

Номер 2/2005

Апрель

Май

Июнь

UNION POSTALE

2

В этом номере...

Страница

На обложке

Почему универсальная почтовая служба по-прежнему занимает центральное место среди основных задач ВПС? Помимо того, что она открывает жителям планеты доступ в мир информации и дает возможность общаться друг с другом, универсальная почтовая служба, являющаяся целью № 1 Бухарестской всемирной почтовой стратегии, остается эффективным средством экономического развития любой страны

Предисловие	2
Размышляя об универсальной службе	
Наш почтовый ящик	
Читатели делятся своими мнениями, советами, мыслями	3
Новости вкратце	5
Краткий обзор деятельности ВПС и почтового сектора	
Бухарестская всемирная почтовая стратегия	
Универсальная почтовая служба: на пути к достижению этой важнейшей цели	8
Качество службы	
Почтовый индекс – важный фактор развития национальной экономики	11
Почтовые службы используют свой интеллектуальный потенциал	14
Постоянные рубрики	
<i>Диалог с почтовыми руководителями</i>	
Интервью Генерального директора швейцарской почты Ульриха Гиги	16
<i>Региональные союзы</i>	
В центре внимания – Постоянная арабская почтовая комиссия и	20
Европейский комитет по почтовому регулированию	21
<i>В объективе – почтовое отделение</i>	
Почтовое отделение в Хауфтоне (Южно-Африканская Республика)	22
<i>Филателистический форум</i>	
Марки, выражающие эмоции	25

Если не указано иначе, то употребляемые в журнале «Почтовый союз» выражения «Генеральный директор» и «заместитель Генерального директора» обозначают Генерального директора и заместителя Генерального директора Международного бюро ВПС.

Размышляя об универсальной почтовой службе

Говорят, что мудрый мыслит с полуслова. Если выражаться лаконично, то основополагающую идею, которую Всемирный почтовый союз стремится донести до своих стран-членов, можно сформулировать так: универсальная почтовая служба.

На последних Конгрессах Союза полномочные представители входящих в него стран утверждали цели почтовых стратегий, среди которых – создание базовой почтовой службы хорошего качества, доступной по приемлемым ценам для жителей всех стран и содействие ее развитию. Хотя общая ситуация вселяет надежду благодаря прогрессу, достигнутому за счет реализации в последние годы многочисленных проектов почтовой реформы, еще предстоит многое сделать. В ряде развивающихся стран почтовые услуги за пределами городских районов, где уровень грамотности, и плотность населения невелики, а финансовые ресурсы зачастую недостаточны, предоставляются в редких случаях. В связи с этим, учитывая опыт различных почтовых администраций в развивающихся странах, ВПС по-прежнему убежден в том, что универсальная почтовая служба может стать фактором, стимулирующим развитие национальной экономики. Вследствие этого одна из целей органов ВПС, в т. ч. Международного бюро, на период 2005-2008 г. состоит в том, чтобы проанализировать универсальную почтовую службу и

предложить одну или несколько жизнеспособных моделей, соответствующих специфическим особенностям некоторых географических зон. Об этом вы узнаете, прочитав этот номер журнала.

В основе универсальной почтовой службы лежит качество. По этой причине одна из статей номера посвящена рассмотрению скромной, но благородной роли почтового индекса, который с момента своего первого появления в Сингапуре в 1950 году получил распространение почти в 140 странах. У почтового индекса, использовавшегося сначала для облегчения обработки и пересылки почты, имеются и другие преимущества: он позволяет почтовым службам предлагать клиентуре услуги с добавленной стоимостью и развивать новые, приносящие доходы рынки, в частности, рынок директ-мейл.

С помощью технологии способы обработки почты постоянно совершенствуются. Сегодня мы уже говорим о так называемой «интеллектуальной почте». Этот необычный термин используется для описания самых современных технологических достижений в почтовом секторе, благодаря которым почтальоны, возможно, когда-нибудь будут похожи на персонажей фильма «Звездные войны». Ряд примеров на эту тему приводится в статье о первой международной конференции по интеллектуальной почте.

Редакционная коллегия

Наш почтовый ящик

Регуляторы тоже, между прочим, существуют

Сначала мне хотелось бы поздравить редакцию «Почтового союза» с отличной инициативой – создать рубрику «Почтовый ящик», чтобы узнавать мнения своих читателей. Думаю, что это является хорошим предзнаменованием с точки зрения развития связей с внешним миром и гласности – двух концепций, в пользу которых недавно высказался ВПС на своем Бухарестском конгрессе и с которыми полностью солидарен новый Генеральный директор.

Однако цель этого письма состоит не в том, чтобы анализировать преобразования, происходящие в ВПС и во всех его органах, а чтобы привлечь внимание к важнейшему аспекту почтового мира, который, похоже, упущен из виду этим журналом и, быть может, самим ВПС.

Это не что иное, как национальные регулирующие органы, если называть их используемым в Европейском союзе термином. Перечитывая различные номера нашего столетнего журнала, я наталкиваюсь на многочисленные актуальные репортажи, интервью и комментарии, касающиеся почтовых операторов, почтовых отделений, их руководителей и сотрудников, однако в них ничего или почти ничего не говорится о других деятелях почтового мира – тех, кто, работая за кулисами, следит за исполнением универсальной почтовой службы и обеспечением равных условий для деятельности всех субъектов почтового сектора.

Когда в «Почтовом союзе» будет создана рубрика, посвященная регуляторам? Кто они, эти регуляторы? Как они организованы? Каковы их мнения о задачах почты в XXI веке? Одним словом, каков их человеческий облик и каковы их профессиональные качества? Думаю, что это было бы отличным способом для того, чтобы повысить осведомленность читателей об этой другой составляющей нынешнего, быстро изменяющегося почтового мира, которая, может быть, появилась не так давно, но, тем не менее, имеет важнейшее значение.

*Роза Сифуэнтес
Руководитель программы
Орган почтового регулирования Испании
Заместитель председателя
Консультативного комитета*

Благодарность Шри-Ланки

Искренне благодарю почтовые администрации, приславшие нам сообщения, сделавшие взносы в Специальный фонд ВПС и передавшие в дар нашей администрации почтовое оборудование после катастрофы, произошедшей в результате цунами 24 декабря 2004 года. Особенно хочу поблагодарить Генерального директора, заместителя Генерального директора и всех служащих Международного бюро ВПС, которые приняли неотложные меры, командировав на места нашего регионального советника и учредив специальный фонд экстренной помощи.

Через две недели после катастрофы почта Шри-Ланки возобновила эксплуатацию всех своих пунктов обслуживания, пострадавших во время цунами. Сейчас многие второстепенные почтовые отделения работают в оборудованных на скорую руку местах, а все другие пострадавшие отделения, за исключением трех, предоставляют услуги в своих старых зданиях, после того как в них был произведен необходимый ремонт. Перевозка почты в южном направлении зависит, главным образом, от состояния железнодорожной сети, которой был нанесен серьезный ущерб. В результате напряженной работы, длившейся семь недель, железнодорожной компании Шри-Ланки удалось полностью отремонтировать пути, и сейчас перевозка почты на юг возобновилась.

Очень хорошо, что региональный советник ВПС по Азиатско-Тихоокеанскому региону Винод Дхамиджа посетил Шри-Ланку. Его приезд послужил началом для выполнения основных работ, финансируемых из специального фонда ВПС для восстановления почтовых служб в пострадавших районах. Вся финансовая помощь, оказанная почте Шри-Ланки, пойдет на закупку почтовых принадлежностей и оборудования, доставочных машин и велосипедов для почтальонов. Почтовая служба США также предложила оказать помощь и передать в дар оборудование для наших почтовых отделений. Передача оборудования произойдет в течение последующих двух месяцев.

*Главный почтмейстер
Шри-Ланки К.А.Шервин Сенадира*

«Почтовый союз» желает знать мнения своих читателей

Читателям, желающим выразить свои мнения по поводу какой-либо статьи или поделиться соображениями по какому-либо вопросу, интересующему почтовое сообщество, предлагается направлять письма в редакцию журнала «Почтовый союз», указывая фамилию, почтовый адрес, номер телефона и адрес электронной почты. Редакция оставляет за собой право публиковать избранные письма, изменяя их объем и стиль.

Направляйте ваши письма по обычной почте или электронной на адрес: rheal.leblanc@upu.int.

Новости вкратце

Стратегическая конференция ВПС 2006 года состоится в Дубаи

Всемирный почтовый союз выбрал местом проведения своей Стратегической конференции высокого уровня в ноябре 2006 года Объединенные Арабские Эмираты.

Стратегические конференции ВПС организуются раз в 4 года для подведения итогов достижения целей всемирной почтовой стратегии, принятой на предыдущем Конгрессе, и определения основных направлений деятельности почтовых служб до следующего Конгресса, который состоится в Найроби в 2008 году.

«Решение ВПС отражает намерение этой всемирной организации придавать большее значение Среднему Востоку и расширять взаимодействие со странами этого региона, – заявил генеральный директор почты Эмиратов Абдуллах Аль Дабус. – В условиях коренных преобразований, происходящих в почтовых службах вследствие изменений технологических и коммерческих процессов, ВПС должен играть ведущую роль в оказании помощи почтовым администрациям, чтобы они могли адаптироваться к новой среде».

Предполагается, что в Стратегической конференции примут участие около 800 делегатов из более чем 130 стран-членов ВПС. Конференция впервые проводится за пределами Швейцарии.

Участие ВПС в инициативе МСЭ «Соединять людей во всем мире»

ВПС является одним из 20 участников инициативы Международного союза электросвязи (МСЭ) под названием «Соединять людей во всем мире», осуществляемой в рамках второго раунда Всемирного саммита по вопросам информационного общества (ВСИО), который пройдет с 16 по 18 ноября 2005 г. в Тунисе (Тунис).

Организаторы этой акции, среди которых компании «Microsoft», «Alcatel», «Intel», а также ЮНЕСКО и Министерство информационных технологий и связи Египта, обратились к правительствам, гражданскому обществу и международным организациям с призывом разрабатывать проекты и стимулировать развитие партнерских отношений, чтобы до 2015 года соединить между собой с помощью средств связи всех людей в мире. Цель этого – позволить открыть доступ населения к информации и знаниям и сократить технологический разрыв между промышленно развитыми и развивающимися странами.

Все выполняемые участниками этой инициативы проекты будут охватывать те сферы деятельности,

которые были определены в Плане действий ВСИО (Женева, 2003 г.) в качестве «составных элементов» информационного общества. ВПС хочет воспользоваться этой акцией, чтобы продемонстрировать всему миру важную роль почтового сектора в современном информационном обществе. Более подробно об участии ВПС во ВСИО читайте в следующем номере «Почтового союза».

