổ cập phải được xem xét cùng với sự chủ động kinh doanh cho bưu chính. Phạm vi can thiệp của chính phủ vào thị trường trực tiếp ảnh hưởng tới yêu cầu tác chức năng kinh doanh và nhà nước; do vậy, sự điều tiết tối thiểu cần thiết trong cách tiếp cận của New Zealand và sự phụ thuộc tối đa vào luật pháp ở Vương quốc Anh thể hiện những sự lựa chọn chính sách khác nhau. Nhà kinh tế cho là đúng đắn khi

http://tieulun.hopto.org

muốn quan tâm nghiêm túc tới vấn đề cổ phần hóa; cổ phần hóa có thể củng cố các cách tiếp cận khác để cải cách nhưng không thay thế hoàn toàn. Tóm lại, sáu nước công nghiệp hóa có luật cải cách bưu chính được nêu trên, không nước nào hiện nay sẽ tìm được sự dung hòa trong ba cách tiến tới cải cách bưu chính.

http://tieulun.hopto.org

Chương 5

TÁC ĐỘNG CỦA CÔNG NGHỆ TỚI NGÀNH BƯU CHÍNH

5.1. TẦM QUAN TRỌNG CỦA CÔNG NGHỆ

Sự phát triển công nghệ là động lực chính của sự phát triển ngành bưu chính và nó có ảnh hưởng nhất định tới lao động của ngành bưu chính. Chương này sẽ đề cập đến 4 khía cạnh công nghệ tác động tới lao động bưu chính:

- Tự động hóa dây chuyền khai thác bưu chính
- Hạ tầng CNTT của từng nhà khai thác bưu chính
- Hạ tầng truyền thông điện tử
- Phương tiện truyền thông điện tử tác động tới bưu phẩm truyền thống.

Tự động hoá có tác động quan trọng tới lao động của ngành Bưu chính. Ví dụ, một nhà khai thác bưu chính muốn tối đa hoá lợi nhuận với mục tiêu giảm các chi phí sản xuất thì nhà khai thác này sẽ phải cố gắng tăng năng suất lao động bằng cách triển khai các công nghệ chia chọn hiện đại cùng với việc sắp xếp lại mạng lưới bưu chính (chủ yếu là các luồng bưu phẩm). Khối lượng, giá cả và số người lao động nhất định trong ngành bưu chính sẽ tác động tới quá trình này. Do vậy, tự động hóa một mặt nào đó tác động khá tiêu cực tới người lao động bưu chính.

http://tieulun.hopto.org

Hạ tầng CNTT của nhà khai thác bưu chính cũng có những liên quan tới việc phát triển lao động. Việc xuất hiện nhiều phần mềm ứng dụng và các công nghệ khác đã dẫn tới việc phát triển ứng dụng CNTT nhanh chóng trong các nhà khai thác bưu chính. Điều này dẫn tới cả việc yêu cầu cao về trình độ, cũng như yêu cầu về số lượng nhân sự quản lý.

Hạ tầng cơ sở điện tử của xã hội và sự phát triển công nghệ nói chung có ảnh hưởng tới việc sử dụng các dịch vụ bưu chính và những phương tiện truyền thông điện tử mới.

Khi tính đến sự tương tác của giá cả đối với các dịch vụ bưu chính và những khả năng bưu chính mới, việc triển khai phương tiện truyền thông điện tử mới sẽ tác động tới việc giảm nhu cầu các dịch vụ bưu chính truyền thống. Khi cung cấp các khả năng bưu chính mới sẽ không cần tới nhiều lao động, dẫn tới số nhân viên bưu chính sẽ giảm - dù các nhà khai thác bưu chính chủ động tự cung cấp các khả năng bưu chính mới hay không.

Các khía cạnh công nghệ sẽ được trình bày cụ thể dưới đây. Hai khía cạnh đầu tiên (tự động hóa và hạ tầng CNTT của các nhà khai thác bưu chính) đề cập đến tác động trực tiếp tới nhà khai thác bưu chính, trong khi đó hai khía cạnh sau (hạ tầng cơ sở điện tử của xã hội và phương tiện truyền thông điện tử) đề cập đến công nghệ tác động tới nhà khai thác bưu chính thông qua phạm vi nhu cầu.

5.2. TỰ ĐỘNG HÓA

Một trong những khía cạnh quan trọng của sự phát triển công nghệ là khả năng của các khâu tự động hóa trong dây chuyền khai thác bưu chính - đặc biệt là ở quy trình chia chọn mà trước đây có số lượng lao động cao. Việc ứng dụng tự động hóa liên quan đến những thay đổi trong hạ tầng bưu chính và do đó tác động tới việc lựa chọn của nhà khai thác.

http://tieulun.hopto.org

Các nhà khai thác phải tập trung vào các luồng lưu lượng bưu phẩm, tận dụng tối đa máy móc mang lại lợi nhuận. Cuối cùng, họ phải giảm số điểm nút trên mạng lưới, ví dụ như giảm số trung tâm chia chọn. Do đó cùng với việc tập trung các địa điểm chia chọn, tự động hóa có thể thúc đẩy năng suất trong quy trình chia chọn như là một kết quả của việc giảm chi phí lao động.

5.2.1. Các lợi ích của việc tự động hóa

Như đã đề cập ở trên, lợi ích chính của việc tự động hóa quy trình chia chọn là tiết kiệm đáng kể chi phí cho lao động. Bên cạnh đó, tự động hóa cũng tạo điều kiện cho việc cải tiến chất lượng các dịch vụ của các nhà khai thác như dịch vụ chuyển phát nhanh hơn. Mặt khác, tự động hóa còn là phương tiện để thỏa mãn các yêu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Thêm vào đó, tự động hóa trong quy trình chia chọn đã giảm được sự vất vả của người lao động chia chọn thủ công và do đó cải thiện các điều kiện làm việc. Tuy nhiên, tự động hóa ở một số khâu nhất định trong quy trình chia chọn như chia chọn theo chuỗi chuyển phát có thể tạo ra nhiều áp lực đối với lao động chuyển phát, bởi vì thời gian chia chọn ở bưu cục ít đI thì thời gian cho công việc chuyển phát lại tăng lên.

5.2.2. Những trở ngại đối với việc tự động hóa

Sự hiện hữu của công nghệ. Việc tự động hóa các khâu chia chọn mà ở đó công nghệ không được áp dụng hoàn thiện có thể gây ra tốn kém. Thiết bị tự động hóa với nhiều lần ngừng hoạt động do các vấn đề kỹ thuật làm mất đI những lợi ích tiềm năng từ việc tự động hóa.

Dồi dào các nguồn lực tài chính. Sự đầu tư vào thiết bị tự động hóa phụ thuộc vào việc phân bổ lại các nguồn lực từ

http://tieulun.hopto.org

các hoạt động khác hoặc từ việc sử dụng các quỹ tiết kiệm. Không phảI tất cả các nhà khai thác bưu chính đều có thể cung cấp các nguồn lực cần thiết để triển khai một chương trình tự động hóa.

Các yếu tố chính trị – xã hội. Tự động hóa có thể bị hạn chế bởi các cổ phần trong chính phủ hoặc các lợi tức có cơ cấu tác động tiêu cực tới người lao động.

Các hợp đồng công chức. Số người lao động có hợp đồng công chức quá đông có thể gây khó khăn trong việc đền bù cho người lao động. Khi triển khai các chương trình tự động hóa cần phảI tìm các công việc khác cho số người lao động này.

Thiếu những khối lượng bưu phẩm quan trọng. Tự động hóa không phải lúc nào cũng là một giảI pháp hiệu quả nhất. Một trở ngại đáng kể đối với việc tự động hóa trên các thị trường nội địa là việc thiếu khối lượng bưu phẩm quan trọng.

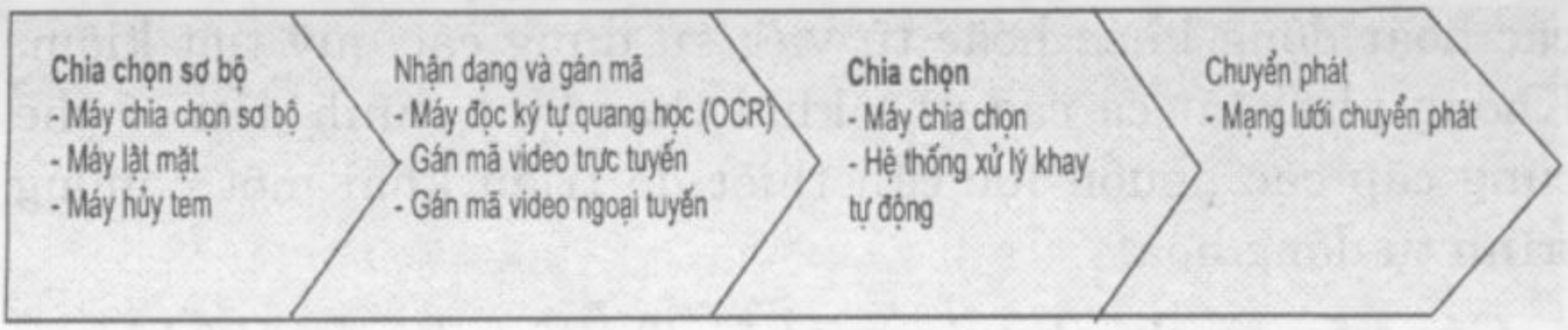
5.2.3. Những dữ liệu quan trọng liên quan đến các xu hướng tự động hóa

Các xu hướng tự động hóa của các nhà cung cấp dịch vụ bưu chính (USP)

Xu hướng tự động hóa được hình thành trong các USP hơn 20 năm trước đây. Ở châu Âu, tự động hóa các hoạt động chia chọn là xu hướng chung từ đầu những năm 1990. Do vậy quy trình tự động hóa hiện nay đã diễn ra ở hầu hết các USP ở châu Âu.

Cần phải đề cập thêm là tiềm năng tiếp thị các sản phẩm nhất định hiện nay là có đặc biệt phù hợp cho việc tự động hóa đã đang được nhiều USP khai thác. Quy trình chia chọn được mô tả ở hình 5.1.

http://tieulun.hopto.org



Hình 5.1. Quy trình và thiết bị chia chọn

Trường hợp của nước Đức

Sau khi thống nhất nước Đức, nhà cung cấp dịch vụ bưu chính Đức Deutsche Post AG đã tiến hành cấu trúc lại toàn bộ mạng lưới với tên gọi "Brief 2000". Đồng thời một mã bưu chính mới được ban hành gắn kết hoàn hảo với cơ cấu sản xuất của Deutsch Post. Để tập trung các luồng bưu phẩm để đọc, mã hóa và chia chọn tự động, Deutsch Post đã giảm đáng kể số lượng các trung tâm chia chọn và từ bỏ việc vận chuyển bằng đường sắt và thay vào đó là vận tải bằng đường bộ và đường hàng không. Tỷ lệ thư được chia chọn tự động là hơn 75% đối với thư được viết địa chỉ bằng tay và hơn 90% đối với thư in địa chỉ bằng máy. Số bưu phẩm thư được mã hóa hoàn toàn ngày càng tăng (thông tin địa chỉ đầy đủ) các máy chia chọn theo chuỗi chuyển phát đã được đưa vào sử dụng ở một số bưu cục chuyển phát lớn. Do công suất của những máy này không được sử dụng tối đa nên chúng đã và sẽ được chuyển tới các trung tâm chia chọn. Xấp xỉ gần 1/4 các tuyến chuyển phát có thể tận dụng tối đa việc chia chọn theo mạng lưới chuyển phát tự động.

http://tieulun.hopto.org

Trước tiên chúng ta xem xét sơ bộ quá trình chia chọn. Trong một vài năm qua, số lượng công ty Bưu chính sử dụng hệ thống máy phân loại, lật mặt, hủy tem tự động cho sản phẩm thư đã tăng lên trong khi rất ít nhà cung cấp sử dụng hệ thống này cho bưu kiện. Tuy nhiên, trong khoảng từ nay đến năm 2005 việc sử dụng hệ thống tự động chia chọn sơ bộ cho bưu phẩm cỡ lớn và bưu kiện được dự báo sẽ tăng lên còn việc sử dụng hệ thống này cho thư thường sẽ giảm do khối lượng thư không tăng lên đáng kể.

Cũng tương tự như với hệ thống phân loại sơ bộ, thiết bị

Bảng 5.1. Số lượng các công ty Bưu chính sử dụng hệ thống chia chọn sơ bộ tự động ở châu Âu (1995-2005)

Sản phẩm	Năm 1995	Năm 2000	Năm 2005
Thư thường	9	13	10
Bưu phẩm cỡ lớn	3	4	6
Bưu kiện	2	2	3

Bảng 5.2. Số lượng công ty bưu chính sử dụng máy đọc và thiết bị mã hoá quang học (1995-2005)

	Sản phẩm	1995	2000	2005
Máy đọc quang học	Thư thường	12	12	11
	Bưu phẩm cỡ lớn	3	10	10
	Bưu kiện	0	4	10
Thiết bị mã hoá trực tuyến	Thư thường	9	10	10
	Bưu phẩm cỡ lớn	2	9	10
	Bưu kiện	0	2	8
Thiết bị mã hoá không trực tuyến	Thư thường	2	8	9
	Bưu phẩm cỡ lớn	2	4	8
	Bưu kiện	0	2	5

http://tieulun.hopto.org

đọc quang học cũng được sử dụng nhiều cho thư thường hơn so với bưu phẩm cỡ lớn và bưu kiện. Mặc dù vậy, số lượng các công ty sử dụng máy đọc quang học cho bưu kiện và bưu phẩm cỡ lớn đã tăng gấp đôi từ năm 2000 (Bảng 5.2).

Ở châu Âu, số liệu thu thập được cho thấy số lượng máy chia chọn có kèm theo bộ phận đọc địa chỉ tự động đã tăng lên trong thập kỷ 1990. Tuy nhiên mức độ tự động hoá của các quốc gia không hề giống nhau. Nếu như ở Hà Lan và Áo có tốc độ tự động hoá nhanh thì ở Đan Mạch, Luxembourg tốc độ này dường như rất chậm (Bảng 5.3).

Bảng 5.3. Số lượng máy chia chọn tự động đọc địa chỉ sử dụng ở các quốc gia châu Âu (1995-2000)

Quốc gia	1995	1996	1997	1998	1999	2000	So sánh 2000 -1995
Áo	3	-	8	8	12	12	+300%
Bỉ	10	10	12	19	19	19	+90%
Đan Mạch	26	26	26	26	26	26	0%
Phần Lan	11	-	14	20	-	-	-
Pháp	113	-	150	192	199	209	+85%
Đức	82	285	-	-	-	-	-
Anh	-	-	191	191	273	273	-
Hy Lạp	0	0	0	0	0	0	0%
Ai len	2	3	3	5	7	7	+250%
Italia	-	-	-	-	22	22	-
Luxembourg	3	3	3	3	4	4	+25%
Hà Lan	14	-	113	113	126	122	+771%
Bồ Đào Nha	3	5	5	6	8	8	+167%
Tây Ban Nha	4	4	4	4	6	6	+1675
Thụy Sĩ	29	45	-	-	-	-	-

http://tieulun.hopto.org

Bảng 5.4. Số các USP sử dụng công nghệ tiên tiến trong việc chuyển phát ở châu Âu (1995-2005).

Công nghệ	1995	2000	2005
Tối ưu hóa tuyến chuyển phát dựa trên máy tính	2	5	9
Theo dõi thư được ghi số	3	6	11
Theo dõi thư được khai giá	3	6	11
Theo dõi thư chuyển phát nhanh	3	8	11
Theo dõi bưu kiện	4	10	11
Theo dõi EMS	3	4	5

Công nghệ mới cũng có thể áp dụng cho các công đoạn khác của dây chuyền bưu chính - ví dụ cho việc chuyển phát. Bảng 5.4. cho thấy việc sử dụng công nghệ tối ưu hóa tuyến chuyển phát và công nghệ theo dõi bưu phẩm dựa trên máy tính. Xu hướng này sẽ tiếp tục tăng lên trong những năm tới.

Trường hợp Bưu chính Mỹ

Bưu chính Mỹ có một mức độ tự động hóa khá cao. 93% thư chiếm 69% tổng khối lượng thư được chia chọn tự động và 75% thư được chuyển phát theo trình tự. 27% bưu phẩm cỡ lớn (chiếm 30% tổng khối lượng bưu phẩm) được thực hiện tự động hóa.

Tuy nhiên, một điều cần chú ý là mức độ tự động hóa cũng thay đổi theo các công đoạn khác nhau. Ví dụ, bưu phẩm trực tiếp và bưu phẩm cỡ lớn có địa chỉ được in bằng máy thì dễ đọc và chia chọn hơn thư có địa chỉ được ghi bằng tay. Do vậy, cấu trúc của các luồng bưu phẩm là rất quan trọng.

Những tiến bộ công nghệ đã được áp dụng vào tất cả các loại bưu phẩm và tất cả bước của quy trình chia chọn. Đặc biệt các USP đã đạt được sự tăng trưởng đáng kể trong các công đoạn bưu kiện và bưu kiện cỡ lớn.

http://tieulun.hopto.org

Nói tóm lại, mặc dù mức độ tự động hoá của các quốc gia là khác nhau và mức độ áp dụng tự động hoá cho từng công đoạn (phân loại, chia chọn, đóng gói...) cũng như từng sản phẩm (thư thường, bưu kiện, bưu phẩm...) cũng khác nhau, nhưng nhìn chung có thể kết luận:

- Mức độ tự động hoá trong công đoạn đọc địa chỉ và chia chọn cao hơn hẳn mức độ tự động hoá ở các công đoạn còn lại, tuy nhiên sự chênh lệch này đang có xu hướng giảm dần trong tương lai.
- Mức độ tự động hoá cho sản phẩm thư thường cao hơn so với bưu phẩm cỡ lớn và bưu kiện, nhưng khoảng cách này cũng được dự báo là sẽ giảm mạnh trong tương lai.

5.2.4. Cơ sở hạ tầng CNTT của các công ty bưu chính

Các nhà cung cấp dịch vụ bưu chính khác nhau trên thế giới cũng ứng dụng CNTT ở các mức độ và phạm vi khác nhau. Một số nhà cung cấp chỉ ứng dụng CNTT ở mức độ 'vừa phải', một số nhà cung cấp khác lại ứng dụng CNTT ở mức cao. Ngoài ra, các doanh nghiệp có thể chỉ sử dụng CNTT trong quản lý văn phòng hoặc dùng cả trong nhiều lĩnh vực: quản lý tài chính, quản lý nhân sự, quản lý tiền lương Dự đoán đến năm 2005, việc ứng dụng CNTT sẽ tăng lên cả về phạm vi và mức độ trong tất cả các doanh nghiệp.

Như vậy, theo ước tính tốc độ tăng trưởng của CNTT sẽ tăng nhẹ từ nay đến năm 2005. Số liệu này chưa thật đầy đủ vì vẫn còn thiếu thông tin từ một số công ty bưu chính trong khối (bảng 5.5).

Nhìn chung, làn sóng CNTT đã xâm nhập vào các nhà khai thác bưu chính. Tuy nhiên, mức độ ứng dụng rộng rãi vẫn thuộc về các doanh nghiệp bưu chính châu Âu. Nhưng so với các ngành khác mức độ ứng dụng CNTT trong ngành Bưu chính vẫn còn chưa cao và việc các công ty bưu chính ứng

http://tieulun.hopto.org

dụng CNTT vào kinh doanh sản xuất cũng khác so với các công ty thuộc các ngành khác.

Bảng 5.5. Tình hình ứng dụng CNTT ở các công ty Bưu chính thuộc Liên minh châu Âu (EU) năm 2000 và dự đoán vào năm 2005

Lĩnh vực	Mức độ ứng dụng CNTT									
	Không		Ít		Vừa phải		Nhiều		Tối đa	
	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2000	2005
Tài chính	0	0	0	0	2	1	9	6	2	6
Nhân sự	0	0	1	0	1	2	11	8	0	3
Tiền lương	0	0	0	0	1	1	10	9	1	3
Phân công lao động	0	0	2	1	5	7	6	5	0	0
Marketing/ bán hàng	0	0	2	0	5	2	6	10	0	1
Sản xuất	0	0	1	0	5	4	6	8	1	1
Quản lý văn phòng	0	0	0	0	2	1	7	8	4	4
Hệ thống thông tin quản lý	0	0	2	0	4	3	6	7	1	2
Thông tin nội bộ	0	0	1	1	5	1	6	9	1	2
Giao dịch	0	0	1	0	3	3	7	6	2	4

5.2.5. Cơ sở hạ tầng điện tử của xã hội

Cơ sở hạ tầng điện tử của xã hội và sự phát triển công nghệ nói chung có tác động tới việc sử dụng các dịch vụ bưu chính mới và các khả năng thay thế bưu chính. Việc sử dụng càng rộng rãi máy fax, hộp thư điện tử, công nghệ băng rộng và các công nghệ truyền thông mới khác thì người sử dụng các sản phẩm bưu chính sẽ càng có nhiều cơ hội lựa chọn theo ý muốn. Việc phổ biến rộng rãi các công nghệ truyền

http://tieulun.hopto.org

thông cũng làm tăng cơ hội cho các nhà khai thác bưu chính để xây dựng các sản phẩm và các dịch vụ mới và do đó được hưởng lợi từ việc phát triển hạ tầng điện tử của xã hội.

Nửa cuối thập kỷ 90, hạ tầng điện tử đã có những bước phát triển. Sự phát triển này được thể hiện qua:

- Số lượng máy PC tăng
- Việc tăng mức truy nhập Internet ở cả các hộ gia đình và các công ty tăng
- Việc phát triển rộng rãi công nghệ băng rộng tạo điều kiện cho việc kết nối Internet nhanh hơn.

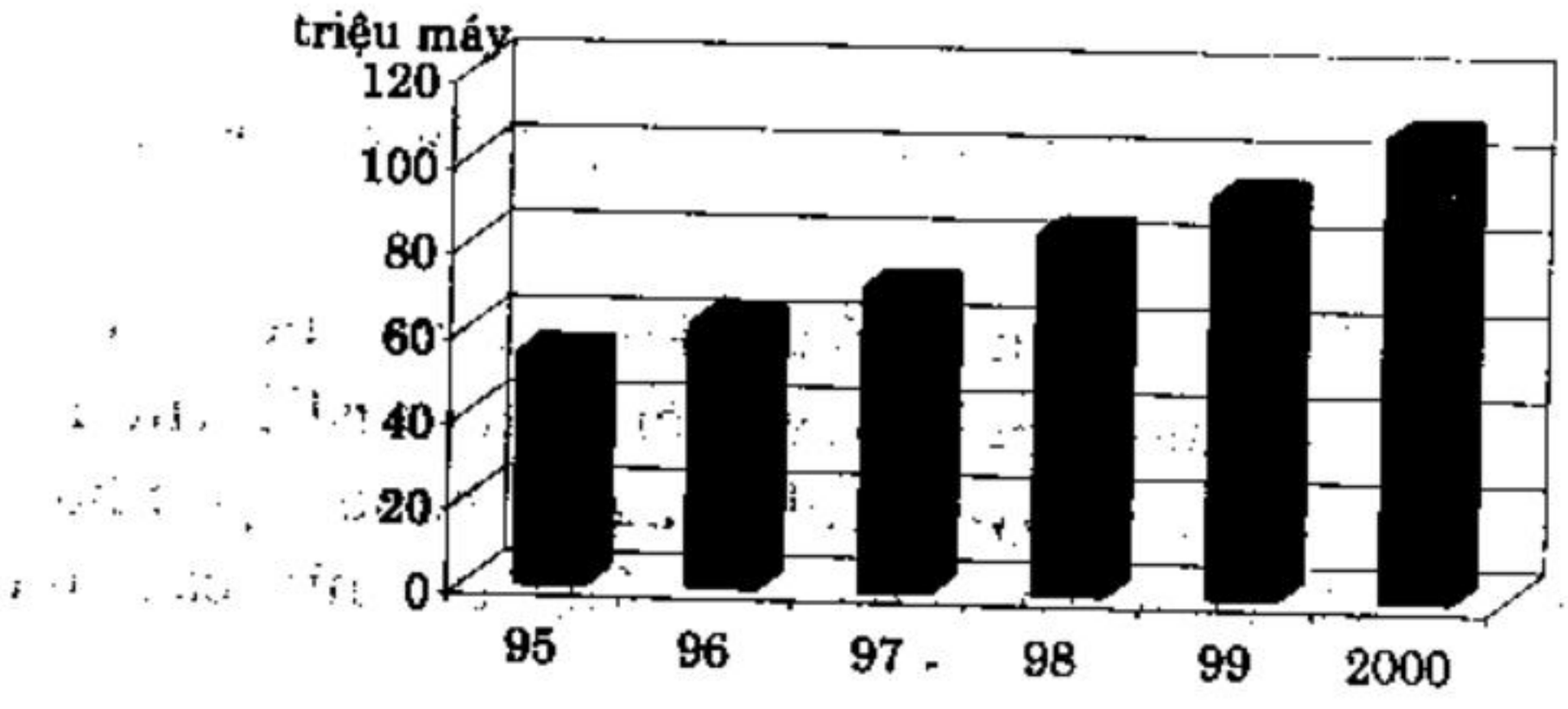
Việc sử dụng rộng rãi các máy PC là một yếu tố quan trọng trong hạ tầng điện tử. Máy tính tạo điều kiện cho một loạt các phương thức truyền thông mới có khả năng thay thế bưu chính truyền thống. Một ví dụ rõ ràng nhất là thư điện tử. Do vậy, máy PC là một điều kiện tiên quyết cho việc sử dụng các phương tiện truyền thông điện tử mà Internet mang lại.

Ở châu Âu, số lượng máy PC đang tăng gấp đôi trong thời gian từ năm 1995 - 2000 (Hình 5.2) cho thấy hạ tầng điện tử châu Âu đã được mở rộng như thế nào.

Internet kết nối các máy PC với nhau và tạo điều kiện cho việc truyền thông giữa các máy PC và do đó là một phần quan trọng của cơ sở hạ tầng điện tử.

