



جمهوری اسلامی ایران
Islamic Republic of Iran

سازمان ملی استاندارد ایران

Iranian National Standardization Organization



استاندارد ملی ایران

۱۸۸۲۳

چاپ اول

۱۳۹۳

INSO

18823

1st. Edition

2014

پست - خدمات قراردادی پستی

Post- Postal Contractual Services

ICS:03.240

به نام خدا

آشنایی با سازمان ملی استاندارد ایران

مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران به موجب بند یک ماده ۳ قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، مصوب بهمن ماه ۱۳۷۱ تنها مرجع رسمی کشور است که وظیفه تعیین، تدوین و نشر استانداردهای ملی (رسمی) ایران را به عهده دارد.

نام موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران به موجب یکصد و پنجاه و دومین جلسه شورای عالی اداری مورخ ۹۰/۶/۲۹ به سازمان ملی استاندارد ایران تغییر و طی نامه شماره ۲۰۶/۳۵۸۳۸ مورخ ۹۰/۷/۲۴ جهت اجرا ابلاغ شده است.

تدوین استاندارد در حوزه های مختلف در کمیسیون های فنی مرکب از کارشناسان سازمان، صاحب نظران مراکز و مؤسسات علمی، پژوهشی، تولیدی و اقتصادی آگاه و مرتبط انجام می شود و کوششی همگام با مصالح ملی و با توجه به شرایط تولیدی، فناوری و تجاری است که از مشارکت آگاهانه و منصفانه صاحبان حق و نفع، شامل تولیدکنندگان، مصرف کنندگان، صادرکنندگان و وارد کنندگان، مراکز علمی و تخصصی، نهادها، سازمان های دولتی و غیر دولتی حاصل می شود. پیش نویس استانداردهای ملی ایران برای نظرخواهی به مراجع ذی نفع و اعضای کمیسیون های فنی مربوط ارسال می شود و پس از دریافت نظرها و پیشنهادات در کمیته ملی مرتبط با آن رشته طرح و در صورت تصویب به عنوان استاندارد ملی (رسمی) ایران چاپ و منتشر می شود.

پیش نویس استانداردهایی که مؤسسات و سازمان های علاقه مند و ذی صلاح نیز با رعایت ضوابط تعیین شده تهیه می کنند در کمیته ملی طرح و بررسی و در صورت تصویب، به عنوان استاندارد ملی ایران چاپ و منتشر می شود. بدین ترتیب، استانداردهایی ملی تلقی می شوند که بر اساس مفاد نوشته شده در استاندارد ملی ایران شماره ۵ تدوین و در کمیته ملی استاندارد مربوط که سازمان ملی استاندارد ایران تشکیل می دهد به تصویب رسیده باشد.

سازمان ملی استاندارد ایران از اعضای اصلی سازمان بین المللی استاندارد (ISO)^۱، کمیسیون بین المللی الکتروتکنیک (IEC)^۲ و سازمان بین المللی اندازه شناسی قانونی (OIML)^۳ است و به عنوان تنها رابط^۴ کمیسیون کدکس غذایی (CAC)^۵ در کشور فعالیت می کند. در تدوین استانداردهای ملی ایران ضمن توجه به شرایط کلی و نیازمندی های خاص کشور، از آخرین پیشرفت های علمی، فنی و صنعتی جهان و استانداردهای بین المللی بهره گیری می شود.

سازمان ملی استاندارد ایران می تواند با رعایت موازین پیش بینی شده در قانون، برای حمایت از مصرف کنندگان، حفظ سلامت و ایمنی فردی و عمومی، حصول اطمینان از کیفیت محصولات و ملاحظات زیست محیطی و اقتصادی، اجرای بعضی از استانداردهای ملی ایران را برای محصولات تولیدی داخل کشور و/یا اقلام وارداتی، با تصویب شورای عالی استاندارد، اجباری نماید. سازمان می تواند به منظور حفظ بازارهای بین المللی برای محصولات کشور، اجرای استاندارد کالاهای صادراتی و درجه بندی آن را اجباری نماید. همچنین برای اطمینان بخشیدن به استفاده کنندگان از خدمات سازمان ها و مؤسسات فعال در زمینه مشاوره، آموزش، بازرسی، ممیزی و صدور گواهی سیستم های مدیریت کیفیت و مدیریت زیست محیطی، آزمایشگاه ها و مراکز کالیبراسیون (واسنجی) وسایل سنجش، سازمان ملی استاندارد ایران این گونه سازمان ها و مؤسسات را بر اساس ضوابط نظام تأیید صلاحیت ایران ارزیابی می کند و در صورت احراز شرایط لازم، گواهینامه تأیید صلاحیت به آن ها اعطا و بر عملکرد آن ها نظارت می کند. ترویج دستگاه بین المللی یکاها، کالیبراسیون (واسنجی) وسایل سنجش، تعیین عیار فلزات گرانبها و انجام تحقیقات کاربردی برای ارتقای سطح استانداردهای ملی ایران از دیگر وظایف این سازمان است.

1- International Organization for Standardization

2 - International Electrotechnical Commission

3- International Organization of Legal Metrology (Organisation Internationale de Metrologie Legale)

4 - Contact point

5 - Codex Alimentarius Commission

کمیسیون فنی تدوین استاندارد «پست - خدمات قراردادی پستی»

رئیس:

پازری، محسن
(کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات)

دبیر:

خاری، حمیدرضا
(کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات)

اعضاء: (اسامی به ترتیب حروف الفبا)

آچاک، صالح
(کارشناس ارشد مدیریت تکنولوژی)

رئیس اداره نظارت بر مقررات پستی اداره
کل مهندسی عملیات شرکت پست جمهوری
اسلامی ایران

احمدی، محمد
(کارشناس ارشد علوم ارتباطات)

معاون دفتر بازاریابی و بررسی‌های اقتصادی
شرکت پست جمهوری اسلامی ایران

پاکیزه‌وند، حاجیه
(کارشناس بیولوژی)

نماینده سازمان ملی استاندارد ایران

جعفرطیاری، منصور
(کارشناس زبان و ادبیات انگلیسی)

همکار پروژه تهیه و تدوین استانداردهای
خدمات پستی

حسین‌آبادی، مسعود
(کارشناس امور پستی)

مدرس دانشکده علمی و کاربردی پست

حی‌شاد، شهرام
(کارشناس امور پستی)

نماینده شرکت پست جمهوری اسلامی ایران

خاری، فاطمه
(کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی)

همکار پروژه تهیه و تدوین استانداردهای
خدمات پستی

رضایی، عبدالعظیم
(کارشناس جغرافیا برنامه‌ریزی ناحیه‌ای)

رئیس گروه هماهنگی و تعاملات اپراتورهای
سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

مشاور پستی پژوهشگاه ارتباطات و فناوری
اطلاعات

زارعی فرد، کریم
(کارشناس ارشد مدیریت)

مشاور مدیرعامل و مدیرکل دفتر بازرسی و
ارزیابی عملکرد شرکت مخابرات ایران

صابری وند، نادر
(کارشناس ارشد مدیریت)

نماینده اداره کل استاندارد و تایید نمونه
سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

عروجی، سید مهدی
(کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات)