Новые денежные переводы выгодны для мигрирующих рабочих

Клиенты и, в частности, мигрирующие рабочие вскоре смогут пользоваться более доступной по стоимости и более надежной службой денежных переводов с использованием телекоммуникационных средств, которую готовят к запуску в эксплуатацию ВПС и «Еврожиро».

ВПС и «Еврожиро» осуществили подключение своих обширных сетей для облегчения обмена общими денежными переводами, создав тем самым более эффективный и более надежный продукт по сравнению с традиционными почтовыми переводами. Новая услуга гарантирует пересылку в двухдневный срок с функцией слежения за прохождением, что облегчает отправку денег за границу.

«Существует явная тенденция к тому, что иностранные рабочие направляют часть своей заработной платы оставшимся на родине семьям, однако рынок еще соответствующим образом не отреагировал на это явление, – считает Генеральный директор ВПС Эдуард Дайан. – Почтовые службы, эксплуатирующие сеть из 660 тысяч отделений, смогут предлагать легко доступную услугу по выгодным ценам».

По данным Всемирного банка, мигрирующие рабочие, составляющие около 3% мирового населения, в 2004 году осуществили переводов на сумму 110 млрд. долларов США, что на 52% больше, чем в 2001 году.

В настоящее время международной финансовой системой пользуются около 30 почтовых администраций как в промышленно развитых, так и развивающихся странах, и порядка 50 почтовых служб и банков эксплуатируют систему «Еврожиро» для осуществления денежных переводов и перечисления денег с одного счета на другой. Денежные переводы с использованием средств электросвязи позволят почтовым службам, а, возможно, и банкам, пользующимся одной из систем, переводить друг другу деньги, распространяя тем самым данную услугу в масштабе всего мира.

Почтовые службы уже совершают 10 млрд. финансовых операций в год, в том числе 1,5 млрд. вну-

тренних денежных переводов на общую сумму 128 млрд. долларов США и 14 млн. международных переводов на сумму 4 млрд. долларов США.

Юго-Восточная Азия: последние новости о положении в почтовых службах, пострадавших в результате цунами

Страны, наиболее серьезно пострадавшие в декабре 2004 года от цунами в Юго-Восточной Азии, – Шри-Ланка, Индонезия и Мальдивы – осуществляют сейчас закупку нового оборудования для своих почтовых отделений. Сразу после трагедии основное внимание было уделено спасательным операциям. Теперь власти начинают сосредоточивать усилия на восстановительных работах. Почтовые службы Шри-Ланки, Индонезии и Мальдивских островов достигли соглашения с ВПС о том, как будут использоваться денежные средства, выделяемые на восстановление. Эти деньги будут израсходованы, главным образом, на закупку оборудования для почтовых отделений, подлежащих перестройке или ремонту. Помимо взносов в Специальный фонд ВПС, поступивших от Японии, Панамы и Румынии (см. «Почтовый союз» № 1/2005), были сделаны дополнительные пожертвования на сумму 23 000 шв.фр. Барбадосом, Бельгией, Казахстаном, Литвой, Малайзией и Руандой, благодаря чему к настоящему времени собрано в общей сложности около 200 тысяч шв.фр. Кроме того, Китай и Республика Корея пожертвовали соответственно 100 и 50 тысяч долларов США из своих ресурсов в Фонде улучшения качества службы на выполнение одного проекта в пострадавшем районе.

В Париже готовится «ПОСТЭКСПО-2005»

«ПОСТЭКСПО» – главная выставка и международная конференция почтовой, посылочной и логистической индустрии – состоится 3-5 октября 2005 года в выставочном центре в северном предместье Парижа Вильпэнт (Paris-Nord Villepinte).

Продукты, отвечающие самым современным требованиям, крупнейшие достижения отрасли и дискуссии на самом высоком уровне о тенденциях и стратегиях развития технологии в будущем превратят парижскую выставку в место встречи деятелей международного почтового сообщества и лиц, принимающих решения в области почты. Свыше 140 компаний уже подали заявки на участие в выставке, где они продемонстрируют новейшее оборудование и передовые технологические решения. Помимо хорошо известных компаний – таких, как «Pitney Bowes», «Neopost», «Siemens Dematic», «Lockheed Martin», «Escher» и «Renault», со своей продукцией посетителей познакомят новые участники выставки. «Microsoft» покажет свой персонализированный продукт для бизнес-клиентов, а фирма «NCR» – систе-

му, внедренную почтовой службой США. «Easypost» из Австралии продемонстрирует самые современные решения в области гибридной почты. Вполне понятно, что в столице своей страны французская La Poste будет представлять свои корпоративные стратегии.

Организуемый совместно с ВПС всемирный форум почтовых компаний станет местом для обсуждения стратегических вопросов с участием ведущих деятелей почтового сектора. В последние годы этот форум доказал свою эффективность с точки зрения обмена новаторскими идеями.

В технических рабочих группах продолжится взаимодействие поставщиков и почтовых операторов, а в различных секциях можно будет ознакомиться с технологическими новинками и конкретными примерами применения технологии на практике. За более подробной информацией обращайтесь на сайт: www.postexpo.com.

ВПС и ряд стран испытывают электронный почтовый штемпель

Начиная с июня Австралия, Канада, Италия и Новая Зеландия участвуют в пилот-проекте по испытанию электронного почтового штемпеля (ЭПШ) как надежного средства для электронного обмена бухгалтерскими документами между почтовыми администрациями.

ВПС и страны-участницы будут использовать ЭПШ для обмена документами, касающимися наземной почты и EMS, которые пока пересылаются по физической почте.

«Некоторые страны считают, что нынешняя процедура ненадежна, так как документы часто теряются и невозможно обеспечить контроль за их прохождением, – объяснил руководитель проекта «e-Business» в Международном бюро ВПС Пол Донохью. – Этот экспериментальный проект позволит нам испытать ЭПШ в международном масштабе с незначительными расходами и без какого бы то ни было коммерческого риска».

Осваивая ЭПШ для внутренних целей, участвующие в проекте страны надеются на то, что смогут продемонстрировать потенциальным клиентам возможности, которые открывает его использование в национальных и международных сетях за пределами почтового сектора. Результаты испытания должны быть получены в июле.

60-летний юбилей ООН

В этом году Организация Объединенных Наций отмечает свое 60-летие. Праздничные церемонии начнутся 14 сентября с обзора действий, предпринятых для достижения «Целей тысячелетия в области развития».

Название «Организация Объединенных Наций», придуманное президентом США Франклином Д. Рузвельтом, было впервые использовано в Декларации ООН, сделанной во время Второй мировой войны, 1 января 1942 года, представителями 26 стран, которые взяли на себя обязательство продолжить совместную борьбу против держав «Оси». В 1945 году представители 50 стран собрались в Сан-Франциско для доработки Устава ООН. Он был подписан 26 июня 1945 года, а официально ООН была образована 24 октября того же года. С тех пор в установленную дату День ООН празднуется ежегодно.

Ранее для содействия сотрудничеству в конкретных областях было создано несколько международных организаций, старейшей из которых является Международный союз электросвязи (МСЭ), основанный в 1865 году. Позднее, в 1874 году, был образован ВПС, ставший специализированным учреждением ООН в 1948 году».

Раздел «Новости ВПС» на веб-сайте

Международное бюро открыло на своем веб-сайте (www.upu.int) новый раздел под названием «*Новости ВПС*», который включает в себя полезные сведения из средств массовой информации. В этом разделе, доступном с домашней странички, содержатся самые последние новости о ВПС и централизована важная информация. Регулярно посещая его, вы сможете получать самые свежие сведения о событиях в ВПС в промежутках между выпусками журнала. Здесь вы найдете последние пресс-релизы, фототеку, информацию о Генеральном директоре и заместителе Генерального директора, а также ознакомитесь с календарем почтовых событий. Наконец, в рубрике «Обзор печати» вы сможете прочитать некоторые статьи о ВПС и прослушать интервью с официальными представителями организации. Не забывайте регулярно посещать раздел «Новости ВПС»!

На фотоснимках:

Фото 1: В целях как можно более широкой рекламы и пропаганды второго раунда Всемирного саммита по вопросам информационного общества (ВСИО), который состоится в г. Тунисе (Тунис) 16-18 ноября 2005 года под эгидой Организации Объединенных Наций, тунисская почта выпустила памятную марку с изображением географической карты этой страны. Фон марки образуют обвивающие земной шар лучи, символизирующие взаимодействие и товарообмен между государствами, а также жизненно важную роль информационных и коммуникационных технологий в содействии взаимопониманию и солидарности между народами.

Фото 2: От Ирана – Афганистану
Иранская почта дала недавно конкретный ответ на призыв об оказании помощи Афганистану в восстановлении почтовых служб после 20-летней гражданской войны, с которым ВПС недавно обратился к своим членам. В ходе торжественной церемонии, состоявшейся на ирано-афганской границе 16 февраля этого года, почтовым властям Афганистана было передано около 30 электронных весов, 5 факсимильных аппаратов, 30 почтовых ящиков и 300 почтовых мешков. Помимо этой материальной помощи, необходимой для текущей эксплуатации почтовой службы, в дар были переданы Акты ВПС, а также учебные материалы, переведенные на язык фарси – разговорный персидский язык в Иране, который понимает подавляющее большинство афганцев.

Универсальная почтовая служба:

На пути к достижению этой важнейшей цели

Реал ЛеБлан

Первоочередная цель Бухарестской всемирной почтовой стратегии (БВПС) – содействовать обеспечению качественной универсальной почтовой службы по приемлемым ценам во всех странах мира – остается одной из основных задач Всемирного почтового союза. Если одни считают эту задачу достойной похвалы и оказывают ей твердую поддержку, то другие раздумывают над ее прагматическим аспектом. Разумно ли предлагать базовую почтовую службу в развивающихся странах, где в год на душу населения в среднем приходится не более одного отправления, или в районах с особенно низкой плотностью населения?

На этот вопрос Директор по нормативно-правовой и экономической деятельности Международного бюро ВПС Гари Халпин отвечает категорическим «да». «Мы твердо верим в то, что универсальная почтовая служба является орудием экономического развития, открывает доступ к важнейшим услугам и новым рынкам, а в некоторых случаях гарантирует возможность пользоваться наиболее важными социальными услугами, такими как распределение медикаментов», – заявил он.