Trong những năm qua đã có sự tăng trưởng đáng kể về mức độ truy nhập Internet ở các hộ gia đình thuộc Liên minh châu Âu. Tuy nhiên, số người truy nhập Internet có sự khác nhau giữa các nước thành viên. Đặc biệt các hộ gia đình ở Bắc Âu (Phần Lan, Thụy Điển và Đan Mạch) đã đạt mức truy nhập Internet cao; hơn 50% hộ gia đình ở các nước này truy nhập Internet trong năm 2001. Ngoài ra giữa các nhóm

http://tieulun.hopto.org



Hình 5.2. Số máy PC ở châu Âu

(Nguồn: ITU)

tuổi và nền tảng giáo dục khác nhau thì việc truy nhập Internet cũng có sự khác biệt lớn. Tuy nhiên, khi số hộ gia đình truy nhập Internet và số máy PC tăng lên thì "khoảng cách số" giữa các nhóm xã hội sẽ giảm đi.

Hạ tầng điện tử đã được cải tiến đáng kể từ cuối những năm 1990 và ngày càng trở nên phổ biến, liên kết các nhóm tuổi khác nhau và các đặc điểm về giáo dục. Bên cạnh đó, hạ tầng điện tử đã trở nên thông suốt và nhanh hơn, sử dụng công nghệ mới như kết nối băng rộng ở mức cao hơn. Tuy nhiên hạ tầng điện tử vẫn phổ biến ở các công ty hơn là ở hộ gia đình.

5.3. NHỮNG KHẢ NĂNG MỚI CỦA BƯU CHÍNH

Như đã đề cập ở trên, sự phát triển nhanh chóng của hạ tầng điện tử đã tạo điều kiện cho những khả nặng mới của bưu chính. Mục đích của phần này là đánh giá khả năng thay thế các dịch vụ bưu chính truyền thống bằng các dịch vụ bưu chính điện tử mới được hỗ trợ bởi sự phát triển của công nghệ.

Từ những năm cuối của thập kỷ 1990, hạ tầng điện tử đã có những phát triển đáng kể. Điều này đã tác động tới các

http://tieulun.hopto.org

dịch vụ bưu chính truyền thống và số người làm việc trong ngành Bưu chính.

Các dịch vụ điện tử hiện nay có thể kể đến fax, điện thoại, thư điện tử, tin nhắn ngắn SMS, trao đổi điện tử EDI, thư lai ghép, các dịch vụ trực tuyến (như ngân hàng tại nhà), Intranet (giảm số lượng thư của các công ty giữa các địa điểm).

Điều vẫn đang được tranh luận là liệu điện thoại có thay thế trực tiếp truyền thông bưu chính truyền thống. Truyền thông bằng điện thoại là truyền thông bằng tiếng nói, trong khi đó truyền thông nhờ các dịch vụ bưu chính là dựa trên hình thức viết. Do đó hai phương tiện truyền thông này không cạnh tranh trực tiếp với nhau. Theo nhiều chuyên gia, sự xuất hiện và phổ biến của điện thoại đã không tác động lớn tới tổng khối lượng bưu phẩm. Do vậy điện thoại không gây tác động lớn, mà các dịch vụ chuyển phát dữ liệu và dạng truyền thông viết mới có khả năng đe dọa các dịch vụ bưu chính truyền thống.

5.3.1. Các giả thuyết liên quan đến khả năng thay thế bưu chính truyền thống

Sự đe dọa từ phương tiện truyền thông điện tử không còn là một hiện tượng mới. Trao đổi dữ liệu điện tử EDI và đặc biệt là máy fax trong nhiều năm qua đã là một phương tiện liên lạc thay thế một phần truyền thông bưu chính truyền thống. Tuy nhiên, những khả năng thay thế mới không làm ảnh hưởng đáng kể đến khối lượng bưu phẩm truyền thống và đặc biệt trong trường hợp máy fax đang bị lu mờ dần. Do đó, điều quan trọng là phải dự đoán được những ảnh hưởng của phương tiện truyền thông điện tử bởi vì các dịch vụ bưu chính truyền thống đã chứng minh được khả năng cạnh tranh cao.

http://tieulun.hopto.org

Ngày nay, thách thức quan trọng nhất đến từ việc sử dụng Internet. Internet mang lại cơ hội gửi thư điện tử, là khả năng thay thế trực tiếp đối với thư truyền thống. Bên cạnh đó, Internet hỗ trợ khả năng duy trì thông tin và tiến hành các giao dịch thông qua các dịch vụ trực tuyến. Đặc biệt là các dịch vụ ngân hàng trực tuyến, các công ty bảo hiểm và chính phủ (mà ta đã quen với thuật ngữ chính phủ điện tử) có thể có ảnh hưởng đáng kể tới lượng bưu phẩm.

Sự phát triển và tầm quan trọng của những phương tiện liên lạc điện tử được quyết định bởi:

- Tầm quan trọng của hạ tầng điện tử
- Chi phí của những phương tiện điện tử
- Chất lượng của các phương tiện điện tử
- Thói quen và những trở ngại văn hóa

Cần phải chú ý là tầm quan trọng của các yếu tố liên quan thay đổi cho các loại tin nhắn khác nhau. Ví dụ, các chi phí cần thiết hơn là tốc độ để truyền thông như thư tín trực tiếp, nhưng tốc độ là rất cần thiết cho các loại thư khác như thanh toán séc. Dưới đây là một số giả thuyết liên quan đến từng yếu tố quyết định.

Hạ tầng điện tử

Sự phát triển các khả năng bưu chính mới phụ thuộc lớn vào sự phát triển hạ tầng điện tử. Một hạ tầng điện tử phổ cập hơn có nghĩa là có thể vươn tới nhiều người nhận, do đó tăng khả năng của các phương tiện liên lạc điện tử.

Bên cạnh đó, hạ tầng điện tử phát triển ở các doanh nghiệp lớn hơn ở các hộ gia đình. Do đó khả năng thay thế bưu phẩm thư từ doanh nghiệp đến doanh nghiệp cao hơn bưu phẩm thư từ doanh nghiệp đến hộ gia đình.

http://tieulun.hopto.org

Các chi phí

Liên quan đến các chi phí của phương tiện điện tử, các chi phí biên chi cho phương tiện truyền thông điện tử là gần như bằng 0, thiết bị và các thuê bao phổ thông đã được quyết toán một lần. Mặc dù thư tín luôn được xem là cách truyền thông rẻ nhất nhưng phương tiện truyền thông điện tử cũng khá cạnh tranh về giá cả.

Chất lượng

Tuy nhiên, quyết định khi nào sử dụng các dịch vụ bưu chính truyền thống và khi nào thì sử dụng các phương tiện điện tử lại bị tác động bởi các yếu tố không liên quan đến chi phí, như tính khả thi và sự phổ biến của công nghệ - ví dụ liệu phương tiện điện tử có phải là cách truyền thông quen thuộc, tin cậy, đảm bảo và nhanh chóng của người sử dụng so với các dịch vụ bưu chính truyền thống. Mặt khác chất lượng của phương tiện truyền thông điện tử cũng là một vấn đề. Chúng ta nên xem xét cả việc sử dụng thư điện tử và các dịch vụ trực tuyến ở các thông số như độ tin cậy, tốc độ và sự quen thuộc của người sử dụng. Trong khi đó, an ninh của truyền thông qua Internet vẫn chưa đáp ứng được sự tin cậy. Việc sử dụng các chữ ký số an ninh vẫn đang ở giai đoạn đầu. Tuy nhiên, khi mức độ sử dụng chữ ký số trong tương lai cao hơn, các quan điểm tích cực đối với sự an ninh của các phương tiện điện tử như bảo hiểm và ngân hàng trực tuyến sẽ tăng. Như vậy, các phương tiện điện tử sẽ trở nên cạnh tranh hơn về thông số an ninh trong tương lai.

Một ví dụ về các dịch vụ trực tuyến chất lượng sẽ thay thế thư thường, đó là Đan Mạch đã triển khai việc hoàn thiện tờ khai thuế qua Internet thay cho việc phải gửi qua bưu điện. Một điều tra của hãng PLS RAMBOLL vào năm 2002 cho biết 28% trong tổng các tờ khai thuế cá nhân đã được thực

http://tieulun.hopto.org

hiện qua Internet. Trong số 90% người thực hiện kê khai qua Internet cho biết họ làm điều này vì tốc độ nhanh và sự hiệu quả của Internet.

Với những ưu điểm của các phương tiện truyền thông điện tử như đã được đề cập ở trên, hy vọng rằng chất lượng của các phương tiện truyền thông điện tử sẽ tăng cường vai trò ảnh hưởng của nó đối với cuộc sống.

Xem xét đến sự phổ cập, chi phí và chất lượng của các phương tiện điện tử thì thấy rằng phương tiện này đang có những bước phát triển trong những năm vừa qua.

5.3.2. Thói quen và nền văn hóa

Có thể nói rằng, thói quen sử dụng dịch vụ bưu chính truyền thống là một trở ngại quan trọng đối với việc sử dụng các phương tiện truyền thông khác. Thói quen văn hóa này là trở ngại cho phương tiện điện tử trở nên phổ biến.

5.3.3. Sự tác động của hạ tầng điện tử

Ảnh hưởng của các phương tiện điện tử như thư điện tử là rất khó để đánh giá trong bất kỳ hình thức phổ thông nào, bởi vì các phương tiện thay thế phương tiện bưu chính truyền thông có những ảnh hưởng khác nhau đối với các phân đoạn thị trường bưu chính khác nhau.

Các đánh giá về các UPS do UPU cung cấp có thể giúp chúng ta xác định các mô hình thay thế có thể:

Các UPS đã phân tích kết cấu đang thay đổi của thị trường truyền thông. Như được đề cập dưới đây các UPS ở Tây Âu và Bắc Mỹ hy vọng một sự thay thế đáng kể các phương tiện truyền thông khác bằng thư điện tử trong khoảng thời gian từ 1995 đến 2005. Một điều quan trọng lớn khác là thực tế ảnh hưởng thay thế lớn nhất được xác định là xảy ra đối với thư chuyển phát thông thường mà các UPS dự

http://tieulun.hopto.org

báo là giảm 8,1%. Do vậy, trong bối cảnh này thư điện tử được xem như là một phương tiện thay thế các cuộc gọi điện thoại chứ không phải cho thư tín truyền thống.

Thị phần của các dịch vụ thư tích hợp dự đoán chỉ chiếm 0,6% trên thị trường truyền thông năm 2005 do đó nó không được coi là một công cụ truyền thông chủ đạo.

Bảng 5.6 Thị trường truyền thông của Tây Âu và Bắc Mỹ và tỷ lệ phần trăm thay đổi trong giai đoạn 1995 - 2000

Dịch vụ thư	1995	2005	Thay đổi (1995 - 2000)
Thư vật lý	27,9%	19,8%	-8,1%
Fax	8,2%	6,5%	-1,7%
Điện thoại	51,7%	49,4%	-2,3%
Thư điện tử	12,2%	23,7%	+11,5%
Thư tích hợp	0,0%	0,6%	+0,6%
	100%	100%	0%

(Nguồn: UPU)

Tuy nhiên, việc đánh giá về sự phát triển trong tương lai về các mô hình phương tiện truyền thông điện tử có thể xuất hiện từ những "thuyết trình xã hội thông tin". Do đó, để dàng để nhận thấy câu trả lời là thư điện tử sẽ trở nên ngày càng quan trọng trong tương lai, dần dần thay thế thư truyền thống. Mặt khác, khó có thể tách biệt ảnh hưởng của phương tiện điện tử khi phân tích nó về mặt khối lượng thư do bị chìm trong ảnh hưởng của việc gia tăng chung trong việc sử dụng các phương tiện truyền thông. Do vậy có thể dự đoán ảnh hưởng thực tế của phương tiện điện tử.

http://tieulun.hopto.org

Trường hợp Phần Lan

Luottokunta, một tổ chức tín dụng do các thương gia và các ngân hàng cùng sở hữu, kết hợp với Bưu chính Hà Lan triển khai một hệ thống thanh toán hóa đơn Visa hình thức thư điện tử qua kênh dịch vụ Netposti của ngành Bưu chính và sau đó gửi thư thanh toán này trực tiếp tới một ngân hàng thanh toán trực tiếp. Các tài liệu tiếp thị cũng có thể được gửi bằng đường thư điện tử, đồng thời cung cấp cho khách hàng một kênh tương tác để họ có thể gửi phản hồi hoặc yêu cầu thêm thông tin. Luottokunta sẽ gửi hóa đơn đến ngành Bưu chính theo định dạng kỹ thuật số. Ngành bưu chính sẽ phát hóa đơn tới khách hàng bằng bản in hoặc bằng định dạng điện tử, phụ thuộc vào ý thích của khách hàng.

Như đã đề cập ở trên ảnh hưởng lớn nhất của việc phổ biến thư điện tử là khối lượng thư vật lý. Tuy nhiên, điều này sẽ khác đối với các phân đoạn thư và các luồng thư khác nhau. Các UPS ở Tây Âu và Bắc Mỹ đánh giá rằng các phương tiện điện tử sẽ có ảnh hưởng to lớn đối với các luồng thư giữa các công ty. Trong giai đoạn 1995 - 2005 (bảng 5.6) lượng thư sẽ sụt giảm 11,9%. Sự trao đổi thư từ giữa các công ty và các hộ gia đình sẽ giảm xấp xỉ 4% do ngày càng nhiều người sử dụng thư điện tử. Việc này sẽ chỉ tác động rất nhỏ khoảng 1,6% khối lượng thư giữa các hộ gia đình gửi cho nhau. Con số dự đoán này có thể khác nhau ở từng nước.

UPU cũng đã yêu cầu các USP đánh giá sự ảnh hưởng của phương tiện truyền thông điện tử tới khối lượng thư sử dụng một phân đoạn thư khác nhau. Như bảng 5.7. cho thấy việc sử dụng thư điện tử sẽ có một ảnh hưởng lớn tới thư tài chính và thương mại hơn là thư xã hội và quảng cáo ở Tây Âu.

http://tieulun.hopto.org

Bảng 5.7. Phần trăm thư truyền thống sẽ được thay thế bởi thư điện tử ở Tây Âu và Bắc Mỹ

Hình thức gửi thư	Tỷ lệ thay thế (%)
Công ty đến công ty	11,9
Công ty đến hộ gia đình	4,10
Hộ gia đình đến công ty	3,90
Hộ gia đình đến hộ gia đình	1,60
Tài chính	6,70
Thương mại (không quảng cáo)	7,60
Quảng cáo	4,80
Xã hội	4,40

(Nguồn: UPU)

Sự phát triển nhanh chóng của hạ tầng điện tử diễn ra đầu năm 2000 này đã cho thấy ảnh hưởng của phương tiện truyền thông điện tử ngày càng trở nên rõ ràng. Ví dụ, riêng thư tín ở Tây Ban Nha tăng trưởng trung bình khá vững chắc 3 - 4% trong giai đoạn 1995 - 2000 và hiện nay chỉ còn 2 - 3%, do sự ảnh hưởng của các phương tiện điện tử.

5.3.4. Chất lượng của các phương tiện điện tử và các trở ngại

Năm 2001, ông Peter Anderson, người Thụy Điển, đã nghiên cứu những ưu điểm của thư tín. Mặc dù, nghiên cứu này chỉ đề cập đến đến trường hợp Thụy Điển, nhưng vẫn được sử dụng như là một phác thảo mô tả một xu hướng chung của EU. Đặc biệt, vì Thụy Điển là một trong những nước có hạ tầng điện tử phát triển cao, một mô hình thuyết phục khi đánh giá các quan điểm về việc sử dụng thư tín thay cho các phương tiện điện tử.

http://tieulun.hopto.org

Bảng 5.8. Các con số liên quan đến các khía cạnh khác nhau của thư truyền thống so với các phương tiện truyền thông khác (%)

	Hoàn toàn đồng ý	Đồng ý một số phạm vi	Không đồng ý một số phạm vi	Hoàn toàn không đồng ý	Tổng cộng
Thư truyền thống là cách an toàn hơn để gửi tin	25,9	45,3	19,7	6,6	97,5
Gửi thư rất rẻ	16,3	28,8	30,7	21,2	97
Tôi phụ thuộc vào thư đến vào ngày hôm sau	46,8	35,4	13,3	2,9	98,4

Đối với người dân Thụy Điển, việc sử dụng thư truyền thống được xem như là một cách liên lạc đảm bảo hơn so với các phương tiện liên lạc khác. Bên cạnh đó, một số đông người thấy rằng thư truyền thống là phương tiện liên lạc tin cậy hơn. Do vậy thư truyền thống cạnh tranh ở các thông số như an ninh và độ tin cậy như đã được đề cập ở trên. Tuy nhiên, một số rất ít người cho là thư truyền thống đắt hơn so với các phương tiện truyền thông khác cho dù đó là thư điện tử hay là một cuộc gọi điện thoại. Nhìn chung theo nghiên cứu của Anderson thì liên lạc bằng thư truyền thống vẫn cạnh tranh hơn so với liên lạc điện tử. Điều này có thể làm hạn chế ảnh hưởng của phương tiện truyền thông điện tử.

Việc sử dụng phương tiện truyền thông liên lạc cụ thể nào có thể phụ thuộc vào theo loại thông tin đó. Phần lớn các chuyên gia đánh giá việc sử dụng thư truyền thống thường dành cho những thông tin cần một mức độ tin cậy nhất định. Ví dụ đối với các thông tin tài chính theo kết quả nghiên cứu của Anderson cho thấy ba trong số bốn công dân thích nhận các thông tin giao dịch và tình hình tài khoản của ngân hàng bằng thư truyền thống. Như vậy vẫn còn có thói quen văn hóa trong việc sử dụng nên đã hạn chế xu hướng phát triển phương tiện điện tử. Các quan điểm sẽ thay đổi nếu các dịch

http://tieulun.hopto.org

vụ điện tử tăng lên và nhu cầu về các hóa đơn và giao dịch bằng giấy giảm.

Trường hợp nước Mỹ

Ông Critelli (Pitney Bowes) đã phân tích mô hình thay thế ở Mỹ. Tổng khối lượng thư vẫn tăng mặc dù một số phân đoạn luồng thư đang bị ảnh hưởng bởi thư điện tử. Ví dụ, thị trường thư được gửi từ hộ gia đình (chiếm 10% lượng thư của Mỹ) đã bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi sự phát triển của thư điện tử.

Thư giao dịch (hóa đơn) - chiếm 40% lượng thư của Mỹ đã không hề giảm đi do thư điện tử. Lý do chính là số hộ gia đình ở Mỹ tăng cũng như việc gia tăng hoạt động giao dịch giữa các khách hàng. Việc mở cửa đối với các tiện ích năng lượng, các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông, Internet và truyền hình đang khuyến khích một số lớn các thông tin mục tiêu được trao đổi lẫn nhau. Trong khi việc thanh toán các hóa đơn trực tuyến đang tăng lên làm giảm lưu lượng thư, nhưng lượng thư giao dịch tăng lên đã bù đắp vào đó. Bên cạnh đó, việc thanh toán hóa đơn điện tử vẫn còn ở mức thấp. Những công ty gửi hóa đơn quan tâm đến các thông báo thanh toán như là một thành tố của sự quản lý mối quan hệ với khách hàng.

Khi các công ty gửi hóa đơn cho khách hàng họ thường gộp một thông báo quảng cáo vào cùng một phong bì. Các công ty do vậy thường hiếm khi sử dụng phương tiện liên lạc nào khác ngoài thư truyền thống nếu họ không mất sự liên lạc với khách hàng. Cũng như vậy, các thư kinh doanh có xu hướng tiếp thị chiếm hơn 40% khối lượng thư của Mỹ - tiếp tục tăng lên mặc dù thư điện tử phát triển khá mạnh mẽ. Các mối quan hệ khách hàng dựa trên Internet thực tế đã cho thấy sự phát triển của thư trực tiếp. Ví dụ Công ty

http://tieulun.hopto.org

America Online cho phép 28 triệu thuê bao truy nhập Internet và do vậy đã thúc đẩy hàng tỷ thư giao dịch điện tử. Thậm chí công ty này cũng là công ty sử dụng thư trực tiếp nhanh nhất ở Mỹ. Để mở rộng hơn, công ty này đã tìm kiếm khách hàng bằng cách củng cố các danh sách thư trực tiếp và sử dụng thư truyền thống để chuyển hàng triệu đĩa CD có phần mềm miễn phí cho các khách hàng tiềm năng.

Việc bùng nổ sử dụng những tin nhắn ngắn (SMS) và tác động của nó đối với ngành Bưu chính

Việc sử dụng tin nhắn ngắn SMS qua điện thoại di động đã bùng nổ trong những năm gần đây. Ví dụ, ở Đan Mạch số tin nhắn ngắn được gửi tăng từ 287 triệu tin nhắn trong nửa năm đầu năm 2000 lên 743 triệu vào nửa cuối năm 2001 (tăng 158%). Các tin nhắn ngắn là cách liên lạc nhanh và thuận tiện và vì vậy được xem là một trong những khả năng thay thế thư truyền thống. Tin nhắn ngắn cũng là một khả năng thay thế liên lạc bằng điện thoại và thư điện tử khá rõ ràng (tin nhắn ngắn chỉ cho thấy một khả năng rõ ràng khi các tin nhắn ngắn được gửi đi là ngắn và được gửi đi nhanh chóng).

Do vậy các tin nhắn ngắn không thể được xem là sự tấn công trực tiếp đối với định dạng bưu phẩm truyền thống. Ví dụ, các tin nhắn ngắn không thể đính kèm các tệp văn bản và chữ ký. Sự tác động của tin nhắn ngắn đối với lượng bưu phẩm và tới lao động bưu chính mới chỉ như là phương tiện liên lạc chứ chưa thực sự tác động lớn như thư điện tử. Tuy nhiên, trong vòng vài năm tới, tin nhắn ngắn có thể là mối đe dọa trực tiếp đối với bưu phẩm. Hiện nay, một hệ thống điện thoại mới - Hệ thống viễn thông di động toàn cầu UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) đang được

http://tieulun.hopto.org

triển khai và trở thành một trong những hệ thống thông tin di động thế hệ ba (3G) cho phép truyền tải dữ liệu tốc độ cao bao gồm hình ảnh, đồ họa, video bên cạnh thoại và dữ liệu. Ước tính UMTS sẽ có số lượng sử dụng vượt 2 tỷ người trên toàn cầu vào năm 2010. Về lâu dài liên lạc bằng tin nhắn ngắn sẽ trở thành một công cụ liên lạc cạnh tranh thực sự đối với bưu phẩm truyền thống.

Nguồn: Cơ quan Viễn thông quốc gia Đan Mạch, Diễn đàn UMTS

5.3.5. Internet là phương tiện sản sinh ra bưu phẩm

Cần phải chú ý là có một mối quan hệ hai chiều giữa Internet và ngành Bưu chính. Một mặt, tác động của thư điện tử như đã đề cập ở trên sẽ làm giảm lưu lượng của một số loại bưu phẩm mà cụ thể là sự phổ biến của Internet đã đạt tới một mức độ nhất định. Mặt khác, Internet và bưu phẩm truyền thống là những phương tiện truyền thông hỗ trợ nhau bởi vì sự phổ cập của Internet cũng có một tác động tích cực tới lưu lượng bưu phẩm (ví dụ tác động tới việc thu gom bưu phẩm). Đây là kết quả của nhiều người sử dụng Internet yêu cầu thông tin lưu trữ cứng trực tuyến, như các quảng cáo (brochure) du lịch và sản phẩm, thông tin công ty...

Hơn nữa, hạ tầng điện tử tiên tiến mới tạo ra các cơ hội thương mại mới với những ảnh hưởng tích cực tới cả thư và bưu kiện. Riêng phần thư, Internet mang lại những cơ hội như đặt vé máy bay, vé tàu, vé xem hòa nhạc... mà vẫn thường được chuyển phát bằng thư. Và TMĐT thậm chí đã có ảnh hưởng tích cực tới khối lượng bưu kiện. Các công ty như Amazon đang ngày càng vận chuyển nhiều bưu kiện hơn vì TMĐT cho phép họ phục vụ những khách hàng ở các vùng sâu vùng xa. Tuy nhiên, xấp xỉ 15 - 20% hàng được bán trực

http://tieulun.hopto.org

tiếp bị quay trả lại vì vậy nhu cầu chuyển phát bưu kiện tăng lên.

Tóm lại bản thân Internet đã đại diện cho một số khả năng của phương tiện truyền thông điện tử và xa hơn là làm gia tăng khối lượng bưu kiện. Tuy nhiên, tác động của Internet tới việc thu gom bưu phẩm sẽ không là đối trọng trong việc giảm khối lượng thư do việc sử dụng các phương tiện truyền thông điện tử tăng lên.

5.3.6. Một số nhận xét về phương tiện truyền thông điện tử

Ở châu Âu, phương tiện truyền thông điện tử chưa ảnh hưởng nghiêm trọng tới khối lượng bưu phẩm và mới chỉ cho thấy một sự sụt giảm nhẹ. Phương tiện truyền thông điện tử có thể làm chậm lại sự tăng trưởng khối lượng hoặc thậm chí làm giảm một phần bưu phẩm nhất định.

Một số các nghiên cứu khác như của Anderson 2001 kết luận phương tiện truyền thông điện tử được tác động nhất định bởi nhu cầu liên lạc tăng lên.

Tuy nhiên, trong khi tốc độ phát triển của phương tiện truyền thông điện tử vẫn chưa đạt tới mức như dự đoán, thì sự phát triển của công nghệ tiếp tục đe dọa bưu phẩm vật lý.