پژوهشگر گروه قوانین و مقررات ارتباطات و
فناوری اطلاعات، پژوهشگاه ارتباطات و
فناوری اطلاعات

غدیری، سید مجید
(کارشناس فیزیک)

کارشناس استاندارد

قاضوی، سیدمحمد
(کارشناس ارشد مدیریت صنایع)

رئیس گروه هماهنگی و نظارت بر خدمات
عمومی اجباری فاوا (USO)

قره داغی، یدا...
(کارشناس ارشد مدیریت تحقیق در عملیات)

کارشناس ارشد صنعت مخابرات

محسن زاده، علی اکبر
(کارشناس ارشد مخابرات)

فهرست مندرجات

صفحه	عنوان
	آشنایی با سازمان ملی استاندارد ایران
ب	کمیسیون فنی تدوین استاندارد
و	پیش گفتار
ز	مقدمه
۱	۱ هدف و دامنه کاربرد
۱	۲ مراجع الزامی
۲	۳ اصطلاحات و تعاریف
۱۲	۴ کلیات فرآیندهای عملیاتی خدمت
۱۳	۱-۴ مدل‌های فرآیندی خدمات قراردادی پست
۱۴	۲-۴ الزامات مدل فرآیندی قراردادها
۱۵	۳-۴ هزینه خدمت
۱۵	۵ الزامات خدمات در ارتباط با مشتری
۱۵	۱-۵ ویژگیها و مشخصات کلیدی مشتری(ها)
۱۵	۲-۵ غرامات
۱۵	۶ خدمات مشتریان
۱۵	۱-۶ تعهدات مشتری در خدمات قراردادی پستی
۱۶	۲-۶ ردگیری و ردیابی مرسولات
۱۶	۳-۶ مواردی کلی درباره قرداد خدمات قراردادی
۱۷	پیوست الف(اطلاعاتی)فرم‌ها
۲۱	پیوست ب(اطلاعاتی)کتاب‌نامه

پیش گفتار

استاندارد «پست- خدمات قراردادی پستی» که پیش‌نویس آن در کمیسیون‌های مربوط توسط سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی تهیه و تدوین شده و در دویست و هشتمین اجلاس کمیته ملی استاندارد خدمات مورخ ۹۳/۸/۱۷ مورد تصویب قرار گرفته است، اینک به استناد بند یک ماده ۳ قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، مصوب بهمن ماه ۱۳۰۰...، به عنوان استاندارد ملی ایران منتشر می‌شود.

برای حفظ همگامی و هماهنگی با تحولات و پیشرفتهای ملی و جهانی در زمینه صنایع، علوم و خدمات، استانداردهای ملی ایران در مواقع لزوم تجدید نظر خواهد شد و هر پیشنهادی که برای اصلاح و تکمیل این استانداردها ارائه شود، هنگام تجدید نظر در کمیسیون فنی مربوط مورد توجه قرار خواهد گرفت. بنابراین، باید همواره از آخرین تجدیدنظر استانداردهای ملی استفاده کرد.

منابع و مآخذی که در این استاندارد مورد استفاده قرار خواهد گرفت:

- ۱ سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی. موافقتنامه پروانه ارزیابی خدمات پستی. تهران: ۱۳۸۹/۷/۱۷.
- ۲ شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، اداره کل مهندسی عملیات پستی، دستورالعمل باجه معطله، دستورالعمل شماره ۴۱۰/۲۰۵۱۲ تاریخ ۱۳۹۰/۰۹/۲۷
- ۳ شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، اداره کل مهندسی عملیات پستی، دستورالعمل مهلت نگهداری مرسولات، شماره ۴۱۲/۵۳۰۰، تاریخ ۱۳۸۲/۳/۱۰
- ۴ مرکز آموزش علمی کاربردی پست. قبول در پست. چاپ اول. تهران: گسترش علوم پایه، ۱۳۸۶.
- ۵ قانون تجارت الکترونیک در ایران، سال ۱۳۸۲/۱۰/۱۷.
- 6 UPU, *Letter Post Manual*. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2013.
- 7 UPU, *Parcel Post Manual*. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2013.

مقدمه

خدمات قراردادی پستی در بستر یک یا چند خدمت اصلی، تکمیلی، یا جدید پستی یا خدمت پیشتاز یا خدمات پیک؛ توسط کارور^۱ پستی ارائه می‌شود. این خدمت بر مبنای نیاز و خواست مشتریان و بر اساس قرارداد بین کارور پستی و مشتری ایجاد و ارائه می‌گردد.

پست - خدمات قراردادی پستی

۱ هدف و دامنه کاربرد

هدف از تدوین این استاندارد، تعیین ویژگی‌های خدمات قراردادی پستی در ابعاد فیزیکی، الکترونیکی، مالی، و یا ترکیبی از آنها از مرحله‌ی قبول تا توزیع است. این استاندارد، برای موارد زیر کاربرد دارد:

الف - تمامی اقلام خدمات اصلی، پیشتاز، تکمیلی، و جانبی؛

ب - مشتریان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان، و عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات، مؤسسات، سازمان و نهادهای فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی.

۲ مراجع الزامی

مدارک الزامی زیر حاوی مقرراتی است که در متن این استاندارد ملی ایران به آن‌ها ارجاع داده خواهد شد. بدین ترتیب آن مقررات جزئی از این استاندارد ملی ایران محسوب می‌شود. در صورتی که به مدرکی با ذکر تاریخ انتشار ارجاع داده شده باشد، اصلاحیه‌ها و تجدید نظرهای بعدی آن مورد نظر این استاندارد ملی ایران نیست. در مورد مدارکی که بدون ذکر تاریخ انتشار به آن‌ها ارجاع داده شده است، همواره آخرین تجدیدنظر و اصلاحیه‌های بعدی آن‌ها مورد نظر است. استفاده از مراجع الزامی زیر برای این استاندارد الزامی است:

- ۱-۲ اتحادیه پستی جهانی. آیین نامه امانات پستی. ترجمه شرکت پست جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پست بین الملل. تهران: ۱۳۹۱
- ۲-۲ اتحادیه پستی جهانی. آیین نامه پستنامه پستی. ترجمه شرکت پست جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پست بین الملل. تهران: ۱۳۹۱
- ۳-۲ اتحادیه پستی جهانی. پروتکل نهایی کنوانسیون پستی جهانی. ترجمه شرکت پست جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پست بین الملل. تهران: ۱۳۹۱
- ۴-۲ اتحادیه پستی جهانی. کنوانسیون پستی جهانی. ترجمه شرکت پست جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پست بین الملل. تهران: ۱۳۹۱
- ۵-۲ استاندارد ملی ایران شماره ۱۴۶۸۹: سال ۱۳۹۱، اطلاعات و مستندسازی- رهنمودهایی برای مراجع کتاب شناختی و استناد به منابع اطلاعاتی
- ۶-۲ استاندارد ملی ایران- شماره ۱۸۸۲۰: سال ۱۳۹۳، خدمت پستنامه‌های عادی
- ۷-۲ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۲۱: سال ۱۳۹۳، خدمت پستنامه‌های ثبتی
- ۸-۲ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۲۲ : سال ۱۳۹۳، خدمت پست پیشتاز
- ۹-۲ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۱۹ : سال ۱۳۹۳، خدمت پست ویژه شهری

