

文章编号: 1007-5399 (2013) 05-0031-04

关于加强邮政企业行风建设的思考

张 华

(江西省邮政公司, 江西 南昌 330025)

摘 要: 随着邮政体制改革的纵深推进和国家宏观政策的适时调整, 邮政所面临的内、外部环境发生着深刻变化, 行风建设与时俱进的脚步势必不可逆转。文章阐述了邮政企业行风建设的必要性, 分析了邮政企业行风建设过程中存在的问题及原因, 并提出了解决对策。

关键词: 行风; 服务; 效能; 廉洁; 制度

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

1 引言

邮政企业行风, 即邮政企业和邮政职工在思想、工作等方面表现出来的态度和行为, 是邮政职工在履行岗位职责或向用户提供服务时其态度和行为的外在表现, 是邮政企业整体作风和邮政职工精神面貌的综合反映。

2 邮政企业行风建设的必要性

2.1 行风建设是邮政企业履行社会责任的需要

2.1.1 行风建设是回应社会关切的需要

邮政的服务对象从党政军机关、社会各界到千家万户, 企业行为历来备受社会关注。社会对邮政的关注点主要集中在服务。服务群众、服务经济社会发展是邮政的宗旨和使命所赋, 是邮政工作的出发点和落脚点, 做好服务方能回应各方关切。

2.1.2 行风建设是落实监管要求的需要

2009年《邮政普遍服务》规定了邮政普遍服务的基本内容、要求和服务规范, 明确了用户权益和企业义务。同时, 财政部开始着手研究邮政企业的成本问题, 力图建立以保障普遍服务和特殊服务合理开支为目标的新型补偿机制, 而监管部门又要求把财政对邮政的补贴政策同邮政普遍服务质量考核相挂钩。随着2012年底市级邮政监管机构的到位, 邮政企业必然会受到来自监管部门更大的监督压力。

在这种情况下, 邮政企业唯有以行风建设为抓手, 一方面加强财务管理, 准确核算普遍服务收支; 另一方面完善服务, 努力构建覆盖城乡的邮政普遍服务体系。

2.2 行风建设是邮政企业自身科学发展的需要

2.2.1 行风建设是参与市场竞争的需要

随着时代的进步, 以电信和互联网为代表的通信新技术迅猛发展, 传统的邮政信息传递类业务受到极大冲击。2012

年上半年, 全国邮政函件业务累计完成38.3亿件, 同比下降4.6%。而公司化运营的邮政, 想要生存发展, 参与市场角逐是唯一选择。

在市场大潮中, 企业比拼的是产品和服务, 邮政企业只有以产品创新、服务创新才能赢得市场。而为社会和客户提供有价值的产品和优质服务是邮政行风建设的基本内涵, 良好的行风可以树立企业口碑和形象, 获取社会和客户信任, 为企业争取较为有利的发展环境。

2.2.2 行风建设是企业自我管理的需要

行业不正之风的外在表现是损害企业形象和客户利益, 内因则是干部职工的思想作风、工作作风等存在深层次问题。行风建设是一项标本兼治、纠建并举的工作, 开展行风建设, 接受社会各界对邮政优质服务和规范经营的监督, 可以督促邮政企业严格依法治企, 加强自我约束, 规范经营活动, 进而改进服务、创新管理。

2.3 行风建设是邮政企业服务和谐社会的需要

2.3.1 行风建设是和谐企业的需要

企业是社会的细胞, 也是社会和谐的基础。2010年邮政拥有从业人员41.5万人, 服务网点5.1万处, 从某种程度上说, 邮政企业和谐, 社会才能和谐。和谐邮政建设是一项系统工程, 行风建设则是这项系统工程的重要载体和平台。

2.3.2 行风建设是融入社会的需要

只有加强行风建设, 邮政企业才能“强身健体”, 随时接受市场的召唤, 找准企业经济效益与社会效益的契合点。对外, 只有加强行风建设, 邮政企业才能赢得社会 and 客户的尊重与信赖, 为企业与经济社会共赢积累人气。

