

UNION POSTALE

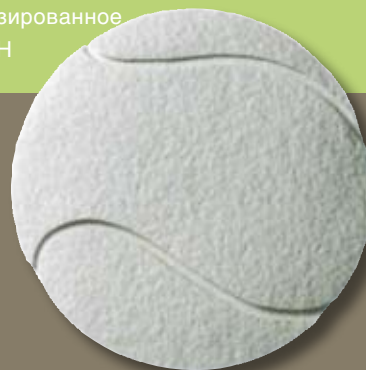
июнь 2007

События, которые приводят
почтовый сектор в движение



ВПС – специализированное
учреждение ООН

2



Почтовая реклама
Отправления,
которые никого не оставят
равнодушным



IPS

International Postal System

Комплексная система для контроля за международными отправлениями

Последние двенадцать лет Центр почтовых технологий (ЦПТ) ВПС сотрудничал со многими почтовыми агентствами всего мира, чтобы разработать международную почтовую систему (IPS).

IPS является комплексной системой для УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ОТПРАВЛЕНИЯМИ, в которой сочетается обработка почты, оперативное слежение и обмен сообщениями ОЭД.

IPS предоставляет почтовым агентствам возможность иметь ТОЧНОЕ И ПОЛНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ВСЕХ ЭТАПАХ ПРОХОЖДЕНИЯ ИХ ПОЧТЫ между пунктами подачи и назначения, включая транзитные учреждения обмена, международных перевозчиков и операции по таможенной обработке.

Программа IPS ОКАЗЫВАЕТ ПОМОЩЬ ПОЧТАМ УПРАВЛЯТЬ КАЧЕСТВОМ ИХ МЕЖДУНАРОДНОЙ СЛУЖБЫ И ПОВЫШАТЬ ЕГО УРОВЕНЬ благодаря всесторонней оценке цикла доставки отправлений и сплошному контролю за пересылкой отправлений, емкостей и депеш.

Сегодня международные почтовые услуги, такие как IPS, IPS Light и PSSG, эксплуатируются более чем 120 почтовыми организациями. Они появились благодаря сотрудничеству и обмену знаниями и опытом между почтовыми администрациями под эгидой Телематического кооператива. Разработанная ЦПТ система IPS является необходимым средством, позволяющим управлять всем процессом пересылки почты. Система может быть адаптирована к потребностям других организаций и взаимодействовать с другими программами.

Contact

- Adresse: Centre de technologies postales - Bureau international - Union postale universelle - Case postale 13 - 3000 BERNE 15 - SUISSE
- Téléphone: +41 31 350 31 11 / Télécopie: +41 31 352 43 23
- Courriel: info.ptc@upu.int



Содержание

Новости вкратце	
Обзор деятельности ВПС	4
Предисловие	5



Сегодня почтовая реклама отличается необычными формами. Австралийская почта помогает своим клиентам готовить эффективные маркетинговые кампании с использованием рекламных отправлений, демонстрируя, какие формы могут приобрести эти отправления (они могут быть как эти машины, бутылки или теннисные мячи), оставаясь при этом вполне приспособленными к почтовой обработке.

Заглавная статья	
Почтовая реклама: отправления, которые никого не оставят равнодушным	
Сейчас почтовая реклама во всех ее формах привлекает внимание потребителей и оказывается эффективной, как никогда ранее.	10

Прямой доступ: угроза или благоприятная возможность?	
Некоторые страны разрешают его, другие – нет... Прямой доступ к национальным почтовым рынкам остается нерешенным вопросом.	16

Разговор о стратегии	
Совместно с региональными союзами ВПС организует ряд региональных «круглых столов» для окончательной разработки будущей всемирной почтовой стратегии.	20

Интервью	
Архитектор цифровых мостов	
По мнению генерального секретаря МСЭ д-ра Хамадуна Туре, в эпоху информационного общества сотрудничество между ВПС и Международным союзом электросвязи приобретает новое значение.	22

Перспектива	
Быть в нужном месте в нужное время!	
Каким образом почтовый сектор может эффективно способствовать достижению Целей тысячелетия в области развития? Своими соображениями по этому вопросу делится Грэм Ли.	27

Обзор печати	
Сообщения о том, что происходит в мировом почтовом секторе.	29

ИЮНЬ 2007

Почтовый союз
Международное бюро
Всемирный почтовый союз
Почтовый ящик
3000 БЕРН 15, ШВЕЙЦАРИЯ

Телефон: +41 31 350 33 10
Телефакс: +41 31 350 31 77
Электронная почта: rheal.leblanc@upu.int

www.upu.int
Почтовый союз публикуется с 1875 г.