- ۲-۱۰ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۲۶ : سال ۱۳۹۳، خدمت پست ویژه بین شهری
- ۲-۱۱ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۱۵ : سال ۱۳۹۳، خدمت بیمه پستی
- ۲-۱۲ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۳۶ : سال ۱۳۹۳، خدمت پست لجستیک
- ۲-۱۳ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۱۱ : سال ۱۳۹۳، خدمت خرید و فروش اینترنتی
- ۲-۱۴ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۳۵ : سال ۱۳۹۳، خدمت امانات پستی
- ۲-۱۵ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۲۵ : سال ۱۳۹۳، خدمت بار پستی
- ۲-۱۶ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۲۹ : سال ۱۳۹۳، خدمت پست تبلیغ
- ۲-۱۷ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۱۶ : سال ۱۳۹۳، خدمت امانات شکستنی
- ۲-۱۸ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۱۳ : سال ۱۳۹۳، خدمت امانات پستی خارج از اندازه
- ۲-۱۹ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۱۴ : سال ۱۳۹۳، خدمت مرسولات حاوی مواد ناشی و ریزشی (مایعات)
- ۲-۲۰ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۲۴ : سال ۱۳۹۳، خدمت قبول از مقرر فرستنده
- ۲-۲۱ استاندارد ملی ایران - شماره ۱۸۸۱۷ : سال ۱۳۹۳، خدمت صندوق پستی شخصی
- ۲-۲۲ سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی. مصوبات پستی کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات.

2-23 Universal Postal Convention. In: Letter Post Manual. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2013.

2-24 Final Protocol to the Universal Postal Convention. In: Letter Post Manual. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2013.

2-25 Universal Postal Convention. In: Parcel Post Manual. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2012.

2-26 Final Protocol to the Universal Postal Convention. In: Parcel Post Manual. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2012.

۳ اصطلاحات و تعاریف

در این استاندارد، علاوه بر اصطلاحات و تعاریف تعیین شده در استانداردهای ملی ایران - شماره ۱۸۸۲۰: سال ۱۳۹۳، شماره ۱۸۸۲۲: سال ۱۳۹۳، شماره ۱۸۸۱۹: سال ۱۳۹۳، شماره ۱۸۸۲۶: سال ۱۳۹۳، شماره ۱۸۸۱۵: سال ۱۳۹۳، شماره ۱۸۸۳۶: سال ۱۳۹۳ و شماره ۱۸۸۱۱: سال ۱۳۹۳ اصطلاحات و تعاریف زیر نیز به کار می‌رود.

۱-۳

اشتراک گاه‌نامه‌ها^۱

مشتریان می‌توانند به صورت برخط، مشترک گاه‌نامه‌ها شوند و این گاه‌نامه‌ها در یک آدرس فیزیکی تحویل داده می‌شوند.^۱

1 - Subscription for periodicals

۲-۳

امانت پستی^۲

بسته حاوی اشیاء و کالا با وزن بیش از ۲ کیلوگرم و بیشینه ۳۰ کیلوگرم و برای بسته‌های غیرقابل تفکیک داخله بیشینه تا ۵۰ کیلوگرم که دارای نشانی فرستنده و یا گیرنده باشد.

یادآوری- در صورت تعریف خدمات جدید، تعاریف، شرایط و بیشینه وزن مرسوله، حسب مورد توسط مرجع ذیصلاح^۳ تعیین و ابلاغ خواهد شد.

۳-۳

پست خرید

یکی از خدمات پستی است که خریداران در قالب آن به پست ماموریت خرید کالا یا خدمت مورد نظر خود را داده و نسبت به دریافت خدمت در مقابل پرداخت هزینه‌های مربوط (هزینه پستی به علاوه بهای کالا یا خدمت) به صورت پیش‌پرداخت یا پرداخت در مقابل بها اقدام می‌نمایند. در این خدمت انواع مجاری رسانه‌ای شامل اینترنت، تلویزیون، کاتالوگ، مطبوعات، تلفن، پیامک، رایانامه و سایر موارد مشابه برای سفارش کالا مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۴-۳

پست مستقیم

مجموع اقدامات و خدماتی که مبتنی بر بانک‌های اطلاعاتی هدفمند، ضوابط و فروش اقلام بانک‌های اطلاعاتی، و تولید مرسولات بر بستر خدمات اصلی و تکمیلی پستی بوده و مورد استفاده مشتری قرار می‌گیرد.

۵-۳

پیمانکار

پیمانکار، شخصی حقیقی یا حقوقی است که انجام دادن کاری، ارائه خدمتی یا تهیه و تحویل کالایی را ضمن عقد قراردادی کتبی در مقابل مزد یا پول معینی تعهد کند.

۶-۳

تحویل ناموفق در نشانی

در صورتی که پستی به هر دلیل موجه نتواند در نشانی تعیین شده بر روی مرسوله پستی، مرسوله را به

1 - Farah Abdallah and Yuliya Shakurova. *Measuring postal e-services development, A global perspective*, First edition, Berne :UPU, January 2012, p.10.

2 - Postal parcel

۳- در حال حاضر مرجع مورد نظر، کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات است.

گیرنده تحویل دهد، «تحویل ناموفق» اتفاق افتاده است.

۷-۳

تمبر شخصی^۱

تمبر غیر بهادار شخصی نوع جدیدی از تمبرهای پستی است که در آن تصاویر مربوط به اشخاص و آرم‌های تجاری جهت تبلیغات به مناسبت‌های گوناگون، در کنار تمبرهای جاری چاپ می‌شود.

۸-۳

توافقنامه

سندی است که جهت انجام تعهدات طرفین، درخواست و سفارش مشتری، ارائه خدمت و یا تهیه و تحویل کالای مورد نظر، تنظیم، و در قالب خاص خود از لحاظ حجم، زمان و مکان یا محدوده جغرافیائی انجام کار بین کارفرما یا سفارش‌دهنده و پیمانکار یا کارور منعقد می‌گردد و به‌طور کلی ورقه یا سندی است مکتوب، مبنی بر سازش دو تن، دو گروه یا دو دولت در مسئله یا امری خاص.

۹-۳

خدمات الکترونیکی

خدماتی که در آن از بستر الکترونیکی موجود در شبکه‌های کاروران پستی برای جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، بازیابی و ارسال اطلاعات مورد نیاز ذینفعان به صورت برخط یا غیربرخط ارائه می‌شود.

۱۰-۳

خدمات باجه‌ای

آن دسته از خدمات قراردادی است که متضمن اقداماتی نظیر فروش دفترچه‌ها، فرم‌ها، اسناد و مدارک و سایر اقلام به نیابت از سوی سازمان‌ها، مؤسسات و شرکت‌های خصوصی و دولتی در باجه‌ها و مراکز کاروران پستی می‌باشد.

یادآوری- بررسی و کنترل مدارک و سایر موارد بر اساس متن قرارداد فی‌مابین خواهد بود.

۱۱-۳

خدمات پستی ترکیبی

خدماتی است که طی آن، مرسولات از طریق شبکه‌های ارتباطی و فناوری اطلاعات، فرایند قبول آنها صورت می‌پذیرد و به‌صورت فیزیکی توزیع می‌شوند و بالعکس.