3 邮政企业行风建设存在的问题

公司化运营以来, 邮政企业在科学发展的同时, 紧抓行

风建设, 忠实履行普遍服务义务, 努力提升邮政服务水平, 经济和社会效益稳步提升。成绩固然可喜, 但也存在一定问题, 如果这些问题得不到重视和解决, 将直接制约行风建设的水平, 进而影响企业发展。

3.1 观念问题

3.1.1 片面的观念

行风建设不仅包括工作作风、管理水平、服务态度, 还包括思想作风、领导作风及职业道德、社会公德等; 不仅体现在管理、服务环节, 还体现在业务宣传、监督检查、责任追究、局务公开等各个方面, 贯穿于企业经营管理的全过程; 不仅在于一个单位的总体社会形象, 还在于一个部门、一个班组、一个窗口的态度、行为, 在于每一位干部职工的言行举止和精神风貌。

3.1.2 孤立的观念

部分单位和个人认为行风只是小事情, 无关大局, 不像抓经营工作那般有力。实际上, 行风问题绝不是孤立存在的, 要用联系的观点看问题。邮政虽然不是政府职能部门, 但其代表政府履行普遍服务义务, 且和经济社会生活密切相关, 其行为和方式对群众具有“窗口”作用, 在某种程度上对社会精神文明建设意义重大。不正之风的存在不仅会阻碍企业发展, 也会影响党和政府的形象。

3.1.3 静止的观念

一方面, 邮政早已摆脱计划经济和政企合一时期的桎梏, 在商海中自由“冲浪”, 而与之相对应的是行业主管部门愈发严格的监管; 另一方面, 随着消费者和客户信息来源的渠道多元化以及维权意识的增强, 他们对邮政的预期评价水准也越来越高。邮政企业必须用发展的眼光做好行风建设工作, 为行风不断注入新内涵, 赋予鲜明的时代特色和行业特点。

3.1.4 只看表面的观念

行风问题的产生绝不是“空穴来风”, 皆有复杂深刻的根源, 如社会行为方式和价值观念的多样化、企业监管的缺失和责任追究的缺位等。行风问题都有滋生、蔓延的条件和土壤, 必须看到问题的本质, 从源头加以治理。

3.2 行为问题

3.2.1 窗口服务

第一, 服务意识淡薄, 接待客户不够热情; 第二, 工作作风松弛, 办事拖拉、效率不高; 第三, 服务态度不够和蔼可亲, 存在“冷、横、硬”现象; 第四, 服务标准不够规范, 设施不够完善; 第五, 服务人员和台席设置不够合理, 客户等待时间较长; 第六, 服务环境不够整洁。

3.2.2 普遍服务

其一, 投递频次不够高, 投递工具相对落后, 尤其在农村地区, 信函、包裹、报刊等投递不够及时; 其二, 投递方式单一, 普通邮件多为转交或自取; 其三, 投递质量不够高, 偶有邮件丢失或毁损、报刊短少现象发生; 其四, 农村与城市地区普遍服务水平不均衡, 城市用户对普遍服务的满意度水平高于农村地区。

3.2.3 服务能力

其一, 服务手段不够新颖, 信息技术对邮政产品和服务的替代程度不高, 对社会和客户多元化用邮需求的迎合力度不够。其二, 服务内涵不够丰富, 服务“三农”、服务中小企业、服务社区等工作潜力有待进一步挖掘。其三, 基础设施相对落后, 局所数量少、服务半径大, 部分局所设施陈旧、营业用房面积较小。其四, 职工队伍, 尤其是窗口服务人员的业务技能水平参差不齐。

3.2.4 管理水平

其一, 通信质量管理, 主要表现为邮件传递时限较长, 中心局体制下的中间环节有待进一步简化, 邮运网路、作业组织有待进一步优化。其二, 业务经营管理, 主要表现为违规经营, 偶有搭售、强买强卖等现象发生。其三, 服务质量管理, 主要表现为对现场管理、岗位职责、行为规范等的监督约束力度不够。

4 邮政企业行风问题成因分析

4.1 思想根源

4.1.1 重经营轻行风

公司化运营后, 各级邮政企业经营发展压力普遍较大, 加之经营业绩事关个人政治、经济待遇, 部分干部职工, 尤其是某些“一把手”认为抓经营是硬指标, 而行风建设是软任务, 行风建设应当为经营工作让路。在这种思想支配下, 一些单位对行业不正之风视而不见, 或见而不抓, 或抓而不力, 致使行风问题滋生、蔓延。