Начальник канцелярии, директор по вопросам связи и информации:
Джулиана Нел
Главный редактор: Реал Леблан
Заместитель редактора: Жером Дойчманн
Сотрудники: Эмманюэль Деонна, Грэм Ли.
Секретарь редакции: Жизель Корон
Графическое оформление: Die Gestalter, Санкт-Галлен (Швейцария)
Типография: Benteli Hallwag AG, Берн (Швейцария)
Подписка: publications@upu.int

Выраженные в статьях мнения необязательно совпадают с мнениями ВПС.
Перепечатка материалов, содержащихся в этой публикации, разрешается со ссылкой на: © Union Postale (ВПС)

НОВОСТИ ВКРАТЦЕ

Чтобы соединить людей во всем мире, нужен скоростной Интернет

По случаю Всемирного дня информационного общества, отмечаемого 17 мая, ВПС подчеркнул важность создания более мощных телекоммуникационных систем, предлагающих услуги по разумным ценам в развивающихся странах.

Будучи одним из инициаторов проекта Международного союза электросвязи под названием «Соединить людей во всем мире», ВПС развивает свою мировую финансовую сеть для совершенствования доступа к защищенным и надежным электронным услугам денежных переводов для рабочих-мигрантов, семей с низкими доходами и сельских жителей, не охваченных банковскими услугами. Порядка пятидесяти стран имеют в своем распоряжении компьютерную программу «Международная финансовая система» для электронного обмена денежными переводами. Начиная с июня этого года обмен электронными переводами будет открыт между Россией и Китаем. Вместе с тем ограниченный доступ к скоростному Интернету во многих развивающихся странах тор-

мозит ускоренное развитие этой сети. «В частности, в Африке доступ к телекоммуникационным системам, даже если они и существуют, ограничен, и услуги предлагаются по слишком высоким тарифам», - уточнил эксперт французской почты Анри Бьядала, под руководством которого недавно был осуществлен проект ВПС с целью организации службы денежных переводов между Бенином, Буркина-Фасо, Мали, Того и Нигером.

Обмениваться денежными переводами хотели бы в Африке

еще стран двадцать, «однако проблема в том, что не все это могут, - объяснил Анри Бьядала. – Необходимо найти такое решение, которое обеспечило бы качество и долговременность сетей».

Проявляя готовность к более тесным совместным действиям, ВПС и МСЭ подписали соглашение о сотрудничестве во время конференции по вопросам почтового сектора и информационного общества, состоявшейся в штаб-квартире ВПС в Берне 8 июня.

RL

Цифра

80%

Одобрены 20 новых проектов ФУКС

В целях совершенствования процессов направления, сортировки и доставки почты почтовая служба Уганды будет развивать систему почтовой индексации и адресации, а почтовикам Брунея-Даруссалама будет легче доставлять почту в отдаленных сельских районах благодаря приобретению новых велосипедов.

Эти две инициативы фигурируют среди 20 новых проектов общей стоимостью 2 миллионов долларов США, принятых в конце апреля Попечительским сове-

том Фонда улучшения качества службы (ФУКС). Так же как и почта Макао (Китай), которая внедрит систему для ускорения доставки отправлений, почтовая служба Брунея впервые воспользуется финансированием из ФУКС.

Учитывая эти новые проекты, охватывающие пять континентов, общее количество проектов, профинансированных за счет ФУКС с момента его создания шесть лет тому назад, составило 379. Фонд способствует повышению качества службы в

развивающихся и наименее развитых странах. Реализация финансируемых проектов оценивается на местах с помощью четко определенных показателей эффективности. В 2007 году региональными советниками ВПС или консультантами будет дана оценка выполнения 38 проектов. Оценка результатов основывается также на выводах из проводимых ВПС контрольных проверок и информации, полученной с помощью систем слежения и безопасности (e-Maria).