1- Private stamp

۱۲-۳

خدمات تجارت الکترونیکی^۱

خدمات تجارت الکترونیکی، شامل خرید و فروش محصولات و خدمات با استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات می‌باشد. این خدمات شامل پردازش و تحویل مرسولات خریداری شده به صورت فیزیکی یا الکترونیکی است.^۲

یادآوری- برخی از خدمات تجارت الکترونیکی عبارتند از: فروشگاه برخط محصولات مربوط به جمع‌آوری تمبر و تمبرشناسی، فروشگاه برخط کالاهای پستی، فروشگاه برخط کالاهای غیرپستی، اشتراک گاه‌نامه‌ها، خدمات و تماس از طریق وب برای مشتریان تجارت الکترونیکی.

۱۳-۳

خدمات فروش اقلام

خدماتی است که عرضه و فروش انواع کالا و اقلام مشتریان قراردادی در باجه‌های قبول نظیر فروش کتب، دفترچه‌ها، لوح‌های فشرده و یا محصولات و اقلام خاص پست نظیر اطلاعات کدپستی، اقلام فیلاتلی، اجاره فضا، خرده فروشی و سایر موارد را در بر می‌گیرد.

یادآوری- این گونه خدمات را می‌توان از طریق و یا با همکاری بخش خصوصی نیز عرضه کرد.

۱۴-۳

خدمات فیزیکی پستی

خدمات پستی است که دربرگیرنده‌ی همه یا بخش‌هایی از فرایندهای عملیاتی پست شامل مراحل: قبول و جمع‌آوری، تجزیه و آماده‌سازی، رهسپاری و حمل و نقل و توزیع انواع مرسولات پست‌نامه، امانات پستی، و خدمات پیشتاز و پیک ویژه می‌باشد.

۱۵-۳

خدمات قراردادی پستی

خدمات قراردادی پستی، خدماتی هستند که پست به نیابت از برخی سازمان‌ها و مؤسسات دولتی/ خصوصی در قالب قرارداد با تعرفه مشخص و در زمان تعیین شده، در بستر شبکه فیزیکی و الکترونیکی خود به مشتریان ارائه می‌دهد و بدین ترتیب با توجه به خواست‌ها و نیازهای متنوع مشتریان، خدمات متفاوتی به صورت قراردادی قابل ارائه هستند.

1 - E-commerce services

2 - Farah Abdallah and Yuliya Shakurova. *Measuring postal e-services development, A global perspective*, First edition, Berne :UPU, January 2012, p.10.

۱۶-۳

خدمات متقابل

خدمات متقابل، توافق بین کاروران ارائه خدمات پستی و غیرپستی جهت همکاری و عرضه خدمات مربوط به عملیات مراحل قبول مرسولات در باجه‌های پستی و توزیع اقلام پستی بر اساس قرارداد دوجانبه با استفاده از امکانات فیزیکی و الکترونیکی شبکه پستی کشور می‌باشد.

۱۷-۳

خدمات و تماس از طریق وب برای مشتریان تجارت الکترونیکی^۱

خدمتی است که ارائه کننده یک حساب برخط الکترونیکی و یک شناسه منحصر به فرد برای تماس مشتری، جهت مدیریت و ردگیری عملیات مربوط به یک معامله تجارت الکترونیک می‌باشد.^۲

۱۸-۳

خدمات امانات بیمه (خدمت بیمه)

خدمتی است که در آن، محتوای امانات بر اساس قوانین و مقررات مربوط و ارزش اظهار شده توسط فرستنده تا سقف معینی بیمه می‌شود.

۱۹-۳

خدمت پایه اصلی

خدمات پست‌نامه عادی، پست‌نامه ثبتی، و امانات پستی، خدمات اصلی پستی نامیده می‌شوند.

یادآوری - استاندارد خدمت پست پیش‌تاز به دلیل کیفیت آن مشابه خدمات اصلی پستی تدوین می‌گردد.

۲۰-۳

خدمت پست پیش‌تاز (EMS)^۳

خدمتی است که طی آن بر اساس شرایط، نرخ‌ها و دسته‌بندی‌های خاص، از نظر نوع مرسوله؛ خارج از مسیر عادی پست و با بهره‌گیری از امکانات عملیاتی و حمل و نقل سریع، نسبت به قبول، آماده‌سازی، ارسال و توزیع مرسوله، اقدام می‌گردد.^۴

1- E-commerce web-based customer service and contact

2- Farah Abdallah and Yuliya Shakurova. *Measuring postal e-services development, A global perspective*, First edition, Berne: UPU, January 2012, p.10.

3 - Express Mail Service

۴- استاندارد ملی ایران شماره یو پی یو اس ۱۰ ای-۶: سال ۱۳۸۸، پست - شناسایی اقلام پستی - قسمت E استفاده داخلی / دوجانبه از شناسه‌های ۱۳ شاخصه‌ای، ص ۴.

یادآوری- بر اساس ماده ۱۴ کنوانسیون پستی جهانی، پیشتاز یک خدمت پستی سریع ویژه ارسال اسناد و کالا با استفاده از ابزار فیزیکی است. این خدمت در سطح بین‌الملل بر اساس توافق دو جانبه یا پیوستن به موافقت نامه چند جانبه EMS برقرار می‌گردد. در این خدمت تمامی عملیات مربوط به اقلام پستی از لحظه قبول تا توزیع در داخل و خارج از کشور، در مدت زمانی کوتاه‌تر از سایر خدمات پستی، بر اساس ماده ۲۵۱ آئین‌نامه پست‌نامه‌ها انجام می‌گیرد و پیگیری سرنوشت مرسوله در این خدمت برای متقاضی یا مشتری در تمام مراحل عملیاتی امکان پذیر می‌باشد. مرسوله‌ها در این خدمت بر اساس نوع محتوی (مدارک/ کالا) داخل پاکت یا به شکل بسته پیشتاز ارسال می‌گردند.

۲۱-۳

خدمت پست تبلیغ

خدمت پست تبلیغ یکی از خدمات قراردادی پستی است که با توزیع انواع بروشورها و سایر اقلام تبلیغاتی اشخاص حقیقی و حقوقی (شرکت‌ها و مؤسسه‌های تولیدی و خدماتی بخش دولتی و خصوصی)، با استفاده از امکانات بالقوه کارور پستی (فضاهای پستی، صندوق‌های شخصی، مرسولات پستی، محل تخصیص یافته برای لوگوی تبلیغات در ماشین‌های نقش تمبر، وسائط نقلیه پستی و سایر موارد مشابه) بسترهای مناسب تبلیغاتی را جهت مشتریان بر اساس قوانین و مقررات مربوط فراهم می‌سازد.

۲۲-۳

خدمت پست جواب قبول

خدمت پست جواب قبول خدمتی است که به مشتریان، این امکان را می‌دهد که هزینه پستی پاسخ‌دهنده‌های خود به انواع فرم‌ها، نمونه‌های نظرسنجی یا پرسشنامه‌ها یا مکاتبات مخصوص را پیش پرداخت کنند. در این خدمت مشتریان (سازمان‌ها، نهادها، پژوهشگران، موسسات تحقیقاتی، تولیدکنندگان کالا و خدمات، جمع‌آوری کنندگان اطلاعات و سایر موارد) این امکان را می‌یابند تا پس از جمع‌آوری مستندات تکمیل شده فوق‌الذکر که توسط پاسخ‌دهندگان به پست سپرده می‌شود، از نظرات، نگرش‌ها، نیازها و علایق آن‌ها مطلع شوند.