5.4. NHỮNG TÁC ĐỘNG CỦA CÔNG NGHỆ TỚI LAO ĐỘNG BƯU CHÍNH

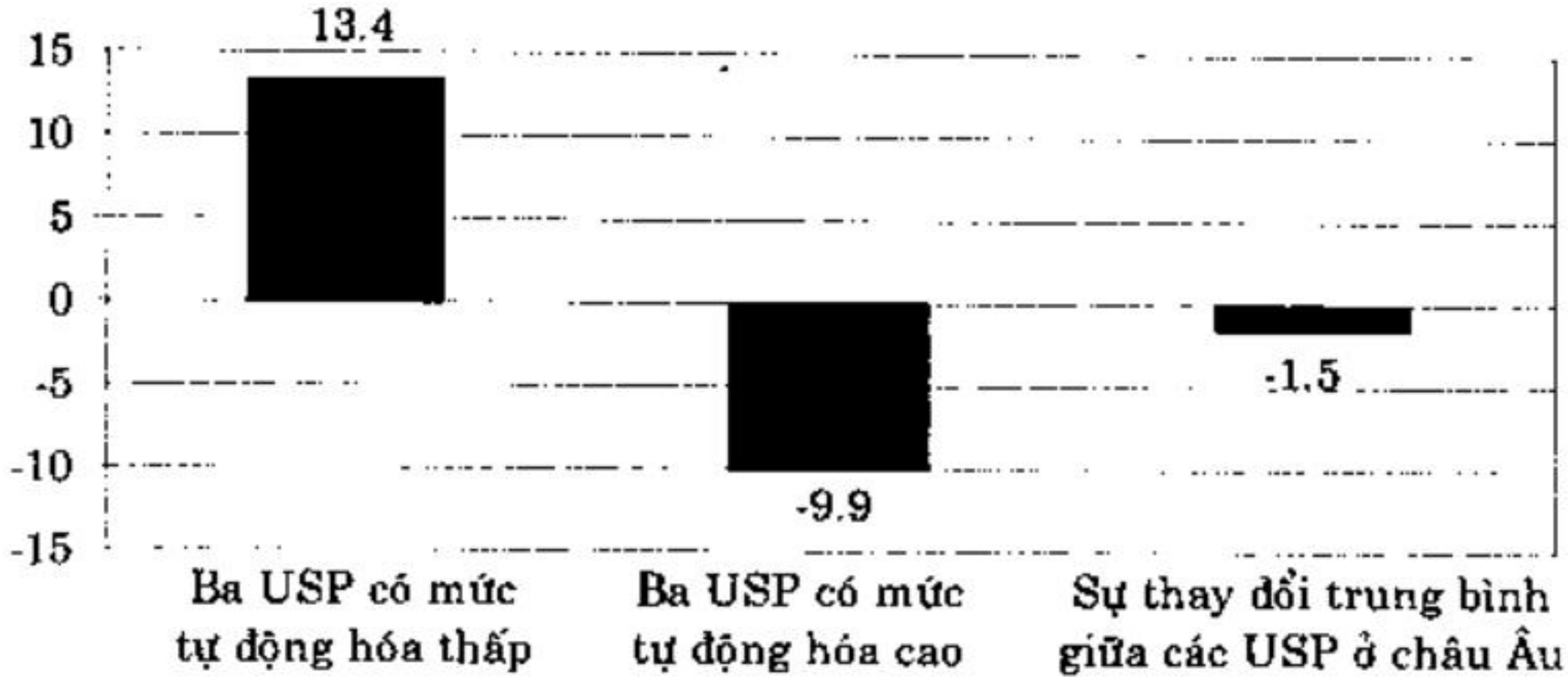
5.4.1. Tình hình hiện nay

Ảnh hưởng của tự động hóa đối với lao động bưu chính

Trong phần này sẽ đề cập đến mối quan hệ chung của mức tự động hóa đối với lao động bưu chính. Dưới đây là sự thay đổi trung bình trong tổng số lao động ở ba USP được tự động

http://tieulun.hopto.org

hóa cao được so sánh với ba USP có tự động hóa thấp ở châu Âu. Các USP tự động hóa cao, trung bình cắt giảm lực lượng lao động 9,9% trong giai đoạn 1995 - 2000, các USP có mức tự động hóa thấp đã tăng tổng số lao động lên 13,4%. Do vậy, tự động hóa có ảnh hưởng tiêu cực đáng kể tới lao động bưu chính.



Hình 5.3. Sự thay đổi trung bình về lao động bưu chính từ 1995 đến 2000 ở các mức khác nhau ở các nước châu Âu

Nguồn: PLS RAMBOLL (2002)

Các UPS có mức tự động hóa thấp gồm 3 UPS mà 55% tổng bưu phẩm được máy tự động chia chọn. Các UPS có mức tự động hóa cao xử lý hơn 70% tổng bưu phẩm sử dụng máy tự động.

Sự tương quan tiêu cực giữa tự động hóa và lao động bưu chính đã được khẳng định trong các lần phỏng vấn được các USP, công đoàn và các nhà làm luật bưu chính thực hiện. Theo đó, đối với phần lớn các USP đã thực hiện tự động hóa đã ảnh hưởng tiêu cực trực tiếp tới người lao động và các chương trình tự động hóa trong tương lai cũng được xem là làm giảm số lao động (đôi khi là đáng kể). Một ví dụ là USP của Hà Lan là công ty TPG dự định cắt giảm 5000 việc làm vì đã có hệ thống chia chọn theo chuỗi tự động. Một USP khác đã giảm từ 2000 - 3000 lao động/năm do có các hệ thống chia

http://tieulun.hopto.org

chọn mới với các đầu đọc quang. Theo một tổ chức công đoàn ở một nước tiến hành điều tra, sự cắt giảm lao động bưu chính sẽ còn mạnh mẽ hơn có thể tới 10.000 lao động.

Như đã đề cập ở trên, các chương trình tự động hóa đôi khi có những liên quan đến sự thay đổi trong hạ tầng bưu chính và sự tập trung các luồng bưu phẩm bằng con số các trung tâm chia chọn liên tục giảm. Các trung tâm chia chọn ít đi dường như trong nhiều trường hợp có thể là nguyên nhân trực tiếp tới việc giảm số lượng việc làm. Một trường hợp nữa là Ireland, việc áp dụng tự động hóa đã dẫn tới việc chia chọn được tập trung và công việc sẽ bị cắt bớt ở một số các trung tâm nhỏ hơn mà theo một tổ chức công đoàn, tự động hóa là yếu tố lớn nhất gây ra việc giảm số người lao động. Bước tiếp theo trong chương trình tự động hóa ở Ireland sẽ là sắp xếp chuỗi chuyển phát. Điều này cũng được xem là một ảnh hưởng lớn tới các thành phố và các làng xã nhỏ, vì chia chọn sẽ không được thực hiện ở các bưu cục địa phương mà sẽ diễn ra ở các trung tâm chia chọn lớn.

Ảnh hưởng đối với lao động bưu chính của việc tăng cường sử dụng CNTT

Việc tăng cường sử dụng CNTT chỉ có tác động rất nhỏ tới lao động bưu chính. Do vậy, số nhân viên làm công tác quản lý sẽ giảm. Đây là trường hợp của Poste Italiane, ví dụ việc giới thiệu một hệ thống CNTT vào năm 1998-2000 đã dẫn tới việc cắt giảm người lao động. Tuy nhiên, việc cắt giảm số người lao động phần nào được bù đắp bởi các dịch vụ sẽ đạt tới mức cao hơn cần nhiều nhân viên đứng quầy ở các bưu cục hơn. Một ví dụ khác là USP Posten của Thụy Điển đã ứng dụng CNTT dựa trên trang web vào các chức năng quản lý dẫn tới việc số người làm công tác quản lý cũng như số

http://tieulun.hopto.org

người lao động giảm. Tuy nhiên, trong phần lớn các trường hợp CNTT là một công cụ hỗ trợ lao động chứ không phải làm việc thay thế lao động.

Ảnh hưởng của phương tiện truyền thông điện tử đôi với lao động bưu chính

Sự xuất hiện của các phương tiện truyền thông điện tử ảnh hưởng đến lao động bưu chính thông qua khối lượng yêu cầu về các dịch vụ bưu chính. Phương tiện truyền thông điện tử đã làm giảm khối lượng bưu phẩm. Điều đó có nghĩa là có ảnh hưởng tiêu cực tới lao động bưu chính.

Tuy nhiên, các kết luận trong phần các phương tiện truyền thông điện tử ở trên cho thấy không có sự sụt giảm nghiêm trọng trong tổng khối lượng bưu phẩm trong giai đoạn 1995 - 2000. Do vậy các phương tiện truyền thông điện tử ảnh hưởng không đáng kể tới lao động bưu chính cho tới lúc này.

Trường hợp Thụy Điển

Theo Bộ quản lý và cơ quan làm luật quốc gia nước này thì tác động lớn nhất, hay mối đe dọa chính đối với lao động bưu chính xuất phát từ Internet, cụ thể là từ việc gia tăng các thanh toán trực tuyến. Tuy nhiên, ảnh hưởng của Internet tới lao động bưu chính là rất khó đánh giá. Đầu tiên là mức độ tự động hóa đã rất cao do đó phương tiện truyền thông điện tử (cùng với sự sụt giảm khối lượng bưu phẩm) sẽ có tác động hữu hạn tới lao động chia chọn. Thứ hai, thậm chí khối lượng bưu phẩm có giảm khá nhiều thì vẫn có một số hộ gia đình nhất định mà nhân viên chuyển phát vẫn phải đến tận nhà. Theo cơ quan làm luật nước này, yếu tố quan trọng là số hộ gia đình được tiếp cận hàng ngày được USO quản lý chính

http://tieulun.hopto.org

và nó quyết định mức lao động trong trong dây chuyền chuyển phát đến một mức độ lớn hơn lưu lượng bưu phẩm thực tế.

5.4.2. Sự phát triển trong tương lai

Trong tương lai, việc làm trong công đoạn chia chọn ở các USP sẽ giảm. Tuy nhiên, khi chúng ta dự đoán một ảnh. hưởng xảy ra trong giai đoạn 2000 - 2005, việc giảm lao động có thể nhiều hơn ở các USP và tất nhiên diễn ra ở các công đoạn chia chọn thủ công.

Như đã đề cập ở trên trong hai năm 1999 - 2000, tổng khối lượng bưu phẩm đã có một sự sụt giảm rõ ràng, có thể là do phương tiện truyền thông điện tử. Tuy nhiên, khi hạ tầng điện tử được củng cố và các công nghệ mới phát triển thì không thể loại bỏ khả năng điều chỉnh lại các thói quen truyền thống. Do vậy, vào giai đoạn trung hạn và dài hạn, phương tiện truyền thông điện tử có thể dẫn tới giảm lượng bưu phẩm và có thể ảnh hưởng tiêu cực tới lao động bưu chính.

5.4.3. Tác động tới cấu trúc lao động

Mức tự động hóa ngày càng lớn đã có một ảnh hưởng tới khía cạnh chất lượng lao động. Đầu tiên là xem xét tới trình độ đào tạo của lao động chia chọn, công nghệ tự động hóa càng phức tạp thì càng cần nhiều kỹ sư hơn (thậm chí việc nâng cấp phần mềm có thể được các nhà cung cấp thực hiện trực tuyến). Trên thực tế, các nhà khai thác bưu chính chủ yếu tập trung vào các nguồn lực đào tạo các nhân viên nghiệp vụ và kỹ thuật chứ không phải là các nhà khai thác và người đưa thư.

Trong một số trường hợp, các tổ chức công đoàn cho rằng tự động hóa làm hỏng các điều kiện lao động như làm cho

http://tieulun.hopto.org

công việc trở nên đơn điệu và tăng áp lực về thời gian. Một ví dụ là tổ chức công đoàn Hà Lan là đại diện cho lao động của các USP. Theo tổ chức này, mức độ nghỉ phép cao do ốm đau phản ánh tình trạng làm việc đơn điệu. Trong khâu chia chọn số người nghỉ phép do ốm đau lên tới 15-20% lớn hơn nhiều so với tỷ lệ phần trăm nghỉ phép ở các khâu khác. Một ví dụ khác là ở Anh theo quan điểm của một tổ chức công đoàn, khâu chia chọn được tự động hóa có xu hướng làm nghèo nàn đầu việc của người lao động khi họ đơn giản chỉ vận hành máy móc chia chọn thay cho áp dụng kiến thức về địa lý ở địa phương mình.

Hiện nay, các chức năng thuần túy lao động trong quy trình chia chọn được tập trung vào việc nhận bưu phẩm không chia chọn, giám sát thiết bị chia chọn và khuân vác bưu phẩm để vận tải sau khâu chia chọn cuối cùng. Điều này dẫn tới một yêu cầu lớn hơn về lao động bán thời gian và làm việc ca đêm. Xu hướng này cũng dường như được khẳng định mặc dù yêu cầu về loại hình lao động này không tăng lên đáng kể. Mặt khác, yêu cầu lao động làm việc ca đêm liên quan tới việc chia chọn sẽ bị giảm bởi vì việc tự động hóa được tăng lên.

Việc ứng dụng CNTT tăng lên đòi hỏi người lao động sử dụng máy quét, máy vi tính phải có một số kỹ năng tin học... Tuy nhiên, những yêu cầu này cũng tương tự như đối với những người lao động hiện nay ở các lĩnh vực khác trong xã hội thông tin. Ngày nay, kỹ năng tin học cơ bản là một điều kiện tiên quyết cho một người lao động. Tuy nhiên, kỹ năng tin học cơ bản hiện đóng góp một phần vào cuộc sống hàng ngày, chúng ta không hy vọng những yêu cầu ngày càng cao sẽ có tác động đáng kể tới cơ cấu lao động bưu chính. Phần lớn các phần mềm khá thân thiện không đòi hỏi sự đào tạo

http://tieulun.hopto.org

sử dụng thường xuyên. Phần mềm đã được áp dụng vào việc quản trị việc cung cấp các dịch vụ tài chính khá phức tạp. Một điều nữa là độ tuổi của lao động bưu chính thực hiện kỹ năng tin học ở các USP cần được tính đến. Các kỹ năng tin học thường được những người trẻ tuổi thực hành nhanh chóng nhưng thường ở các USP số người lao động ở độ tuổi 51 hoặc lớn hơn chiếm một phần đáng kể trong tổng số lao động (đôi khi lên tới 25%).

Bên cạnh đó, sự phổ cập của tin học hóa, việc ứng dụng CNTT tăng lên trong các dịch vụ bưu chính sẽ tác động đến các kỹ năng mà lao động bưu chính phải thao tác. Kỹ năng tin học của những người lao động bưu chính đang phát triển những sản phẩm điện tử mới nhìn chung ngày càng hoàn thiện. Các nhân viên nghiệp vụ và kỹ thuật hiện nay cần phải biết thao tác các kỹ năng tin học tiên tiến.

http://tieulun.hopto.org

Chương 6

THỊ TRƯỜNG BƯU CHÍNH TRONG TƯƠNG LAI

6.1. CÁC NHÀ KHAI THÁC BƯU CHÍNH

Gần đây, các doanh nghiệp Bưu chính quốc gia, với rất ít ngoại lệ, hiện vẫn do chính phủ sở hữu. Một nghiên cứu chung giữa WB và UPU cho biết "cải cách doanh nghiệp" đang ngày càng được nhiều nước chấp nhận, và các doanh nghiệp bưu chính đã phải tiến hành "thương mại hóa" và "công ty hóa". Trong bối cảnh cải cách bưu chính, "cải cách doanh nghiệp" nhìn chung đã đạt được những bước tiến ở nhiều khu vực. (Thuật ngữ "cải cách doanh nghiệp", "thương mại hóa", "cổ phần hóa" được định nghĩa trong phụ lục 1).

Các doanh nghiệp Bưu chính nhà nước cung cấp các dịch vụ trong nước và quốc tế, và quy mô sản phẩm đã được hình thành rõ ràng bởi những xem xét "phổ cập dịch vụ/định giá hợp lý" một cách truyền thống chứ không phải bằng yếu tố thị trường và khách hàng muốn gì. Các nhà khai thác này có xu hướng đặt mục tiêu cung cấp sản phẩm tới khách hàng nhìn chung chứ không phân biệt các dịch vụ của họ bằng phân đoạn thị trường, hoặc thật sự đáp ứng các yêu cầu của khách hàng cụ thể. Tuy nhiên, các áp lực cạnh tranh đang

http://tieulun.hopto.org

tạo ra một sự thay đổi từng bước trong mục tiêu truyền thống tới các thị trường bưu chính.

Các nhà khai thác truyền thống hiện nay thống trị thị trường bưu phẩm trong nước gồm khoảng 98% tổng khối lượng bưu phẩm mà họ xử lý. Còn khoảng 2% do các nhà khai thác xuyên quốc gia về các dịch vụ bưu chính quốc tế xử lý.

Các yếu tố lịch sử liên kết các doanh nghiệp bưu chính quốc gia với các nước đã tạo ra những sự khác nhau to lớn về quy mô doanh nghiệp. Thậm chí trừ Bưu chính Mỹ (USPS) hiện nay là doanh nghiệp bưu chính lớn nhất thế giới với thu nhập hàng năm vượt 60 tỷ USD (hơn 80 tỷ SDR), sự khác nhau về quy mô giữa các nước công nghiệp hóa là khá rõ ràng. Tại ngày "khách hàng thế giới ở Bắc Kinh", ngày 25/8/1999, Công ty McKinsey đưa ra một số so sánh sau:

		Tỷ lệ nhận được SDR
Các nhà khai thác lớn	Pháp	11,0
	Đức	12,3
	Vương quốc Anh	8,3
	Italy	5,0
	Hà Lan	2,7
Các nhà khai thác vừa	Aó	1,3
	Bỉ	1,4
	Na Uy	1,1
	Ba Lan	0,7
	Tây Ban Nha	1,0
Các nhà khai thác nhỏ	Croatia	0,1
	Cộng hòa Séc	0,2
	Ireland	0,4
	Luxembourge	0,1
	Bồ Đào Nha	0,4

http://tieulun.hopto.org

Tuy nhiên, toàn cầu hóa đang tác động một số các doanh nghiệp châu Âu lớn hơn thúc đẩy tăng trưởng thông qua các liên minh, sáp nhập và các quá trình tương tự. Bưu chính Đức (Deustche Post) trong một thông cáo báo chí tháng 2 năm 2000 cho thấy: Năm 1999, lợi nhuận của tập đoàn này tăng hơn 50% tới 44 tỷ DM so với 28,7 tỷ DM năm trước nữa).

Các đối thủ cạnh tranh thuộc khu vực cổ phần của ngành Bưu chính không phải là những nhà khai thác bưu chính truyền thống. Các công ty này thường được hình thành như là "các công ty logistic", và một số công ty trong số này là những công ty lớn. Ví dụ, UPS đạt doanh thu hàng năm là 27 tỷ USD, FedEx là 17 tỷ USD, và DHL là 4,5 tỷ USD. Hãng TNT ban đầu là một sự liên minh dịch vụ bưu chính của Hà Lan với TNT và hiện nay là công ty cổ phần có thu nhập hàng năm khoảng 8,5 tỷ USD.

Động cơ để đạt sự tăng trưởng thông qua các hình thức sáp nhập/các liên minh do Deutsche Post đề xuất là sẽ cung cấp một loạt các dịch vụ ủy thác trong nước và quốc tế. Điều này phù hợp với mục đích trở thành "cửa hàng một cửa", đặc biệt là đối với các hãng đa quốc gia lớn. Tuy nhiên, các yếu tố khác cũng có thể liên quan.

Điển hình, các doanh nghiệp bưu chính thuộc sở hữu chính phủ được hội nhập theo chiều dọc. Các doanh nghiệp này nhìn chung trực tiếp triển khai các quy trình từ bán hàng và thực hiện chia chọn, vận chuyển và chuyển phát bưu phẩm tới người nhận. Những doanh nghiệp này chi phối thị trường bưu phẩm trong nước và họ thường hoạt động nhờ các rào cản độc quyền.

Các công ty cổ phần thường nhỏ hơn các doanh nghiệp thuộc sở hữu của chính phủ, tham gia có chọn lựa và việc thực hiện một số - không phải tất cả các quy trình sản xuất

http://tieulun.hopto.org

như chuẩn bị bưu phẩm và chia chọn, vận tải hoặc một số hoạt động chuyển phát. Trong khi việc cải cách các doanh nghiệp bưu chính quốc gia đã kéo theo việc nâng cao năng suất, nghiên cứu của WB và UPU đã chỉ ra thêm một số công việc cần phải làm:

- Ở các nước thu nhập thấp và trung bình
- Các lĩnh vực như cải cách luật và cải cách hiến pháp (sở hữu của chính phủ)
- Cải cách công nghệ.

Nghiên cứu của WB và UPU đã kéo dài 4 năm cho thấy những thay đổi từ thời điểm đó đã dẫn tới một số đánh giá đáng kể như hiện nay.

Trong lĩnh vực bưu phẩm xuyên quốc gia/quốc tế và chuyển phát nhanh sự tham gia của khu vực cổ phần hiện nay là rất lớn, đã được xây dựng qua nhiều năm. Trên thực tế việc bãi bỏ quy định đã diễn ra, có thể là mặc định, trên thị trường này khi chính phủ/các nhà khai thác quốc gia đã không thể, hoặc không mong muốn kiểm soát một cách hiệu quả các vi phạm quy định. Các công ty sáp nhập và các công ty vận tải đã nắm giữ các phân đoạn giá trị/chất lượng cao và các phân đoạn dịch vụ chuyển phát nhanh. Công ty bưu phẩm quốc tế (IPC) dự đoán rằng bưu chính hiện nay chỉ có 30% thị phần mà năm 1998 trị giá 41 tỷ USD.

Hạ tầng ngành Bưu chính cũng đang thay đổi, và không còn sự chia cắt bởi biên giới quốc gia giữa các nhà khai thác công cộng và cổ phần. Các công ty sáp nhập và các liên minh chiến lược giữa các hãng cổ phần và giữa các nhà khai thác cổ phần và chính phủ đang trở thành những nhân tố cạnh tranh chủ đạo trên thị trường lớn và sinh lợi này. Hãng bưu chính TNT và Deutsche Post là những ví dụ của các nhà khai thác truyền thống liên kết với các đối thủ cạnh tranh thuộc khu vực cổ phần. Toàn cầu hóa cũng đang thúc đẩy một số

http://tieulun.hopto.org

các nhà khai thác bưu chính truyền thống như La Poste của Pháp chuyển đổi các giới hạn kinh doanh truyền thống của họ.

6.2. CÁC HOẠT ĐỘNG BƯU CHÍNH

Hoạt động chính của các doanh nghiệp bưu chính do chính phủ sở hữu là vận chuyển thư tín vật lý và các loại bưu phẩm. Ngoài ra, cụ thể hơn, các doanh nghiệp đó thường vận chuyển các bưu kiện tới 30kg.

Năm 1997, khoảng 3,3 tỷ bưu kiện thường trong nước được ngành Bưu chính vận chuyển trên toàn thế giới, giảm 2,5% trong vòng năm năm cho tới năm 1997. Các bưu kiện bưu chính chiếm chưa đến 1% tổng khối lượng thư được vận chuyển và có thể là chưa đến 10% tổng thu nhập bưu chính trên thế giới. Năm 1997, có 45,4 triệu bưu kiện quốc tế được gửi, thấp hơn gần 6% so với năm năm trước.

Bên cạnh đó, một loạt các hoạt động phi bưu phẩm được các doanh nghiệp nhà nước thực hiện bao gồm:

- Ngân hàng, bảo hiểm và/hoặc các dịch vụ tài chính
- Cung cấp các dịch vụ thông tin của chính phủ
- Các dịch vụ đại lý (như bán vé sổ số, đặt vé nhà hát và cung cấp thông tin thay mặt cho các bên thứ ba)
- Chuẩn bị danh sách gửi bưu phẩm và dọn dẹp
- Bán lẻ đồ dùng văn phòng và nhiều thứ khác.

Tầm quan trọng của các hoạt động phi cơ bản này thay đổi tùy thuộc vào mỗi nước. Ví dụ, các dịch vụ tài chính của công ty La Poste (Pháp) chiếm gần 30% thu nhập của doanh nghiệp này. Trong khi đó Australia Post (Australia) dịch vụ tài chính chỉ chiếm khoảng 10% tổng thu nhập.

Trong thập kỷ vừa qua, các doanh nghiệp bưu chính đã luôn tìm kiếm cơ hội để mở rộng phạm vi tham gia vào các

http://tieulun.hopto.org

hoạt động phi cơ bản. Điều này phần nào được thúc đẩy do nhu cầu "thương mại hóa" bưu chính để nâng cao hiệu suất tài chính nhưng cũng phần nào để bù đắp cho thu nhập thấp từ thư tín vật lý - một cơ sở thu nhập quá hạn chế với tiềm năng tăng trưởng hữu hạn.

Nhiều cơ quan Bưu chính đang tiến hành những bước để mở rộng phạm vi kinh doanh của họ. Gần đây, công ty La Poste đã tự xác định lại vị trí là một nhà khai thác tổng hợp (để điều hành chuỗi giá trị từ việc nhận yêu cầu đến việc phân phát một bưu phẩm và thu gom thu nhập bán hàng) chuẩn bị cho việc mở rộng TMĐT ở châu Âu và chuẩn bị cho xuất khẩu. Công ty Royal Mail (Anh) và Bưu chính Thụy Sỹ cũng đang thực hiện những bước đi tương tự.

Những chiến lược chính đó cơ bản nhằm vào việc bảo đảm cho bưu chính một ưu thế đi đầu trên thị trường TMĐT đang phát triển rất nhanh. Lợi ích thứ hai sẽ là nắm giữ thị phần kinh doanh chuyển phát bưu kiện đang tăng trưởng ngày một lớn, có thể bao gồm một thị phần phân đoạn có lãi (tốc độ, định vị và theo dõi) và do vậy có thể bù đắp cho việc khối lượng bưu phẩm thư giảm do có những phương tiện truyền thông thay thế.

Các công ty sáp nhập, mua lại và các liên minh chiến lược bao gồm các nhà khai thác bưu chính quốc gia được đề cập ở trên (ví dụ như Deutsche Post/DHL/Danzas/AEI và Tập đoàn bưu chính TNT, Royal Mail...) sẽ có những liên kết đáng kể cho các hoạt động bưu chính.

Các hoạt động bưu chính của các nước sẽ đưa ngành Bưu chính tham gia vào các thị trường bưu chính phi truyền thống (ví dụ như ủy thác lai ghép).

"...Deutsche Post đang xác định lại vị trí như là một công ty để thay đổi các giải pháp cho bất kỳ vấn đề chuyển phát nào và bất kỳ trọng lượng nào - từ thư đến máy móc hạng

http://tieulun.hopto.org

nặng - với bất kỳ tốc độ nào được yêu cầu và vận chuyển trên toàn thế giới. Deutsche Post cũng cung cấp các giải pháp trọn gói bao gồm kho vận, đóng gói, thu gom, thanh toán và tài trợ cho các khách hàng đang tìm kiếm ngoại lực cho tất cả các hoạt động ủy thác của họ".