ED

ПРЕДИСЛОВИЕ

Эффективное средство массовой информации

Они оказываются в почтовых ящиках иногда с указанным адресом, а порой без адреса, и требуют реакции со стороны их адресатов. Рекламные отправления во всех формах хотят привлечь внимание... и это действует.

На рекламную почту приходится в общем не менее 38% от общего объема отправлений письменной корреспонденции внутреннего режима и 12% международного. Таким образом, это средство массовой информации занимает завидное место в спектре почтовых продуктов и услуг. Действительно, к этому стремительно растущему сектору проявляется

большой интерес, о чем свидетельствуют результаты недавно проведенного Международным бюро опроса, в котором приняли участие свыше 50% стран-членов ВПС.

Рекламная почта хорошо развита в индустриальных странах; наблюдается ее заметный рост в развивающихся. С 2003 по 2005 г. объемы стремительно возросли во многих странах, например, с 276 000 до 3,6 миллиона отправлений во Вьетнаме, с 23 до 90 миллионов в Хорватии и с 2 до 4 миллионов в Намибии.

Однако, по мнению специалистов, предстоит еще многое сделать, в частности, что касается формирования баз данных, в которых помимо физических адресов

указываются пункты доставки и множество других социально-демографических показателей. Эти базы данных имеют важнейшее значение для успешного развития рекламной почты, которая наряду с другими способами директ-маркетинга предлагает клиентам значительный потенциал целенаправленного воздействия на потребителей и высокую прибыль на инвестированный капитал. Этими вопросами занимается в рамках своей многообразной деятельности Консультативный совет ВПС по директ-мейл, в который входят порядка 50 операторов, ассоциаций и частных компаний.

Главный редактор

Это процент почтовых отделений, находящихся в городах и поселках стран Африки, расположенных к югу от Сахары, где 80% населения не имеют доступа к финансовым услугам и Интернету. Проведенное недавно Международным бюро экономическое исследование показало, что в этом регионе «чер-

ного» континента, к которому можно приравнять многие другие регионы мира, почта представляет собой единую структурированную сеть доставки, способную обеспечить доступ к финансовым услугам и новым инфокоммуникационным технологиям. Участвуя в осуществлении политики расширения уни-

версальной услуги, почта могла бы тем самым значительным образом способствовать достижению Целей тысячелетия ООН в области развития (см. рубрику «Перспектива» на стр. 27). гл

СЕРТИФИКАЦИЯ КАЧЕСТВА EMS: ТОРТ С ГЛАЗУРЬЮ



Чтобы выразить свое чувство гордости, почта Азербайджана выпустила привлекательные конверты EMS, поместив на самом видном месте диплом о присвоении ей «золотого» уровня качества.



Почта Канады угостила своих сотрудников аппетитными кусочками торта, чтобы напомнить им о важности сканирования всех отправлений. В результате работы по повышению качества службы EMS оператор был награжден дипломом о присвоении ему «серебряного» уровня качества.

На состоявшемся недавно общем собрании Кооператива EMS 36 операторов этой службы получили награды по итогам 2006 года: 14 достигли «золотого» уровня, 12 – «серебряного» и 10 – «бронзового». Уровень поощрения операторов зависит от их годовых результатов в следующих областях: своевременная доставка, качество данных о слежении и ответы на рекламации или просьбы клиентов о предоставлении сведений. В последнем квартале 2006 года показатель своевременной доставки отправлений EMS во всем мире достиг 86,5%.

В 2005 году общий объем отправлений EMS составил 37 миллионов, т.е. на 7,2% больше по сравнению с предыдущим годом. Сегодня услугу EMS предоставляют 197 операторов. Полный список операторов, получивших награды по результатам 2006 года, размещен на веб-сайте Кооператива EMS (www.ems.coop) в рубрике «News». Члены Кооператива EMS были также впервые награждены призами за высокое качество работы по обслуживанию клиентов. Они достались Испании, Японии и Швеции.

RL

НОВОСТИ ВКРАТЦЕ

Качество службы: наград удостоены Германия, Беларусь и Венгрия



Вице-президент Magyar Post (венгерская почта) Ласло Циви (слева) с Эдуардом Дайаном и И.М.Дж.Ханом, председателем Комиссии 3 (Эксплуатационные вопросы) СПЭ.