۲۳-۳

خدمت پست صوتی

یک صندوق پستی است که به صورت یک ساله به مشترک آن، اجاره داده می‌شود؛ از طریق این صندوق که یک شماره‌ی تلفن است، افراد مختلف می‌توانند بدون محدودیت زمانی و مکانی برای مشترک پیغام بگذارند. مشتریان اصلی این خدمت مدیران ارشد، مسئولان روابط عمومی و بخش بازاریابی سازمان‌ها، وزارتخانه‌ها، شرکت‌ها، نیروهای نظامی، انتظامی و امنیتی، بازاریان، رسانه‌های ارتباط جمعی و سایر موارد مشابه هستند.^۱

۱- مرکز آموزش علمی - کاربردی پست، قبول در پست، چاپ اول، تهران: گسترش علوم پایه، ۱۳۸۶، ص ۱۱۸-۱۰۵

۲۴-۳

خدمت پست نامه عادی

خدمتی است که در فرایند قبول مرسوله، به متقاضی دریافت خدمت، رسید داده نمی‌شود و کلیه فرآیندهای عملیاتی آن (به جز موارد دپش‌بندی)، بدون ثبت انجام شده و در زمان توزیع مرسوله از گیرنده رسید دریافت نمی‌شود.

۲۵-۳

خدمت پست نامه‌های ثبتی

خدمتی است که در فرایند قبول، به متقاضی دریافت خدمت، رسید داده می‌شود و در مراحل انجام فرآیندهای عملیاتی مربوط، شماره مرسوله براساس نظام‌های موجود، ثبت و مسیر طی شده و سرنوشت آن قابل ردیابی و پیگیری بوده و در فرایند توزیع نیز از گیرنده رسید دریافت می‌شود.

۲۶-۳

خدمت پست ویژه بین شهری^۱

مجموعه اقداماتی است که به موجب آن قبول سفارش (ها) از یک سفارش‌دهنده، شامل تأمین خدمت و یا تهیه کالا از یک شهر و ارایه و تحویل آن به ذینفع (گیرنده) توسط پیک در شهری دیگر تا ساعت ۲۲ روز قبول سفارش (تحویل در همان روز قبول^۲) یا در روز بعد از آن تا ساعت ۱۰ صبح یا تا ساعت ۱۲ ظهر (تحویل در روز بعد از قبول^۳) انجام می‌شود.

۲۷-۳

خدمت تکمیلی^۴

خدمتی است که جزء خدمات اصلی (پایه)^۵ پستی نبوده بلکه به منظور افزودن ویژگی/ویژگی‌هایی به خدمات مذکور الحاق می‌شوند.

۲۸-۳

خدمت غیر متعارف

خدماتی که پست کشورها بر اثر تغییرات شرایط جامعه و نیازهای جدید ایجاد می‌کنند تا پاسخگوی طیف وسیع و متنوعی از درخواست‌های مشتریان خود باشند. این خدمات به دو گروه غیرمتعارف دائمی و دارای مدت مشخص (خدمات قراردادی) تقسیم می‌شوند. خدمت غیرمتعارف دائمی براساس نیاز جامعه در بستر

1- Domestic Special Courier Service
2- Same day delivery
3- Next day delivery
4- Supplementary Service
5- Basic services

خدمات اصلی موجود ایجاد شده و به‌عنوان یک خدمت مستقل در واحدهای پستی شناخته می‌شوند و در خدمات قراردادی با انعقاد قرارداد مشترک بین پست و یک یا چند سازمان، مؤسسه، شرکت و دیگر موارد مشابه بوجود می‌آیند.^۱

۲۹-۳

خدمت لجستیک یکپارچه

خدمت لجستیک یکپارچه، خدمتی است که نیازهای لجستیکی مشتریان را برطرف نموده و مراحل قبل و بعد از انتقال فیزیکی کالاها و اسناد را دربر می‌گیرد.^۲ این خدمت می‌تواند شامل جمع‌آوری، دریافت، پردازش، انبارداری، جابجایی، ارسال، انتقال، حمل‌ونقل و توزیع فیزیکی اسناد یا کالاهای جداگانه یا ترکیبی شود.^۳

۳۰-۳

خریدار (مصرف‌کننده)

خریدار (مصرف‌کننده)، شخصی است که در ازای پرداخت هزینه، مبادرت به دریافت کالا و خدمات می‌نماید.^۴

۳۱-۳

ردگیری

فرآیند ثبت وقوع رویدادهای مهم در پردازش و حمل‌ونقل یک هستار^۵ (موجودیت) پستی برای تهیه یک سابقه عملیاتی- زمانی از این رویدادها و کمک به ردیابی هستار پستی.^۶

۳۲-۳

طرف قرارداد

هر یک از طرفین که امضاکننده قرارداد یا توافق‌نامه بوده و متعهد به اجرای مفاد آن از هنگام شروع تا پایان کار می‌باشند.

۱ - استاندارد ملی ایران - شماره یو پی یو اس ۱۰ ای - ۶: سال ۱۳۸۸، پست - شناسایی اقلام پستی - قسمت E استفاده داخلی / دوجانبه از شناسه‌های ۱۳ شاخصه‌ای، ص ۱۰۲

2 - Universal Postal Convention Article 14.1.3. In: *Parcel Post Manual*. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2013.

3 - UPU. *Parcel Post Manual*. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2013, Article RC132.1.

۴- الحاقیه آیین‌نامه اجرائی ضوابط لازم برای صدور پروانه کسب فروشگاه‌های الکترونیکی (تبصره ۱ ماده ۱۲ قانون نظام صنفی) بند ۳-۱ ماده ۱

5- Entity

6 - UPU standards glossary. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 24 October 2007.

۳-۳۳

فروشگاه برخط کالاهای پستی^۱

فروشگاهی است که مشتریان می‌توانند از طریق آن، کالاهای پستی را به صورت برخط خریداری نمایند و این کالاها در یک نشانی فیزیکی تحویل داده شوند.^۲

۳-۳۴

فروشگاه برخط کالاهای غیرپستی^۳

فروشگاهی است که مشتریان می‌توانند از طریق آن، کالاهای غیر پستی را به صورت برخط خریداری نمایند و این کالاها در یک نشانی فیزیکی تحویل داده شوند.^۴

۳-۳۵

فروشگاه برخط محصولات مربوط به جمع‌آوری تمبر و تمبرشناسی^۵

فروشگاهی است که مشتریان می‌توانند از طریق آن محصولات مربوط به جمع‌آوری تمبر و تمبرشناسی را به صورت برخط خریداری نمایند و این محصولات در یک نشانی فیزیکی تحویل داده شوند.^۶

۳-۳۶

کارفرما

یکی از طرفین قرارداد یا توافق‌نامه (شخص حقیقی و یا حقوقی) که متقاضی یا سفارش دهنده خدمت خاص می‌باشد. کارفرما با توجه به متن قرارداد یا توافق‌نامه همانند طرف مقابل تعهداتی دارد که ملزم به رعایت آن‌ها است.