4.1.2 传统价值观念

受市场经济条件下利益主体多元化和利益关系明朗化的冲击, 极少数邮政领导存有官本位思想, 群众观念淡薄, 对职工的工作、生活漠不关心, 甚至为谋取个人利益铤而走险, 2011年, 全国邮政各级纪检监察部门共立案查处违纪案件9件, 给予党纪政纪处分19人。这些现象对立了干群关系, 破坏了企业和谐, 严重挫伤了职工群众生产、经营、服务的积极性, 进而直接影响行风建设。

4.1.3 惯性思维

公司化运营后, 部分干部职工头脑中还残存着政企合一时期的“惟我独尊”、“坐门待客”等陈旧的衙门和官商作风, 造成服务理念跟不上企业发展步伐, 给行风埋下了隐患。

4.2 社会根源

4.2.1 百姓关注

邮政作为社会公用性企业, 承担着巨大的社会责任, 其经营行为已经远远超越了一个纯企业的经济责任, 因此, 行风始终是社会舆论和百姓关注的焦点, 企业不良行为极易被社会舆论误读和放大, 进而产生行风问题。

4.2.2 政府关注

普遍服务和特殊服务是邮政代表政府履行的一种职能和责任, 政治意义重大。另一方面, 邮政行业与百姓物质、文化生活和社会和谐稳定息息相关, 政府关注、监督在情理之

中。而政府的关注对企业来说是一股外部纠错的力量，可以使企业内部不易被察觉的服务、管理等不足之处暴露出来，进而引发行风问题。

4.3 政策根源

4.3.1 市场准入的放开

新《邮政法》除继续扶持邮政普遍服务外，重点是放开了市场准入，使邮政企业面临一个“群狼共舞”的市场。在市场竞争的重压下，邮政企业要生存发展，势必会加大经营力度，容易忽视行风问题。同时，竞争的加剧也会造成邮政企业盈利难度的加大，而邮政的摊子大、负担重，服务能力建设的成本空间易被压缩。

4.3.2 普遍服务的政策性亏损

为保障公民的通信权利，国家要求邮政企业必须不分地域、不计成本、不计盈亏地为公民提供普遍通信服务，给邮政企业带来了沉重的成本负担。另外，由于邮政资费的特殊定价权，邮政企业不能像其他企业通过价格提升弥补亏损。尽管国家实施了普遍服务财政补贴政策，但无异于杯水车薪，无法填补亏损缺口。普遍服务的政策性亏损在一定程度上影响了邮政企业的“造血”功能，使其没有足够资金进行网点购置、改造，客观上造成用邮环境无法及时改善。

4.3.3 服务环境的不可控

我国《邮政法》规定，平常信函投递时不编号、不登记、不需收件人签收，不接受查询，也不承担赔偿责任。由于用户对《邮政法》的认知有限，平常信函的收寄、投递服务过程中偶有用户投诉的发生。纠纷发生后用户往往求助新闻媒体，给邮政的品牌和企业形象带来一定的负面影响。

另一方面，“最后一公里”的邮政服务质量受到客观条件所限。在城市，由于没有统一的国家标准，新建住宅小区的邮政通信基础设施严重滞后，部分邮件往往只能投递到物业；而在农村，投递大多止于村委会，这些客观条件给邮政服务质量带来许多不可控因素。

4.4 历史根源

4.4.1 能力建设欠账

网点、设备等基础设施是邮政赖以生存发展的基础，也是做好服务的载体。邮电分营之初，邮政亏损达179亿元，尽管早已扭亏为盈，但邮政企业一直在历史包袱的负重前行，基础能力建设总体来说相对滞后。

4.4.2 委托经营

作为一种经营体制，委托经营曾经为企业增收节支发挥了积极作用，但委托经营队伍相对不稳定、人员素质不高，服务质量难以保证，不同程度上影响了邮政的企业形象。

4.5 自身根源

4.5.1 职工队伍

一线职工文化素质偏低，对新技术、新业务的掌握和运用能力较差，无法与岗位规范要求深度匹配。由于经营压力较大，基层职工难以全身心投入服务工作，且疏于接受教育培训，制约了综合素质的提高。人员配置不尽合理，窗口岗位多为劳务用工，薪酬待遇偏低，工作积极性不高。