«Сертификация создает положительный имидж почты в глазах клиентов», - заявил вице-президент Magyar Post Ласло Циви при вручении ему сертификационной грамоты ВПС самого высокого уровня за достигнутые результаты в области управления качеством службы. Наград также удостоились почтовые службы Германии и Беларуси, вследствие чего с момента начала реализации программы сертификации в 2003 году количество сертифицированных почтовых служб увеличилось до девяти. Этой программой ВПС предусматривается присуждение наград почтовым операторам, осуществляющим в

своих структурах процессы управления качеством, благодаря которым обеспечивается особенно высокий уровень качества международной службы письменной корреспонденции, и активно участвующим в программах улучшения качества. Качество оценивается исходя из других показателей, нежели скорость и регулярность, в результате чего устанавливаются справедливые правила игры и все операторы имеют возможность подать заявку на сертификацию на равноправных условиях, независимо от уровня их развития и инфраструктур. JD

Услуги почтовых платежей: готов набросок многостороннего договора

Работа по подготовке нового многостороннего соглашения об услугах почтовых платежей идет своим ходом, и на недавно состоявшейся сессии Совета почтовой эксплуатации эксперты представили предварительный проект будущего соглашения.

В настоящее время назначенные почтовые операторы, предлагающие услуги электронных платежей, пользуются свободой действий при заключении контрактов. С ростом численности операторов, использующих электронный способ платежей, каждый из них должен будет управлять столькими двусторонними контрактами, сколько у него партнеров, что явится тормозом на пути развития взаимосвязанной сети.

Таким образом, решение о создании многосторонней системы для услуг почтовых платежей осуществляется исходя из констатации таких же фактов, которые привели к образованию ВПС

и заключению учредительных договоров. Переработка Соглашения и Регламента о службах почтовых платежей будет основываться на ряде принципов. Справедливая коммерция, распределение функций между назначенными операторами и правительствами, соблюдение международных норм по борьбе с отмыванием денег, соблюдение требований безопасности и конфиденциальности при обмене электронными данными – таковы некоторые из общих принципиальных положений, которые должны будут соблюдать операторы, чтобы содействовать расширению мировой электронной сети платежей и взаимодействию ее составных частей. Учитывая социальное значение этих принципов, они представляют собой наиболее подходящие инструменты для реализации инициативы «Соединить весь мир» и достижения Целей тысячелетия в области развития. ED

Лучше доставляешь посылки – получишь поощрение

1 января 2008 года вступит в силу новый механизм поощрения за обработку посылок, в соответствии с которым операторы будут получать вознаграждения исходя из отчетов о показателях работы. Таким образом, оператор сможет получать премию в размере до 20% от своих базовых сухопутных тарифов. С помощью этих отчетов, которые будут составляться и распространяться Группой «Посылки» Совета почтовой эксплуатации и Центром почтовых технологий ВПС посредством сообщений ОЭД, которыми обмениваются между собой операторы для слежения за международными посылками, можно будет оценивать качество услуг и определять, какие аспекты работы надлежит усовершенствовать на некоторых сетевых маршрутах. Выплата премиальных будет зависеть от использования системы слежения за посылками. Премия может выплачиваться с 5% надбавкой, если оператор применяет электронную систему обработки клиентских рекламаций. JD

На пути создания товарного знака для электронных платежных служб

Почтовые службы, предлагающие электронные услуги денежных переводов, вскоре смогут пользоваться отличительным товарным знаком для продвижения своих услуг среди клиентов. Экспертная группа «Логотип и образ торговой марки» Группы «Почтово-финансовые службы» ВПС ускоряет свою работу по созданию общефирменной марки, имеющей характерные признаки услуги: общедоступность, надежность, качество обслуживания и солидарность.

После того как до Найробийского конгресса 2008 года эта общефирменная марка будет зарегистрирована, ее применение будет регулироваться ВПС, а лицензии на использование будут выдаваться почтовым службам, соблюдающим определенные критерии качества, такие, как скорость услуги, качество исполнения услуги по выплате денег и соблюдение финансовых обязательств. Сейчас экспертной группе поручено составить проект регламента по использованию товарного знака и подготовить предложение о создании группы пользователей с целью коллективной регистрации.