۳-۳۷

گواهینامه‌های لایه سوکت‌های امن از طریق وب^۷

صدور تأییدیه‌های لایه سوکت‌های امن^۸ برای وب‌گاه‌های امن، توسط پست.^۹

1 - Online shop for postal goods

2 - Farah Abdallah and Yuliya Shakurova. *Measuring postal e-services development, A global perspective*, First edition, Berne: UPU, January 2012, p.10.

3 - Online shop for non-postal goods

4 - Ibid.

5 - Online shop for philatelic products

6 - Ibid.

7 - Secure Sockets Layer web certificates

8 - Secure Sockets Layer

9 - Ibid.

۳-۳۸

مرسوله

هر آنچه به صورت فیزیکی یا الکترونیکی قابل ارسال باشد، حاوی مکتوبات شخصی، اسناد و مدارک اعم از نوشته‌های چاپی، دست‌نوشته‌ها و یا الکترونیکی، کالا، اشیاء، اوراق و حوالجات مالی، ابلاغیه و اطلاعیه که دارای نشانی فرستنده و یا گیرنده باشد.^۱

۳-۳۹

مرسوله انبوه^۲

اقلامی که به تعداد زیاد توسط یک فرستنده برای ارسال در یک دپش و یا دپش‌های مجزا به کارور پستی تحویل می‌گردد.

۳-۴۰

مرسوله‌های پست‌نامه^۳

مرسوله‌های پست‌نامه‌ها عبارتند از:

الف - نامه: پاکت در بسته و یا فایلی که حاوی مکتوبات شخصی، اسناد و مدارک اعم از نوشته‌های چاپی، دست‌نوشته و یا الکترونیکی باشد. بیشینه وزن نامه ۲ کیلوگرم می‌باشد.

ب - کارت پستی (کارت پستال): کارتی که حاوی نقش یا تصاویر چاپی بوده و روی دیگر آن محلی برای درج نشانی و پیام فرستنده و الصاق تمبر تعیین شده است.

پ - مطبوع: نوشته‌هایی که جنبه شخصی نداشته باشند نظیر کتاب، مجله، روزنامه و نشریات دوره‌ای که دارای دوره تناوب و تاریخ انتشار و همچنین شماره مسلسل باشند. بیشینه وزن مطبوع ۲ کیلوگرم می‌باشد.

ت - بسته‌های کوچک: بسته‌هایی که عموماً حاوی اشیاء غیر تجاری نظیر نمونه کالا و سوغات با بیشینه وزن ۲ کیلوگرم می‌باشند.

ث - نوشته‌های ویژه روشندان (نابینایان): مرسوله‌های با وزن بیشینه ۷ کیلوگرم حاوی مطبوعات و نوشته‌هایی که با خط مخصوص نابینایان (بریل) تهیه شده باشد.

ج - کیسه‌های مخصوص (کیسه M): کیسه‌هایی حاوی روزنامه‌ها، نشریات دوره‌ای، کتب و اسناد چاپ شده مشابه، به نشانی یک گیرنده و یک مقصد واحد، با وزن بیشینه ۳۰ کیلوگرم^۴

۱- کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، مصوبه جلسه شماره ۱۴۸ مورخ ۱۳۹۱/۰۶/۱۹، ص ۱.

2 - Bulk mail
3 - Letter-post items

۴- کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، مصوبه جلسه شماره ۱۴۸، ۱۳۹۱/۶/۱۹.

۴۱-۳

مرسوله‌ی معطله (در حال انتظار)

مرسوله‌ی «تحویل ناموفق» که در واحد پستی مربوط برای مدتی مشخص نگهداری می‌شود را مرسوله معطله می‌گویند.

۴۲-۳

مشتری

فرد، مؤسسه، شرکت و یا سازمان یا به‌طور اعم شخص حقیقی و یا حقوقی در بخش دولتی یا خصوصی که مراجعه کننده به واحدهای پستی، درخواست کننده یا متقاضی دریافت انواع خدمات پستی از جمله یک خدمت قراردادی با مبلغی معین در مدت زمان تعیین شده می‌باشد.

۴۳-۳

مشتری اولیه

شخصی است که طی قراردادی با کارور پستی، متقاضی استفاده از خدمات پستی می‌باشد.

۴۴-۳

مشتری کلان

مشتری عمده یا مشتری کلان که سفارشات خود را در حد گسترده‌تر، متنوع‌تر و در حجم بالا و با استمرار بیشتر جهت دریافت خدمات قراردادی خود به واحدهای پستی ارائه می‌دهد.

۴۵-۳

مشتری نهایی

شخصی است که از خدمات ارایه شده مشتری اولیه توسط کارور پست استفاده می‌نماید.

۴ کلیات فرآیندهای عملیاتی خدمت

خدمات قراردادی پستی، خدمات متنوعی هستند که به نیابت از برخی سازمان‌ها و مؤسسات دولتی/ خصوصی در قالب قرارداد با شرایط خاص و تعرفه مشخص (توافقی) و در زمان تعیین شده، در بستر شبکه‌ی گسترده‌ی فیزیکی و الکترونیکی و نیروی انسانی کارآمد به مشتریان ارائه می‌شود. مفهوم خدمت پستی قراردادی را می‌توان معادل «تولید بر اساس سفارش مشتری» تعریف کرد. بنابراین خدمات قراردادی یا «خدمات سفارشی مشتریان»، در بستر زیرساخت‌ها، بانک‌های اطلاعاتی تخصصی و امکانات موجود در قالب خدمات فیزیکی، الکترونیکی و فروش قابل تعریف و سازماندهی است.^۱

۱- جدول پیوست الف

۱-۴ مدل‌های فرآیندی خدمات قراردادی پست

این خدمات با نیاز و درخواست ذی‌نفعان، منطبق با خدمات و ظرفیت‌های موجود و پیش‌بینی‌های لازم انجام، طراحی و با توافق طرفین ارائه می‌گردد؛ مدل‌های فرآیندی قراردادها به شرح زیر می‌باشد:

۱-۱-۴ قراردادهایی که بین کارور پستی و مشتریان منعقد می‌گردد که بر اساس آن هزینه‌های خدمات در دوره‌های مشخص دریافت می‌شود (به صورت مدت‌دار).

۲-۱-۴ قراردادهایی که بین کارور پستی و مشتریان منعقد می‌شود که بر اساس آن مجوز دریافت مدارک و فروش اقلام با دریافت هزینه‌های مربوط از مشتری نهایی صورت می‌گیرد.

۳-۱-۴ قراردادهایی که بین کارور پستی و مشتریان منعقد می‌شود که بر اساس آن مجوز دریافت مدارک و فروش اقلام بدون دریافت هزینه‌های مربوط از مشتری نهایی صورت می‌گیرد.

۴-۱-۴ قراردادهایی که بین کارور پستی و مؤسسات، سازمان‌ها، نهادها، شرکت‌ها و سایر اشخاص حقوقی منعقد می‌شود که بر اساس آن انجام بخشی از وظایف آن شخص حقوقی در رابطه با مراجعات مشتری نهایی به کارور پستی محول می‌شود (خدمات نیابتی).

۵-۱-۴ قراردادهایی که بین کارور پستی و ذی‌نفعان منعقد می‌شود که بر اساس آن خدمت یا محصولی جدید برای ارائه به مشتری نهایی تولید و ارائه می‌شود.