Универсальная почтовая служба представляет собой основополагающий элемент Актов Союза. Однако каждой стране-члену ВПС надлежит самой определить ее объем и предложить службу, адаптированную к местным реалиям в зависимости от тех финансовых средств, которыми располагает страна. Кроме того, правительствам следует оптимизировать ее применение в соответствии со специфическими особенностями страны. Ввиду того что обеспечение универсальной почтовой службы входит в сферу государственных полномочий, ВПС должен продолжать подтверждать значение этой службы, объяснять последствия, вытекающие из ее отсутствия, и добиваться совершенствования службы, акцентируя внимание на удачных примерах из практики, которыми могли бы руководствоваться его страны-члены.

Согласно статистическим данным 67% стран-членов ВПС дали определение универсальной почтовой службе. Тем не менее между странами и регионами по-прежнему существуют диспропорции в обслуживании населения почтовыми услугами. В промышленно развитых странах универсальная почтовая служба обеспечивается на высоком уровне. Вместе с тем в развивающихся странах 14-25% на-

селения не имеют доступа к почтовым услугам. Например, в Танзании на 30 миллионов жителей приходится 140 тысяч почтовых ящиков, а в Уганде на 24 миллиона человек их имеется 70 тысяч. 70% доходов угандийской почты производятся одним городским почтовым отделением Кампала. Такая ситуация резко контрастирует с положением в такой европейской стране, как Швейцария, где на 6 миллионов жителей приходится свыше 2500 почтовых отделений. Более того, по имеющимся сведениям, жители Швейцарии в среднем пересылают по почте наибольшее количество отправок в год, а именно: 760 отправок на душу населения.

Адаптированная служба

Какое определение необходимо дать универсальной почтовой службе? Учитывая демографические и социально-экономические факторы каждой страны, чудодейственного рецепта не существует. Ясно одно: государственный почтовый оператор, которому поручено обеспечивать универсальную службу, должен быть для этого хорошо оснащен.

В этом отношении предстоит проделать большую работу. В период 2004-2008 г. ВПС предпримет усилия, чтобы лучше понять задачи универсальной почтовой службы и предоставить в распоряжение развивающихся стран необходимые средства для ее развития.

«Сегодня встает вопрос о том, как организовать универсальные почтовые услуги, чтобы лучше обслуживать клиентуру, – объяснил Гари Халпин. – Нет сомнений в том, что при решении этой задачи необходимо занять коммерческий подход. В Европе для стимулирования реформы почтовых служб используется конкуренция. Однако в развивающихся странах ситуация совершенно иная. ВПС должен участвовать в социально-экономическом развитии этого сообщества».

С этой целью над данным вопросом будут совместно работать различные рабочие и проектные группы Совета почтовой эксплуатации (СПЭ) и Административного совета (АС). Например, проектная группа «Почтовая экономика» намеревается выявлять передовой опыт в предоставлении универсальных почтовых услуг и рекомендовать методы оценки их стоимости. В связи с этим каждая группа должна будет координировать свою деятельность с работой других групп, в том числе с работой проектной группы «Качество службы» и Группы действий

по почтовому развитию, чтобы универсальная почтовая служба рассматривалась с глобальной точки зрения. Вся работа должна проводиться под наблюдением действующей в составе Комиссии 2 АС проектной группы «Универсальная почтовая служба», которой поручено осуществлять по заданию стран изучения и принимать меры для оказания им помощи в предоставлении доступных универсальных почтовых услуг хорошего качества, по разумным ценам и учитывающих рыночные требования.

Чтобы иметь более точную картину, отражающую положение универсальной почтовой службы во всем мире, в настоящее время Международное бюро выясняет мнения стран-членов ВПС с помощью вопросника. В нем говорится о доступе к почтовым службам, качестве обслуживания, удовлетворенности клиентов обслуживанием, его эффективности, а также о финансировании универсальной почтовой службы и тарификации услуг. Собранные данные позволят лучше проанализировать потребности каждой страны и в конечном счете предложить жизнеспособную модель, в частности, для развивающихся стран конкретного региона. «Решение об объеме универсальной почтовой службы на территории страны надлежит принять ее правительству, однако ВПС может помочь ему в разработке стратегии реализации, которую оно будет способно профинансировать», – отметил Гари Халпин.

Финансирование

Хотя разработка определения универсальной почтовой службы является во многих случаях одним из начальных этапов, который следует пройти каждой стране, не менее серьезную проблему представляет собой обеспечение финансирования. По традиции национальным почтовым операторам удавалось предлагать базовые почтовые услуги по единым ценам на территории их стран благодаря доходам от предоставления монопольных услуг. В условиях либерализации почтового сектора появление конкурентов на рынке осложнило обстановку. По мере того как уменьшается объем отправок, подпадающих под монополию, и сужается диапазон деятельности защищенных почтовых служб, почтовые операторы должны изыскивать новые источники доходов для финансирования почтовой службы в тех местах, где возможности извлечения коммерческой прибыли менее привлекательны для частных операторов.

По мнению Гари Халпина, крайне важно, чтобы либерализация почтового сектора сопровождалась принятием твердых обязательств правительствами в отношении обеспечения универсальной почтовой службы в надлежащих условиях. Именно это сейчас и происходит в Европе, где в соответствии с последней почтовой директивой Европейской комиссии рынок будет полностью либерализован до 2009 го-

да. Ввиду такой перспективы европейские почтовые службы быстрыми темпами разработали систему учета затрат для более эффективного управления в тех областях, где показатели работы поддаются оценке, повышения качества службы и изыскания новых рынков или сфер деятельности, в некоторых случаях – за рубежом. Почтовые службы ряда стран, например, Нидерландов, Великобритании и Швеции, действуют на опережение и стараются как можно быстрее либерализовать свой почтовый рынок до «роковой» даты, определенной Европейской комиссией.

Напротив, в других регионах мира отсутствие ясного законодательства, систем для определения реальных затрат почтовых служб, механизмов обеспечения качества службы, а также правильно разработанных тарифных структур снижает деловую активность, которая требуется почтовому сектору, чтобы извлекать доходы, необходимые для поддержания универсальной службы.

От правительств требуется принять твердые обязательства в отношении развития почтового сектора. С этой точки зрения Гари Халпин выступил в пользу проведения собрания высокого уровня с участием министров, чтобы привлечь внимание правительств и регуляторов к необходимости проявлять особую заботу о почтовом секторе и продемонстрировать им, в какой степени почта может способствовать экономическому росту в их странах. Считается, что сейчас в промышленно развитых странах в почтовый сектор направляется только 1% от внутреннего валового продукта. Что же тогда говорить о развивающихся странах?

И все-таки положительные примеры существуют. В ряде таких новых стран, как например Казахстан, почтовая отрасль развивается быстрыми темпами благодаря значительным инвестициям. В 2003 году Исламский банк развития выделил «Казпост» кредит в размере 9 млн. долларов США на модернизацию почты и создание почтово-сберегательной службы. Сегодня качество обслуживания стало выше, предлагаются новые продукты и услуги, а в казну национальной почты поступают новые доходы.

В широком ассортименте предлагаемых почтой финансовых услуг – доставка пенсий и заработной платы. Объемы этих услуг увеличились в 2003 году по сравнению с предыдущим соответственно на 31% и 30%. В почтовых отделениях по всей стране принимаются платежи за коммунальные услуги. По сравнению с 2002 годом количество принятых платежей в 2003 году увеличилось вдвое, а их сумма превышает 10 млрд. тэнге (75 млн. долларов США). Кроме того, почтовая сеть была выбрана в качестве идеального средства для реализации государственной программы развития национальной межбанковской системы с использованием кредитных карточек с микросхемами, выпущенными государственным

почтовым оператором. По словам Гари Халпина, пример этой страны наглядно свидетельствует о том, какую роль может играть почтовый сектор в национальной экономике, и это хорошо понимают в правительственных органах.

В центре реформы – универсальная почтовая служба

ВПС предпринимает решительные действия по всем направлениям, чтобы побудить страны обстоятельно проанализировать универсальную почтовую службу и ее применение в пределах их границ. Дирекция Международного бюро по вопросам содействия развитию включила этот вопрос в качестве ключевого элемента в комплексный план реформы и развития почты (КПРРП) – новый механизм сотрудничества, предназначенный для удовлетворения современных потребностей в области почтовой реформы в развивающихся странах, а также требований Бухарестской всемирной почтовой стратегии (БВПС).

В настоящее время в рамках пилот-проекта Международное бюро оказывает помощь 17 развивающимся странам во всех регионах мира в разработке и осуществлении КПРРП. В Африке – это Бенин, Центральноафриканская Республика, Мали и Чад. В Латинской Америке – Коста-Рика, Панама, и Парагвай. В Азиатско-Тихоокеанском регионе – Бутан, Лаос и Шри-Ланка. Среди арабских стран – Кувейт, Мавритания и Сирия. В Карибском регионе – Багамы, Белиз и Ямайка. В Европе – бывшая югославская Республика Македония.

Среди первоочередных задач, осуществляемых в рамках КПРРП, – определение универсальной почтовой службы. Анализ нынешнего состояния службы, изучение рынка, разработка вариантов модели-

рования затрат, объявление объема универсальной почтовой службы с изложением условий ее исполнения и финансирования, а также описание условий регламентирования и план развития службы – вот основные этапы, которые должны пройти почтовые операторы заинтересованных стран и вместе с ними – регуляторы или правительства. «Важно привлечь все заинтересованные стороны в процесс формирования почтовой реформы, особенно правительство и регулирующий орган, – объяснил руководитель региональной программы по Латинской Америке и Карибскому региону в Международном бюро Руди Куадро. – В принципе, оказывать поддержку предложениям о нормативно-правовой реформе, от которой могло бы зависеть будущее даже исторического оператора, надлежит регулирующему органу. Кроме того, с целью соблюдения обязательств государства регулятор должен будет играть посредническую роль между правительством и оператором в рамках предпринимаемых усилий по модернизации для обеспечения качественной универсальной почтовой службы».

Превратив универсальную почтовую службу в свою центральную задачу, ВПС принял на себя обязательство предпринять все возможные меры для того, чтобы предоставить в распоряжение населения всего мира надежное, приемлемое по цене и легко доступное средство связи, способное адаптироваться к изменениям на рынке коммуникаций. «Универсальная служба является смыслом нашего существования. Точно так же, как и целостность мировой почтовой сети – этого обширного комплекса пунктов обслуживания, создававшегося на протяжении 130 последних лет для обеспечения основного права человека на связь», – со всей определенностью заявил Гари Халпин.