Những hoạt động như vậy cũng sẽ dẫn tới sự cạnh tranh hơn từ các nhà khai thác lớn trong lĩnh vực bưu phẩm và bưu kiện đa quốc gia trên thị trường khu vực và quốc tế. Một ví dụ khác rất điển hình hiện nay là một liên doanh giữa Tập đoàn Bưu chính TNT, Bưu chính Anh và Bưu chính Singapore liên kết vào ngày 9/3/2000. Liên doanh này đã tạo ra một đối tác kinh doanh bưu chính lớn nhất trên thế giới, kết hợp kinh nghiệm, các hệ thống, các mạng lưới và các sản phẩm của ba công ty bưu chính quốc tế quan trọng nhất trên thế giới".

6.3. PHẠM VI ĐIỀU TIẾT

Thông thường, các doanh nghiệp bưu chính quốc gia chỉ có một trách nhiệm duy nhất là duy trì dịch vụ phổ cập và với nhiệm vụ đó họ được yêu cầu áp dụng sự thống nhất mức cước đồng hạng (cước không phân biệt). Nhìn chung, các nhà khai thác bưu chính quốc gia cung cấp các dịch vụ chi phí cao cho các vùng kinh tế không có lãi và các vùng sâu vùng xa thấp hơn chi phí trong khi họ phải tăng chi phí các dịch vụ ở những vùng thành thị.

Ngoài yêu cầu áp dụng các mức cước thống nhất, các mức cước bưu chính được chính phủ kiểm soát chính thức hoặc không chính thức. Bởi vì các doanh nghiệp do chính phủ sở hữu, các hoạt động và các quy định (cho tới nay) vẫn do một thực thể quản lý. Tuy nhiên việc tách chức năng quản lý và khai thác của các doanh nghiệp đang dần được chấp nhận.

http://tieulun.hopto.org

Cải cách sự điều tiết đã được thực hiện nhưng chưa thực sự thuyết phục. Chỉ ở một vài nước đã bãi bỏ độc quyền (ví dụ như Thụy Điển, Phần Lan và New Zealand) hoặc sự lựa chọn cổ phần hóa (như TPG ở Hà Lan và Deutsche Post thực hiện cổ phần hóa từ mùa thu năm 2000). Ở một số nước khác, phạm vi độc quyền đã và sẽ giảm (ví dụ thư quốc tế đã được tự do hóa, trọng lượng bưu phẩm ở những vùng ưu tiên đã được giảm và thư trực tiếp ở ngoài vùng ưu tiên). Một số nước liên minh đã được phép (ví dụ như Australia). Tuy nhiên, sự độc quyền trên thị trường bưu phẩm trong nước vẫn chiếm ưu thế trong ngành bưu chính thế giới, và một số nước độc quyền được phép trên thị trường truyền thông đang thay đổi nhanh chóng.

Như đã trình bày ở trên, nghiên cứu của WB và UPU đã chỉ ra một số vấn đề lớn trong việc liên quan đến cải cách chính sách bao gồm:

- Mở cửa thị trường (ví dụ bãi bỏ hoặc giảm các rào cản độc quyền trong nước hiện nay) đã bị cản trở bởi các mối quan tâm về cung cấp và hỗ trợ dịch vụ phổ cập.
- Chi phí của dịch vụ phổ cập được xác định là rất ít; và ở những nước được thống kê, chi phí này vào khoảng từ 2% đến 30% tổng chi phí.
- Một điều kiện tiên quyết của chính sách điều tiết hợp lý là các chi phí của cả dịch vụ phổ cập và độc quyền bưu chính phải được công khai.
- Dịch vụ phổ cập thường xuyên được định nghĩa không chính xác và đã không đáp ứng được với yêu cầu thực tế.

Đôi khi nó được định nghĩa là sự đảm bảo "tiếp cận các dịch vụ bưu chính cơ bản với mức giá hợp lý" và điều này được hiểu là cung cấp mức dịch vụ tương tự, thậm chí với chi phí rất cao. Khi các khách hàng đánh giá độ tin cậy cao hơn

http://tieulun.hopto.org

nhiều so với tần suất, thì khả năng cắt giảm các chi phí của dịch vụ phổ cập đôi khi không làm giảm mức thỏa mãn thực tế của khách hàng.

- Thậm chí ở nơi một dịch vụ hạ tầng được một nhà cung cấp có hiệu quả, một đối thủ mới (ví dụ mở ra một số quy trình như thu gom hoặc chia chọn đối với khu vực cổ phần thông qua các thỏa thuận quan hệ với nhau) có thể nâng cao được tính hiệu quả đó.
- Sự kiểm soát của chính phủ thường gây sức ép đối với sự phát triển kinh doanh bưu chính thông qua các giới hạn về các tài trợ cho đầu tư và ngăn chặn nguy cơ xảy ra khi đánh giá các đề xuất kinh doanh.

6.4. QUY MÔ CỦA THỊ TRƯỜNG BƯU PHẨM

Vào năm 1996, bưu phẩm vật lý vượt con số 400 tỷ bưu phẩm trên toàn cầu. Bưu phẩm quốc tế chiếm khoảng 9 tỷ bưu phẩm, ít hơn khoảng 2% bưu phẩm trong nước. Lượng bưu phẩm trong nước của các nước công nghiệp hóa vượt trên 80% nhưng lượng bưu phẩm quốc tế thì thấp hơn, khoảng 60%.

Bưu phẩm trong nước

Dự án bưu chính 2005 dự báo bưu phẩm trong nước như sau:

- Ở các nước có thu nhập cao kinh doanh bưu chính thu được 86%, và các hộ gia đình trung bình chiếm 14% lượng thư trong nước.
- Mức thu nhập của một nước càng thấp, thì khoảng cách giữa phần trăm bưu phẩm của doanh nghiệp tới hộ gia đình và ngược lại càng nhỏ lại.
- Ở tất cả các nhóm nước, lượng bưu phẩm ít xuất phát từ hộ gia đình sẽ tiếp tục giảm cùng theo thời gian.

http://tieulun.hopto.org

Về mặt tăng trưởng trong mười năm đến năm 2005, lượng bưu phẩm từ doanh nghiệp đến hộ gia đình đã tăng vượt lượng bưu phẩm gửi từ hộ gia đình.

Tầm quan trọng của lượng bưu phẩm doanh nghiệp gửi tới doanh nghiệp ở các nước thu nhập thấp vào năm 1995 là rất thấp, lượng bưu phẩm gửi từ hộ gia đình chiếm gần 65% trên tổng lượng bưu phẩm. 90% trong số lượng bưu phẩm trong nước là được gửi tới địa chỉ hộ gia đình khác. Khoảng cách hiện nay giữa các nước thu nhập thấp và các nước khác trong lượng bưu phẩm gửi từ doanh nghiệp đã dần được thu nhỏ trong mười năm qua. Nhưng thậm chí sau đó, lượng bưu phẩm này đã chỉ chiếm có 2/3 mức còn lại của thế giới.

Bưu phẩm quốc tế

Khối lượng bưu phẩm quốc tế năm 1995, như được đề cập ở trên, chiếm 2% trong tổng số; tuy nhiên dấu hiệu đáng kể đã thay đổi giữa các nước. Ví dụ, lượng bưu phẩm quốc tế đã lớn hơn so với lượng bưu phẩm trong nước ở các nước đang phát triển. Mười năm trước đây, lượng bưu phẩm quốc tế bị ảnh hưởng bởi những điều kiện kinh tế, nhưng từ nay tới năm 2005, bưu phẩm quốc tế dự tính tăng trưởng trung bình là 3,8%, với dự báo dao động giữa 3,4 đến 5,2% - các nước thu nhập thấp dự báo có sự tăng trưởng cao nhất (5,1%). Bưu phẩm gửi từ doanh nghiệp, bưu phẩm quảng cáo sẽ tăng đáng kể còn bưu phẩm xã hội sẽ giảm.

Những con số thống kê về bưu phẩm quốc tế thu gom được và được UPU thông báo chỉ liên quan đến các hoạt động bưu chính của các nước thành viên. Phạm vi thống kê được xem xét mở rộng bao gồm khối lượng của các đối thủ cạnh tranh thuộc khu vực cổ phần. Nếu không có thống kê thuộc khu vực này, thì rất khó kiểm soát những thay đổi có ý nghĩa trên quy mô thị trường và các thị phần trong những năm tới.

http://tieulun.hopto.org

quản lý và tài trợ cho các nghĩa vụ phổ cập dịch vụ sẽ trở nên vô cùng quan trọng để duy trì sự ổn định tài chính và sự thích nghi thương mại.

Thách thức thay đổi môi trường đối với phần lớn các doanh nghiệp bưu chính sẽ tiếp tục biện hộ cho việc duy trì các nguồn nhân vật lực được giao phó để tránh nguy cơ tăng trưởng thực không hiệu quả trong thu nhập kinh doanh cơ bản và thu nhập không tương xứng.

6.7. TOÀN CẦU HÓA

Toàn cầu hóa là một quá trình phức tạp mà qua đó " các sự kiện, các quyết định và các hoạt động ở một khu vực này của thế giới có thể ảnh hưởng đáng kể " tới một khu vực khác của thế giới. Toàn cầu hóa, như là một xu hướng, có liên quan tới xu hướng của toàn thế giới là tự do thương mại trên toàn thế giới, tuy nhiên thuật ngữ này thường được sử dụng để miêu tả sự mở rộng của các doanh nghiệp đa quốc gia vươn tới các thị trường quốc tế để cạnh tranh với các nhà sản xuất nội địa hoặc các công ty đa quốc gia khác.

Sự thâm nhập của nhiều nhà sản xuất hàng đầu thế giới vào các thị trường cho đến nay vẫn được bảo hộ đã tăng lên đáng kể. Đối với các nhà sản xuất trong nước, toàn cầu hóa có nghĩa là phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các nhà khai thác "có kinh nghiệm quốc tế" -- và đôi khi điều này chuyển thành áp lực để hoàn thành năng suất. Tuy nhiên, đối với những khách hàng và nhiều nhà sản xuất khác trong những thị trường như vậy, toàn cầu hóa tạo điều kiện cho khách hàng tiếp cận tới các hàng hóa và dịch vụ công nghệ cao với giá cả cạnh tranh.

Toàn cầu hóa đang ngày càng tác động tới các ngành công nghiệp chủ chốt như viễn thông, tài chính, truyền thông và cả ngành Bưu chính. Các liên doanh liên kết, các liên minh

http://tieulun.hopto.org

chiến lược và các hình thức hợp tác khác là các hình thức thường được các nhà khai thác lớn lựa chọn khi họ tự xác định vị trí của mình để dành được các thị phần và nắm lấy các cơ hội trên.

Sự thay đổi về công nghệ và xã hội, những hoạt động thúc đẩy tự do thương mại và vốn cộng với việc toàn cầu hóa mở rộng mà hiện nay thường được coi là các nguồn lực phát triển, và sự xuất hiện của những vùng kinh tế mới. Toàn cầu hóa là một động lực thay đổi không thể dừng lại và phải được nhận thấy trong bất kỳ dự án chi tiết nào trong tương lai.

Cụ thể trong ngành Bưu chính, toàn cầu hóa đang thúc đẩy ngành Bưu chính ở một số nước châu Âu tham gia vào các thị trường khác ngoài châu Âu và hơn thế nữa. Trong quá trình này, cơ cấu của ngành Bưu chính phải thay đổi, không nên chú ý tới ranh giới giữa các quốc gia, giữa khu vực công và khu vực cổ phần.

Dưới sự thúc đẩy của quá trình toàn cầu hóa, các doanh nghiệp bưu chính được mở rộng mới có thể đặt mình vào việc cạnh tranh ngang ngửa với các nhà khai thác truyền thống, cổ phần hoặc loại hình hợp tác mới xuất hiện. Đến lượt các cơ quan Bưu chính quốc gia, lớn hay nhỏ, chủ động hay không chủ động cam kết việc mở rộng toàn cầu sẽ phải thích ứng những tình hình đang thay đổi.

Thậm chí ở những nước đang phát triển, sự xuất hiện của các nhà cạnh tranh quốc tế cung cấp các dịch vụ chất lượng tiên tiến, đặc biệt cho khu vực kinh doanh, có thể được xem là một thách thức thực sự. Để duy trì công việc kinh doanh, ngành bưu chính ở các nước này cần phải xem xét lại các lựa chọn chiến lược hiện nay của họ, từ việc cạnh tranh tới một số hình thức hợp tác hoặc liên minh.

http://tieulun.hopto.org

6.8. CẠNH TRANH, CẢI CÁCH LUẬT VÀ CỔ PHẦN HÓA

Từ năm 1995, khi nằm dưới sự bảo trợ của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) Hiệp định chung về thương mại các dịch vụ (GATS) được đàm phán, các chính phủ đã cùng cam kết một quá trình mở cửa liên tục. Các dịch vụ bưu chính được GATS kiểm soát. Bên cạnh đó sau một chỉ thị của Liên minh châu Âu năm 1997, một số bước tiến tới mở cửa đã được tiến hành. Hơn nữa, những hành động tiến tới tự do hóa các thị trường bưu chính trong Liên minh sẽ được lên kế hoạch trong những năm tới.

Mở cửa thị trường bưu chính hiện nay trở thành một phần trong các mục tiêu chính sách của nhiều chính phủ. Truyền thông hiệu quả là vô cùng quan trọng đối với vận hành hiệu quả của một nền kinh tế và đối với sự phát triển kinh tế. Hơn nữa, khách hàng ngày nay muốn tiếp cận với hàng loạt các dịch vụ truyền thông hoàn thiện – không chỉ các dịch vụ bưu chính truyền thống – với chi phí thấp nhất. Một điều ngày càng được chấp nhận là các thị trường cạnh tranh phải tạo điều kiện tối ưu cho việc cung cấp dịch vụ hiệu quả.

Trong khi nhiều nước đã phải vật lộn với việc cải cách luật bưu chính nhưng vẫn không đạt được nhiều sự tiến triển. Như đã trình bày ở trên, một số nước đã từ bỏ độc quyền bưu chính truyền thống (ví dụ như Thụy Điển, Phần Lan và New Zealand), một số nước khác đang hướng tới mục tiêu đó (Đức và Australia), trong khi một số nước khác nữa lại tiến hành một số bước nhưng sau đó lại ngừng lại (Malaysia và Singapore). Ở Mỹ, một kế hoạch cải cách có giới hạn được trình lên Quốc hội từ năm 1996.

Việc cải cách chắc chắn diễn ra và quá trình hướng tới sự cạnh tranh toàn diện đang dần được chấp nhận ở nhiều nước. Nhưng tốc độ cải cách triển khai như thế nào thì chưa rõ

http://tieulun.hopto.org

ràng và tất cả các thành viên của UPU đều đồng ý là từng nước phải tìm ra công thức riêng cho nước mình.

Căn cứ vào yêu cầu cải cách bưu chính, những khó khăn về mặt chính trị và xã hội kèm theo, nhanh hay chóng có vẻ như mất vài năm nữa các chính phủ mới có thể giảm dần các rào cản bảo hộ hiện nay theo từng giai đoạn. Vì vậy nên tạo cơ hội cho cải cách các doanh nghiệp và hỗ trợ các nhà khai thác nâng cao năng suất. Trong khi đó, các nhà khai thác sẽ sử dụng thời gian hiện nay cho mục tiêu chung hơn là sẵn sàng cho một thị trường cạnh tranh toàn diện.

6.9. CÔNG NGHỆ - MỐI ĐE DỌA HAY LÀ CƠ HỘI?

Việc truyền thông tin bằng phương tiện điện tử thay cho việc phải vận chuyển thư tín truyền thống đã cho thấy một điều khá rõ ràng là công nghệ là mối đe dọa đối với bưu phẩm. Các sản phẩm điện tử thường rẻ hơn so với bưu phẩm vật lý.

Tuy nhiên, công cụ điện tử đôi khi là công cụ "không hoàn hảo"; thực vậy nó không thể đưa bưu phẩm theo cách một-tới-một. Khối lượng thư tín vật lý vẫn tiếp tục tăng trong khi đó truyền thông điện tử cũng tiếp tục phát triển (ví dụ như điện thoại, fax).

Tính nghiêm trọng của mối đe dọa phụ thuộc vào khối lượng thư tín vật lý sẽ bị giảm dần do công cụ điện tử. Đến lượt điều này sẽ phụ thuộc vào phương tiện điện tử đáp ứng các yêu cầu thực tế của khách hàng hiệu quả đến đâu.

Mặt khác, công nghệ mang lại nhiều cơ hội. Đầu tiên là công nghệ được tích hợp thiết bị sẽ giảm được chi phí sản suất, tăng năng suất lao động và cho phép cải tiến chất lượng (ví dụ mã vạch điện tử được ứng dụng vào chia chọn bưu phẩm). Rõ ràng, về mặt này công nghệ có một ảnh hưởng tích cực. Thứ hai, công nghệ tạo điều kiện cho các bưu phẩm mới

http://tieulun.hopto.org

hoặc các sản phẩm và dịch vụ khác được cung cấp một cách cạnh tranh, công nghệ còn là một cơ hội kinh doanh rõ ràng cho các nhà khai thác bưu chính. Bưu phẩm lai ghép là một ví dụ điển hình của sự tác động tích cực của công nghệ đối với thư tín vật lý. Công nghệ tạo ra một sản phẩm mới cạnh tranh cũng như dẫn tới việc giảm một số chi phí.

Công nghệ được tích hợp với máy tính và truyền thông cũng đã hỗ trợ các nhà khai thác bưu chính trong việc cung cấp các dịch vụ phi truyền thống như cung cấp thông tin trên một cơ sở là trung gian cho các bên thứ ba và các dịch vụ tài chính với giá cả cạnh tranh. Hơn nữa, TMĐT sẽ mang lại cơ hội đáng kể cho các nhà khai thác bưu chính truyền thống để làm lực đòn bẩy các tài sản chiến lược và tăng lợi nhuận rõ rệt.

Các doanh nghiệp bưu chính đã và đang chung sống với công nghệ như vừa là mối đe dọa vừa là cơ hội trong một thời gian dài. Không lâu trước đây, ngành viễn thông đã hoạt động giống như các doanh nghiệp bưu chính hiện nay. Khi công nghệ phát triển nhanh và xa hơn, các nhà khai thác bưu chính cần xem xét lại từng cơ hội do sự phát triển công nghệ mang lại để nâng cao hiệu suất và tiềm năng bán hàng.

6.10. KHÁCH HÀNG ĐANG THAY ĐỔI

Một viện nghiên cứu dự báo đã nghiên cứu người tiêu dùng ở Bắc Mỹ, ở châu Âu và đưa ra nhận định rằng người tiêu dùng ở những khu vực này được đào tạo cơ bản, giàu có và hiểu biết công nghệ hơn bất cứ ở đâu. Thu nhập cao cho phép họ lựa chọn nhiều hàng hóa khác nhau mà không cứ hàng hóa đó là cần thiết. Và họ mua bán hàng dựa trên thông tin mà họ tìm kiếm trên Internet hàng ngày bằng máy tính ở gia đình.

http://tieulun.hopto.org

Số hộ gia đình có thu nhập cao đã và đang tăng lên đáng kể ở Bắc Mỹ và châu Âu. Viện nghiên cứu này định nghĩa những hộ gia đình có thu nhập cao là những hộ có thu nhập trên 50,000 USD. Ở Bắc Mỹ, hộ gia đình thu nhập cao chiếm 43%, và ở châu Âu là 1/3. Số hộ gia đình thu nhập cao tăng từ 4-5% hàng năm trong vòng 20 năm qua. Họ "không phải là một con số nhỏ - 10 đến 20% các hộ gia đình ở thành phố nằm ở nhiều thị trường đang nổi lên ".

Sự tăng trưởng mạnh mẽ tiềm năng từ một thị trường như vậy sẽ mang lại cơ hội kinh doanh to lớn cho ngành Bưu chính, đặc biệt là các dịch vụ về bảo hiểm và tài chính, mua hàng theo catalogue, mua bán trực tuyến, gửi thư trực tiếp và quản lý các danh sách địa chỉ trực tiếp.

Viện nghiên cứu này kết luận: Khách hàng mới đang thay đổi toàn bộ chu trình mua bán, từ quảng cáo và tiếp thị đến địa điểm và thực hiện việc mua hàng ở đâu và như thế nào.

Trong khi nghiên cứu của Viện này hoàn toàn không điều tra khách hàng ngoài khu vực Bắc Mỹ và châu Âu, họ cũng đưa tới kết luận là "xuất hiện nhiều khách hàng mới trên toàn thế giới mặc dù ở tốc độ chậm".

http://tieulun.hopto.org

Chương 7

MỘT SỐ KẾT LUẬN VÀ HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA NGÀNH BƯU CHÍNH

7.1. MỘT SỐ KẾT LUẬN

Động lực hướng tới sự mở cửa trong ngành Bưu chính là vô cùng to lớn trong vòng 25 năm qua. Sự độc quyền do chính phủ nắm giữ hoặc bảo hộ trong các ngành mạng lưới như vận tải, hàng không, viễn thông, đường sắt và điện lực đang được giảm đi đáng kể. Hiện nay các chính phủ đang bắt đầu nỗ lực tiếp cận và thân thiện hơn với khách hàng. Suy nghĩ này hiện nay đang ngấm dần vào thế giới bưu chính. Argentina, Thụy Điển và New Zealand đã mở cửa hoàn toàn thị trường của họ và Đức đã thực hiện điều này trong năm 2003. Uỷ ban châu Âu sẽ khuyến nghị việc mở cửa thị trường trong năm 2004 với một chỉ thị mới đã có hiệu lực vào năm ngoái. Luật cải cách chưa được thông qua ở Mỹ. Ngành Bưu chính các nước hy vọng tự do hóa sẽ lớn mạnh trong thập kỷ sau.

http://tieulun.hopto.org

7.1.1. Triển vọng bưu chính đến năm 2010

Không còn sự độc quyền. Bưu chính ở Bắc Mỹ và châu Âu sẽ được mở cửa và không có sự độc quyền chính phủ. Ngành Bưu chính sẽ cạnh tranh hoàn toàn trên thị trường.

Định cước phí theo hướng thị trường. Mặc dù các mức cước phí trần có thể tồn tại ở một số vùng, các nhà khai thác sẽ rộng cửa cạnh tranh cước phí công khai. Điều này sẽ dẫn tới việc giảm 20-35% giá bưu phẩm và bưu phẩm trực tiếp.

Dịch vụ bưu chính phổ cập được xác định lại. Nghĩa vụ dịch vụ bưu chính trở thành một nghĩa vụ mang tính quốc gia chứ không phải là một nghĩa vụ của một dịch vụ bưu chính riêng rẽ nào. Việc thư điện tử trở nên phổ biến khiến nhiều người mong muốn thương mại một số dịch vụ với giá thấp và các dịch vụ thậm chí được cho phép kinh doanh ở các điểm bán lẻ, như cửa hàng tạp phẩm và các trạm bán xăng, điều đó có nghĩa là dịch vụ phổ cập được nhiều nhà khai thác cùng chia sẻ. Ở nước nào thị trường không đáp ứng được nhu cầu, việc bao cấp hoặc thuế trực tiếp của chính phủ đối với các hoạt động bưu phẩm sẽ được tài trợ cho dịch vụ phổ cập. Nhưng những vùng như vậy là rất ít và việc bao cấp cũng sẽ rất ít.

Cơ quan điều tiết khuyến khích việc liên kết. Bên cạnh tập trung vào dịch vụ phổ cập, cơ quan điều tiết cũng sẽ tập trung cho phép các đối thủ cạnh tranh kết nối với mạng lưới bưu chính với các mức giá hợp lý. Do vậy, các đối thủ cạnh tranh ở các thành phố khác nhau có thể dựa vào bưu chính truyền thống chi phối để vận chuyển bưu phẩm giữa các thành phố.

http://tieulun.hopto.org

Chủ động hơn trong quản lý lao động. Các cách tiếp cận mới tới lao động, trong đó có sự sở hữu lao động và chia sẻ lợi nhuận hợp lý.

Tăng trưởng trong đầu tư. Sự mở cửa thúc đẩy sự đầu tư trong ngành Bưu chính. Các nhà đầu tư phi truyền thống như những ngành phục vụ công cộng có thể tài trợ cho các đối thủ cạnh tranh để giảm cước.

Quan điểm của khách hàng đối với việc mở cửa thị trường bưu chính

Việc mua bán tại nhà tăng lên đáng kể. Cước phí giảm và việc nhiều hộ gia đình không có thời gian đi chợ sẽ thúc đẩy dịch vụ mua bán tại nhà trong thập kỷ tới.

Các sản phẩm mới là cần thiết. Khách hàng sẽ luôn tìm kiếm những dịch vụ và các sản phẩm mới. Vì vậy việc chuyển phát đúng thời gian là vô cùng quan trọng do đó các công ty tham gia thị trường phải biết chính xác thời điểm nào bưu phẩm của họ được phân phát tới hộ gia đình.

Mức giá phân biệt cho tốc độ và độ tin cậy. Các khách hàng có thể trả mức giá cao hơn cho dịch vụ chuyển phát nhanh khi cần thiết. Sự tin cậy là quan trọng nhất, ví dụ không quan trọng khi bưu phẩm được chuyển phát vào thứ ba hay thứ tư mà quan trọng là được chuyển vào đúng ngày khách hàng yêu cầu, cước phí nên thấp hơn.

Các công nghệ mới sẽ không thay thế được việc chuyển phát truyền thống. Thư điện tử và CNTT sẽ làm tăng vai trò truyền thông của dịch vụ bưu chính với các khách trong thập kỷ tới nhưng việc chuyển phát tại hộ gia đình một cách tin cậy, với nhiều sự lựa chọn như vào các ngày nghỉ cuối tuần

http://tieulun.hopto.org

và các buổi lễ sẽ vẫn là rất quan trọng để dịch vụ bưu chính trở thành và sẽ là một nhu cầu khá lớn trong tương lai.

Bưu phẩm sẽ trở thành một ngành nghề mang tính kinh doanh toàn cầu hơn. Khối lượng bưu phẩm phải vận chuyển giữa các nước đang tăng lên nhanh chóng và sẽ tăng lên khi năm 2010 tới gần. Các công ty Mỹ sẽ cạnh tranh khốc liệt ở châu Âu và các công ty châu Âu sẽ mở rộng những nỗ lực tiếp thị tới châu Á và châu Mỹ.