4.5.2 监督约束

制度建设稍显滞后：涉及企业基础工作、业务经营、通信质量等方面的管理制度不甚完备，收寄、投递等窗口服务流程、操作不够规范。约束力量稍显薄弱：职工退出机制缺失，对生产、经营、服务、管理等问题的问责形式较为单一，往往以考核罚款或降级、调离等形式了事，尤其是以罚代管的现象较为普遍，未对问题深入分析。

5 邮政企业行风问题的具体解决对策

5.1 着力加强作风建设

5.1.1 以干部作风为立足点

大力推行一线工作法，健全完善服务基层、服务群众的长效机制，充分发挥基层职工的智慧和力量，做到干部在一线工作、决策在一线落实、问题在一线解决、创新在一线体现、成效在一线检验。创新学习形式，把理论学习与调查研究相结合，强化促学手段，以述学、测试、群众评议等手段考核学习效果，并将考核结果作为干部评价、任用的重要依据。坚持脚踏实地、实打实干，反对假大空和形式主义。加大检查落实力度，跟踪各项制度、政策和重点工作在基层的落实情况。

5.1.2 以机关效能为切入点

推行首问负责、立即就办制度和限时办结制，规范机关工作人员行为。强化目标考核，将工作作风列为岗位履职考核的重要内容之一，做到任务到岗，责任到人，考核到位。完善责任追究制度，强化对不作为、乱作为和慢作为的监督追究，变事后追究为事前事中的监督和纠正。

5.1.3 以廉洁从业为着力点

以教育为引导、以制度为主线、以监督为重心、以惩处为手段，加强干部党性宗旨教育、反腐倡廉制度建设、惩防体系建设、廉洁风险防控和对重大决策部署落实情况的监督检查，营造风清气正的企业内部环境。加强法律法规的宣贯教育，促使干部职工依法、合规经营。规范职务消费、薪酬福利、工程建设、财务资产等领域的管理，提高企业风险应对和危机管理能力，杜绝影响企业形象的事件发生。

5.2 健全行风建设工作机制

5.2.1 组织领导机制

成立行风建设的领导和工作机构，并制定报告、评议、检查、考核、奖惩等配套工作制度。将行风建设贯穿于企业的全过程，坚持同部署、同落实、同检查、同考核。

5.2.2 责任追究机制

对企业各级领导实行行风建设与经营管理的“一岗双责”制，将行风建设目标纳入经营绩效考核和党风廉政建设考核。对单位和部门出现的行风问题，首先追究领导责任；对下属单位出现的行风问题，除追究当事人和单位领导责任外，上级分管领导负连带责任，将行风建设的软要求变成硬约束。

5.2.3 纠风机制

纠风是行风建设的重要工作，要建立行风问题的预防、

快报、速查、反馈的快速反应机制。

5.3 提高服务水平

5.3.1 抓好窗口服务

其一，培育服务文化。将行风建设与服务工作紧密结合，培育领导为员工服务、后台为前台服务、全员为客户服务的服务文化。其二，提高人员素质。加强业务技能培训，开展传帮带活动，提高窗口人员综合技能。其三，加强细节管理。优化局所环境，规范物品摆放、仪表仪容等。优化人力资源配置，合理使用合同工与劳务工，适当提高劳务工的薪酬待遇。

5.3.2 抓好能力建设

第一，加强基础设施建设。在城市中心区、高新开发区、新建商业区和住宅区等业务需求旺盛和具有发展潜力的区域购置网点，同时优化调整局所布局，增强网点辐射能力。第二，加强投递能力建设。优化整合投递段道，缩短投递时限，及时更新投递工具，扩大机动车投递比重。第三，加强信息化建设。利用信息技术改造邮政传统业务，大力开办报刊订阅、邮品销售等网上邮局业务；整合各类信息系统资源，加载多种电子商务类业务；利用信息技术对生产作业、企业管理进行流程再造，提升管理和服务效率。