Почтовый индекс – Важный фактор развития национальной экономики

Жером Дойчман

Во многих странах почтовые индексы облегчают сортировку и пересылку почты, а также улучшают ее доставку. Их достоинства общеизвестны. Эта последовательность цифровых или буквенно-цифровых знаков определяет учреждение доставки и является важнейшим компонентом любого адреса. Благодаря своей уникальной способности устанавливать местоположение почтовых отделений по всему миру, без чего ручная и автоматизированная сортировка была бы сегодня не такой эффективной, почтовый индекс представляет собой необходимый инструмент для всех субъектов социально-экономической жизни. Вместе с тем повышается значение почтового индекса как существенного фактора развития рынков.

«Без точно указанного адреса, позволяющего легко установить контакт с любым человеком, проживающим на какой-либо территории, почтовый обмен не мог бы развиваться. Службы общего пользования не могли бы связываться с населением, а компании – со своими клиентами», – утверждает руководитель проекта «Всемирная адресация» в Международном бюро ВПС Ги Гудэ.

Из анализа современных тенденций в почтовом секторе видно, что сейчас складываются благоприятные условия для развития рекламной почты. Распространение рекламных изданий по почте является прибыльным занятием, в значительной мере компенсирующим снижение объема традиционных отправлений в результате возросшего использования электронной почты. В 2003 году рекламная почта составляла около 30% от общего объема отправлений. Для развития этого бизнеса почтовые службы должны предлагать компаниям надежные и качественные услуги, в том числе точную адресацию. Недавно в трех странах – Андорре, Марокко и Сенегале – были введены в использование почтовые индексы, гарантирующие частным лицам и производителям больших объемов почты, имеющим в своем распоряжении крупные адресные картотеки (банки, страховые компании, предприятия посылочной торговли и т.д.), быструю и целенаправленную обработку их отправок.

Андорра: сотрудничество операторов

Ввиду того что почтовые службы в долинах Андорры обеспечиваются французской почтой и Correos (по-

чтовый оператор Испании), при внедрении почтового индекса следует учитывать местную специфику. Таким образом, под эгидой ВПС и при техническом содействии Национальной адресной службы (SNA) французской почты был подготовлен проект, который после утверждения Correos был представлен на рассмотрение правительству Андорры.

Аргументы в пользу создания почтового индекса основывались на необходимости улучшения качества услуг, предоставляемых почтовыми операторами, и повышении эффективности 6 000 предприятий и учреждений, присутствующих на территории Андорры, включая местную администрацию. С этой целью территория страны была разбита на семь географических зон. Был выбран индекс, состоящий из кода ИСО страны и трех цифр: ADXXX. Группа специалистов из SNA занималась стандартизацией и модернизацией правительственной базы данных об улицах Андорры, а также присвоением каждой магистрали почтового индекса. После того как создание новой электронной картотеки было завершено, она была предоставлена в пользование производителей больших объемов отправок в Андорре, других почтовых служб мира и включена во всемирную базу почтовых индексов ВПС (POST*CODE® Database). Новая система почтовых индексов рекламировалась различными способами: двумя операторами в почтовые ящики торговых предприятий и частных лиц были доставлены 70 тысяч рекламных проспектов; к обычной корреспонденции прикладывались образцы геопочтовых адресов с указанием полных адресов получателей. Эта система начала действовать для бизнес-клиентов в сентябре 2004 года, а для частных лиц – в октябре этого же года. Теперь в распоряжении предприятий сферы обслуживания в Андорре имеются такие же верные средства для точного выбора целевой клиентуры внутри страны, как и в двух соседних странах.

Марокко: использование почтовых индексов для повышения эффективности

Создание системы почтовых индексов марокканской почтой (Barid Al-Maghrib (BAM)) было продиктовано необходимостью оптимизации операций по сортировке и доставке почты и ее стремлением занять место лидера в области почтовой адресации. BAM предоставляет списки почтовых индексов ком-

паниям и другим производителям больших объемов почты, которые составляют 80% от общей численности пользователей и на чью долю приходится свыше 45% капиталоборота в секторе почтовых и курьерских перевозок. Почтовая служба Марокко помогает им управлять базами адресных данных и способствует сокращению процента возвращаемых отправлений. Выбранный формат почтовой индекса – пятизначный цифровой идентификатор на основе территориального деления, соответствующего критериям универсальной службы (населенный пункт).

Существенное значение для ВАР имеет удовлетворение потребностей предприятий и других крупных клиентов. Марокканская почта направила почтовых работников на места для сбора и стандартизации адресных данных. Такая практика приносит двойную пользу: во-первых, ВАР добивается повышения эффективности за счет того, что получает правильно адресованную почту в самом начале цепи сортировки; во-вторых, предприятие располагает систематизированной и обновляемой адресной картотекой, позволяющей ему быстро и географически точно определять целевую клиентуру.

«Благодаря этим мерам нам удалось сократить срок доставки 80% пересылаемой почты с Д + 5 до Д + 1», – заявил начальник Управления почтовых и курьерских перевозок марокканской почты Абделилах Буссета. Говоря конкретно, повышение эффективности достигается на этапе сортировки, потому что отправления поступают на почту уже разделенные по почтовым индексам и уложенные в лотки по доставляющим отделениям. Всеобщая компания банков Марокко (SGMB), являющаяся образцовым клиентом ВАР, осуществляет такую предварительную сортировку в рамках общего подхода к решению проблем качества (введение индексов в базу данных, подготовка конвертов и разделение почты), за что ей в качестве поощрения предоставляется 2% скидка с общей суммы ее счетов. «Внедрение индексов позволило нам сократить срок пересылки выписок из счетов до 48 часов и менее. Отпала необходимость в сортировке на национальном и региональном уровнях. Отправления укладываются в лотки по почтовым индексам, а затем поступают непосредственно в местное отделение доставки. Из опросов клиентов следует, что они полностью удовлетворены новыми сроками», – отметил консультант SGMB Доминик Зиммер.

В условиях бурного роста сектора маркетинга ВАР пошла еще дальше и создала в июне 2004 года свою собственную информационно-справочную базу ADDRESS*PRO. Это техническое решение позволяет управлять уточненными адресами (т.е. адресами, обслуживаемыми службой доставки на

дом, и адресами владельцев почтовых ящиков) и предоставлять дополнительные сведения об адресате, чтобы повысить надежность отправок директ-мейл.

Сенегал: необходимое средство для пересылки почты

В Сенегале спрос на почтовые индексы исходит как от частных лиц, так и от субъектов экономической деятельности, желающих проверить адреса корреспондентов, прежде чем написать им. Решение возглавить работу по созданию индексов с целью улучшения пересылки отправок было принято директором по вопросам производства и сети сенегальской почты Эль Хаджи Мансуром Гюэйем в результате собрания проектной группы «POST*Code» ВПС в 2002 году.

Были образованы две группы: одна занималась проектированием индексов, а другая – их пропагандой и распространением, в частности среди субъектов экономической деятельности. Министерство внутренних дел предоставило список городов, поселков и городских кварталов, а также схему административного деления. Был разработан индекс из пяти цифр слева от названия доставляющего почтового отделения. По мнению Мансура Гюэя, «почтовый индекс служит гарантией для многочисленных сенегальских компаний, работающих в электронной торговле и секторе директ-мейл».

За весьма короткий срок почтовый индекс зарекомендовал себя как эффективное средство. В нем были учтены территориальные характеристики страны и точно определены зона пересылки, доставляющее отделение и пункт доставки почты (через операционное окно, почтовый ящик или на дом). Значительно сократилась доля возвращаемых отправок. Почта Сенегала расценивает почтовые индексы как средство для развития и как коммерческую возможность. Ввиду быстрого развития директ-мейл и производимого этим сектором огромного объема отправок почта создала проектную группу по директ-мейл, задача которой – способствовать распространению в обществе представления о почтовой службе как о динамично развивающемся предприятии. Компьютерные службы почты разработали программу управления адресными картотеками, чтобы увеличить ее долю в этом сегменте рынка. В настоящее время почтовые индексы применяют, в основном, Интернет-пользователи, поскольку их написание обязательно в большинстве онлайн-бланков-заказов и т.д. В заключение Мансур Гюэй заявил: «Как только операции в окошках будут автоматизированы, клиенты будут в пол-

ной мере пользоваться почтовыми индексами».

Эти три страны, как, впрочем, и многие другие, прекрасно поняли, что отсутствие почтового индекса не только вредит качеству их почтовой службы, но и отрицательно сказывается на капиталообороте. На обработку отправок без идентификатора требуется больше времени и рабочей силы. Хотя по-

чтовые администрации осознают проблемы, связанные с доставкой почты в их странах, специалисты в данной области в один голос требуют от почтовых служб всего мира обмениваться своими адресными картотеками и распространять свои почтовые индексы среди других операторов через ВПС, чтобы облегчить доставку в странах назначения.

Проект ВПС «Всемирная адресация»

В то время как 139 стран (41 промышленно развитая и 98 развивающихся) уже пользуются преимуществами, которые дают почтовые индексы, 72 развивающиеся страны пока лишены такой возможности.

В ВПС проектная группа «Всемирная адресация» Международного бюро разработала комплекс средств для дальнейшего развития почтового индекса и совершенствования адреса.

Эта группа добивается того, чтобы почтовые операторы осознали преимущества использования почтовых индексов. Выпущена брошюра под названием «Руководство по распространению почтовых индексов и технической помощи», которую можно «скачать» с веб-сайта ВПС. В этой брошюре, предназначенной, в частности для стран, намеревающихся внедрить систему почтовых индексов, даются рекомендации о том, какие методы и средства применять в конкретных ситуациях.

Группа «Всемирная адресация» занимается также обслуживанием и распространением разнообразных продуктов и услуг POST*CODE. Ее ведущий продукт – Universal POST*CODE Database – представляет собой всемирную базу данных о почтовых индексах; данные преобразованы в единый формат, ежеквартально обновляются и легко интегрируются в любые проверочные и корректирующие программы для национальных и международных адресов.

Недавно между ВПС и почтовыми службами Франции, Швейцарии и Финляндии были заключены договоры, благодаря которым клиенты Universal POST*CODE Database могут пользоваться единым адресным форматом почтовых индексов, подходящим для всех стран, причем для этого им не требуется никаких обременительных лицензионных соглашений.

На фотоснимках:

Фото 1: Почтовая марка Андорры.

Вставка курсивом: «Внедрение почтовых индексов позволило нам сократить срок пересылки выписок из счетов до 48 часов и менее... Из опросов клиентов следует, что они полностью удовлетворены новыми сроками». *Доминик Зиммер, консультант Всеобщей компании банков Марокко.*

Фото 2: Работник одного из почтовых отделений Сенегала сортирует почту.

