

Niektórzy twierdzą, że wielkie firmy państwowe „z natury rzeczy” nie mogą być efektywne. Nie do końca – fakt, trudno o dyscyplinę finansów, i uważność na potrzeby klienta, gdy się ma poczucie monopolu. Ale tę arogancję Poczta Polska dzieli też z wyżej wspomnianym GM który to, choć nie był firmą państwową, widział siebie jako niezagrożonego mocarza swego rynku.

Ale podobieństwa nie ograniczają się do dominującej pozycji: kierownictwo Poczty Polskiej (podobnie jak kierownictwo GM) koncentruje się na odbieraniu przywilejów przepłacanych w jej opinii pracownikom. Czy rzeczywiście zarabiają oni za dużo? Wbrew pozorom, jest to nieistotne! Jeśli poczta pracowałaby dwa razy efektywniej, sprzedając (w warunkach uczciwej konkurencji) usługi o dwa razy wyższej wartości, to dlaczego jej pracownicy nie mieliby więcej zarabiać – na siebie i swoje rodziny?

No właśnie zarabiać na siebie, a nie zdierać haracz monopolisty ...

Trudno o większy absurd, i lepszy dowód na nieudolność Poczty w obecnym stanie, niż fakt, że konkurencja potrafi wdzierać się na rynek zastrzeżony dla Poczty Polskiej przez sztuczne obciążanie swoich przesyłek – czy to metalową blaszką, czy notesikiem...

Niestety, a absurdalnie chaotyczne decyzje typu zmiana logo tylko pogłębiają poczucie niekompetencji kierownictwa i beznadziejności..

A kogo to obchodzi? Wbrew pozorom – po pierwsze wszystkich – przecież wszyscy (jako podatnicy i konsumenci) za to płacimy w różny sposób – chociażby przez brak dostępu do lepszych usług, i przez to, że ta perła majątku narodowego systematycznie traci swój blask...

Interesować powinno to też samych pracowników; im bardziej nic się w Poczcie Polskiej nie zmienia, tym bardziej pewne jest, że zmieni się to nagle i z wielkim hukiem...

Ale... Czy może być inaczej? Może. Warto spojrzeć na przykład Australia Post z drugiej strony kuli ziemskiej. Jak wiele innych monopolii państwowych była ona swego czasu symbolem bojowych związków zawodowych, bezwzględnie broniących przywilejów swych członków, niskiego poziomu obsługi i

„nieodzownych” państwowych dotacji.

Dzisiaj jest sprawna, dynamiczną organizacją dającą pewność, że list wysłany przed osiemnastą będzie dostarczony w innym wielkim mieście w ciągu dwóch dni...

Australia Post rażno wkroczyła na tworzący się rynek przesyłek będących produktem handlu internetowego, wyrabiając sobie doskonałą pozycję zaufanego dostawcy, zanim konkurenci zdołali tam zaistnieć...

Cóż.. Gdybym był właścicielem choć jednego procenta akcji Poczty Polskiej zafundowałbym dwudziestoosobowej ekipie zarządczej i przywódców związkowych wycieczkę do Australii, by tam zobaczyli jak efektywnie może działać siostrzana firma...

Prawdopodobnie byłaby to świetna inwestycja..

A tymczasem – co mogą zrobić pracownicy i kierownictwo? A dlaczego nie poszukać samemu, na wszystkich szczeblach organizacji źródeł oszczędności i podnoszenia efektywności?

A dlaczego by samemu nie wejść na nowe, pokrewne rynki?

W tym momencie, wg wielu opinii i mojego doświadczenie

rynek przesyłek kurierskich jest wyraźnie niedopieczony i oferuje atrakcyjne marże...

Poczta Polska – a także jej pracownicy i kierownictwo – ma jeszcze szanse... Pytanie, czy je wykorzysta...

Fakt, który należy docenić to dynamiczny rozwój Banku Pocztowego. Pokazuje to, że kierownictwo Poczty Polskiej potrafi dostrzec strategiczne okazje i tworzyć nowe, zyskowe rynki.

Jest więc nadzieja...