Международное бюро должно будет сначала зарегистрировать товарный знак в Швейцарии, а затем распространить его по всему миру в соответствии с Мадридским соглашением и протоколом об интеллектуальной собственности. «Эта марка будет являться для клиентов знаком качества и надежности. Она будет узнаваема отправителем и получателем в любой стране», - подчеркнула председатель подгруппы «Логотип и образ товарного знака» Мариетте Ланкастер из Южной Африки.

Кроме того, для оказания поддержки продвижению электронных платежных услуг на рынке будет создана новая группа экспертов по развитию маркетинга и оперативной деятельности. Как объяснил председатель новой группы, директор по международным вопросам туниской почты Халед Неджи, «группа будет заниматься изучением передового опыта, который был накоплен операторами в этой области». ер

Стоимость регистрации общефирменной марки может составлять несколько сотен тысяч швейцарских франков. Странам-членам, желающим принять финансовое участие в регистрации товарного знака, предлагается обращаться к Сергею Нанбе (serguel.nanba@upu.int).



Новости с мест

Помощник эксперта в Дирекции по экономическим и нормативно-правовым вопросам Международного бюро Натали Шемино беседует с Дж. Майава, директором сортировочного центра в Блантайре (Малави). В марте этого года Натали и экономист Международного бюро Хосе Ансон ездили в командировку в Бенин и Малави в рамках реализации пилот-проекта по универсальной услуге, направленного на определение условий расширения доступа к почтовым услугам в странах Африки, расположенных к югу от Сахары. Проект осуществляется группой «Универсальная почтовая служба» Административного совета ВПС. RL

Для получения информации о другой деятельности ВПС на местах см. страницу «ВПС в фотографиях» (рубрика «Новости ВПС» на сайте www.upu.int).



Тюльпаны во имя мира

3 мая Генеральный директор ВПС Эдуард Дайан, президент Фонда «Международный сад мира» Паола Саваж и мэр Берна Александер Чаппат торжественно открыли возле здания Международного бюро ВПС Международный сад мира 2007 года. Честь разбить сад в этом году была оказана Берну (такое право было предоставлено ему столицей Ирландии Дублином, где сад мира находился в прошлом году). Городские власти решили посадить тысячи тюльпанов, подаренных Нидерландами, в зеленой зоне ВПС – единствен-

ной организации системы ООН, расположенной в столице Швейцарии. Таким образом, великолепный ковер из тюльпанов будет ежегодно украшать цветочную клумбу перед зданием Союза, напоминая посетителям о роли почтовых служб в сохранении мира. RL

НОВОСТИ ВКРАТЦЕ

В центре внимания – электронные услуги

Почтовые операторы всего мира будут уделять больше внимания в своих стратегиях электронным услугам, чтобы добиться роста объемов основной деятельности и развивать новые коммерческие возможности. В пятницу, 4 мая этого года, Совет почтовой эксплуатации (СПЭ) утвердил на пленарном заседании стратегию в области электронных услуг, разработанную Группой «Электронные продукты и услуги». Он также одобрил резолюцию, призывающую другие группы СПЭ учитывать в своей работе потенциальные возможности этих услуг. Роль электронных продуктов и услуг как фактора роста объемов, доходов и создания благоприятных возможностей для почтовых служб обсуждалась на собраниях многих рабочих групп и комиссий СПЭ. Был также утвержден отчет, в котором подчеркивается важнейшая роль почтовых служб в развитии электронной торговли. Нет сомнений в том, что в будущей Найробийской почтовой стратегии электронным продуктам и услугам будет отведено достойное место. RL

Снижение членских взносов

UPU*Clearing



Начиная с 2008 года для пользователей системы клиринговых расчетов UPU*Clearing годовой членский взнос будет снижен на 25%. Такое решение принято ввиду эффективного управления финансовой деятельностью в предыдущие годы. Размер оплаты участия в этой системе колеблется в зависимости от класса взноса стран на покрытие расходов

Союза. Присоединение к системе UPU*Clearing предоставляет почтовым операторам возможность передавать всевозможные счета в режиме онлайн через Интернет-портал, мгновенно пересылать сообщения с уведомлениями и замечаниями, а также акцептовать или давать отказ в совершении международных транзакций в евро или долларах. На сегодняшний день в системе, созданной в 2003 году, насчитывается 30 стран-членов. JD