Фото 3 в рамке: В распространяемую Всемирным почтовым союзом базу данных Universal POST*CODE Database включены, разумеется, и почтовые индексы Андорры, Марокко и Сенегала.

Почтовые службы используют свой интеллектуальный потенциал

Реал ЛеБлан

Не правда ли, что почтовые отделения обладают интеллектом? Да, и весьма большим. Сегодня нас способно заинтересовать не только содержимое конверта – не меньший интерес может вызвать и сама упаковка.

Мелкие штрих-коды желтого или черного цвета, двумерные, служащие для идентификации почты, электронное изменение адреса, управление выемкой отправлений из почтовых ящиков общего пользования, службы подтверждения доставки, рассылка отправлений целевым группам клиентов – вот далеко не полный перечень тех современных технологий, с помощью которых почтовые операторы располагают сегодня исчерпывающими сведениями о каждом отправлении, проходящем различные этапы обработки. Постороннему наблюдателю невдомек, что на идущих сплошным потоком конвертах содержится масса информации, которая постоянно вводится в компьютер и позволяет оператору более эффективно обрабатывать их, а главное – предоставлять клиентуре новые услуги с добавленной стоимостью.

Как отмечали участники первой международной конференции по вопросам интеллектуальной почты, состоявшейся 20 апреля текущего года в Международном бюро ВПС, начало созданию интеллектуальной почты положено. В ней приняли участие инженеры, представители операторов, поставщиков и специалисты по стратегическому планированию. Поистине безграничные возможности новых технологий позволяют почтовым службам предлагать клиентам все более и более усовершенствованные услуги. Это дает преимущество тем почтовым службам, которые заботятся о сохранении или увеличении своих доходов в обстановке, когда почтовый сектор открывается для конкурентной борьбы и должен соперничать с электронными заменителями физической почты.

Планирование ради будущего

В ходе конференции были высказаны многочисленные аргументы в пользу развития новых технологий и разработки сопровождающих их всемирных технических стандартов. Ввиду стремительного роста рынка связи у всех операторов, желающих активно на нем работать, включая почтовые службы, имеется значительный потенциал. Однако, испытывая жестокую конкуренцию со стороны электронных и телекоммуникационных служб, почта должна, если

она хочет оставаться жизнеспособной и свести к минимуму потери доходов, оказывать новые конкурентоспособные услуги, повышать качество службы, совершенствовать обработку почты на всех этапах и предлагать выгодные цены.

Прогрессивные технологии

Обратимся к опыту почтовой службы США (USPS), которой на недавнем конкурсе «World Mail Awards 2005» была присуждена премия за инновации в области услуг интеллектуальной почты. Среди них следует выделить службу CONFIRM, предназначенную для отправлений первого класса, стандартных отправлений, плоских предметов большого формата и периодических изданий. Крупные клиенты применяют некую комбинацию штрих-кодов, в результате чего каждое отправление становится уникальным, а почтовая служба может следить за его прохождением с момента отправки до вручения адресату. Она может не только подтвердить доставку отправления по адресу, но также информировать отправителя о том, что ему уже направлен ответ. Таким образом служба позволяет рекламодателям более целенаправленно рассылать свои отправления в зависимости от полученных ответов, компаниям – отслеживать возврат товаров и более эффективно управлять своими запасами, финансовым учреждениям – выявлять случаи фальсификации или кражи кредитных карточек, а предприятиям, оказывающим услуги общего пользования, – лучше управлять клиентскими счетами. Сейчас услугой CONFIRM охвачено 2% всей обрабатываемой USPS почты, то есть около 3 миллиардов отправлений.

Кроме того, в 2005 году USPS введет в использование 300 тысяч новых портативных сканеров, с помощью которых почтальоны смогут считывать подписи и штрих-коды высшего разряда сложности, а также фотографировать поврежденные отправления. «Это самое современное портативное считывающее устройство в мире, – свидетельствует Чарлз Браво, вице-президент USPS, отвечающий за интеллектуальную почту и качество адресации. – Как нам представляется, у него большие возможности в плане предоставления новых услуг. Например, с помощью такого устройства инспектор сможет направить находящемуся на маршруте почтальону текстовое сообщение с информацией о том, чтобы тот забрал у такого-то клиента отправление или что такая-то дорога закрыта».

Другой пример: изменение адреса электронным

способом. Ежегодно почтовая служба США осуществляет 45 миллионов операций по изменению адресов. Чтобы вносить дополнения и корректировки в свою огромную базу данных, расположенную в Мемфисе (штат Теннесси), и тем самым свести к минимуму количество возвращаемых отправлений или отправлений, не поддающихся доставке, USPS предлагает услугу по изменению адреса через Интернет. Когда клиент хочет внести изменение в свой адрес на сайте USPS, действующий адрес сразу же сравнивается с адресом в базе данных. По соображениям безопасности система просит пользователя указать номер кредитной карточки, чтобы подтвердить, что осуществляющее изменение адреса лицо имеет на то право. Обеспечивая таким образом высокий уровень качества адресации, почтовая служба может лучше обслуживать своих бизнес-клиентов, которые производят свыше 80% всей почты в стране.

На конференции были приведены и другие примеры. Что касается почты Швейцарии, то она использует технологию, чтобы более эффективно управлять выемкой отправлений приблизительно из 8000 уличных почтовых ящиков (в общей сложности 115 000 выемок в неделю, включая субботу и воскресенье). Вооруженные портативными сканерами почтальоны считывают расположенный внутри почтового ящика штрих-код и вносят в компьютер информацию о времени выемки. Тем самым швейцарская почта может удостовериться в том, что все отправления за данный день собраны, а это способствует улучшению обслуживания клиентуры и оптимизации маршрутов почтальонов. Начиная со следующего года швейцарская почта будет использовать технологию для проверки уровня заполнения почтовых ящиков.

Унификация в целях лучшего обслуживания

В условиях дальнейшего процесса глобализации участники конференции по интеллектуальной почте

подчеркнули необходимость унифицировать технические нормы, регулирующие разработку и общее использование новых технологий с целью более эффективной обработки отправлений в международном масштабе.

ВПС уже разработал свыше сотни международных почтовых стандартов, охватывающих штрих-коды, идентифицирующие коды (ID tags) и ряд электронных служб. Однако многие почтовые службы по-прежнему создают стандарты исключительно для собственного пользования, что зачастую приводит к ошибкам при обработке трансграничной почты, потерям доходов и повышению затрат на обработку отправлений для иностранных почтовых служб.

«Стандарты должны разрабатываться с перспективой их применения во всем мире, а не только внутри одной страны, – заявил, обращаясь к участникам конференции, Генеральный директор МБ ВПС Эдуард Дайан. – Под воздействием информационных технологий непрерывно изменяются способы обработки почты, а также методы сбора и обмена данными между субъектами почтового сектора. Для внедрения новой технологии стандарты имеют важнейшее значение, если мы хотим, чтобы в будущем международная почта обрабатывалась нормально».

Такого же мнения придерживается и ответственный за управление сетевыми данными австралийской почты Крис Рейнольдс: «Так как каждая почтовая служба вкладывает деньги в разработку своих внутренних стандартов, возможностей для стандартизации в международном масштабе становится все меньше и меньше».

В связи с дальнейшей либерализацией почтового рынка и появлением на нем новых частных операторов необходимость в международных стандартах ощущается все более остро. Стандартизация является единственным способом для того, чтобы обеспечить безупречное обслуживание клиентов.

На фотоснимках:

Фото 1: Изображение конверта. Дизайн: Жиль Без, МБ ВПС

Фото 2: Почтальоны из USPS вскоре смогут считывать подписи и штрих-коды высшего разряда сложности, а также фотографировать поврежденные отправления с помощью современных портативных сканеров.

Интервью Генерального директора швейцарской почты Ульриха Гиги

У генерального директора швейцарской почты Ульриха Гиги, занимающего этот пост с 2000 года, есть все основания гордиться своим предприятием: несколько недель тому назад было объявлено, что в 2004 году компания получила рекордную чистую прибыль в размере 837 млн. швейцарских франков, тогда как в предыдущем году она составила всего 366 млн. Достижению такого внушительного результата почты способствовали корректировка цен на почтовые отправления и меры по реорганизации и рационализации. Особенно отличились быстро развивающиеся почтово-финансовые службы. По сравнению с прошлым годом их прибыль увеличилась на 18%. Но почта не собирается ослаблять свои усилия и в скором времени подаст заявку на выдачу ей лицензии на банковскую деятельность. Кроме того, в обстановке либерализации рынков и возросшей конкуренции компания добивается все большего признания на международной арене и принимает меры для диверсификации своих услуг. Швейцарская почта серьезно готовится к будущему, усиливая деятельность на которых нетрадиционных рынках.

Почему для швейцарской почты, являющейся предприятием государственного сектора, важно давать большую прибыль?

Эти средства нужны для того, чтобы мы могли оставаться конкурентоспособными. Федеральный совет поручил нам руководить почтой в соответствии с принципами предпринимательской деятельности, и вместе с тем от нас требуется обеспечивать службу общего пользования. Мы доказали, что эти две задачи необязательно противоречат друг другу. Мы стали работать эффективно как с качественной, так и количественной точки зрения. Несмотря на прочное положение служб письменной корреспонденции и посылок (PostMail и PostColis), успех швейцарской почты основывается все-таки на отличных результатах PostFinance. В 2004 году почтово-финансовые службы дали одну треть общей прибыли компании; практически такой же была и доля PostMail. Кроме того, мы гордимся тем, что больше ни одно подразделение не является убыточным. Для нас крайне важно, чтобы доходы производились за счет многих видов деятельности.

В начале 2006 года, когда рынок письменной корреспонденции весом более 100 г будет либерализован, вам, вероятно, придется частично отка-

заться от монополии. Не вызывает ли это у вас беспокойство?

Безусловно, мы ощутим на себе последствия такой либерализации. Хотя обработка писем большого формата обходится дороже, наценки на них выше, чем на стандартные письма. Но нашим конкурентам потребуется время, чтобы укрепиться на этом рынке и предоставлять такие же надежные услуги, как наши. Поэтому я уверен в том, что мы сумеем сохранить за собой значительную часть этого рынка.

Европейский союз планирует полностью либерализовать почтовый рынок, и в 2006 году во многих странах будет ликвидирована монополия на письма весом свыше 50 г. Вызывает ли такой прогноз беспокойство у Швейцарии в том смысле, что когда-то она будет вынуждена последовать этому примеру?