7.1.2. Sự cạnh tranh mới từ nay tới năm 2010

Chỉ có rất ít các nhà cạnh tranh có thể tồn tại trên cùng một thị trường. Nhu cầu đầu tư đáng kể vào hạ tầng, thậm chí là cả một đối thủ cạnh tranh nhỏ sẽ hạn chế cả số lượng các nhà khai thác thị trường. Ngành Bưu chính sẽ tồn tại chủ đạo chi phối trong tương lai.

Bưu phẩm từ doanh nghiệp tới doanh nghiệp có thể mang lại cơ hội tham gia vào thị trường. Khi cơ quan điều tiết bưu chính tập trung vào các vùng địa lý nhất định và có yêu cầu phù hợp, các đối thủ cạnh tranh mới có thể hướng tập trung vào đó.

Bưu phẩm quốc tế tăng tầm quan trọng. Khối lượng bưu phẩm gửi giữa các quốc gia ngày càng tăng có nghĩa là ngành này thực sự hấp dẫn.

Cước phí sẽ giảm đáng kể. Thị trường thường đáp lại những ai đổi mới và có những kế hoạch tiếp cận và sản phẩm mới sáng tạo. Khối lượng tăng, cước phí giảm nhưng bưu phẩm sẽ được vận chuyển và phân phát một cách khác nhau ở những mức giá khác nhau.

Cạnh tranh từ các đối thủ có nền tảng điện tử sẽ ảnh hưởng đến số bưu phẩm bỏ vào thùng thư và bưu phẩm lớn.

http://tieulun.hopto.org

Nhiều bưu phẩm bỏ thùng thư liên quan đến tài chính: các hóa đơn của các doanh nghiệp. Điều này có thể được thay thế đáng kể vào năm 2010. Lĩnh vực phụ trách bưu phẩm lớn có thể bị ảnh hưởng khi phương tiện điện tử được nâng cao và việc xuất hiện ngày càng nhiều các máy tính ở các hộ gia đình.

Chìa khóa thành công trong tương lai là bưu phẩm có độ tin cậy, dự báo được, có mức cước phí hợp lý. Bưu phẩm quốc tế đặc biệt là bưu phẩm liên châu Âu có tiềm năng trở thành quan trọng cho bưu chính các nước ở khu vực này trong thập kỷ tới. Ngành bưu chính sẽ phải thay đổi cách mà họ chia chọn bưu phẩm hoặc sẽ đứng ngoài việc kinh doanh này vì các đối thủ cạnh tranh sẽ liên tục củng cố các mạng lưới thông suốt. Các công ty bưu kiện trước đây thường tập trung vào việc kinh doanh từ doanh nghiệp - tới doanh nghiệp. Đó là một xu hướng hợp lý khi mà cạnh tranh bưu phẩm có thể phát triển theo lượng. Cạnh tranh hiệu quả đòi hỏi phải mất nhiều năm tuy nhiên nếu kinh doanh bưu phẩm ở thành thị có thể được thực hiện nhanh hơn. Chất lượng các dịch vụ bưu chính là một yếu tố quan trọng cho tương lai. Ngành Bưu chính đảm bảo rằng các khách hàng lớn phải được phục vụ chu đáo.

Một số kết luận về cạnh tranh, tự do hóa và toàn cầu hóa

- Ở các thị trường bưu chính, cạnh tranh xuất phát từ phía công nghệ truyền thông điện tử đang tiếp tục gia tăng sẽ dẫn tới lượng bưu phẩm vật lý giảm.
- Ở các thị trường bưu phẩm quốc tế/xuyên quốc gia, sự xâm nhập của các nhà khai thác chuyển phát nhanh, vận tải hàng hóa, lai ghép dịch vụ của khu vực tư nhân

http://tieulun.hopto.org

trong thập kỷ qua và sau này đã làm mất đi thị phần quy mô đối với các nhà khai thác bưu chính truyền thống – và sự cạnh tranh đang trở nên mạnh mẽ.

- Gần đây, một số các nhà khai thác bưu chính truyền thống lớn đã hợp tác với các nhà khai thác khu vực tư nhân với mục đích thúc đẩy sự chủ động trên các thị trường bưu phẩm quốc tế/xuyên quốc gia.
- Các nhà khai thác bưu chính tư nhân sẽ tiếp tục đóng một vai trò ngày càng quan trọng trong việc vận chuyển bưu phẩm quốc tế và trong các mối quan hệ gần gũi hơn với các nhà khai thác bưu chính công.
- Triển vọng tự do hóa thị trường hơn nữa đem lại cả các cơ hội lẫn các mối đe dọa đối với cả các nhà khai thác truyền thống và các nhà khai thác mới ở thị trường trong nước mà cho đến nay đã được tách khỏi sự cạnh tranh do độc quyền bưu phẩm quy định.
- Toàn cầu hóa sẽ mở rộng sự cạnh tranh đáng kể ở tất cả các thị trường, và ở cả các nước công nghiệp hóa và đang phát triển sẽ phải đương đầu với thực tế này.
- Các vấn đề chiến lược và chính sách sẽ phát sinh cho các chính phủ và các nhà khai thác bưu chính.

7.1.3. Sự hưởng ứng của các nhà khai thác bưu chính

Mặc dù tốc độ tăng trưởng truyền thông điện tử cao nhưng nhu cầu về thư vật lý sẽ tiếp tục tăng, mặc dù thị phần liên lạc sẽ giảm. Sự tăng trưởng sẽ phụ thuộc vào các phân đoạn giá, giá trị gia tăng thấp (ví dụ như thư gửi trực tiếp). Các nguồn lợi nhuận mới sẽ cần thiết để tồn tại.

Dịch vụ phổ cập sẽ tiếp tục là một nghĩa vụ của các nhà khai thác bưu chính.

http://tieulun.hopto.org

Các nhà khai thác bưu chính cần nâng cao hiệu suất và đóng góp vai trò nhu thế nao nào trong tương lai; các chi phí sản xuất, chi phí và tài chính của dịch vụ phổ cập, tiếp thị, định giá có lãi, dịch vụ chất lượng và dịch vụ khách hàng cần phải được cải cách.

Bưu chính các nước phải có những điểm mạnh và các tài sản chiến lược trọng các mạng lưới chuyển phát và bưu cục. Phải nhận thấy rằng nhà khai thác bưu chính là các trung gian tin cậy, là một điểm mạnh đáng kể khác. Mua bán tại nhà (bằng Internet và các phương tiện), các dịch vụ tài chính và các hoạt động bán lẻ là một trong những cơ hội đáng kể cho các nhà khai thác bưu chính.

Bưu chính các nước cần chủ động để đưa ra những quyết định kinh doanh hợp lý để hoàn thành có hiệu quả các nhiệm vụ.

Tuy nhiên, các nhà khai thác bưu chính cũng cần nhận ra những điểm yếu (như hiệu suất, chất lượng, dịch vụ khách hàng và nguồn nhân lực) và cần phải tháo bỏ các rào cản đối với cải cách.

Và họ cần phải nhanh nhạy nhận ra những thay đổi trong môi trường của mình nếu họ muốn lập kế hoạch hành động chiến lược với đầy đủ thông tin.

7.1.4. Vai trò của Uỷ ban các hoạt động bưu chính (POC) của UPU

Nhận thấy Bưu chính thế giới đang ở những giai đoạn đầu tiên của thay đổi nhanh chóng, POC đang củng cố khả năng của mình để kiểm soát, đánh giá vào báo cáo trên cơ sở những thay đổi và ảnh hưởng đáng kể kịp thời.

http://tieulun.hopto.org

Để hỗ trợ các thành viên của Liên minh duy trì những thay đổi nhanh chóng và sâu rộng, POC sẽ giám sát chặt chẽ:

- Sự thay đổi trong tình huống cạnh tranh ở những thị trường lớn.
- Những thay đổi trong bối cảnh luật pháp.
- Những ảnh hưởng lớn đối với những cổ phần, nhà khai thác, khách hàng, người lao động và những nhà cung cấp.

Và POC sẽ phổ biến các báo cáo kịp thời về các hoạt động đến các thành viên của UPU.

7.2. NHỮNG XEM XÉT MANG TÍNH CHIẾN LƯỢC

7.2.1. Các hình thức tổ chức bưu chính chiến lược

Dựa trên những phát triển gần đây, ba hình thức phát triển bưu chính lớn của IPC là những kim chỉ nam cho các nhà khai thác bưu chính quốc gia.

Hình thức 1

Bưu chính các nước sẽ bảo vệ được vị trí hiện nay và duy trì một vai trò như là người đi đầu trên thị trường trong nước. Bưu chính phải mở rộng các lợi ích kinh doanh trên các lĩnh vực kinh doanh bưu chính truyền thống như bưu phẩm thư, bưu kiện và chuyển phát nhanh và cũng xây dựng các lợi ích trong TMĐT. truyền thông và bưu phẩm lai ghép. Một số lĩnh vực kinh doanh có thể được quản lý thông qua các công ty con, các liên minh và các thỏa thuận hợp tác mới với các công ty chuyên ngành.

http://tieulun.hopto.org

Hình thức 2

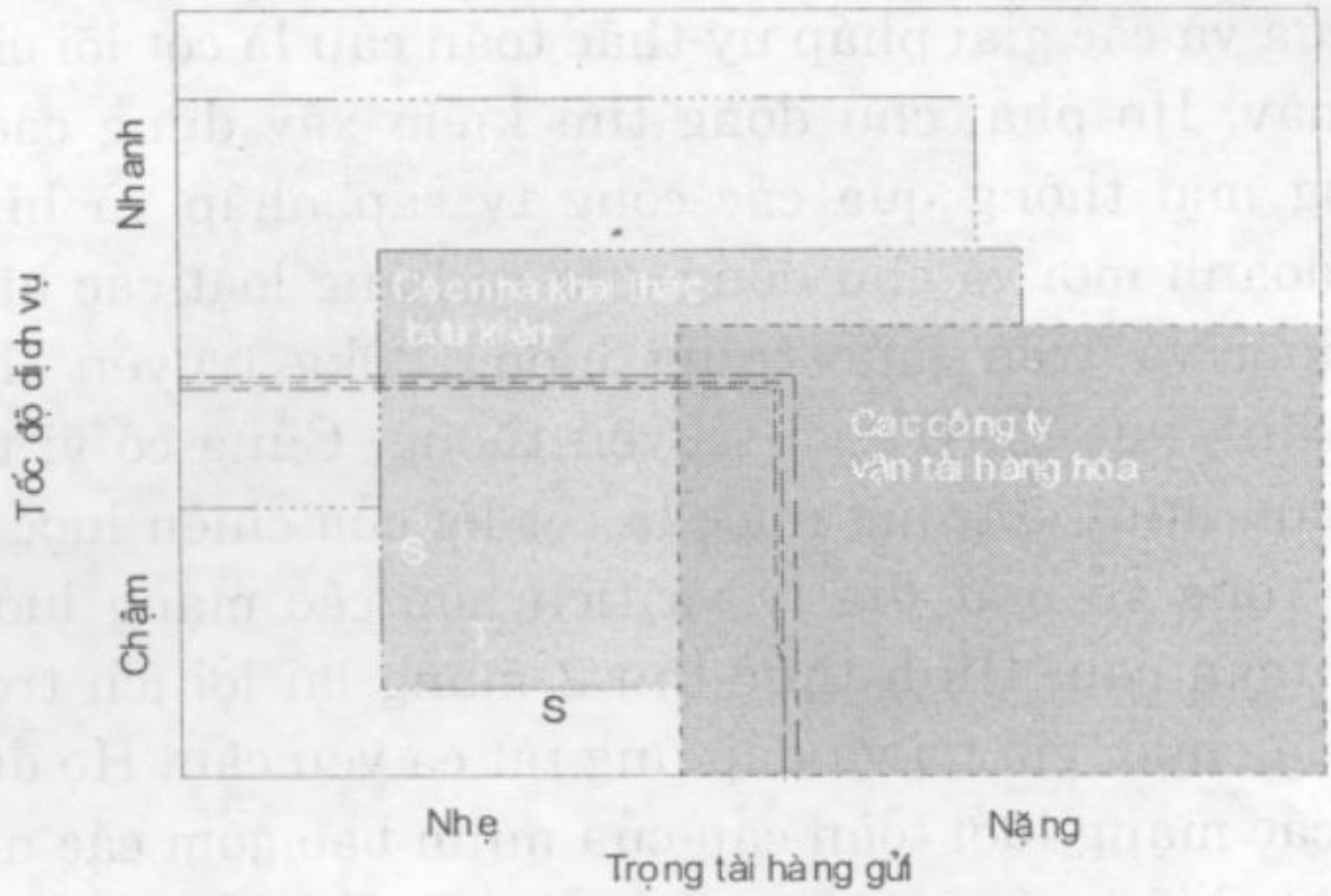
Bưu chính các nước này muốn trở thành các công ty tiên phong trên thị trường quốc tế. Việc cung cấp mua bán hàng một cửa và các giải pháp ủy thác toàn cầu là cốt lõi cho chiến lược này. Họ phải chủ động tìm kiếm xây dựng các lợi ích thương mại thông qua các công ty sáp nhập và hình thức kinh doanh mới và chủ động đưa ra hàng loạt các hình thức mới dưới và trên mức trọng lượng 30kg truyền thống và trong lĩnh vực TMĐT và truyền thông. Củng cố vị trí vững vàng của mình ở trong nước là cốt lõi của chiến lược này, đó là mở rộng về mặt địa lý và tích hợp các mạng lưới và hệ thống toàn cầu. Hình thức thứ 2 mang lại lợi ích trong mọi mặt của chuỗi giá trị và đáp ứng tất cả yêu cầu. Họ đang xây dựng các mạng lưới toàn cầu của mình bao gồm các nhà khai thác bưu kiện, các công ty vận tải, các nhà cung cấp ủy thác và các hãng chuyển phát nhanh chuyên ngành.

Hình thức 3

Bưu chính một số nước có thể thiếu sức mạnh tài chính hoặc quyết định độc lập thương mại và chính trị để chấp nhận hình thức 1 và 2. Họ không thể bảo vệ các vị trí hiện nay của họ và khai thác các cơ hội kinh doanh mới. Tuy nhiên, họ có thể hình thành các đối tác với bưu chính các nước khác đã triển khai một trong hai xu thế trên (hoặc các phiên bản trong đó), nhưng sẽ được phép quản lý dịch vụ phổ cập.

http://tieulun.hopto.org

Cho đến gần đây, các hoạt động của các nhà khai thác bưu chính được mô tả như hình 7.1.



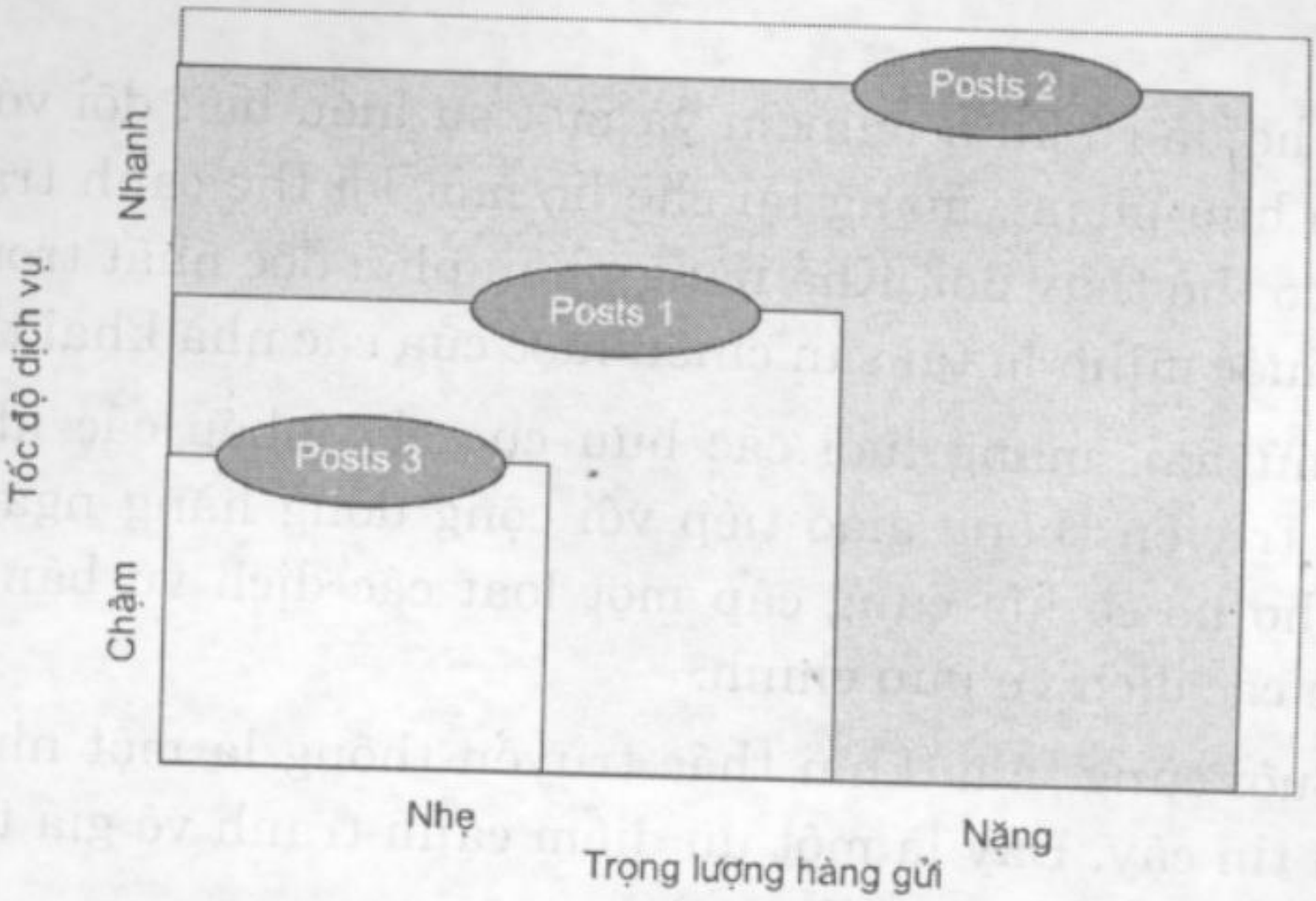
Hình 7.1. Hoạt động của các nhà khai thác bưu chính

Trục đứng để đo tốc độ dịch vụ và trục ngang để đo trọng lượng hàng gửi.

Hình 7.1 cho thấy ngành Bưu chính có xu hướng hoạt động ở mức trung bình đến mức thấp của tải trọng hàng hóa và ở mức trung bình đến thấp của phạm vi tốc độ. Theo truyền thống, chỉ một phần rất nhỏ của công việc kinh doanh bưu chính nằm ở mức tốc độ, mức khá tương quan với các dịch vụ giá cao.

Hình 7.2 cho thấy ngành Bưu chính có thể củng cố việc kinh doanh của mình như thế nào để đáp ứng sự cạnh tranh ngày càng lớn.

http://tieulun.hopto.org



Hình 7.2. Các viễn cảnh chiến lược bưu chính

7.2.2. Điểm mạnh, điểm yếu, các cơ hội và những thách thức

Điểm mạnh và điểm yếu

Thách thức mà ngành Bưu chính truyền thống phải đối mặt xuất phát từ những ảnh hưởng của cả sự cạnh tranh trực tiếp và từ công nghệ của cả sự tăng trưởng thu nhập không chính xác từ các bưu phẩm - sản phẩm truyền thống. Đồng thời, các doanh nghiệp này tiếp tục phải thực hiện nghĩa vụ phổ cập là dịch vụ nặng nề và không được xác định rõ ràng với sự bù đắp không thỏa đáng.

Giải pháp hiệu quả cho những thách thức này là cắt giảm chi phí tới mức hoạt động hiệu quả, đa dạng hóa thông qua các cơ hội tăng trưởng đáng kể mới, và giảm bớt gánh nặng chi phí nghĩa vụ dịch vụ phổ cập bưu chính tới mức tối thiểu.

Các nhà khai thác truyền thống có rất nhiều điểm mạnh. Đầu tiên là mạng lưới phân phát đến tất cả các địa chỉ thuộc lãnh thổ của họ, mang lại cho họ công suất phân phát mà không ai có được. Và thông qua các dịch vụ phân phát đều

http://tieulun.hopto.org

đặn, họ đã có kinh nghiệm và một sự hiểu biết đối với người nhận bưu phẩm, mang lại cho họ một lợi thế cạnh tranh mà khó có thể thay đổi. Khả năng phân phối độc nhất trong lãnh thổ nước mình là tài sản chiến lược của các nhà khai thác .

Thứ hai, mạng lưới các bưu cục cho phép các nhà khai thác truyền thống giao tiếp với cộng đồng hàng ngày mang lại cho họ cơ hội cung cấp một loạt các dịch vụ bán lẻ, bên cạnh các dịch vụ bưu chính.

Cuối cùng, nhà khai thác truyền thống là một nhà trung gian tin cậy. Đây là một ưu điểm cạnh tranh vô giá trị trong bất cứ chiến lược mở rộng nào.

Không phải tất cả các ưu điểm đều dành cho các nhà khai thác truyền thống, mà các ưu điểm thường dành cho một số các nhà khai thác lớn có sự quản lý và vận hành các thiết bị chia chọn, công cụ tin học và khả năng ủy thác tiên tiến.

Phần lớn các điểm rất yếu của các nhà khai thác truyền thống xuất phát từ lịch sử như các nhà cung cấp dịch vụ của chính phủ không thay đổi dịch vụ của mình theo thời điểm. Đặc biệt, họ không chấp nhận và điều chỉnh theo các tiến trình thị trường khi môi trường đã thay đổi trực tiếp theo hướng đó. Điểm yếu ở đây nằm ở nhiều khía cạnh, ví dụ hoạt động không hiệu quả, chất lượng đầu ra không đồng nhất, chăm sóc khách hàng không hiệu quả.

Thêm vào đó, sự sở hữu của chính phủ có xu hướng hạ tầm quan trọng hiệu suất bưu chính vì các mệnh lệnh mang tính chính trị khác, không kể đến những ảnh hưởng của sự can thiệp tùy tiện vào hoạt động của các dịch vụ, ngành bưu chính còn thiếu những sáng kiến, mối đe dọa tiềm ẩn và đôi khi thiếu nguồn tài chính đầu tư trầm trọng.

http://tieulun.hopto.org

Trong khi các điểm mạnh và điểm yếu được để cập ở trên đang tồn tại ở nhiều mức độ khác nhau trong ngành Bưu chính của nhiều nước đang phát triển, nhưng đối với họ, cải cách bưu chính vẫn chưa hiệu quả. Việc chậm trễ trong khi triển khai cải cách có thể lấy đi của họ các cơ hội hấp dẫn từ bưu phẩm quốc tế. Bưu phẩm quốc tế tuân theo thương mại quốc tế và các nhà khai thác toàn cầu sẽ tìm kiếm các cơ hội ở bất cứ đâu họ xuất hiện. Thách thức đầu tiên đối với ngành Bưu chính ở các nước đang phát triển là phải đáp ứng các nhu cầu thương mại một cách hiệu quả hoặc sẽ mất đi lưu lượng vào tay các đối thủ khác.

Các cơ hội và những thách thức

Đối với các nhà khai thác lớn hơn, cơ hội của họ là trở thành một "cửa hàng một cửa" cho "bất cứ một nhu cầu gửi đi nào: cho bất cứ trọng lượng nào - từ bưu phẩm đến máy móc hạng nặng - với bất kỳ tốc độ yêu cầu nào trên toàn thế giới".

Phổ biến lớn là các cơ hội cho ngành Bưu chính trong chuyển phát bưu kiện, một chức năng liên quan đến kinh doanh cơ bản. Với việc phổ cập Internet, việc phát triển hình thức mua bán tại nhà đã trở thành hiện thực và theo đó phân đoạn bưu phẩm kinh doanh tại hộ gia đình cũng sẽ phát triển. Bên cạnh đó, một số doanh nghiệp sẽ tích hợp các hoạt động của họ theo hướng nhận yêu cầu và chia chọn, kho vận, chọn lựa và đóng gói và thậm chí lựa chọn nguồn bưu phẩm.

Có rất nhiều cơ hội lớn cho ngành Bưu chính trong các dịch vụ tài chính, và điều này có thể cho phép họ sử dụng tốt hơn mạng lưới bưu cục như một tài sản chiến lược.

Đối với nhiều doanh nghiệp, có cả cơ hội và yêu cầu nâng cao hiệu suất hết khả năng để đáp ứng các thách thức cạnh

http://tieulun.hopto.org

tranh. Liên quan đến quá trình này là cơ hội xem xét phạm vi và thực hiện phổ cập dịch vụ để đảm bảo đáp ứng các yêu cầu và đảm bảo rằng nghĩa vụ phổ cập dịch vụ được thực hiện với chi phí ít nhất.

Mối đe dọa quan trọng đối với ngành Bưu chính có thể từ sự thiếu khả năng, không muốn hiểu và chấp nhận rằng cải cách là sống còn đối với sự tồn tại lâu dài; và rằng những tác động tích cực được ghi nhận ở chỗ cải cách là thực tế và trong hoạt động.

Dĩ nhiên, nếu chính phủ không đồng ý thực tế cải cách bưu chính, thì rất khó cho các doanh nghiệp (do chính phủ sở hữu hoàn toàn) phát triển. Điều quan trọng để đảm bảo một dịch vụ phổ cập trên cơ sở các điều khoản hợp lý và sự tồn tại có lợi nhuận trong tương lai sẽ đạt được là ngành Bưu chính phải hỗ trợ tìm giải pháp mà các chính phủ có thể nhận được sự chấp nhận của cộng đồng. Rõ ràng là mối quan hệ lâu dài của ngành Bưu chính với các cộng đồng mà họ phục vụ mang lại cho họ sự tin cậy tốt nhất để thực hiện nhiệm vụ này.

7.3. NGÀNH BƯU CHÍNH VÀ NỀN KINH TẾ MỚI

Kỷ nguyên số và nền kinh tế mới ...