۶-۱-۴ قراردادهایی که بین کارور پستی و ذی‌نفعان منعقد می‌شود که بر اساس آن خدمت یا محصولی مشترک برای ارائه به مشتری نهایی تولید و ارائه می‌شود.

۷-۱-۴ قراردادهایی که بین کاروران پستی منعقد می‌شود که بر اساس آن بخشی از فرآیندهای عملیات پستی یکدیگر را متقبل می‌شوند.

۸-۱-۴ قراردادهایی که بین کارور (منتخب) پستی با مراجع ذیصلاح منعقد می‌شود که بر اساس آن تعهدات خاصی در ارتباط با اتحادیه پستی جهانی به کارور پستی محول می‌شود (خدمات USO^۱ و پایه^۲).

۹-۱-۴ قراردادهایی که بین کاروران پستی و مشتریان منعقد می‌شود که بر اساس آن بخشی از مقررات یا شرایط خدمت مطابق نظر مشتری تغییر یافته و اقدام می‌شود.

تعهد خدمت پستی همگانی، ارائه مستمر خدمات پستی پایه با کیفیت در تمام نقاط قلمرو یک کشور عضو برای همه مشتریان، با قیمت‌های مناسب می‌باشد.

۲-۴ الزامات مدل فرآیندی قراردادها

این الزامات بر اساس ضرورت‌های مطرح شده در متن قرارداد می‌تواند به یکی و یا ترکیبی از موارد زیر طبقه‌بندی شود:

1 - Universal Service Obligations

۲- به مواد ۱ و ۳ کنوانسیون پستی جهانی برای توضیحات تکمیلی USO مراجعه شود.

۱-۲-۴ خدمات فیزیکی پستی

مراحل چهارگانه (قبول و جمع‌آوری- تجزیه و آماده‌سازی- رهسپاری و حمل و نقل و توزیع) همانند سایر خدمات اصلی، پیشتاز، پیک ویژه و خدمات تکمیلی خواهد بود.

۲-۲-۴ خدمات الکترونیکی

برای ارائه این خدمات، شبکه کارور پستی باید در ارتباط با فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) از امکانات زیر بهره‌مند باشد:

- شبکه اینترنت داخلی با قابلیت اتصال به سایر شبکه‌ها
 - خطوط مخابراتی متناسب با حجم فعالیت (فیبر نوری^۱، راهگزینی برچسب چند پروتکلی^۲، ...)
 - مرکز داده‌ها^۳
 - وجود نرم افزارهای تحت شبکه متناسب با خدمت
 - سایر سخت افزارهای مرتبط نظیر پویشرگر، چاپگر، پاکت گذار.
- ۳-۲-۴ خدمات فروش شامل:

- قابلیت ایجاد بازار الکترونیکی
- شبکه توزیع
- فروش در دفاتر و باجه‌های کارور پستی
- ارائه خدمات باجه‌ای متناسب
- فضای فیزیکی کافی و قابلیت نگهداری اقلام قابل فروش
- فضای داخلی دفاتر و واحدهای کارور پستی

۴-۲-۴ خدمات توافقی

هر خدمت دیگری که در یکی از سه حوزه خدمات فیزیکی پستی، خدمات الکترونیکی پستی، خدمات مالی پستی قرار نگیرد (از قبیل تغییرات در شرایط مقررات خدمات، یا نیازهای خاص مشتری) و مورد توافق کارور و مشتری باشد.

۳-۴ هزینه خدمت

تعیین هزینه‌ها، بر اساس جداول نرخنامه مصوب مراجع ذیصلاح، توافق دو جانبه، و شرایط بازار و رقابت و متناسب با خدمات و خدمت مورد درخواست مشتری ذکر شده در متن قرارداد، محاسبه و درج می‌گردد.

یادآوری- هزینه خدمت توسط مشتری نهایی و یا طرف قرارداد پرداخت می‌شود.

1 - Fiber Optic
2 - Multiprotocol Label Switching
3 - Data Center

۵ الزامات خدمات در ارتباط با مشتری

۱-۵ ویژگی‌ها و مشخصات کلیدی مشتری(ها)

ویژگی‌ها و مشخصات کلیدی مشتری(ها) در مدل‌های فرآیندی قراردادها به شرح ذیل می‌باشد:

۱-۱-۵ معمولا در خدمات قراردادی پستی مشتری دو گونه است. یکی طرف قرارداد که مشخصات و حقوق متقابل آن در متن قرارداد ذکر شده است و دیگری مصرف‌کننده یا مشتری نهایی است که در متن قرارداد باید حقوق مصرف‌کننده یا مشتری نهایی مرتبط باطرف قرارداد و کارور پستی، کامل، شفاف و صریح قید شده باشد.

۲-۱-۵ در برخی از خدمات قراردادی پستی، طرف قرارداد همان مصرف‌کننده یا مشتری نهایی می‌باشد.

۳-۱-۵ متصدیان و کارشناسان کارور پستی ضمن بررسی درخواست و نیازهای مشتری و با توجه به ظرفیت‌های موجود و پیش‌بینی‌های لازم و توان اجرایی، بهترین و کارآمدترین خدمت را به مشتری معرفی و مقدمات تنظیم و انعقاد قرارداد را فراهم می‌نمایند.

۲-۵ غرامات

غرامات احتمالی و تعیین سطح آن نیز از مندرجات توافق‌نامه می‌باشد که تابع مقررات عمومی غرامت و سرویس تعیین شده‌ای است که مورد قرارداد در بستر آن انجام می‌شود.^۱

۶ خدمات مشتریان

۱-۶ تعهدات مشتری در خدمات قراردادی پستی

۱-۱-۶ مشتری با تحویل مرسوله‌ی خود به کارور پستی، در واقع کلیه شرایط و مقررات حاکم بر قرارداد را از جانب خود یا به نیابت از هر شخص ثالث دیگری که نسبت به محتویات مرسولات از حقوق و منافع قانونی برخوردار باشد پذیرفته است.

۲-۱-۶ محتویات مرسولات جزو کالاهای غیر مجاز و ممنوعات پستی نبوده و باید با مقررات IATA^۲ و ICAO^۳ مطابقت داشته باشد.

۳-۱-۶ مسئولیت بسته‌بندی اولیه کلیه محتویات مرسولات با دقت و رعایت نکات ایمنی و مقاوم در برابر خطرات متداول در حمل و نقل بر عهده مشتری است.

۴-۱-۶ مسئولیت پرداخت جریمه‌های گمرکی، انبارداری یا سایر هزینه‌هایی که در اثر اقدامات مسئولان گمرک یا سایر ارگان‌های دولتی بر کارور پستی تحمیل می‌شوند و نیز هزینه‌ها و جریمه‌های ناشی از عدم

۱- آیین‌نامه غرامت پستی

2- International Air Transport Association
3- International Civil Aviation Organization

توانایی مشتری در تهیه و تأمین اسناد و مدارک مورد نیاز و یا دریافت مجوزهای لازم جهت ترخیص مرسولات و غیره بر عهده مشتری یا گیرنده مرسوله خواهد بود.