В таком случае следовало бы подумать о будущем универсальной службы. Сейчас благодаря монополии на письма внутреннего режима мы можем предоставлять базовые услуги по единым ценам на территории всей страны, то есть финансировать нашу широкую почтовую сеть. Если бы монополия была отменена, то мы должны были бы изыскивать другие источники финансирования.

Каким образом вы могли бы финансировать универсальную службу?

Либо сохранить за швейцарской почтой так называемую остаточную монополию, либо выделять ей субсидии за счет доходов от налогов. Еще одним возможным решением является предоставление концессий, однако оно было бы недостаточно эффективным. Остаточная монополия на письма весом менее 100 г была бы, на мой взгляд, неплохой идеей, поскольку таким образом мы могли бы поддерживать службу общего пользования на высоком уровне качества и, более того, продолжать совершенствование производственных процессов. Обеспечивая отвечающую требованиям нашего времени службу общего пользования, мы были бы гораздо эффективнее, чем в том случае, если бы по-прежнему делали ставку на новые сферы деятельности.

Какие меры по рационализации окажут также положительное влияние?

Прежде всего, благодаря усовершенствованию и дальнейшей автоматизации производственных процессов гораздо более эффективно будут рабо-

тать три новых сортировочных центра. Кроме того, по политическим соображениям, в частности, для создания рабочих мест на региональном уровне, в крупных населенных пунктах будут введены в строй шесть второстепенных центров обработки почты. Тем не менее с чисто экономической точки зрения необходимость в этих центрах отсутствует. В свое время мы вполне ясно заявили, что будем вынуждены пересмотреть это решение, если в результате применения альтернативных средств связи объем почтовых отправлений будет снижаться более быстрыми темпами, чем это было предусмотрено. Мы также проведем реорганизацию процесса перевозки почтовых отправлений и процесса их доставки, в котором впредь предпочтение будет отдаваться бригадному методу работы. Помимо этого следует упомянуть о ряде малых и крупных проектов, направленных на совершенствование производственных процессов и сокращение административных расходов центрального аппарата.

Вы планируете заменить некоторые почтовые отделения агентствами. С этой целью сейчас проводятся экспериментальные исследования под названием Ymago. Что же, на самом деле, представляет собой такое агентство?

Агентством может являться, например, почтовое операционное окошко, оборудованное в любом магазине. Эта модель, широко распространенная в Северной Европе, прекрасно функционирует и пользуется популярностью у клиентов ввиду более продолжительного времени работы. Агентство предлагает прежде всего услуги, которые удовлетворяют повседневные потребности частных лиц. Для швейцарской почты такое решение является намного выгодней и гарантирует данному магазину более крупную выручку благодаря возросшему числу посетителей. Что касается почтовых подрядчиков, то они являются независимыми предпринимателями, которые, помимо предоставления услуг от имени швейцарской почты, занимаются и другой профессиональной деятельностью. Эта модель могла бы представлять определенный интерес для персонала швейцарской почты, руководящего почтовыми отделениями.

В 2004 году вы показали отличные результаты. Какие цели вы ставите перед собой в текущем году?

Во-первых, мы хотим творчески развивать новые виды деятельности – такие, например, как наши услуги ипотечного кредитования или служба гибридной почты, обеспечивающая обработку, печатание и доставку массовых отправок, которые передаются нам электронным способом. Во-вторых, мы намерены продолжить реорганизацию. К концу года мы будем готовы разместить оборудование в первом из

трех новых письмосортировочных центрах, расположенном в Цюрихе. Мы хотим также до осени окончательно закрепить за собой земельные участки и добиться разрешений на строительство «центрального» и «западного» почтовых центров. Кроме того, на 2005 год намечено испытание сети почтовых отделений. Наконец, мной было дано указание: проявлять повышенную заботу и пунктуальность в отношениях с клиентами. Словом, мой девиз таков: «Никаких полумер!»

Не означает ли это, что вас больше не удовлетворяет качество службы общего пользования?

Заботиться о качестве службы нужно постоянно. Некоторые из принятых нами мер по реорганизации завели нас слишком далеко. Например, в ряде населенных пунктов, где мы закрыли почтовые отделения, клиенты больше не могут подавать почту категории «А» после десяти часов утра. Мы хотим исправить ситуацию. Мелкие клиенты, малый и средний бизнес также должны быть удовлетворены нашими услугами, чтобы швейцарская почта по-прежнему пользовалась широкой поддержкой населения страны.

Известно, что вы ведете поиски новых рынков, продуктов и сфер деятельности.

Да, это так. Например, мы стремимся развивать нашу деятельность в области гибридной почты и поэтому эксплуатируем крупный центр распечатки, упаковки и экспедирования сообщений. Мы являемся идеальным партнером в том, что касается массовых отправок, передаваемых нам электронным способом, так как можем предложить полный набор специализированных услуг из единственного источника – от распечатки до отправки. С этой целью мы создали компанию «Document – Services SA». Помимо этого, мы осуществляем капиталовложения в электронное выставление счетов. Благодаря нашему продукту под названием «yellow bill» клиенты могут с помощью компьютеров получать свои счета и быстро оплачивать их, нажав всего лишь три раза на «мышку». Мы способствуем развитию такой услуги, как защищенная передача данных, чтобы электронным способом можно было передавать и конфиденциальные документы. Другими областями, где у нас имеются возможности для роста, являются: международная деятельность, финансовые службы и глобальные решения в области логистики.

Что касается логистики, не могли бы вы привести примеры предлагаемых вами услуг?

В настоящее время мы осуществляем пилот-проект по перевозке медицинского оборудования для девяти больниц. Считаю, что мы в состоянии расширить эту деятельность, поскольку логистика не входит в компетенцию медицинских и других учреждений. К

тому же эта служба уже приносит доходы, хотя и небольшие. У нас имеются также договоренности с производителями кофе-машин о доставке аппаратов, подлежащих ремонту. Наконец, мы располагаем собственным автомобильным парком и предоставляем транспортные средства в распоряжение других компаний, например, «Swisscom».

Вы вкратце упомянули о ваших проектах по электронным службам. Каковы в этой связи перспективы на будущее?

Развитие электронных служб будет выгодным для швейцарской почты, и мы полагаем, что со временем сможем предлагать в этом смысле абсолютно новые услуги. Например, в соответствии с новой инициативой предусматривается, чтобы у каждого жителя Швейцарии была карточка медицинского страхования, в которой бы отражались результаты медицинских осмотров и другие сведения о его здоровье. Предполагается, что в будущем отношения между клиентами, медицинскими лабораториями и страховыми компаниями будут осуществляться с помощью электронных средств. Почта могла бы производить, распределять такие карточки, вести их учет и контроль, а также обеспечивать защиту информации при ее передаче. Для такой работы конкуренты, очевидно, найдутся, но, так как физическая почта вытесняется электронной, мы пытаемся изыскивать другие рыночные ниши в той области связи, которой занимаемся. Необходимо создавать эти службы уже сейчас и начинать с экспериментальных проектов при участии ограниченного числа клиентов. Эти службы станут прибыльными, как только сформируется массовая клиентура.

Должно пройти определенное время, прежде чем многие из этих продуктов начнут приносить прибыль, не так ли?

Да, действительно, спрос на новые технологии увеличивается не так быстро, как думалось пять лет тому назад, в период бурного роста новых электронных средств. Однако к тому моменту, когда дела действительно пойдут вверх, мы будем в полной готовности. В этом смысле речь идет об инвестициях в будущее.

А сами вы оплачиваете счета электронным способом?

Разумеется, но пока я предпочитаю получать их и на бумаге. То же самое относится и к выпискам из моих счетов. PostFinance, обслуживающая 588 тысяч активных пользователей, превратилась в крупнейшего провайдера услуг электронных платежей, и эта тенденция продолжает усиливаться. Решающую роль здесь играют привычки. Значительная часть населения по-прежнему воспринимает нас как почтовую службу в ее классическом виде. Поэтому, если мы

хотим двигаться вперед и противостоять конкурентам, для нас крайне важно порвать с прошлым. Подчас бывает нелегко внушить швейцарцам, что почта должна модернизироваться.

Чтобы лучше подготовиться к либерализации, вы хотите получить лицензию, в результате чего PostFinance превратилась бы в полноправный банк. Когда вы намереваетесь подать соответствующую заявку?

Мы планируем обратиться с просьбой о выдаче банковской лицензии в текущем периоде планирования, то есть в предстоящие четыре года. Сейчас мы проводим подготовительную работу, чтобы швейцарское правительство смогло представить соответствующий проект в парламент.

Но зачем почте потребуется банковская лицензия?

Специализируясь на платежных операциях, мы имеем дело с трафиком, производимым частными лицами. Однако наша клиентура желает получать все больше и больше финансовых услуг из единственного источника, не обращаясь в какой-либо другой банк, например, за ссудой под ипотеку или кредитом.

Швейцарская почта уже активно работает на ипотечном рынке через банк UBS. Неужели дела идут не так, как вы этого хотите?

Напротив, между нами сложились прекрасные партнерские отношения, однако у почты, конечно, ограничена свобода действий. Например, политика по вопросу кредитов определяется UBS, так как именно он берет на себя риски. Мы делим между собой доходы. Но эти детали не должны беспокоить клиента, поскольку он имеет дело только с почтой.

Однако вернемся к текущему году. Рассчитываете ли вы опять добиться рекордного результата?

Не совсем. 2004 год был исключением, и его будет сложно повторить. Вместе с тем принимаемые нами меры по рационализации постепенно приносят свои плоды, и мы уже подготовили почву для деятельности в новых областях. Напротив, мы не можем позволить себе повышать в течение ряда лет базисные цены на продукты, подпадающие под монополию. И потом следует учитывать обострение конкуренции в других секторах.

Несколько месяцев назад швейцарская почта провела кампанию с целью привлечения внимания к достоинствам обычного письма. Есть ли у письма будущее? Каковы первые результаты этой кампании?

Швейцарская почта верит в будущее письма как

средства связи, поскольку оно несет в себе нечто личное и наполнено чувствами. Проведенное в январе 2004 года рыночное исследование показало, что письмо сохранило свои, присущие только ему ценности, и будет по-прежнему играть важную роль

в общении между людьми. Многочисленные положительные отклики населения и сотрудников почты подтвердили правильность нашего решения о проведении кампании, посвященной письму.

Многие материалы этого интервью взяты из годового отчета швейцарской почты за 2004 г.