Kỷ nguyên số đã tới và là động cơ cho một nền kinh tế mới dựa trên sự truyền thông nhanh chóng và thông tin truy nhập toàn cầu. Mỗi ngày, "thế giới điện tử" lại sản sinh ra một khái niệm điện tử hoặc một cải tiến công nghệ điện tử mới dựa trên sự hình thành các giao diện giữa nhiều người, nhiều doanh nghiệp và thông tin nhanh hơn, rẻ hơn và tin cậy hơn. Mỗi tuần, một ứng dụng "ảo" mới để số hoá dữ liệu lại tạo ra một khái niệm mới để định nghĩa thuật ngữ "truyền thông".

http://tieulun.hopto.org

Sự tác động của làn sóng phát triển công nghệ mới này về một mặt nào đó đã lãng quên hoặc ít nhất là bị chối bỏ, mặc dù những tiến bộ này dựa trên các hệ thống phân phối vật lý tốt dẫn đến thành công của ngành Bưu chính. Thông tin có mặt ở khắp nơi trong không gian điều khiển học có thể được số hoá, nén và truyền tải tức thì nhưng hàng hoá và bưu phẩm phải đi qua các hệ thống vận tải vật lý và được phát tới những địa chỉ thực, chứ không phải là địa chỉ ảo. Hơn nữa sự tăng trưởng trong tương lai của nền kinh tế mới sẽ liên quan trực tiếp để công suất của các mạng phân phối vật lý đến quá trình tăng lưu lượng do sự xuất hiện của các công nghệ mới.

... và mang lại những cơ hội hứa hẹn cho ngành Bưu chính

Với mạng lưới phân phối và bán lẻ rộng khắp, các dịch vụ bưu chính có được một vị trí thuận lợi để đáp ứng các nhu cầu ngày càng cao và hỗ trợ thúc đẩy sự phát triển nền kinh tế mới.

Cơ hội để vận tải và chuyển phát hàng hoá tin cậy luôn luôn có nhưng nhiều giao dịch cứng có thể được gom lại trong quy trình nhận và đáp ứng. Hơn nữa, có nhiều cơ hội phi truyền thống mới cho giao tiếp bưu chính tồn tại trong quy trình này bao gồm việc thực hiện (thu gom, đóng gói và vận tải), kho vận và dây chuyền cung cấp. Các hoạt động này cũng thu thập được nhiều nguồn thông tin (theo dõi và giám sát, quản lý sáng kiến, hải quan và tư vấn chuyển phát tiên tiến) để đưa ra được các điểm tiếp cận hệ thống bưu chính tuyệt vời. Một chiến lược quan trọng cho các dịch vụ bưu chính sẽ là dự đoán được nhu cầu để tái thiết lại các dịch vụ hiện nay và để phát triển các dịch vụ mới để đáp ứng các nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng.

http://tieulun.hopto.org

Hạ tầng bưu chính vững chắc có thể hỗ trợ sự phát triển của nền kinh tế mới theo nhiều cách, chẳng hạn cung cấp các dịch vụ tài chính bưu chính hiệu quả và rộng khắp. Các dịch vụ này có thể hỗ trợ quy trình thanh toán mà đôi khi ảnh hưởng đến tốc độ và độ tin cậy trong việc đáp ứng yêu cầu. Thông qua việc thu gom dựa trên chuyển phát, các tài khoản chuyển khoản, và thanh toán trực tiếp tại các quầy giao dịch lẻ, hạ tầng bưu chính có thể thực hiện một kênh thanh toán an toàn, truy nhập mở cho các hoạt động TMĐT. Các dịch vụ bưu chính cũng có thể phục vụ như là "đối tác thứ ba tin cậy" để việc trao đổi hàng hoá và thanh toán giữa bên bán và bên mua được thực hiện nhanh, an toàn và tin cậy. Cuối cùng thông qua mạng lưới bán lẻ, ngành Bưu chính có thể tạo ra một điểm truy nhập vật lý vào thế giới Internet ảo cho các khách hàng tiềm năng một mặt nào đó đã bị đẩy ra khỏi phạm vi thương mại. Mở rộng phạm vi các hoạt động thương mại sẽ khuyến khích sự tăng trưởng kinh tế và sự phát triển bền vững. Tuy nhiên, bằng cách phục vụ như là một nút Internet để nghiên cứu, bán và nhận hàng hoá, các bưu cục có thể mở rộng đáng kể quy mô TMĐT.

Khái niệm bưu cục này, đặc biệt là ở các vùng nông thôn, giống như các "trung tâm truyền thông" chỉ mới xuất hiện nhưng tiềm năng mở rộng vai trò mới này cho mạng lưới bưu chính cũng như cơ hội để mở rộng các mối liên hệ giữa truyền thông số và vật lý là không hạn chế.

Các dịch vụ bưu chính đang nắm lấy các ưu điểm của các cơ hội này ...

Các dịch vụ bưu chính ở Canada, Đan Mạch, Pháp, Đức, Anh, Hà Lan, Mỹ và các nước công nghiệp hoá khác đang nhanh chóng nắm bắt ưu điểm của các cơ hội được đề cập

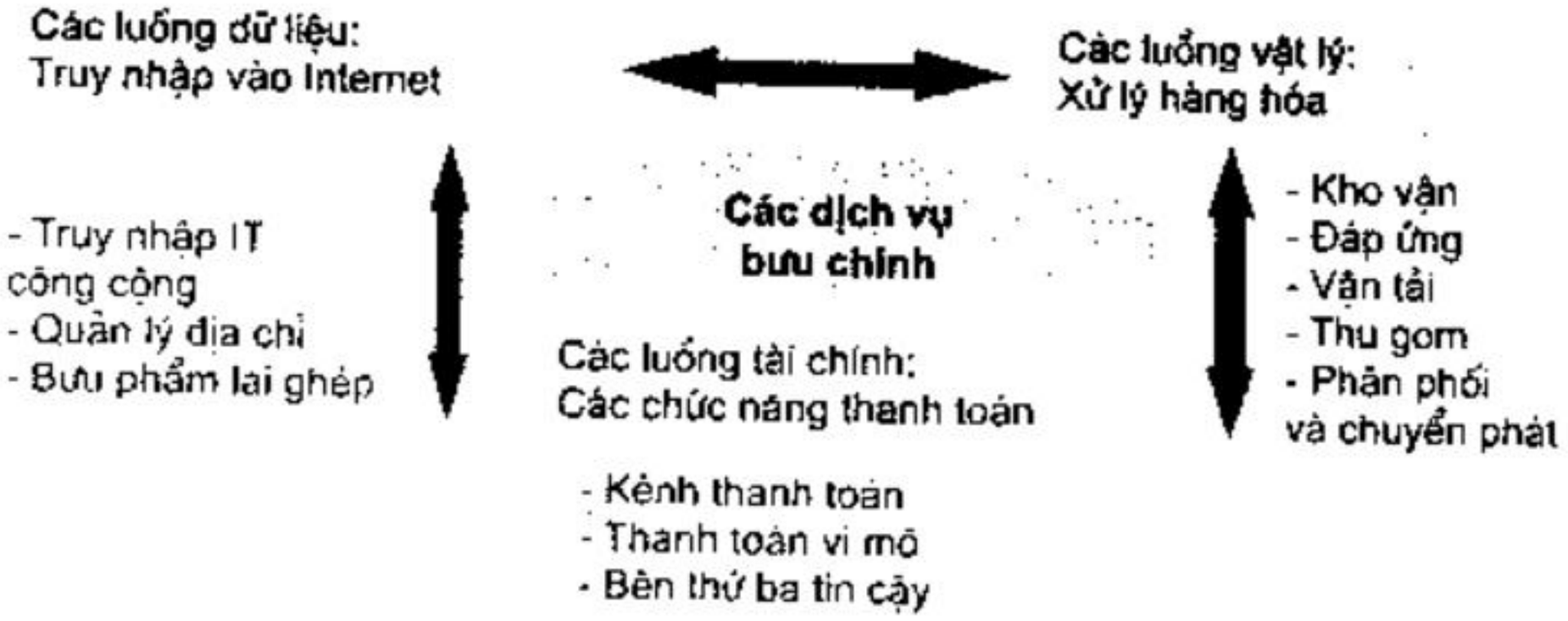
http://tieulun.hopto.org

trên đây. Bưu chính ở một số nước đã thiết lập sự bù lỗ để quản lý và khai thác sự phát triển của loại hình kinh doanh này. Tương tự như vậy, ngày càng có nhiều nước đang phát triển như Costa Rica, Ấn Độ và Indonesia đang tìm những con đường đi riêng để hưởng lợi từ kỷ nguyên số.

... nhưng phải khai thác vị trí riêng trong dây chuyền thông tin

Tuy nhiên, ngành Bưu chính có thể và phải làm nhiều hơn nữa để phát triển và đứng vững trong kỷ nguyên Internet. Quan trọng hơn Bưu chính cần phải khai thác vị trí tại điểm giao nhau giữa ba dòng chảy kinh tế lớn, được gọi là thông tin, hàng hoá và tiền tệ. Bằng cách lập ra các giải pháp tích hợp để quản lý các dòng chảy này, các dịch vụ bưu chính có thể trở thành một đối tác lớn trong nền kinh tế mới. Biểu đồ dưới đây sẽ cho thấy một số các ứng dụng bưu chính liên quan đến các dòng chảy kinh tế này (Hình 7.3).

Các dịch vụ bưu chính: có vị trí duy nhất để hỗ trợ nền kinh tế mới



Hình 7.3.

http://tieulun.hopto.org

Chìa khoá để xây dựng tương lai: nắm lấy những cơ bản ngay từ bây giờ

Cuối cùng, mở rộng vai trò của ngành Bưu chính để phù hợp với sự phát triển của kỷ nguyên Internet sẽ phải phụ thuộc vào khả năng của ngành Bưu chính để quản lý và điều hành mảng kinh doanh cốt lõi theo phương thức hiệu quả. Các dịch vụ bưu chính tin cậy và hiệu quả về chi phí là các dịch vụ tài chính bưu chính phải là nền tảng để xây dựng các cơ hội kinh doanh trong tương lai. Đối với các dịch vụ bưu chính ở nhiều nước đang phát triển, bước đi đầu tiên là thiết lập nền tảng các dịch vụ chính tin cậy này trong khi đồng thời tìm kiếm nhiều cơ hội để tương tác với các công nghệ số mới. Ví dụ như Costa Rica, Indonesia, Tanzania, Trinidad và Tobago, khu vực Trung và Đông Âu cho thấy mục tiêu này có thể đạt được thông qua cải cách bưu chính được kế hoạch một cách chi tiết và triển khai mạnh mẽ.

http://tieulun.hopto.org

PHỤ LỤC 1
CÁC ĐỊNH NGHĨA

THƯƠNG MẠI HÓA

Thương mại hóa là một quá trình giới thiệu các nguyên tắc thị trường cho các cơ quan bưu chính. Những nguyên tắc như vậy thường bao gồm cả việc cung cấp các dịch vụ thỏa mãn khách hàng và đạt được thu nhập tài chính hợp lý. Do vậy chi phí, thanh toán, tài chính, tiếp thị và lập kế hoạch chiến lược là những chức năng chính của một doanh nghiệp thương mại và cũng được giới thiệu hoặc được củng cố ở khởi điểm của quá trình cải cách để đặt bưu chính trên một nền tảng thương mại.

CÔNG TY HÓA

Công ty hóa là quá trình cho phép các cơ quan bưu chính một địa vị pháp lý độc lập và buộc họ vào những yêu cầu pháp lý tương tự như là các công ty tư nhân. Do vậy một thực thể phải tuân thủ các luật thuế và thương mại, tiêu chuẩn kế toán, luật lao động đã được thừa nhận... Quan trọng hơn, sự chia sẻ rõ ràng các trách nhiệm sở hữu và quản lý (thông qua một Ban giám đốc hoặc cơ quan khác) làm cho dịch vụ bưu chính ít bị chi phối bởi ảnh hưởng của chính phủ. Quá trình này nâng cao sự chủ động trong quản lý bằng cách tách dịch vụ bưu chính khỏi những áp lực và những ràng buộc phi thương mại. Nó cũng phân định vai trò của chính phủ như là

http://tieulun.hopto.org

người sở hữu doanh nghiệp, khác biệt với hoạt động của doanh nghiệp. Tuy nhiên, sự chủ động trong quản lý và trong tổ chức không ngụ ý sự tự do hoàn toàn. Chính phủ với tư cách là chủ sở hữu công ty, tiếp tục thiết lập các chính sách và các mục tiêu thuộc ngành trong khi lập kế hoạch và triển khai chi tiết dịch vụ cho công ty. Bên cạnh đó, doanh nghiệp chịu sự giám sát về mặt pháp lý.

TOÀN CẦU HÓA

Toàn cầu hóa liên quan đến các quá trình thay đổi kinh tế và xã hội phức tạp ảnh hưởng tới các doanh nghiệp, các nước và các tổ chức quốc tế.

"...vô số sự liên kết và các quan hệ vượt quá khuôn khổ quốc gia (và bởi sự gắn kết của nhiều xã hội) để làm nên một hệ thống thế giới hiện đại. Nó quy định một quá trình qua đó các sự kiện, các quyết định, và các hoạt động ở một vùng trên thế giới có những ảnh hưởng đáng kể cho các cá nhân và các cộng đồng ở những vùng khá khác nhau trên thế giới"

(Nguồn: A Global Society)

Thuật ngữ này thường xuyên liên quan tới việc mở rộng các doanh nghiệp đa quốc gia thâm nhập vào các thị trường bên ngoài một nước nào đó và trong các hoạt động cạnh tranh với các đối thủ cả trong nước và quốc tế.

Thúc đẩy thương mại quốc tế, sự tăng trưởng trong đầu tư nước ngoài và sự xuất hiện của các liên minh vùng như Liên minh châu Âu là xúc tác toàn cầu hóa. Các nhà sản xuất lớn trong nước hiện nay cần phải mở rộng sự tập trung. Họ phải toàn cầu hóa để nắm lấy các cơ hội để giảm chi phí hơn nữa và tăng cường sự kinh doanh và nếu họ không làm như vậy

http://tieulun.hopto.org

họ sẽ để tuột mục tiêu cho đối thủ nắm lấy các nguồn lực trong việc tìm kiếm lợi nhuận tài chính cao hơn.

Nói một cách đơn giản, với việc không quan tâm tới đường biên giới quốc gia, các nhà sản xuất tầm cỡ thế giới sẽ mở rộng sự tập trung để vượt qua các cơ hội thị trường ở bất cứ đâu. Kết quả là, các nhà sản xuất cho đến nay đã tập trung vào riêng thị trường của họ có thể ở vào một bất lợi cạnh tranh liên quan đến các đối thủ mới xuất hiện. Sự cạnh tranh nhìn chung sẽ được đẩy lên cao hơn, và các nhà sản xuất trong nước sẽ phải đối phó với tình huống mới. Toàn cầu hóa sẽ là phương thức để thay đổi những động cơ kiểu này.

Toàn cầu hóa không được giới hạn bởi thế giới đã phát triển - nó thực sự là một xu hướng trên toàn thế giới.

MỞ CỬA

Thuật ngữ này ngụ ý việc từ bỏ các rào cản để cạnh tranh, và thường được sử dụng liên quan đến các thị trường vẫn có những đặc điểm độc quyền hoặc chống cạnh tranh.

Thuật ngữ được sử dụng để chỉ rõ một hoạt động tiến tới cạnh tranh hoàn toàn (việc thực thi từng bước) hoặc từ bỏ các rào cản cạnh tranh trên một thị trường.

PHI ĐIỀU TIẾT

Phi điều tiết về nghĩa đen là bãi bỏ sự điều tiết. Tuy nhiên, trong bối cảnh cải cách bưu chính phi điều tiết đôi khi được sử dụng lỏng lẻo để cho thấy việc giảm, hoặc từ bỏ các dịch vụ dành riêng được pháp luật bảo hộ (độc quyền).

Liên quan đến tình hình bưu chính ở đó việc đạt được các mục tiêu xã hội như dịch vụ phổ cập có thể là một phần của chính sách chính phủ, việc bãi bỏ độc quyền có thể xảy ra

http://tieulun.hopto.org

cùng với việc cấp phép của các nhà khai thác (quy định). Mục đích cấp phép có thể là để đảm bảo rằng dịch vụ phổ cập được đảm bảo và/hoặc những sự đóng góp vào chi phí dịch vụ phổ cập được đảm bảo tính công bằng giữa các nhà khai thác cạnh tranh.

CỔ PHẦN HÓA

Tư nhân hóa là thuật ngữ được áp dụng để thay đổi từ sự sở hữu doanh nghiệp công sang doanh nghiệp tư nhân. Ví dụ, ở Hà Lan, các thị phần ở KPN, Bưu chính nhà nước Hà Lan và công ty Viễn thông được thả nổi trên thị trường chứng khoán Amsterdam vào tháng 6/1994. Các công ty TNHH được thành lập như là một phần trong chuỗi cải cách bưu chính ở đất nước này.

Thuật ngữ cổ phần hóa cũng được sử dụng để chỉ sự cho phép khu vực tư nhân thầu (hoặc ngoại lực) hoạt động mà trước đây diễn ra trong khu vực công. Hiểu theo khái niệm này thì việc sở hữu doanh nghiệp vẫn nằm dưới sự quản lý của khu vực công, công việc sẽ là phải chuyển đổi sang khu vực tư nhân. Trong khi có một số trường hợp chuyển đổi sở hữu sang khu vực tư nhân, cổ phần hóa theo kiểu đấu thầu vẫn còn nhiều khúc mắc trong cải cách bưu chính (doanh nghiệp) những năm gần đây.

CẢI CÁCH DOANH NGHIỆP

Cải cách doanh nghiệp liên quan đến các chương trình được triển khai mà chủ yếu do doanh nghiệp tiến hành với một định hướng thương mại hơn. Trong thương mại hóa, các nguyên tắc thị trường được áp dụng cho một thực thể, trong khi đó công ty hóa cho phép sự chuyển đổi hợp pháp tùy thuộc vào thực thể đối với các yêu cầu hợp pháp của một công

http://tieulun.hopto.org

ty tư nhân. Một sự chuyển đổi như vậy có thể là một điều kiện hiệu quả cho phép sự thay đổi.

(Nguồn: WB, UPU)

http://tieulun.hopto.org

PHỤ LỤC 2
MỘT SỐ THÔNG TIN CHUNG VỀ BƯỰ CHÍNH

1. NHỮNG THÔNG TIN CHUNG

Khu vực và dân số

Nguồn của những số liệu thống kê ở trong cuốn sách này về khu vực và dân số là của Uỷ ban thống kê của Liên hiệp quốc, cụ thể là trong cuốn thống kê hàng năm, Bản tin thống kê hàng tháng và Cẩm nang số liệu thống kê thế giới.

Tỷ giá trao đổi

Để so sánh các số liệu giữa các quốc gia, tất cả những thông tin tài chính được đề cập trong cuốn sách này là thuật ngữ các thông số minh họa cụ thể SDR (Special Drawing Rights). SDR là đơn vị tính toán của Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF).

Tỷ giá được sử dụng là tỷ giá trung bình vào cuối một kỳ hạn, được lấy từ số liệu thống kê tài chính của IMF.

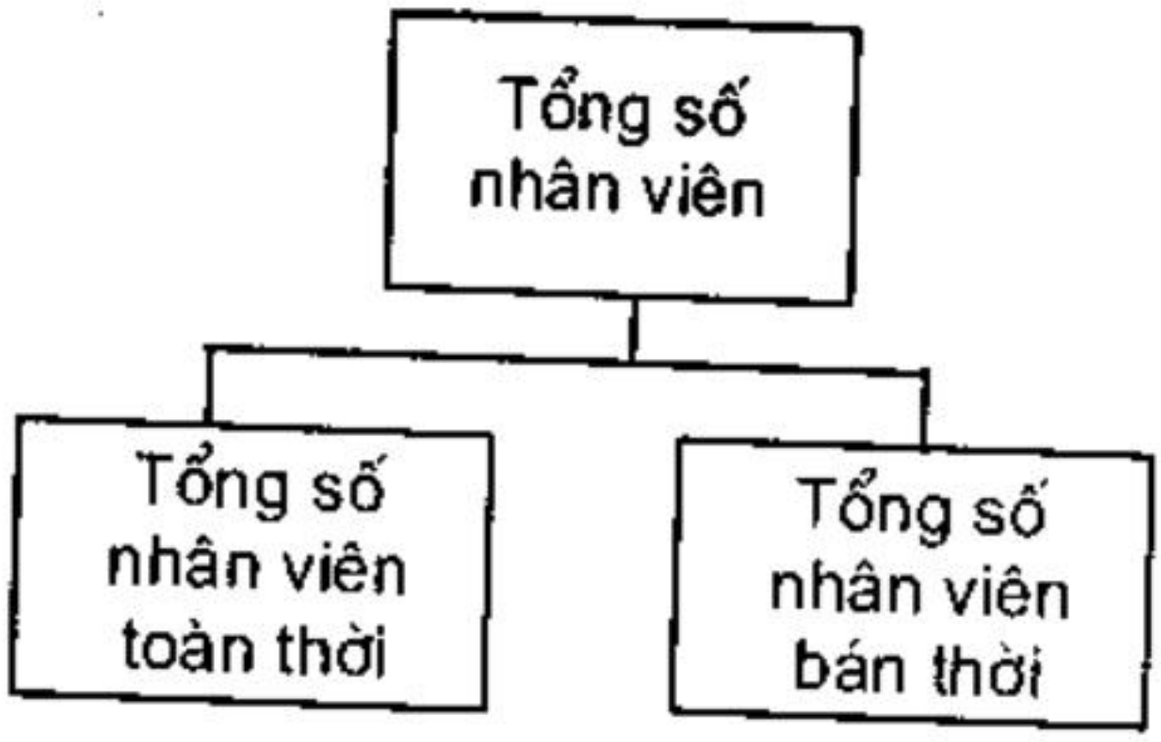
2. NHÂN SỰ

Ở phần lớn các cơ quan Bưu chính các nước, nhân sự bưu chính bao gồm có nhân sự làm việc toàn thời và bán thời:

Tổng số nhân viên bưu chính được tính là tổng số nhân viên toàn thời và bán thời. Đây là một chỉ số số lượng người

http://tieulun.hopto.org

lao động thực tế được các cơ quan bưu chính tuyển dụng và không phải là số người mà ngành Bưu chính đã tuyển dụng đủ (nhân viên toàn thời).



Nhân viên toàn thời có thể được xác định hoặc không xác định là nhân viên toàn thời theo hợp đồng ký với ngành Bưu chính và thực hiện các chức năng trong thời gian làm việc theo quy định.

Nhân viên bán thời làm việc với khoảng thời gian ít hơn nhân viên toàn thời. Theo một số thống kê thì đôi khi cả hai trường hợp nhân viên toàn thời và bán thời có thời gian làm việc gần như nhau.

Các cơ quan bưu chính tuyển dụng lao động thời vụ trong các ngày lễ hoặc trong những dịp đặc biệt không được tính là nhân viên bưu chính.

Đối với một số cơ quan bưu chính, số lượng nhân viên bưu chính không thể được quyết định riêng. Trong những trường hợp đó, cũng giống như các đơn vị viễn thông.

3. SỰ HÌNH THÀNH CÁC ĐƠN VỊ BƯU CHÍNH

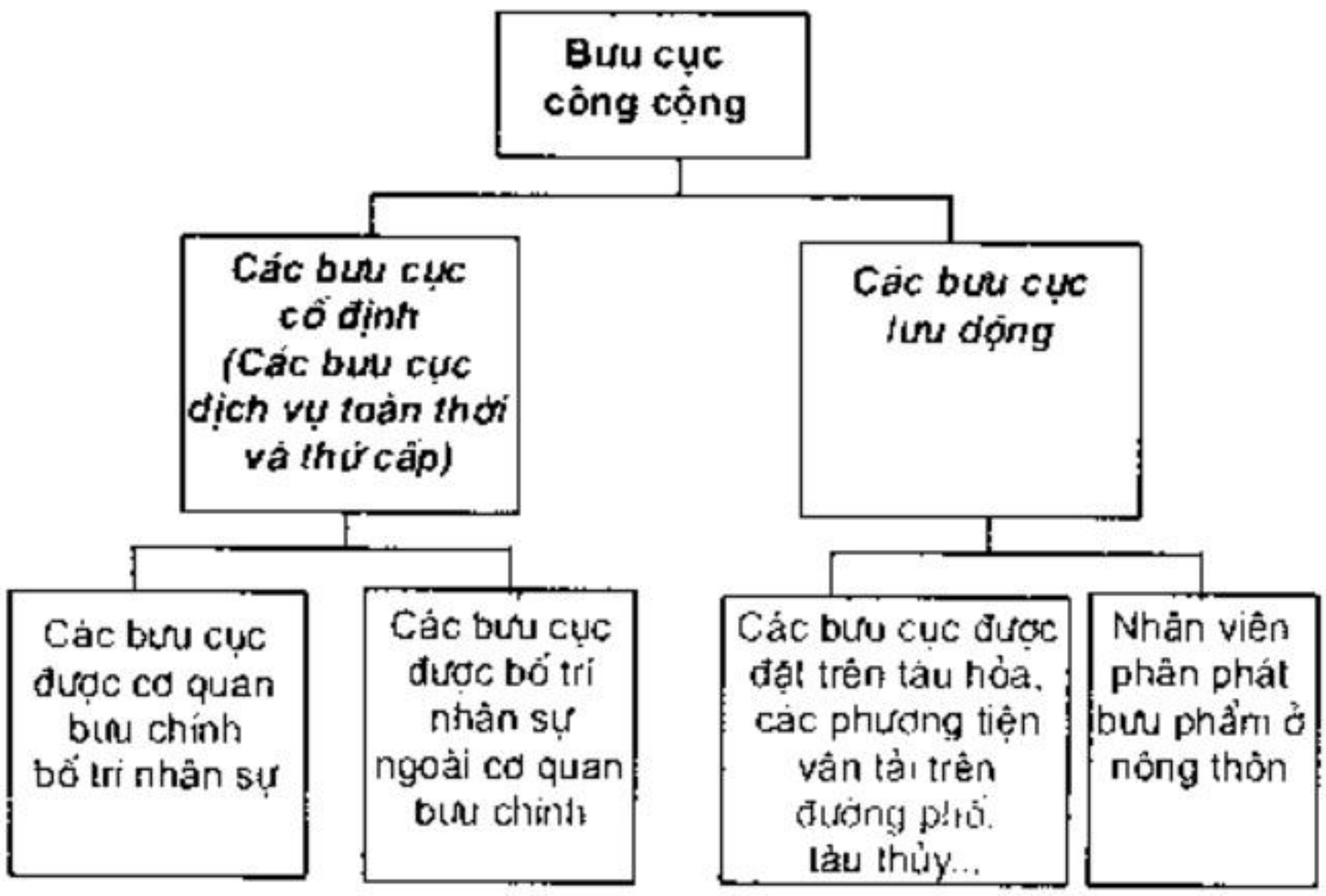
Các đơn vị bưu chính có thể được phân chia thành hai loại: bưu cục công cộng dành cho tất cả mọi người và một loại bưu cục đóng không mở cửa cho công chúng.

http://tieulun.hopto.org

Bưu cục công cộng

Các đơn vị bưu chính mở cửa cho công chúng là những bưu cục mà khách hàng có thể tiếp cận với các dịch vụ bưu chính. Bưu cục loại này được bố trí một đội ngũ nhân viên bưu chính của đơn vị bưu chính hoặc một số người không thuộc cơ quan bưu chính, và họ được bố trí cố định hoặc lưu động.