Добровольный фонд для .post

На сессии Совета почтовой эксплуатации 2007 года одобрена резолюция о создании добровольного фонда для финансирования проекта .post. Группа «Электронные продукты и услуги» ВПС и Телематический кооператив уже обещали внести в него по 50 000 швейцарских франков. На первых порах ВПС требуется чуть более миллиона долларов США, чтобы продолжить переговоры с Корпо-

рацией Интернета присвоенных имен и номеров (ICANN) и объявить тендер на коммерциализацию имени домена .post. На последующем этапе ВПС использует средства из фонда для реализации проекта .post в ограниченном масштабе. Данный проект направлен на обеспечение присутствия и развитие почтового сектора в виртуальном мире (контактное лицо: paul.donohoe@upu.int). VL

Устойчивое развитие: перелом в почтовой культуре

Среди вопросов, обсуждавшихся на коллоквиуме по устойчивому развитию, организованном на сессии Совета почтовой эксплуатации 2007 года, можно, в частности, отметить распространение микрофинансирования через почтовые сети и последствия происходящих в природе процессов или глобальных эпидемий. Многие специалисты подчеркнули влияние почтового сектора на окружающую среду и важность того, чтобы руководители сектора проявляли ответственное отношение к экологическим и социальным вопросам. Только такая позиция может способствовать инновациям, сокращению затрат, восстановлению доходов

или предотвращению рисков «Этот коллоквиум, безусловно, является одним из способов переосмыслить методы работы почтовых служб», - заявил председатель проектной группы «Окружающая среда и устойчивое развитие» Патрик Видлоэшер. Новшеством в работе этой группы явилось составление оперативного руководства, освещающего такие вопросы, как политика почтовых служб в области защиты окружающей среды, транспорт и логистика, сокращение выхлопов углекислого газа, потребление энергии, утилизация отходов и экологические здания и сооружения. Руководство служит ориентиром

для работы 141 члена сети национальных корреспондентов по вопросам устойчивого развития, которая является основным средством для контактов между почтовыми службами в данной области. JD





Почтовая сеть

***Для доступных
международных денежных
переводов***



*Postal Technology Centre - Universal Postal Union
www.ptc.upu.int*





ОТПРАВЛЕНИЯ, КОТОРЫЕ НИКОГО НЕ ОСТАВЯТ РАВНОДУШНЫМ

.....
Открыв свои почтовые ящики, потребители могут сегодня обнаружить в них автомобиль, бутылку содовой или же теннисный мячик.



Cut-through results

With Impact Mail you can customise your communication by creating virtually any shape direct mail piece you can think of, out of almost any material you'd like – plastic, rubber or even wool. For more information contact your Australia Post Account Manager or visit www.auspost.com.au/impactmail

Impact Mail

.....
Автор:
Эммануэль
Деонна

Эксцентричные формы, яркие краски, необычные материалы и даже приятные запахи: ничто из того, что характеризует корреспонденцию, предназначенную для потребителей, не оставит их равнодушными. Благодаря прогрессу в сфере компьютерных технологий и методам цифрового печатания потребители получают все более и более привлекательные рекламные отправления. Впрочем, пробные образцы продовольственных продуктов или косметики, рекламные аудио- или видеокассеты уже вошли в их повседневную жизнь. Рекламная почта, предлагающая многочисленные индивидуальные возможности, представляет собой средство директ-маркетинга, обладающее высокой коммерческой эффективностью. Повышение расходов и рост объемов в секторе директ-мейл свидетельствует о его огромном потенциале, в частности, в развивающихся странах.

В среднем рекламная почта в мире составляет не менее 38% от общего объема отправлений письменной корреспонденции внутреннего режима и 12% международного. По оценкам статистической службы ВПС, в 2005 году в 60% стран-членов Союза было доставлено 163 миллиарда отправлений. Таким

образом, рассылка рекламной почты является одной из немногочисленных традиционных услуг, на которую могут опираться почтовые службы всего мира, чтобы противостоять воздействию альтернативных средств электронной связи.