Постоянная арабская почтовая комиссия (ПАПК)

Год создания: 1992
Штаб-квартира: Каир (Египет)
Количество членов: 22
Проекты ФУКС: 17 проектов в стадии реализации

Учрежденная в 1992 году после роспуска Арабского почтового союза (образованного в 1955 году), Постоянная арабская почтовая комиссия (ПАПК) координирует вопросы сотрудничества между ВПС и Лигой арабских государств. ПАПК, чья штаб-квартира находится в здании Лиги арабских государств, действует в соответствии с целями, установленными Советом министров телекоммуникаций и информационной технологии арабских стран. Заботясь о реализации Бухарестской всемирной почтовой стратегии, являющейся «дорожной картой» ВПС, ПАПК видит свою задачу в обеспечении почтовых услуг по приемлемым ценам во всех арабских государствах. «Почтовый союз» беседовал с ее секретарем Мохаммедом Фатхи Эль-Аффанди о целях, стоящих перед этой организацией.

М.Ф.Эль-Аффанди: Будучи убежденной в постоянно возрастающей роли телекоммуникационных и информационных технологий в развитии почтовых служб, ПАПК стремится интегрировать сети электросвязи в почтовую сеть по приемлемой стоимости для укрепления электронной торговли и сокращения технологического разрыва между почтовой сетью арабских стран, насчитывающей 19 750 отделений, и остальным миром.

«Почтовый союз»: Какие задачи предстоит решать ПАПК в последующие годы?

М.Ф.Эль-Аффанди: На последней ежегодной сессии, состоявшейся в апреле этого года в Каире, страны-члены ПАПК приняли решение о проведении скоординированного изучения с целью создания электронной сети обмена почтовыми и финансовыми данными для арабских стран. Эта сеть, учитывающая существующие технические условия, будет подключена к другим международным сетям. Почтовые службы арабских стран воспользуются также материально-технической поддержкой, программным обеспечением и профессиональной подготовкой, предлагаемыми региональным центром почтовой технологии ВПС в Тунисе. Планируется, что подключение почтовых администраций арабских стран к этой электронной сети произойдет в июле 2007 года.

«Почтовый союз»: Как деятельность ПАПК вписывается во всемирную почтовую стратегию ВПС?

М.Ф.Эль-Аффанди: ПАПК участвует в трех проектах, входящих в комплексный план реформы и развития почты в 12 арабских государствах. Она также помогает своим членам лучше разработать концепцию качественной универсальной почтовой службы по доступной цене и включить ее в их законодательства. Комиссия организует семинары для национальных координаторов по вопросам реализации всемирной почтовой стратегии.

На фотоснимке Мохаммед Фатхи Эль-Аффанди.

Европейский комитет по почтовому регулированию (СЕРП)

<i>Год создания:</i>	1992
<i>Штаб-квартира:</i>	Брюссель (Бельгия)
<i>Количество членов:</i>	46
<i>Проекты ФУКС:</i>	39 проектов в стадии реализации. 14 стран, участвующих в одном региональном проекте

В Европе нормативно-правовые задачи, как правило, отделены от общей политики. Министрство устанавливает нормативно-правовые рамки и определяет необходимую стратегию. Регулятор обеспечивает честную конкуренцию, следит за соблюдением правил, контролирует цены на универсальную службу, выдает лицензии, устанавливает уровень и стоимость универсальной службы, анализирует качество обслуживания и занимается урегулированием споров между операторами. «Почтовый союз» взял интервью у Жана-Люка Дютордуа, президента СЕРП, объединяющего в своих рядах 46 европейских регуляторов.

«Почтовый союз»: Как СЕРП помогает своим странам-членам соблюдать действующие европейские и мировые регламенты?

Жан-Люк Дютордуа: СЕРП служит идеальным связующим звеном и органом для обмена информацией между международными организациями, работающими в области регулирования. Комитет дает странам рекомендации относительно толкования европейских директив по сравнению с мировыми регламентами, а также относительно их приоритета над последними или соответствия им, и помогает странам в применении этих нормативно-правовых документов.

«Почтовый союз»: Каким образом ВПС участвует в работе СЕРП?

Жан-Люк Дютордуа: Регуляторы придают большое значение работе Группы стратегического планирования ВПС (ГСП) и надеются на то, что в ней будет разработана стратегия в области регулирования, основанная на «поэтапной и контролируемой» либерализации рынка. Работа ГСП позволяет также регуляторам лучше понять эксплуатационные вопросы и реальную обстановку на местах с учетом других аспектов: юридического, экономического, коммерческого, социального, технологического и политического.

«Почтовый союз»: Как вы восприняли расширение Европейского союза?

Жан-Люк Дютордуа: СЕРП, имеющий глубокие корни в Европе, образовал комитет для контроля за соответствием передовой практике в нормативно-правовой сфере. Подобно тому, как действует Европейская комиссия по вопросу оценки и соблюдения европейского законодательства, этот комитет занимается сейчас рассмотрением почтовой регламентации 10 новых государств-членов ЕС. Он и создаст основу для внесения поправок в их законодательства исходя из действующих в Европе и ВПС нормативно-правовых документов.

На фотоснимке Жан-Люк Дютордуа.

Почтовое отделение в Хауфтоне (Южно-Африканская Республика)

Южно-Африканская Республика – это огромная страна, занимающая территорию свыше 1,2 млн. кв. км. Большая часть ее 45-миллионного населения проживает в городах и пригородах, а сельская местность остается малонаселенной. Тем не менее почти в каждом населенном пункте имеется хотя бы один пункт предоставления услуг южноафриканской почты (всего в стране их насчитывается 2533).

Йоханнесбург с населением более 4-х миллионов человек (на местных наречиях его называют «Эголи» – золотой город) является влиятельным деловым центром во всей Африке, расположенной к югу от Сахары. Хауфтон – предместье Йоханнесбурга, один из наиболее развитых и процветающих округов не только города, но и всей страны. Этот район, где проживают люди с высокими доходами, размещаются офисы крупных компаний и центры досуга, превратился в новый финансовый центр Южной Африки.

Почтовое отделение Хауфтона имеет особое значение, так как оно обслуживает самого знаменитого и наиболее почитаемого из южноафриканских граждан – бывшего президента страны, лауреата Нобелевской премии мира Нельсона Манделу. В Хауфтоне находятся также носящая его имя площадь и сооруженная в его честь 6-метровая бронзовая статуя. Естественно, что Нельсон Мандела является самым знаменитым клиентом почтового отделения в Хауфтоне. Как свидетельствует его начальник Насас Принслоо, «Мадиба (ласковое прозвище отца нации) получает ежедневно около 50 отправлений. Он пользуется своим личным почтовым мешком, так как для него всегда есть посылки».

Розничная продажа услуг

В почтовом отделении Хауфтона работают семь кассиров-операционистов. Поскольку отделение расположено в торговой части города, оно открыто в те же часы, что и магазины. В нем предоставляется широкий ассортимент традиционных почтовых услуг и услуг почты как третьего доверенного лица, в том числе почтово-банковские.

Карабо Молефе, прослуживший в южноафриканской почте 9 лет, работает сейчас на почте Хауфтоне операционистом. «Мы начинаем свой рабочий день в 8.30 утра и готовим к открытию операционные окна. По средам открываемся на полчаса поз-

же, так как проводим учебные занятия, на которых заслушиваем информацию о последних событиях», – объяснил он. И словно желая подчеркнуть важность производственного обучения, тут же добавил: «Я прошел специальную подготовку по нашим продуктам и услугам, в том числе по вопросам обслуживания клиентуры, в почтовом училище в Йоханнесбурге».

Почти половину клиентов почты в Хауфтоне составляют деловые круги. «Изредка бывает, что кто-то приносит отправлений пятьдесят, которые нужно оформить. На их сканирование требуется время, и клиенту приходится ждать», – продолжил Карабо. Однако во всех почтовых отделениях Южной Африки используется система массового обслуживания с одной очередью, и все запросы клиента могут быть удовлетворены в любом операционном окне. Даже когда ему нужно выполнить массу операций, он ни для кого не создает помех. В почтовом отделении Хауфтона ждать в очереди более 5 минут приходится лишь в редких случаях.

Карабо Молефе считает, что работа в почтовом ведомстве открывает массу возможностей для индивидуального развития и карьерного роста. Он планирует трудиться на почте еще долгое время и в связи с этим говорит: «Поскольку мы больше не являемся правительственным учреждением, что очень хорошо, мы вынуждены конкурировать с частными компаниями, и пока дела идут неплохо. Нам предоставлена широкая свобода действий с точки зрения сбыта нашей продукции. У нас есть план, в соответствии с которым мы продаем различные продукты в этой торговой точке, и он служит для нас стимулом».

Почтовый адрес – для всех

Почтовые отделения подчиняются подразделению почты, занимающемуся розничной продажей услуг, а обработка и доставка отправлений осуществляются коммерческим подразделением. В начале 1990-х годов южноафриканская почтовая служба внедрила уникальную систему доставки почты, предусматривающую почтовый адрес для каждой семьи. Так как из-за отсутствия инфраструктуры, названий улиц и номеров домов в неформальных поселениях доставка отправлений на дом была делом чрезвычайно трудным, почтовая служба применила систему доставки в почтовые ящики. Однако в отличие от традиционных почтовых ящиков, обычно находя-

щихся на почте, почтовые ящики в Южной Африке, по решению почтовой администрации, были установлены ближе к клиентам. В последние годы несколько миллионов индивидуальных почтовых ящиков были размещены в так называемых уличных пунктах доставки или киосках, расположенных вблизи магазинов, рынков, станций автообслуживания и других общественных зданий и сооружений, где клиенты могут забрать свою почту в удобное для них время. По этой причине во многих районах страны доставка на дом отсутствует. На самом деле это не означает, что жители не имеют доступа к почтовой службе. Просто почта стала ближе к ним!

Доставка отправлений

Выехав из Йоханнесбурга, мы берем курс на юг, в город Блумфонтейн, расположенный в центральном регионе страны. Здесь мы встретились с 18-летней девушкой почтальоном Чепо Двили, которая доставляет почту на велосипеде и просто обожает свою работу. Хотя доставка почты на велосипеде является для южноафриканских женщин относительно новым занятием, в центральном регионе – обширной области в центре страны – таких почтальонов уже насчитывается около сорока.

Чепо Двили окончила среднюю школу в 2004 году и стала почтальоном или, как принято говорить

в южноафриканской почтовой службе, «mailhandler» (служащий, обрабатывающий почту). «Дома без дела сидеть не хотелось, и как только услышала об этой работе, сразу же подала заявление», – рассказывает Чепо. Она предпочла бы учиться дальше и получить диплом инженера-строителя, но из-за затруднений с деньгами не смогла этого сделать.