Các bưu cục công cộng bao gồm nhiều loại bưu cục được thể hiện ở biểu đồ sau:



Các bưu cục cố định

Tất cả các bưu cục này luôn mở cửa cho công chúng và nằm ở những địa điểm cố định. Các bưu cục cố định bao gồm các bưu cục được bố trí một đội ngũ nhân viên của cơ quan bưu chính và một số bưu cục được bố trí nhân viên được thuê ở bên ngoài. Các bưu cục được bố trí nhân viên của cơ quan bưu chính có thể là các bưu cục có đầy đủ các dịch vụ bưu chính hoặc là các bưu cục phụ thuộc. Các bưu cục có đầy đủ các dịch vụ bưu chính là những bưu cục, theo nguyên tắc, các

http://tieulun.hopto.org

khách hàng có thể tiếp cận với tất cả các dịch vụ bưu chính. Tiêu chuẩn này cũng bao gồm cả những phân đoạn của các bưu cục trao đổi hoặc các bưu cục chia chọn cung cấp các dịch vụ tương tự. Các bưu cục phụ thuộc nhìn chung có ít dịch vụ hơn, theo nguyên tắc, tuân thủ hoạt động của một bưu cục lớn hơn.

Các bưu cục do cơ quan bưu chính bố trí người thuê bên ngoài là những bưu cục thực hiện các dịch vụ bán hàng bưu cục trên cơ sở hợp đồng với cơ quan bưu chính.

Các bưu cục lưu động

Các bưu cục lưu động là các bưu cục được đặt trên tàu hỏa, các phương tiện vận tải trên đường phố, tàu thủy... phục vụ những nơi không có bưu cục cố định. Tiêu chuẩn này cũng phải kể đến đội ngũ phân phát bưu phẩm ở nông thôn cung cấp các dịch vụ giống như các dịch vụ bán hàng của một bưu cục.

Người sử dụng có thể nhờ các bưu cục lưu động gửi bưu kiện, thư tín hoặc các bưu phẩm chuyển phát nhanh hoặc thực hiện thanh toán.

Các bưu cục chấp nhận giao dịch tài chính

Các bưu cục thực hiện giao dịch tài chính gồm các bưu cục cố định, lưu động và đội ngũ phân phát cung cấp dịch vụ tài chính (chuyển tiền, COD, chuyển khoản, thanh toán...).

Các bưu cục không mở cửa cho công chúng

Các bưu cục không mở cửa cho công chúng là những bưu cục thực hiện các hoạt động bưu chính không liên quan tới việc giao tiếp với khách hàng.

http://tieulun.hopto.org

Các trung tâm chia chọn

Các trung tâm chia chọn bao gồm các bưu cục mà hoạt động chính của nó là chia chọn.

4. CÁC KẾT QUẢ TÀI CHÍNH

Để đảm bảo sự so sánh giữa các số liệu, các kết quả tài chính được đưa dưới dạng SDR cho tất cả các nước. Tỷ lệ trao đổi được sử dụng để quy đổi số liệu.

Dưới đây là liệt kê tất cả các lợi nhuận hoạt động:

- Thu nhập từ các loại dịch vụ: cước phí bưu chính (tem, dấu in tem...), thu nhập từ các hoạt động vận tải hành khách, dịch vụ séc chuyển khoản và dịch vụ tiết kiệm bưu chính ngân hàng;
- Tiền công cho vận tải và chuyển phát bưu phẩm quốc tế;
- Tiền từ các nhà khai thác công cộng hoặc phi bưu chính tư nhân (ví dụ như công ty cầu đường, đường sắt hoặc các công ty vận tải biển);
- Thu nhập từ các chi nhánh khác nhau của Nhà nước, cộng đồng, công chúng hoặc các cơ quan tư nhân.
- Các loại thu nhập khác (ví dụ, các chính sách bảo hiểm do cơ quan bưu chính bán).

Chi phí cho các hoạt động Bưu chính gồm:

- Mua các tài sản hữu hình (gồm các thiết bị vận tải, tin học, các phương tiện dịch vụ bưu chính ủy thác khác (thiết bị ủy thác cho các bưu cục trao đổi, hoặc trung tâm chia chọn...), nhà cửa, đất đai;
- Mua các tài sản vô hình (giấy phép, bằng sáng chế);
- Các chi phí cho nhân viên, tiền thưởng, tiền lương, thuế trả lương cho nhân viên...

http://tieulun.hopto.org

- Sự sụt giá của các tài sản hữu hình (nợ nần);
- Cước phí vận tải thư trong nước và quốc tế thanh toán cho các bên thứ ba (ví dụ như công ty cầu đường, đường sắt, các công ty vận tải biển và hàng không);
- Tiền trả cho các nhà khai thác công cộng hoặc tư nhân, trong đó có hội phí theo từng quý và các tỷ lệ trả cho các nhà khai thác bưu chính khác;
- Các khoản thanh toán cho các bên (như nhà nước, cộng đồng, công chúng hoặc các cơ quan tư nhân).

Các thông tin tài chính được từng cơ quan bưu chính cung cấp rõ ràng là những kết quả từ việc ứng dụng các tiêu chuẩn thanh toán được nhà khai thác bưu chính áp dụng. Tuy nhiên, những tiêu chuẩn thanh toán này thay đổi đáng kể ở mỗi nước, và rất khó để so sánh các thông tin tài chính do các nhà khai thác bưu chính công cộng khác nhau công bố.

5. THU NHẬP TỪ CÁC SẢN PHẨM BƯU CHÍNH

Hiện nay có sự sụt giảm tổng thu nhập từ sản phẩm bưu chính: bưu phẩm thư, bưu kiện và các dịch vụ ủy thác, các dịch vụ tài chính bưu chính, các nguồn lợi nhuận khác.

6. CHUYỂN PHÁT

Tổng dân số có thể được phân loại thành ba nhóm theo ba dịch vụ phân phát của người nhận:

- Người dân được phát bưu phẩm tại nhà
- Người dân phải thu gom bưu phẩm từ một cơ quan bưu chính
- Người dân không có sự phục vụ phân phát bưu phẩm.

http://tieulun.hopto.org

7. BƯU PHẨM THƯ

Khối lượng bưu phẩm thư mà mỗi cơ quan bưu chính phải xử lý là:

- Dịch vụ bưu phẩm thư trong nước
- Dịch vụ bưu phẩm thư quốc tế - gửi đi nước ngoài
- Dịch vụ thư quốc tế : bưu phẩm thư từ nước ngoài gửi về

Các định nghĩa các dịch vụ và các tiêu chí bưu phẩm được đề cập trong cuốn *Chỉ dẫn bưu phẩm thư* (2001) và được trình bày dưới đây áp dụng cho các dịch vụ thư quốc tế. Đối với dịch vụ thư trong nước, cơ quan bưu chính các nước có trách nhiệm thiết lập các quy tắc và các điều kiện quản lý sự phân loại các bưu phẩm và hoạt động của các dịch vụ bưu chính.

Các bưu phẩm thư (hoặc các bưu phẩm mang tính chất quan hệ) về cơ bản bao gồm thư tín, bưu thiếp, văn bản in ấn (báo chí, ấn phẩm định kỳ, quảng cáo...), bưu kiện nhỏ, học phẩm người mù áp dụng cho dịch vụ thư trong nước, văn bản thương mại, các mẫu hàng hóa, các bưu kiện "bưu phẩm có tiếng nói", các bưu kiện bưu chính...

Những bưu phẩm này có thể được xử lý đặc biệt, như là các bưu phẩm được chấp nhận miễn phí, các bưu phẩm ghi số và khai giá.

Cuốn Chỉ dẫn bưu chính định nghĩa tổng hợp khái niệm bưu phẩm thư:

http://tieulun.hopto.org

Điều 10 (trích dẫn)

(...)

Bưu phẩm thư - Các dịch vụ cơ bản

2. Các bưu phẩm thư sẽ được phân loại theo một trong hai hệ thống sau. Cơ quan bưu chính mỗi nước sẽ tự lựa chọn hệ thống mà áp dụng cho khối lượng đi xa.

3. Hệ thống đầu tiên sẽ được dựa trên tốc độ xử lý của các bưu phẩm. Sau đó sẽ được chia thành như sau:

3.1. Các bưu phẩm ưu tiên, ví dụ bưu phẩm được vận chuyển bằng tuyến nhanh nhất (hàng không hoặc đường biển) có ưu tiên; các giới hạn mức trọng lượng: thông thường là 2kg nhưng có thể được tăng lên 5kg nếu bưu phẩm được trao đổi dựa trên quy định không bắt buộc giữa Bưu chính các nước chấp nhận các bưu phẩm như vậy của khách hàng, 5kg cho các bưu phẩm bao gồm sách và sách nhỏ bìa mềm (dịch vụ tùy chọn), 7kg cho học phẩm người mù;

3.2. Các bưu phẩm không được ưu tiên, ví dụ các bưu phẩm cho người gửi chọn mức cước thấp hơn, thời gian phát dài hơn; các giới hạn trọng lượng: tương tự như trên.

4. Hệ thống thứ hai sẽ được dựa trên các nội dung của các bưu phẩm và được phân chia làm hai loại:

4.1. Bưu phẩm và bưu thiếp, gộp lại gọi là "LC" (thư); giới hạn trọng lượng: 2kg, nhưng 5kg nếu mối quan hệ giữa các cơ quan bưu chính mỗi nước chấp nhận bưu phẩm như vậy của khách hàng.

4.2. Các giấy tờ in ấn, học phẩm người mù và các bưu kiện nhỏ cộng với các bưu gửi khác (gọi là AO); các giới hạn trọng lượng: 2kg cho các gói nhỏ, nhưng có thể lên tới nếu bưu

http://tieulun.hopto.org

phẩm được trao đổi dựa trên quy định không bắt buộc giữa Bưu chính các nước chấp nhận bưu phẩm như vậy của khách hàng, 5kg cho các giấy tờ in ấn, 7kg cho học phẩm người mù.

Điều RE 203 (trích dẫn)

Các giới hạn kích cỡ của bưu phẩm thư

1. Các giới hạn kích cỡ của bưu phẩm thư khác với bưu thiếp và điện tín được chỉ ra dưới đây:

1.1. Kích thước tối đa: chiều dài, chiều rộng và độ dày kết hợp là: 900mm, nhưng kích thước lớn nhất không được vượt quá 600mm, với một dung sai khoảng 2mm.

Nếu là hình tròn: chiều dài cộng với hai lần đường kính là 1040mm, nhưng kích thước lớn nhất không được vượt quá 900mm, với dung sai 2mm.

1.2. Kích thước tối thiểu: có bề mặt không được vượt quá 90 x 140mm, dung sai 2mm.

Nếu là hình tròn: chiều dài cộng với hai lần đường kính là 170mm, nhưng kích thước lớn nhất không được vượt quá 100mm.

2. Các giới hạn kích thước của các bưu phẩm như sau:

2.1. Kích thước tối đa: 120 x 235mm, với dung sai 2mm;

2.2. Kích thước tối thiểu: 90 x 140mm, với dung sai 2mm;

Chiều dài ít nhất phải bằng với độ rộng được nhân với $\sqrt{2}$

(...)

http://tieulun.hopto.org

Số lượng bưu phẩm thư

Tổng khối lượng bưu phẩm, theo nguyên tắc, bao gồm cả bưu phẩm thường và bưu phẩm được xử lý đặc biệt (bưu phẩm ghi số, thư bảo đảm, báo chí) cũng như các bưu phẩm quảng cáo và bưu phẩm lai ghép. Tuy nhiên, chỉ từ năm 2001 các cơ quan bưu chính các nước được yêu cầu chỉ định rõ các loại bưu phẩm khác nhau này được gộp vào dịch vụ bưu phẩm thư trong nước và dịch vụ bưu phẩm thư gửi ngoài nước.

Cũng từ năm 2001, các loại bưu phẩm khác không được tính vào trong dịch vụ bưu phẩm thư gửi đi nước ngoài và thư nhận từ nước ngoài cũng đã được tính gộp.

Bưu phẩm ghi số

Bưu phẩm ghi số là những bưu phẩm mà người gửi yêu cầu được chuyển phát tới người gửi có biên lai.

Những điều kiện chung quản lý các bưu phẩm ghi số được quy định trong điều 13 của cuốn *Chỉ dẫn bưu phẩm thư.*

Điều 13 (trích dẫn)

Bưu phẩm ghi số:

1. Bưu phẩm thư có thể được gửi giống như bưu phẩm ghi số.

2. Cước cho bưu phẩm thư ghi số sẽ được trả trước. Cước phí này được hình thành từ cước phí bưu chính và từ một cước phí ghi số trả trước, số lượng tối đa của cước phí được quy định trong các Quy định về bưu phẩm thư.

(...)

http://tieulun.hopto.org

Khối lượng bưu phẩm ghi số cũng nằm trong các dịch vụ: bưu phẩm thư trong nước, bưu phẩm thư gửi đi nước ngoài và nhận từ nước ngoài.

Thư bảo đảm

Thư bảo đảm là thư chứa những tài liệu, những văn bản hoặc những bài báo có giá trị cũng như các bưu kiện có thể được trao đổi với sự bảo hiểm về nội dung giá trị do người gửi khai báo.

Những điều khoản chung quản lý bưu phẩm bảo đảm được quy định trong điều 15 của *Cuốn chỉ dẫn bưu phẩm thư.*

Điều 15 (trích dẫn)

Bưu phẩm bảo đảm:

1. Bưu phẩm ưu tiên hoặc không ưu tiên và thư có những tài liệu, các văn bản hoặc các bài báo giá trị cũng như các bưu kiện có thể trao đổi với sự bảo đảm về nội dung được người gửi khai báo. Sự trao đổi này sẽ được hạn chế với các mối quan hệ giữa các cơ quan bưu chính, thông báo họ chấp nhận các bưu phẩm như vậy hai chiều hoặc chỉ một chiều.

2. Theo nguyên tắc, lượng giá trị được đảm bảo sẽ không bị giới hạn. Tất cả các cơ quan bưu chính có thể giới hạn giá trị được đảm bảo, do đó tùy thuộc sự liên quan.

3. Cước phí cho bưu phẩm được đảm bảo sẽ được trả trước. Cước phí này bao gồm:

3.1. Đối với các bưu phẩm thư sẽ là cước phí tem thường, cước phí ghi số cố định được trả theo điều 13.2.

(...)

http://tieulun.hopto.org

Bưu phẩm quảng cáo

Bưu phẩm quảng cáo có nghĩa là bưu phẩm tiếp thị trực tiếp và có nội dung được in ấn gửi không có địa chỉ ("tất cả các thùng thư" hoặc "có mục tiêu").

Bưu phẩm lai ghép

Bưu phẩm lai ghép là bưu phẩm ban đầu do một khách hàng gửi tin nhắn bằng thư điện tử đến bưu cục; sau đó bưu cục in ra, gửi và phát tới một địa chỉ cụ thể (dịch vụ thư trong nước và dịch vụ gửi đi quốc tế).

8. CÁC BƯU KIỆN BƯU CHÍNH

Cuốn *Chỉ dẫn Bưu kiện* (2001) đưa ra các định nghĩa áp dụng cho dịch vụ quốc tế và các nguyên tắc chung quản lý trao đổi bưu kiện bưu chính quốc tế. Cơ quan bưu chính từng nước có trách nhiệm thiết lập các nguyên tắc và các điều kiện quản lý bưu kiện bưu chính trong nước mình.

Điều 10 (trích dẫn)

Các dịch vụ cơ bản:

(...)

6. Có thể thực hiện trao đổi bưu kiện có trọng lượng riêng vượt 20kg, và tối đa là 50kg.

(...)

Điều RE (trích dẫn)

Các giới hạn kích thước:

1. Bưu kiện không được vượt quá 2m cho bất cứ một kích

http://tieulun.hopto.org

thước nào hoặc 3m cho tổng chiều dài và chu vi lớn nhất được đo ở một phương diện khác với chiều dài.

2. Các cơ quan bưu chính không thể nhận, bất kỳ bưu kiện nào hoặc chỉ các bưu kiện gửi hàng không, các kích cỡ được mô tả theo quy định 1, có thể nhận 1 trong những kích thước sau:

2.1. 1,5m cho bất kỳ kích thước nào hoặc 3m cho tổng chiều dài và chu vi lớn nhất được đo theo phương diện khác với chiều dài;

2.2. 1,05m cho bất kỳ một kích thước nào hoặc 2m cho tổng chiều dài và chu vi lớn nhất được đo ở một phương diện khác với chiều dài.

3. Các bưu kiện sẽ không được nhỏ hơn kích cỡ tối thiểu được quy định cho thư tín.

(...)

Các giới hạn trọng lượng và kích cỡ để phân biệt bưu kiện bưu chính với "các gói nhỏ" tuân theo các bưu phẩm thư tín, các điều kiện mà đã được quy định trong cuốn Chỉ dẫn bưu phẩm thư.

Cuốn Chỉ dẫn này đề cập đến các dịch vụ đa dạng như sau: bưu kiện gửi bằng đường hàng không, bưu kiện được bảo đảm, bưu kiện chuyển phát nhanh, bưu kiện chuyển phát có thu phí và miễn phí, bưu kiện dễ vỡ, bưu kiện cồng kềnh và các bưu kiện chuyển tiền.

Có hai tiêu chí bưu kiện được đề cập là bưu kiện thường và bưu kiện được đảm bảo.

http://tieulun.hopto.org

Bưu kiện thường

Tất cả các bưu kiện mà giá trị của nó không được khai báo được xem như là "bưu kiện thường".

Bưu kiện được đảm bảo

Các điều khoản liên quan đến bưu kiện được đảm bảo được quy định trong Điều 15 của cuốn Chỉ dẫn bưu phẩm bưu kiện.

Điều 15 (trích dẫn)

Bưu kiện được đảm bảo:

1. (...) Các bưu kiện được trao đổi có sự đảm bảo nội dung giá trị được người gửi khai báo. Sự trao đổi này sẽ được hạn chế bởi các mối quan hệ giữa cơ quan bưu chính các nước cho phép nhận những bưu phẩm như vậy, có thể hai chiều hoặc chỉ một chiều.

2. Theo nguyên tắc, lượng giá trị được đảm bảo sẽ được giới hạn. Cơ quan bưu chính mỗi nước có thể giới hạn giá trị được đảm bảo mà nội dung có liên quan, đến một lượng nội dung có thể ít hơn do các quy định thiết lập. Tuy nhiên, giới hạn giá trị được bảo đảm được chấp nhận trong dịch vụ nội bộ sẽ được áp dụng chỉ khi nếu nó bằng hoặc cao hơn lượng nội dung được bảo đảm được quy định cho việc mất bưu kiện trọng lượng là 1kg. Lượng tối đa sẽ được thông báo bằng chỉ số SDR cho các nước thành viên của Liên minh.

3. Cước phí cho các bưu phẩm được đảm bảo sẽ được trả trước. Cước phí này được hình thành từ cước phí cơ bản, một cước phí gửi lựa chọn và cước phí bảo đảm thường.

(...)

http://tieulun.hopto.org

9. CÁC DỊCH VỤ TÀI CHÍNH BƯU CHÍNH

Phần này sẽ đề cập đến các dịch vụ tài chính cơ bản được các cơ quan bưu chính triển khai, ví dụ như chuyển tiền, chuyển khoản và tiết kiệm ngân hàng hoặc các dịch vụ ngân hàng bưu chính.

Dịch vụ chuyển tiền

Các dịch vụ tài chính mà các nước thống nhất thực hiện trong các mối quan hệ hai chiều được thỏa thuận các dịch vụ thanh toán bưu chính quản lý.

Điều 2 định nghĩa các sản phẩm khác nhau có thể được cung cấp.

Cuốn chỉ dẫn các dịch vụ thanh toán bưu chính - Thỏa thuận các dịch vụ thanh toán bưu chính - Điều 2

Các sản phẩm được cung cấp:

1. Chuyển tiền .

1.1. Người gửi gửi tiền tại quầy giao dịch của bưu cục hoặc yêu cầu tài khoản chuyển khoản bưu chính được ghi vào sổ nợ và yêu cầu thanh toán bằng tiền mặt cho người được trả tiền.

1.2. Người gửi gửi tiền tại quầy giao dịch của bưu cục và yêu cầu tiền được trả vào tài khoản chuyển khoản của người được trả tiền và vào các loại tài khoản khác do các cơ quan bưu chính triển khai.

2. Sự chuyển nhượng

2.1. Người có tài khoản chuyển khoản đề nghị một lượng tiền được gửi vào tài khoản của người gửi và chuyển vào tài khoản chuyển khoản của người được nhận tiền, đến các loại

http://tieulun.hopto.org

tài khoản khác do các cơ quan bưu chính thực hiện hoặc đến tài khoản ngân hàng hiện nay của người được nhận tiền thông qua cơ quan nhận.

(...)

Sau đây là các thống kê về các dịch vụ tài chính:

Dịch vụ chuyển tiền thường

Người thực hiện dịch vụ chuyển tiền thường gửi tiền tại các quầy bưu cục và yêu cầu gửi tiền cho người nhận bằng tiền mặt.

Số và lượng yêu cầu chuyển tiền tuân theo các dịch vụ:

- Số yêu cầu chuyển tiền được thực hiện theo dịch vụ trong nước
- Số yêu cầu chuyển tiền được thực hiện theo dịch vụ gửi quốc tế
- Số yêu cầu chuyển tiền nhận được theo dịch vụ nhận quốc tế
- Lượng yêu cầu chuyển tiền được thực hiện theo dịch vụ trong nước
- Lượng yêu cầu chuyển tiền được thực hiện theo dịch vụ gửi quốc tế
- Lượng yêu cầu chuyển tiền được thực hiện theo dịch vụ nhận quốc tế

Dịch vụ chuyển tiền thanh toán nội bộ

Người gửi gửi tiền tại các quầy bưu cục và yêu cầu tiền này được gửi vào tài khoản chuyển khoản của người nhận hoặc các loại tài khoản khác, phụ thuộc vào thỏa thuận đạt được giữa các cơ quan bưu chính liên quan.

http://tieulun.hopto.org

Số và lượng yêu cầu chuyển tiền thanh toán nội bộ tuân theo các dịch vụ:

- Số yêu cầu chuyển tiền nội bộ được thực hiện theo dịch vụ trong nước.
- Số yêu cầu chuyển tiền nội bộ được thực hiện theo dịch vụ gửi quốc tế.
- Số yêu cầu chuyển tiền nội bộ được thực hiện theo dịch vụ nhận quốc tế.
- Lượng yêu cầu thanh toán tiền nội bộ được nhận theo dịch vụ nhận quốc tế.
- Lượng yêu cầu thanh toán tiền nội bộ được thực hiện theo dịch vụ trong nước.
- Lượng yêu cầu thanh toán tiền nội bộ được thực hiện theo dịch vụ gửi quốc tế.
- Lượng yêu cầu thanh toán tiền nội bộ được thực hiện theo dịch vụ nhận quốc tế.

Dịch vụ chuyển tiền ra bên ngoài

Người có tài khoản chuyển khoản đề nghị gửi một lượng tiền được ghi vào sổ nợ của người có tài khoản và yêu cầu thanh toán tiền cho người được nhận bằng tiền mặt.

Số và lượng yêu cầu thanh toán tuân theo các dịch vụ:

- Số yêu cầu thanh toán được thực hiện theo dịch vụ trong nước
- Số yêu cầu thanh toán thực hiện theo dịch vụ phát quốc tế
- Số yêu cầu thanh toán thực hiện theo dịch vụ nhận quốc tế
- Lượng yêu cầu thanh toán được thực hiện theo dịch vụ trong nước

http://tieulun.hopto.org

- Lượng yêu cầu thanh toán được thực hiện theo dịch vụ phát quốc tế
- Lượng yêu cầu thanh toán được nhận theo dịch vụ nhận quốc tế.

Chuyển khoản bưu chính

Các chuyển khoản từ một tài khoản chuyển khoản đến các tài khoản do các cơ quan bưu chính thực hiện hoặc đến một tài khoản ngân hàng như sau:

- Số chuyển khoản được thực hiện trong dịch vụ trong nước
- Số chuyển khoản được thực hiện trong dịch vụ phát quốc tế
- Số các chuyển khoản được nhận trong dịch vụ nhận quốc tế
- Lượng chuyển khoản được thực hiện theo dịch vụ trong nước
- Lượng các chuyển khoản được thực hiện theo dịch vụ phát quốc tế
- Lượng chuyển khoản được nhận theo dịch vụ nhận quốc tế.

Hệ thống chuyển khoản

Vị trí của các tài khoản chuyển khoản được thể hiện bởi số các tài khoản tại cuối một kỳ hạn và tổng tài sản cuối cùng của một năm trong các tài khoản chuyển khoản thể hiện sự cân đối hiện tại của các tài khoản.

http://tieulun.hopto.org

Ngân hàng tiết kiệm bưu chính hoặc ngân hàng bưu chính

Vị trí của ngân hàng tiết kiệm bưu chính hoặc các tài khoản ngân hàng bưu chính được thể hiện bằng số tài khoản vào cuối mỗi một kỳ hạn và tổng các tài sản cuối năm trong các tài khoản thể hiện sự cân đối hiện tại của các tài khoản.

10. CÁC DỊCH VỤ ỦY THÁC VÀ CÁC DỊCH VỤ TRỰC TUYẾN

Một số các cơ quan bưu chính các nước cũng cung cấp các dịch vụ ủy thác và/hoặc các dịch vụ trực tuyến qua Internet. Các dịch vụ này bao gồm:

- Cước phí trả trước qua Internet
- Thanh toán hóa đơn qua Internet
- Dịch vụ thư điện tử
- Yêu cầu mua bán hàng hóa qua Internet.

http://tieulun.hopto.org

PHỤ LỤC 3
NHỮNG CON SỐ VỀ MẠNG LƯỚI BƯU CHÍNH TOÀN CẦU

BƯU PHẨM TRONG NƯỚC

Mỗi năm có khoảng 1,2 tỷ bưu phẩm thư được gửi chuyển phát ở mỗi quốc gia. Năm 2002, ngành Bưu chính đạt tổng thư gửi trong nước 425 tỷ.