5.3.3 改善服务环境

第一，推动城市信报箱建设。推动政府有关部门和行业主管部门建章立制，将信报箱作为新建住宅竣工验收的硬性条件，对未设置信报箱的新老住宅楼，要积极补建。第二，加快便民服务站建设。根据人流量、服务半径及居民服务诉求等综合因素，合理配置资源，采用信息技术手段和发展加盟商等方式，鼓励社会参与。第三，营造良好的社会舆论环境。加强与新闻媒体的联系，及时报道邮政服务经济社会的好做法，及时消除负面新闻，掌握舆论主动权。

5.3.4 强化监督检查

聘请社会监督员，鼓励其对邮政服务质量进行明查暗访。坚持开展邮件时限达标活动，完善省、市、县级三级邮政服务质量监督检查体系；抓住通信服务质量的薄弱环节，加大检查力度，针对普遍性问题及时开展专项整治。

5.4 建设和谐企业

5.4.1 改善职工生产生活条件

其一，推进农村支局所和谐职工小家建设，将小家创建工作与局所改造、综合管理、企业文化建设、提升服务“三农”水平相结合。其二，推进城市“投递员之家”建设，使城市投递站点成为队伍稳定、管理规范、制度健全、服务优良、环境整洁、深受广大投递员喜爱的“家”，稳定投递队伍，提升服务质量。

5.4.2 加强企业民主管理

其一，充分发挥职代会的重要作用。做到“四个坚持”，即坚持定期召开大会；坚持行政领导报告工作；坚持重大改革措施、技改项目和业务招待费提交审议，坚持民主评议干部。其二，大力推进局务公开制度建设。设立局务公开栏，将重大事宜和决定向全局职工公布，主动接受广大干部群众

的监督，做到行政透明，局务公开。

5.4.3 推动职工与企业共发展

其一，加强职工队伍建设，依托内外部培训师师资力量，分层、分级对干部职工进行培训。其二，开展创建劳动关系和谐的企业活动，进一步健全送温暖制度、服务职工长效机制和帮扶救助体系，切实解决职工的实际困难和后顾之忧。

5.5 缩小城乡邮政服务水平差距

5.5.1 加快农村邮政基础设施建设

其一，建设资金向农村倾斜。统筹安排基础设施建设资金，适度向农村地区倾斜，重点用于网点改造、设备购置和更新，提升农村邮政局（所）的硬件水平。其二，利用好政策支持。重点是根据发改委要求，做好协调配合，完成空白乡镇邮政局（所）补建。

5.5.2 加快村邮站建设

按照地方政府财政补贴、主管部门规划建设、邮政企业业务指导、村委会落实协办的模式，加快村邮站建设，一方面解决农村邮政“最后一公里”投递问题，另一方面在村邮站这个平台上加载代收代缴、报刊订阅等业务，将其打造成便民、惠民、利民的综合服务平台。

5.5.3 理顺委托经营体制

第一，健全和完善相关规章制度。明确代办形式和程序、代办业务种类、代办费标准等。第二，加强对委代办的组织管理。在坚持相关部门分工负责的基础上，明确代办工作由业务部门管理，尚未规范的委代办作为遗留问题由人力资源部门管理。第三，稳定委代办队伍。对能力强、素质高、业绩好的人员进行身份转换，同时适当减少委代办人员的经营任务，便于其有足够的时间和精力从事投递等服务工作，确保服务质量。

6 结语

邮政企业行风建设工作任务艰巨，必须克服“厌战”和松懈情绪，牢固树立打“持久战”的思想。同时，它是一项系统工程，不是某个单位或部门的工作，而是整个企业的一项工作，是全体干部职工的一项任务，必须坚持上下、左右联动，通力协作，齐抓共管，才能形成整体合力。

参 考 文 献

- 1 刘越. 纠风工作教程. 北京: 中国方正出版社, 2007
- 2 殷建华. 新时期纪检监察党风廉政工作探索与实践. 北京: 时事出版社, 2007
- 3 王韬. 现代财政税收. 武汉: 华中科技大学出版社, 2007
- 4 上海交通大学舆情研究实验室. 中国社会舆情与危机管理报告(2012). 北京: 社会科学文献出版社, 2012

收稿日期: 2013-04-26

作者简介: 张华(1983~), 男, 山东枣庄人, 主要从事邮政纪检监察理论与实践研究。