Чепо приходит на работу около половины седьмого утра и сразу приступает к сортировке отправлений для последующей доставки. «Порой бывает страшновато передвигаться на велосипеде в таком потоке машин, – говорит она. – Хотя с детства я не расстаюсь с велосипедом, никогда не ездила по таким загруженным дорогам». По работе ей приходится встречаться со множеством людей, и она видит, как клиенты высоко ценят ее.

Итумеленг Мокоте, коллега Чепо, говорит, что с такими женщинами, как она работа в бригаде выполняется гораздо быстрее. Мокоте вообще считает, что женщинам следует предоставлять больше полномочий и поручать многие дела, чтобы они могли устроить свою жизнь. У Чепо большие планы на будущее. Она намеревается продолжить учебу и осуществить свою мечту – стать инженером-строителем. Она полагает, что опыт ее работы в южноафриканской почте поможет ей в дальнейшем находить выходы из различных ситуаций.

Краткий исторический обзор

Почтовая служба Южной Африки проделала долгий путь со времен так называемого «почтового дерева». В XVI веке южная оконечность африканского континента Мосселбай (в ту пору она называлась Aguada de Sao Bras) служила перевалочным пунктом, где морские суда заправлялись пресной водой. Ориентиром для нахождения фонтана было дерево. В 1500 году португальский флот, включая корабль Бартоломеу Диаса, был уничтожен во время шторма. Прежде чем продолжить свой путь в Индию, спасшиеся моряки сделали остановку в Мосселбае, и один из капитанов оставил там письмо, сообщавшее о катастрофе и смерти Бартоломеу Диаса. Послание, которое, по рассказам, было спрятано в башмаке одного матроса, нашли три месяца спустя возвращавшиеся из Индии моряки и доставили его в Португалию. Сегодня на месте почтового дерева в Мосселбае открыт национальный музей. Позднее мореходы начали оставлять свои письма под галькой (которая стала называться «почтовым камнем») на пляжах мыса Доброй Надежды. Первое официальное почтовое отделение было открыто в Южной Африке в 1792 году в Кейптауне, где тогда было голландское поселение. Вплоть до октября 1991 года южноафриканская почта являлась правительственным учреждением, а затем стала независимой коммерческой компанией. Она по-прежнему полностью принадлежит государству, но сегодня ее деятельность сосредоточена на достижении прибыли и качественном обслуживании клиентов.

Письма из Роббен Айленда

В первые годы тюремного заключения Нельсон Мандела был лишен права писать письма и только раз в полгода получал письмо объемом не более 500 слов. Если не считать разрешения на одно частное посещение в год, эти письма были для него единственным средством общения с внешним миром. Поскольку тюремная администрация подвергала все письма цензуре, Мандела составлял черновики писем в блокноте, а затем переписывал их начисто. Два таких блокнота почти с 70 письмами, написанными его рукой в период с 1969 по 1971 гг., недавно стали достоянием гласности, когда находящийся на пенсии поллицейский, прятаный рукописи в течение 33 лет, вернул их бывшему президенту. Вот отрывок из одного письма, которое Нельсон Мандела написал в 1976 году своей бывшей жене Винни: «...Твои письма для меня словно летние дожди или приход весны; они вносят в мою жизнь радость и делают ее приятнее. Когда я пишу тебе, я чувствую, как по всему моему телу растекается тепло, от которого я забываю обо всех своих невзгодах. Мною овладевает любовь».

Южноафриканская почта в цифрах

<i>Количество почтовых отделений:</i>	2533
<i>Штат служащих:</i>	16 739 человек
<i>Численность обслуживаемого населения:</i>	44,4 млн. человек
<i>Годовые объемы (вся почта):</i>	1,3 млрд. отправлений
<i>Количество обслуживаемых адресов:</i>	4,7 млн.
<i>Количество почтовых ящиков:</i>	4,2 млн.
<i>Прибыль от производственной деятельности в 2004 г.:</i>	20 млн. рэндов (3,3 млн. долл. США)

На фотоснимках:

- Фото 1:* Внешний вид почтового отделения в Хауфтоне.
- Фото 2:* Южноафриканская почта установила миллионы почтовых ящиков в таких общественных местах, как этот рынок, чтобы каждая семья могла свободно пользоваться почтовым адресом.
- Фото 3:* Во всех почтовых отделениях Южной Африки используется система массового обслуживания с одной очередью, и на почте в Хауфтоне время ожидания в очереди обычно не превышает пяти минут.
- Фото 4:* Сотрудник коммерческого подразделения почты в Хауфтоне Силос Себьяа готовит почту к сортировке и распределению по почтовым ящикам и мешкам для индивидуального пользования.
- Фото 5:* Начальник почтового отделения в Хауфтоне Наас Принслоо (на заднем плане) и работник операционного окна Карабо Молефе.

Марки, выражающие эмоции

Жером Дойчман

Хотя все сходятся во мнении, что марка представляет собой принципиально новое средство связи, шесть лет тому назад почтовые службы вдохнули в нее вторую жизнь, приступив к выпуску персонализированных марок. Марка в своей новой ипостаси служит как интересам почты, так и клиентов, которые могут выделиться на фоне других отправителей, продемонстрировав свои способности к созиданию. Каждый может внести в нее что-то личное.

Персонализированная марка состоит, как правило, из двух частей: с одной стороны – официальная марка с указанием номинальной стоимости, с другой – наклейка, на которой по желанию отправителя могут быть отпечатаны фотография, обращение, эмблема или любое другое изображение.

Первопроходцем в этой области стала австралийская почта, выпустившая персонализированную марку во время международной филателистической выставки в Мельбурне в марте 1999 года. С маркой «Polly Woodside», изображающей австралийское морское судно, была сцеплена фотография, сделанная посетителями выставки. В следующем году в Лондоне британская почта продемонстрировала первую франкировальную машину, печатающую персонализированные цифровые изображения прямо на конверте или почтовой карточке.

Орудие рекламы

Если с помощью таких марок частные лица могут оригинальным способом отметить какое-нибудь радостное событие в их жизни, известить о свадьбе или рождении ребенка, сделать оригинальными приглашение, поздравительную открытку или посылку, то коммерческим отправителям эти несколько квадратных сантиметров бумаги придают дополнительный блеск, а традиционной марке или оттиску франкировальной машины – уникальную добавленную стоимость. Поэтому персонализированная марка представляет собой эффективное средство связи и, как свидетельствуют результаты ряда исследований, оказывает положительное воздействие на предлагаемые компаниями продукты и услуги. Таким образом марка становится полноценным орудием рекламы.

Это прекрасно поняли крупные почтовые службы промышленно развитых стран, являющиеся пионерами в области производства персонализированных марок, которым в скором времени составили конкуренцию частные компании, стремившиеся превзойти друг друга в борьбе за потребителей. С помощью

персонализированной марки можно передать какие-то особые эмоции или выразить, например, чувство гордости. Важнейшим фактором ее успеха является интерактивный аспект производственного процесса. Клиент участвует в разработке марки: он сам создает или выбирает печатную форму (как правило, требуется печатная форма из 10 марок), записывает цифровое фото в определенном формате, центрует его, корректирует и выводит на экран. И все это делается в режиме онлайн за пять минут, если верить некоторым рекламным объявлениям.

«После того как этим летом производство фотомарок будет запущено в режиме онлайн, мы рассчитываем на значительное увеличение объема продаж», – заявил Андреа Филдс, сотрудник филателистической службы канадской почты, которая предлагает персонализированные марки с апреля 2000 года. Хотя почтовые службы сделали этот новый способ оплаты отправлений доступным в Интернете, они прекрасно осознают, что персонализированная марка не может стать предметом коллекционирования в массовом масштабе, поскольку каждый конструирует марку по своему вкусу и интересам.

Привлечение молодых потребителей

Успех персонализированной марки объясняется ее широким освещением в средствах массовой информации и привлекательностью для молодых людей. Начальник филателистической службы австралийской почты Амбер Макдугалл подчеркивает, что «благодаря своему интерактивному характеру персонализированная марка нравится молодым людям, а ее привлекательность свидетельствует о том, что почта сумела воспользоваться новыми технологиями. Можно сказать, что таким образом имидж почты прошел курс омоложения». С 1999 года австралийская почта выпустила свыше 20 миллионов марочных листов, что соответствует 3% ее годового капиталоборота.

Почтовые службы быстро поняли: чтобы стимулировать продажи сувенирных листов, нужно в короткие сроки обновить тематику печатных форм и внимательно следить за известными личностями и крупными международными событиями. Для этого, разумеется, необходима реклама. Некоторые частные компании проявляют чудеса изобретательности и предлагают самоклеящиеся марки, марки, содержащие порошкообразные вещества, марки с круглой, овальной или треугольной перфорацией, марки, в которые вложены микрокапсулы, издающие различные ароматы при прикосновении, и даже, представьте себе, марки с покрытием из настоя-

щего 24-х каратного золота. Одним словом, мощный стимул для того, чтобы начать собирать новую коллекцию.

Персонализированная марка является также «модным» сувениром некоторых музеев почтовых служб и почтовой администрации ООН в Нью-Йорке, кото-

рые предлагают своим посетителям сфотографироваться и отправить персонализированную почту в память о своем посещении. Каждый находит в этом то, что его устраивает: для одного – это средство рекламы, для другого – материализованное мгновение жизни.

На фотоснимках:

Фото 1: Первая в мире персонализированная марка «Polly Woodside», выпущенная австралийской почтой.

Фото 2: Лист персонализированных марок Нидерландов.



Почтовый союз

Подписной бланк

Годовая подписка: Швейцария – 12 шв. фр. Другие страны – 21 шв. фр.

Почтовые администрации имеют право на специальные тарифы. Для получения более подробной информации обращайтесь в Международное бюро.

Я желаю получить _____ годовую (ых) подписку (ок)

- Оплата:
- почтово-денежным переводом
 - банковским чеком (в швейцарских франках и с указанием швейцарского банка)
 - Почтовым перечислением (30-820-4 Berne)
 - Банковским перечислением (143996-61-10, Credit Suisse, Berne)

Кредитная карточка: American Express Visa Euro-/Mastercard

Номер карточки

Срок действия

Фамилия и имя владельца

Фамилия

Имя

Почтовый адрес

Город

Почтовый индекс

Страна

Подпись

Дата

Направить по адресу: *Rédaction Union Postale, Union postale universelle, Case postale, 3000 BERNE 15, SUISSE*