- 28 nước công nghiệp hóa là thành viên của UPU chiếm thị phần bưu phẩm trong nước lớn nhất, 80,8%. Ở các nước phát triển, khu vực châu Á - Thái Bình Dương dẫn đầu với 12,1%, tiếp theo là Trung và Đông Âu và Cộng đồng các quốc gia độc lập (CIS) với 3,7%, châu Mỹ La tinh và Caribbean 2,6%, châu Mỹ 0,5% và các nước Ả rập 0,3%.
- Trong số các nước công nghiệp hóa, Mỹ là nước có khối lượng bưu phẩm gửi trong nước lớn nhất trên thế giới. với 190 tỷ bưu phẩm. Trong khi đó, Nhật Bản đạt 25 tỷ bưu phẩm, Đức và Vương quốc Anh mỗi nước đạt 20 tỷ bưu phẩm.
- Ở các nước đang phát triển, Cộng hòa dân chu Nhân dân Trung Quốc đạt số bưu phẩm gửi trong nước lớn nhất gần 29 tỷ, tiếp theo là Ấn Độ 11 tỷ và Brazil 9,5 tỷ.

http://tieulun.hopto.org

- Ở các nước và vùng lãnh thổ có lưu lượng bưu phẩm gửi trong nước thấp nhất đó là hòn đảo Saint Helena là 20.400 bưu phẩm/năm.

BƯU PHẨM GỬI QUỐC TẾ

Mỗi ngày, trên thế giới có khoảng hơn 18 triệu bưu phẩm thư quốc tế được gửi. Năm 2002, khối lượng quốc tế đạt 6,7 tỷ bưu phẩm.

- Các nước công nghiệp hóa vẫn đạt khối lượng bưu phẩm quốc tế cao chiếm 72%. Tiếp theo là khu vực châu Á - Thái Bình Dương 10,5%, các nước Ả rập 7%, các nước Trung, Đông Âu và CIS là 5%, châu Phi 3,5% và châu Mỹ La tinh và Caribean là 2%.
- Mỹ (819 triệu) và Vương quốc Anh (582 triệu) đạt khối lượng bưu phẩm quốc tế lớn nhất thế giới.
- Ở các nước đang phát triển, Saudi Arabia (197 triệu) là nước có khối lượng bưu phẩm gửi quốc tế lớn nhất.
- Suriname là nước gửi bưu phẩm quốc tế ít nhất 40,000 bưu phẩm.
- Những người dân ở Jersy hàng năm gửi số lượng bưu phẩm thư quốc tế lớn nhất, khoảng 681 bưu phẩm/người. Số lượng lớn người gửi bưu phẩm quốc tế lớn nhất qua mạng lưới bưu chính phải kể đến người dân Mỹ, gửi trung bình 660 bưu phẩm/người/năm và người dân Na Uy (548) và Liechtenstein (473). Ngược lại, Bhutan và Zambia là hai nước trong những nước gửi bưu phẩm quốc tế trung bình có 1 bưu phẩm/người. Ở 50 nước đang phát triển, số lượng bưu phẩm trung bình trên đầu người còn chưa tới 1 bưu phẩm.

http://tieulun.hopto.org

CÁC NƯỚC CÔNG NGHIỆP HÓA LÀ THÀNH VIÊN CỦA UPU:

Australia, Áo, Bỉ, Canada, Đan Mạch, Phần Lan, Pháp, Đức, Vương quốc Anh, Hy Lạp, Iceland, Ireland, Israel, Italy, Nhật Bản, Leichstenin, Luxembourg, Monaco, Hà Lan, New Zealand, Na uy, Bồ Đào Nha, San Marino, Tây Ban Nha, Thụy Điển, Thuỵ Sỹ, Vatican, Mỹ.

Năm 2002 trên thế giới trung bình một người gửi 70 bưu phẩm. Ở các nước công nghiệp hóa, trung bình một người gửi 401 bưu phẩm/năm và ở các nước đang phát triển là 16.

BƯU KIỆN (TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ)

Hàng năm, ngành Bưu chính đạt khoảng 4,6 tỷ bưu kiện, trung bình mỗi ngày khoảng 13 triệu bưu kiện.

- Các nước công nghiệp hóa đứng đầu danh sách, chiếm hơn 87% bưu kiện được gửi trên toàn thế giới.
- Bưu kiện gửi trong nước trên toàn cầu giảm 3,8% năm 2001, nhưng riêng châu Phi đạt tới con số tăng đáng kể là 23%. Xu hướng sụt giảm lớn nhất (gần 14%) phải kể đến là ở châu Á và châu Phi, chiếm hơn 9% khối lượng bưu kiện gửi trong nước trên toàn thế giới.
- Tuy nhiên, khối lượng bưu kiện gửi quốc tế tăng trên toàn cầu là 10,5% từ năm 2001. Các nước công nghiệp hóa đạt sự tăng trưởng cao nhất (12,7%), ngoài ra khối lượng bưu kiện tăng còn phải kể đến châu Phi (8%), châu Mỹ La tinh và Caribean (18,5) và các nước Ả rập (0,9%).
- Các nước đang phát triển bưu kiện quốc tế giảm 2%; giảm đáng kể là khu vực châu Á - Thái Bình Dương. (5,7%), châu Âu và các nước thuộc CIS là 3,6%.

http://tieulun.hopto.org

Một số lưu ý:

- Bưu kiện quốc tế có xu hướng giảm bắt đầu từ năm 2001. Xu hướng giảm này là do kết quả của hoạt động thương mại điện từ ngày càng phát triển.
- Những con số thống kê trên không bao gồm bưu kiện được bảo hiểm, ước tính chiếm 7% khối lượng bưu kiện trên toàn cầu và 17% khối lượng bưu kiện quốc tế trên toàn cầu.

Các dịch vụ bưu chính sử dụng khoảng 5 triệu lao động và ngành Bưu chính trở thành một trong những ngành có lực lượng lao động đông nhất trên thế giới.

- Các nước công nghiệp hóa sử dụng hơn một nửa số người lao động bưu chính trên toàn thế giới.
- Mỹ sử dụng tới 854,000 lao động, và Ấn Độ sử dụng hơn 580.000 người, có số lao động làm việc trong ngành bưu chính lớn nhất trên thế giới.
- Quần đảo Ascension và Pitcairn mỗi nước có ba nhân viên bưu chính.
- Số người trung bình mà nhân viên bưu chính phục vụ là 365 ở các nước công nghiệp hóa và 2.031 ở các nước đang phát triển.
- Khu vực châu Á - Thái Bình Dương đứng đầu danh sách về số bưu cục cố định trên toàn thế giới chiếm 45%. Số bưu cục cố định ở các nước công nghiệp hóa ít hơn là 27%, 17% ở Trung, Đông Âu và ở CIS, 6% ở châu Mỹ La tinh và Caribean, 3% ở các nước Ả rập và 2% ở châu Phi.
- Ấn Độ có số bưu cục nhiều nhất (155.295), trong khi đảo Norfolk chỉ có duy nhất một bưu cục.

http://tieulun.hopto.org

Với hơn 650.000 bưu cục cố định trên toàn thế giới, ngành Bưu chính trở thành một ngành có mạng lưới rộng lớn nhất trên thế giới.

Các số liệu thống kê bưu chính là những số liệu được Văn phòng các thành viên của Liên minh bưu chính quốc tế tập hợp hàng năm và những số liệu trên cập nhật tháng 1/2004.

http://tieulun.hopto.org

PHỤ LỤC 4
CÁC NƯỚC THÀNH VIÊN CỦA LIÊN MINH BƯU CHÍNH THẾ GIỚI
(THEO TRẬT TỰ CHỮ CÁI)

Bất cứ thành viên nào của Liên hiệp quốc (UN) đều có thể trở thành là thành viên của UPU miễn là nước đó phải được được ít nhất 2/3 các nước thành viên của Liên minh thông qua. Với thành viên mới nhất là nước Cộng hòa Dân chủ Đông Timor, UPU hiện nay có 190 thành viên.

Các nước và vùng lãnh thổ	Tiêu chuẩn ISO/Alpha-2	Ngày gia nhập UPU	Đơn vị đóng góp (*)
A			
Afganistan	AF	01.04.1928	0.5
Albania	AL	01.03.1922	1
Algeria	DZ	01.10.1907	5
Angola	AO	03.03.1977	0.5
Antigua và Barbuda	AG	20.01.1994	1
Arentina	AR	01.04.1878	5
Armnia	AM	14.09.1992	1
Australia	AU	01.10.1907	20
Norfolka Island	NF		

http://tieulun.hopto.org

Austria		01.07.1875	5
Azerbaijan	AZ	01.04.1993	0.5
B			
Bahamas	BS	24.04.1974	1
Bahrain	BH	21.12.1973	1
Bangladesh	BD	07.02.1973	5
Barbados	BB	11.11.1967	1
Belarus	BY	13.05.1947	1
Begium	BE	01.07.1875	15
Belize	BZ	01.10.1982	1
Benin	BJ	27.04.1961	0.5
Bhutan	BT	07.03.1969	0.5
Bolivia	BO	01.04.1866	1
Bosnia and Herzegovina	BA	01.07.1892	1
Bostwana	BW	26.01.1993	1
Brazil	BR	12.01.1968	20
Brunei Darussalam	BN	01.07.1877	1
Bulgaria (Republic)	BG	15.01.1985	3
Burkina Faso	BF	01.07.1879	0.5
Burundi	BI	29.03.1963	0.5
C			
Campuchia	KH	21.12.1951	1
Cameroon	CM	26.07.1960	1
Canada	CA	01.07.1878	40
Cape Verde	CV	30.09.1976	0.5

http://tieulun.hopto.org

Cộng hòa Trung Phi	CF	28.06.1961	0.5
Chad	TD	23.06.1961	0.5
Chile	CL	01.04.1881	3
China (People's Republic) (Cộng hòa nhân dân Trung Hoa)	CN	01.03.1914	25
HongKong (People's Republic of China)	HK		
Macao (People's Republic of China)	MO		
Colombia	CO	01.07.1881	3
Comoros	KM	29.07.1976	0.5
Congo (Republic)	CG	05.07.1961	1
Costa Rica	CR	01.01.1883	1
Côte d'Ivoire (Republic)	CI	23.05.1961	3
Croatia	HR	24.12.1921 20.07.1992	1
Cuba	CU	04.10.1902	1
Cyprus	CY	23.11.1961	1
Czech (Republic)	CZ	18.05.1920	5
D			
Democratic People's Republic of Korea (Cộng hòa dân chủ nhân dân Hàn Quốc)	KP	01.01.1900 06.06.1974	1
Democratic Republic of the Congo (Cộng hòa dân chủ nhân dân Công gô)	CD	01.01.1866	3
Denmark	DK	01.07.1875	10
Faroe Islands	FO		
Greenland	GL		

http://tieulun.hopto.org

Djibouti	DJ	06.06.1978	0.5
Dominica	DM	31.01.1980	1
Dominican Republic	DO	01.10.1880	1
E			
Ecuador	EC	01.07.1880	1
Egypt (Ai Cập)	EG	01.07.1875	5
El Salvador	SV	01.04.1879	1
Equatorial Guinea	GQ	24.07.1970	0.5
Eriatrea	ER	19.08.1993	0.5
Estonia	EE	07.07.1922 30.04.1922	1
Ethiopia	ET	01.11.1908	0.5
F			
Fiji	FJ	18.06.1971	1
Finland (gồm cả quần đảo Aland)	FI	12.02.1918	10
France (Pháp)	FR	01.01.1876	50
Các cơ quan của Pháp ở nước ngoài			
French Guiana GF	GF		
Guadeloupe (gồm St Bartthélémy và St Martin)	GP		
Martinique	MQ		
Réunion	RE		
Territorial Community of Mayotte (Cộng đồng lãnh thổ Mayotte)	YT		
Territorial Community of St Pierre and Miquelon (Cộng đồng lãnh thổ St Pierre and Miquelon)	PM		

http://tieulun.hopto.org

Các lãnh thổ từ quy định điều 23 của Liên minh nghị viện			
French Polynesia (gồm đảo Clipperton)	PF		
Các vùng lãnh thổ miền Nam và Nam Cực (St Paul và quần đảo Amsterdam, quần đảo Crozet, quần đảo Kerguelen, Terre Adélie)	TF		
New Caledonia	NC		
Các quần đảo nằm rải rác (Bassas da India, Europa, Juan de Nova, Glorieuses, Tromelin)	RE		
Wallis và quần đảo Futuna	WF		
G			
Gabon	GA	17.07.1961	1
Gambia	GM	09.10.1974	0.5
Georgia	GE	01.04.1993	0.5
Germany (Đức)	DE	01.07.1875	50
Ghana	GH	10.10.1957	3
Great Britain (Vương quốc Anh)	GB	01.07.1875	50
Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Irelan:			
Guernsey			
Isle of Man			
Jersey			

http://tieulun.hopto.org

Các vùng ngoài lãnh thổ (Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ireland)		01.04.1877	4
Anguilla	AI		
Ascension	SH		
Bermuda	BM		
British Indian Ocean Territory	IO		
British Virgin Islands	VG		
Cayman Islands	KY		
Falkland Islands (Malvinas)	FK		
Gibraltar	GI		
Montserrat	MS		
Pitcainrn, Henderson, Ducie và Oeno (quần đảo)	PN		
Nam Georgia và quần đảo Nam Sandwich	GS		
St Helena	SH		
St Helena (các quốc gia độc lập) (quần đảo)			
Tristan da Cunha	SH		
Turks và quần đảo Caicos	TC		
Greece (Hy Lạp)	GR	01.07.1875	3
Grenada	GD	30.01.1978	1
Guatemala	GT	01.08.1881	3
Guinea	GN	06.05.1959	0.5
Guinea-Bissau	GW	30.05.1974	0.5
Guyana	GY	22.03.1967	1
H			
Haiti	HT	01.07.1881	0.5

http://tieulun.hopto.org

Honduras (Cộng hòa)	HN	01.04.1879	1
Hungary (Cộng hòa)	HU	01.07.1875	5
I			
Iceland	IS	15.11.1919	1
India (Ấn Độ)	IN	01.07.1876	20
Indonesia	ID	01.05.1877	10
Iran (Cộng hòa hồi giáo)	IR	01.09.1877	5
Iraq	IQ	22.04.1929	3
Ireland	IE	06.09.1923	5
Israel	IL	24.12.1949	3
Italy	IT	01.07.1875	25
J			
Jamaica	JM	29.08.1963	1
Japan (Nhật Bản)	JP	01.06.1877	50
Jordan	JO	16.05.1947	1
K			
Kazakhstan	KZ	27.08.1992	1
Kenya	KE	27.10.1964	3
Kiribati	KI	14.08.1984	0.5
Korea (Cộng hòa Triều Tiên)	KR	01.01.1900	15
Kuwait	KW	16.02.1960	10
Kygyzstan	KG	26.01.1993	1
L			
Lao People's Democratic Republic (Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào)	LA	20.05.1952	0.5

http://tieulun.hopto.org

Latvia	LV	01.10.1921 17.06.1992	1
Lebanon	LB	12.05.1931 15.05.1946	1
Lesotho	LS	06.09.1967	0.5
Liberia	LR	01.04.1879	1
Libyan Jamahiryia	LY	04.06.1952	5
Liechstein	LI	13.04.1962	1
Lithuania	LT	01.01.1922 10.01.1992	1
Luxembourg	LU	01.07.1875	3
M			
Madagascar	MG	02.11.1961	1
Malawi	MW	25.10.1966	0.5
Malaysia	MY	17.01.1958	3
Maldives	MV	15.08.1967	1
Mali	ML	21.04.1961	0.5
Malta	MT	21.05.1965	1
Mauritania	MR	22.03.1969	1
Mauritius	MU	29.08.1969	1
Mexico	MX	16.11.1879	10
Moldova	MD	16.11.1922	1
Monaco	MC	12.10.1955	1
Mongolia	MN	01.10.1963	5
Morocco	MA	01.10.1920	5

http://tieulun.hopto.org

Mozambique	MZ	11.10.1978	0.5
Myanmar	MM	04.10.1949	1
N			
Namibia	NA	30.04.1992	1
Nauru	NR	17.04.1969	1
Nepal	NP	11.10.1956	0.5
Neitherlands (Hà Lan)	NL	01.07.1875	15
Netherlands Antilles và Aruba			1
Aruba	AW		
Netherlands Antilles (Bonaire, Cucacao Saba, St Eustatius, St Maarten)	AN		
New Zealand (gồm vùng tự trị Ross)	NZ	01.10.1907	5
Cook Islands	CK		
Niue	NU		
Tokelau	TK		1
Nicaragua	NI	01.05.1822	0.5
Niger	NE	12.06.1961	10
Nigeria	NG	01.07.1875	10
Norway (Na Uy)	NO		
O			
Oman	OM	17.08.1971	1
P			
Pakistan	PK	10.11.1947	10
Panama (Cộng hòa)	PA	11.06.1904	1
Papua New Guinea	PG	04.06.1976	1

http://tieulun.hopto.org

Paraguay	PY	01.07.1881	1
Peru	PE	01.04.1879	1
Phillipines	PH	01.01.1922	1
Poland (Ba Lan)	PL	01.05.1919	5
Portugal (Bồ Đào Nha)	PT	01.07.1875	5
Q			
Qatar	QA	31.01.1969	1
R			
Romania (Rumani)	RO	01.07.1875	3
Russian Federation (Liên bang Nga)	RU	01.07.1875	15
Rwanda	RW	06.04.1963	0.5
S			
Saint Christopher (St Kitts) và Nevis	KN	11.01.1988	1
Saint Lucia	LC	10.07.1980	1
Saint Vincent và Grenadines	VC	03.02.1981	1
Samoa	WS	09.08.1989	0.5
San Marino	SM	01.07.1915	1
Sao Tomé và Principe	ST	22.08.1977	0.5
Saudi Arabia	SA	01.01.1927	20
Senegal	SN	14.06.1961	1
Serbia và Montenegro	CS	01.07.1875 24.12.1921 18.06.2001	1
Seychelles	SC	07.10.1977	1
Sierra Leone	SL	29.01.1962	0.5

http://tieulun.hopto.org

Singapore	SG	08.01.1966	1
Slovakia	SK	18.05.1920 18.03.1993	3
Slovenia	SI	24.12.1921 27.08.1992	1
Solomon Islands	SB	04.05.1984	0.5
Somalia	SO	01.04.1959	0.5
South Africa (Nam Phi)	ZA	01.01.1893 22.08.1994	10
Spain (Tây Ban Nha)	ES	01.07.1875	25
Sri Lanka	LK	13.07.1949	3
Sudan	SD	27.071956	0.5
Suriname	SR	01.05.1877 20.04.1976	1
Swaziland	SZ	07.11.1969	1
Sweden (Thụy Điển)	SE	01.07.1875	15
Switzerland (Thụy Sỹ)	CH	01.07.1875	15
Syrian Arab Republic (Cộng hòa Arab Syri)	SY	12.05.1931 15.05.1946	1
T			
Tajikistan	TJ	09.06.1994	1
Tanzania (Liên bang dân chủ)	TZ	29.03.1963	0.5
Thái Lan	TH	01.07.1885	3
Nước Cộng hòa Marcedonia cũ	TL	12.07.1993	0.5
Timor-Leste (Dân chủ cộng hòa)	TL	28.11.2003	0.5
Togo	TG	21.03.1962	0.5

http://tieulun.hopto.org

Tonga (gồm cả Niuafo'ou)	TO	26.01.1972	1
Trinidad và Tobago	TT	15.06.1963	1
Tunisia	TN	01.07.1888	5
Turkey (Thổ Nhĩ Kỳ)	TR	01.07.1875	5
Turkmenistan	TM	26.01.1993	1
Tuvalu	TV	03.02.1981	0.5
U			
Uganda	UG	13.02.1964	0.5
Ukraine	UA	13.05.1947	5
United Arab Emirates	AE	30.03.1973	1
Liên bang Mỹ	US	01.07.1875	50
Các vùng lãnh thổ thuộc Mỹ tuân theo tiêu chuẩn pháp lý điều 23 của hiến pháp			
Guam	GU		
Puerto Rico	PR		
Samoa	AS		
Virgin Islands của Mỹ	VI		
Vùng lãnh thổ ủy thác của quần đảo Thái Bình Dương (quần đảo Mariana có Saipan và Tinian, nhưng không gồm sự sở hữu đảo Guam)	MP		
Uruguay	UY	01.07.1880	3
Uzbekistan	UZ	24.02.1994	1
V			
Vanuatu	VU	16.07.1982	1

http://tieulun.hopto.org

Vatican	VA	01.06.1929	1
Venezuela	VE	01.01.1880	1
Vietnam	VN	20.10.1951	1
W			
Yemen	YE	01.01.1930	0.5
Z			
Zambia	ZM	22.03.1967	1
Các nước thành viên Liên hiệp quốc có quan hệ với UPU vẫn chưa được là thành viên của Liên minh			
Andorra	AD		
Marshall Islands	MH		
Micronesia (Liên bang)	FM		
Palau	PW		

(*) Ghi chú:

Các công tác phí của UPU được các nước thành viên cùng đóng góp, dựa trên hệ thống đóng góp theo thứ hạng có sự đồng ý của UPU, các nước thành viên mới được tự do chọn lựa một trong mười mức đóng góp từ 1 đến 50 đơn vị. Mức đóng góp một nửa đơn vị bổ sung được dành cho các nước chậm phát triển.

http://tieulun.hopto.org

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. JUAN B. IANNI, JURGEN LOHMEYER, The Postal Industry in an Internet Age, 2002.
2. Institute for the Future: *Surviving Deregulation: A Postal Scenario for 2010*, 1998.
3. UPU, The Postal Market in the Age of Globalization, 2002.
4. JAMES I. CAMPBELL JR, *Modern Postal Reform Laws - A Comparative Survey*, 2002.
5. Employment Trends in the EU Postal Sector: Final Report.
6. www.upu.int

http://tieulun.hopto.org

MỤC LỤC

Lời nói đầu

Mở đầu 7

Chương I. Tình hình thị trường truyền thông 14

1.1. Xác định thị trường 14

1.2. Vị trí toàn cầu 14

1.3. Phân loại các nước theo nhóm thu nhập 17

1.4. Tiếp cận với các phương tiện truyền thông 18

1.5. Sự thay thế và bổ sung 18

Chương 2. Một số đặc điểm cấu trúc dịch vụ bưu chính 24

2.1. Dịch vụ phổ cập 24

2.2. Độc quyền 25

2.3. Thiết lập các dịch vụ và các mức cước phí 26

2.4. Quản lý tài chính 28

2.5. Nguồn nhân lực 29

Chương 3. Cải cách bưu chính ở các nước trên thế giới 31

3.1. Cải cách bưu chính ở một số nước đang phát triển 31

http://tieulun.hopto.org

3.2. Cải cách bưu chính ở các nước công nghiệp hóa và ở công ty TNT 73

3.3. Các xu hướng cải cách bưu chính: bài học rút ra từ tiến hành cải cách bưu chính ở các nước 87

Chương 4: Luật cải cách bưu chính hiện đại 93

4.1. Các mục tiêu cải cách bưu chính 93

4.2. Luật cải cách bưu chính ở các nước công nghiệp hóa 97

4.3. Kết luận 121

Chương 5: Tác động của công nghệ tới ngành bưu chính 124

5.1. Tầm quan trọng của công nghệ 124

5.2. Tự động hóa 125

5.3. Những khả năng bưu chính mới 135

5.4. Những tác động của công nghệ tới lao động bưu chính 147

Chương 6: Thị trường Bưu chính trong tương lai 154

6.1. Các nhà khai thác Bưu chính 154

6.2. Các hoạt động bưu chính 158

6.3. Phạm vi điều tiết 160

6.4. Quy mô của thị trường bưu phẩm 162

233

http://tieulun.hopto.org

6.5. Nhu cầu bưu chính 164
6.6. Toàn cầu hóa 165
6.7. Cạnh tranh, cải cách luật và tư nhân hóa 167
6.8. Công nghệ – Mối đe dọa hay là cơ hội? 168
6.9. Khách hàng đang thay đổi 169
Chương 7. Một số kết luận và hướng phát triển của ngành Bưu chính **171**
7.1. Một số kết luận 171
7.2. Các xem xét mang tính chiến lược 178
7.3. Ngành Bưu chính và nền kinh tế mới 184
Phụ lục 1: Các định nghĩa **189**
Phụ lục 2: Một số thông tin chung về bưu chính **194**
Phụ lục 3: Những con số về mạng lưới bưu chính toàn cầu **213**
Phụ lục 4: Các nước thành viên của liên minh bưu chính thế giới **218**
Tài liệu tham khảo **231**

http://tieulun.hopto.org

BƯU CHÍNH TRONG KỶ NGUYÊN INTERNET

Chịu trách nhiệm xuất bản
LƯU ĐỨC VĂN

Chịu trách nhiệm bản thảo
BÙI QUỐC VIỆT

Biên tập: NGÔ TẤN ĐẠT - KIM KHÁNH
Chế bản: HOÀI AN
Sửa bản in: KIM KHÁNH
Trình bày bìa: VIỆT KHOA

NHÀ XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN

Địa chỉ: 18 Nguyễn Du, Hà Nội
Điện thoại: 04-9430202; 04-9432438 Fax: 04-9431285
E-mail: bientap@hn.vnn.vn
Chi nhánh: 27 Nguyễn Bỉnh Khiêm, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh
Điện thoại: 08-9100925 Fax: 089100924
Email: chinhanh-nxbbd@hcm.vnn.vn

http://tieulun.hopto.org

LƯU HÀNH NỘI BỘ

In 400 cuốn, khổ 14,5 x 20,5cm tại Công ty In Bưu điện

Số xuất bản: 1783/49/XB-QLXB cấp ngày 19/12/2003

In xong và nộp lưu chiểu tháng 12/2004

http://tieulun.hopto.org

Giá: 25.000đ

http://tieulun.hopto.org