۲-۶ ردگیری و ردیابی مرسولات

از آنجایی که خدمات قراردادی در بستر خدمات اصلی، پیشتاز، پیک ویژه و تکمیلی پستی اجرا می‌شود، ردگیری و ردیابی الکترونیکی و ارسال اطلاعات به واحدهای کارور پستی و مشتری امکان‌پذیر است.

۳-۶ مواردی کلی درباره قرارداد خدمات قراردادی

موارد زیر باید در تهیه و تنظیم و انعقاد قراردادها مورد بررسی و توجه قرار گیرد:

- الف- قرارداد باید تأمین کننده منافع کارور پستی، مشتری اولیه و مشتریان نهایی باشد؛
- ب- قرارداد باید برای مشتری نهایی در دریافت خدمت مورد نظر، سهولت لازم را فراهم نماید؛
- پ- قرارداد باید برای نظرات، پیشنهادات و انتقادات مشتری نهایی در ارتباط با خدمات مورد استفاده، راهکار معین، شفاف و دارای زمانبندی پاسخگویی پیش‌بینی شده باشد؛
- ت- قرارداد باید شامل رویه‌ی جمع‌بندی و ارائه گزارش نهایی برای مقامات ارشد کارور پستی و مشتری در ارتباط با عملکرد مربوط باشد.

در صورت بروز هرگونه اختلاف نظر بین کارور پستی و مشتری در خصوص قراردادهای منعقد، این اختلاف باید بر اساس قوانین و از طریق دادگاه‌های صالحه کشور حل و فصل گردد.

پیوست الف
(اطلاعاتی)
فرم‌ها

نمونه‌هایی از خدمات قراردادی بر مبنای ابعاد چهارگانه خدمات فیزیکی، الکترونیکی، مالی

ردیف	سرفصل خدمات پستی قراردادی	لایه دوم	لایه سوم
۱	خدمات فیزیکی (قبول، رهسپاری، توزیع)	پست مستقیم	
		پست تبلیغ	توزیع بروشور در باجه/صندوق
			توزیع بروشور در نشانی
		پست جواب قبول	
		پست ترکیبی	سفارش الکترونیکی کارت پستال
			سفارش الکترونیکی تمبر شخصی
			صفر تا صد قبوض
		پست خرید	تحویل در مقابل دریافت بها (COD)
		دبیرخانه‌ای (تبصره ۴۰)	
		قبوض	تلفن ثابت و همراه
		ابلاغیه‌ها	
		پست بار (بار انبوه)	
		پست لجستیک	
		تمبر شخصی	
اظهارنامه‌های مالیاتی			
۲	خدمات الکترونیکی	ورود و ثبت اطلاعات	ثبت نام
			ایجاد بانک اطلاعاتی
			اشتراک پذیری
		دریافت و ارائه‌ی اطلاعات	تراکنش ^۲ کارت سوخت
			رهگیری مرسولات حاوی اسناد خودرو و موتور
		ارسال پیام الکترونیکی	پیامک
			صوتی، دوسویه ^۳

۱ - عبارت است از انجام کلیه مراحل چاپ، پاکت‌گذاری، تفکیک، لباس‌بندی و توزیع قبوض تلفن ثابت و همراه.

۲ - عبارت است از ثبت متقابل اطلاعات کارت سوخت به صورت خودکار در هنگام استفاده از کارت.

۳ - در تعریف پست آمده است. صندوق صوتی.

دفتراچه، کارت و غیره	اقلام فیزیکی	خدمات خرده فروشی ^۱	خدمات مالی	۳
فرم و مدارک گذرنامه				
راهنمای ثبت نام‌های دانشگاه‌ها و مراکز تحصیلی اوراق مربوط به دیوان عدالت اداری سیم کارت‌های اعتباری اقلام فیلاتلی				
کدپستی ده رقمی	اطلاعات			
نشانی‌ها	خدمات			
کنترل مدارک				
احراز هویت ^۲ ، انطباق نشانی ^۳ اجاره‌ی فضا و ... ترخیص گمرکی				
حساب سپرده، سرمایه گذاری ویژه و ...	افتتاح حساب	خدمات پرداخت		
	قرض الحسنه			
خدمات شهری	دریافت وجه قبوض			
اعتباری، نقدی، هدیه	انواع صدور کارت			
اعطای تسهیلات، خدمات ATM و ...	سایر خدمات			

شکل الف-۱- برخی از خدمات قراردادی

1 - Retailing

۲- عبارت است از شناسایی اشخاص بر اساس مدارک و اطلاعات سجلی مستند.

۳- عبارت است از منطبق کردن نشانی موجود نزد مشتریان با نشانی رسمی کد پستی ۱۰ رقمی.

پیوست ب
(اطلاعاتی)
کتابنامه

- [۱] آیین‌نامه گرامت‌های پستی
- [۲] اتحادیه پستی جهانی. *آیین‌نامه امانات پستی*. ترجمه شرکت پست جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پست بین‌الملل. تهران: ۱۳۸۸.
- [۳] اتحادیه پستی جهانی. *آیین‌نامه پست‌نامه پستی*. ترجمه شرکت پست جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پست بین‌الملل. تهران: ۱۳۸۸.
- [۴] استاندارد ملی ایران شماره ۱۴۶۸۹: سال ۱۳۹۱، اطلاعات و مستندسازی- رهنمودهایی برای مراجع کتاب شناختی و استناد به منابع اطلاعاتی.
- [۵] استاندارد ملی ایران- شماره یو پی یو اس ۱۰ ای- ۶: سال ۱۳۸۸، پست- شناسایی اقلام پستی- قسمت E استفاده داخلی / دوجانبه از شناسه‌های ۱۳ شاخصه‌ای.
- [۶] سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی. مصوبات پستی کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات.
- [۷] شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، اداره کل مهندسی عملیات پستی، دستورالعمل باجه معطله، دستورالعمل شماره ۴۱۰/۲۰۵۱۲ تاریخ ۱۳۹۰/۰۹/۲۷.
- [۸] اداره کل مهندسی عملیات پستی، شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، دستورالعمل اجرایی قبول مرسوله از مقر فرستنده، شماره ۴۱۲/۵۳۱۱ تاریخ ۱۳۸۲/۳/۱۰.
- [۹] اداره کل مهندسی عملیات پستی، شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، دستورالعمل قبول و حمل بسته‌های کوچک (PETIT PAQUIT) در داخل کشور، ۱۳۸۲.
- [۱۰] شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، اداره کل مهندسی عملیات پستی، دستورالعمل مهلت نگهداری مرسولات، شماره ۴۱۲/۵۳۰۰، تاریخ ۱۳۸۲/۳/۱۰.
- [۱۱] مرکز آموزش علمی کاربردی پست. *قبول در پست*. چاپ اول. تهران: گسترش علوم پایه، ۱۳۸۶.
- [۱۲] شرکت پست جمهوری اسلامی ایران. [کتاب] اصطلاحات و مفاهیم پستی.
- [13] UPU. *Letter Post Manual*. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2013.
- [14] UPU. *Parcel Post Manual*. Berne: International Bureau of the Universal Postal Union, 2013.
- [15] UPU Technical Standards, S10-a-6: 2005, Identification of postal items- Part E: Identifier structures and encoding principles
- [16] <http://www.mohandesi.post.ir/HomePage.aspx?TabID=4442&Site=mohandesi.post&Lang=fa-IR>