Кроме того, во всех странах, включая те, где рекламная почта четко не прописана в определении универсальной услуги, она может помочь почтовым службам выполнять взятые на себя в этом отношении обязательства, гарантируя более высокие объемы отправлений и сокращая затраты на универсальную услугу. Рост рекламной почты охватывает сегодня все континенты и наблюдается, в частности, в таких странах, как Китай, Хорватия, Египет, Иран, Намибия, Мексика, Россия и Вьетнам. В некоторых развивающихся странах адресная рекламная почта является относительно новым, но весьма перспективным видом почтовой деятельности.

Прибыль на инвестированный капитал

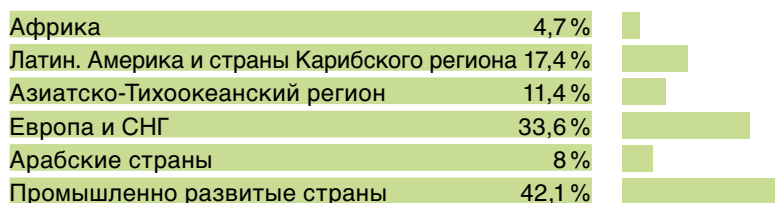
Быстрое развитие Интернета и электронных средств массовой информации не привело к спаду в рекламной почте, как это предрекали некоторые. Совсем наоборот. Торговым агентам, работающим в Интер-

.....
**Процент стран, предлагающих услуги директ-мейл
 (внутренняя служба)**



* Данные за 2005 г.

.....
**Минимальный процент письменной корреспонденции
 (внутренняя служба), приходящийся на рекламную
 почту**



* Данные за 2005 г.

нете, подобно компании-гиганту eBay, известно, что каталоги представляют собой отличное средство для того, чтобы направлять потребителей на их веб-сайты с целью увеличения продаж в режиме онлайн. По данным компании «Pitney Bowes», являющейся поставщиком оборудования для обработки отправок, 55% потребителей в США совершают покупки в Интернете после того, как посмотрели каталоги. По признанию руководителя подразделения директ-мейл австралийской почты Марка Робертса, сейчас много говорят и пишут о таких новых способах директ-маркетинга, как электронная почта и реклама с помощью поисковых систем или по мобильному телефону. Однако в отличие от рекламной почты они не доказали свою эффективность в долгосрочной перспективе. Результаты исследования, проведенного крупной американской консалтинговой фирмой в области директ-маркетинга «Winterberry Group», свидетельствуют о том, что в период с 1999 по 2006 год компании по почтовой рассылке рекламных изданий принесли прибыль, в 13-16 раз превышающую сумму первоначальных инвестиций. По мнению специалистов, сейчас пришло время «комплексной коммуникации», то есть комбинированного использования различных средств массовой информации с учетом их преимуществ и недостатков (при этом по каждому из используемых средств производимые затраты и ожидаемый процент ответов различны).

Все игроки на рынке товаров и услуг подвергаются все более и более сильному давлению. Потребители сталкиваются с быстрым ростом числа коммуникативных каналов и многообразным выбором. Они

принимают такие решения, которые становятся все сложнее и сложнее истолковать. Что касается коммерческих компаний, то они должны непрерывно демонстрировать, что их маркетинговая деятельность приносит наилучшую прибыль на инвестированный капитал. «Управление отношениями с клиентурой, уже так модное в наши дни, в ближайшие годы приобретет первостепенное значение», - добавил Марк Робертс. В этом контексте в области директ-маркетинга возникает насущная потребность – доставлять необходимую и подробную информацию целевым адресатам, устанавливать с ними диалог и быть способным с большой точностью оценивать его результаты. Итак, учитывая все эти требования, рассылка рекламных изданий по почте зачастую представляет собой самый эффективный способ. Это прекрасно поняли рекламные агентства, создающие или включающие в свои структуры подразделения, занимающиеся директ-мейл. Почтовые операторы способствуют этому процессу развития, поощряя соревнование в области директ-маркетинга и предлагая постоянно расширяющийся спектр услуг все более и более высокого качества.

Потенциал роста в развивающихся странах

Обмен информацией о передовом опыте, укрепление партнерства между почтовыми операторами и ассоциациями директ-маркетинга, создание необходимой инфраструктуры для развития сектора – именно эти вопросы занимали центральное место в повестке дня собрания Консультативного совета ВПС по развитию директ-мейл, в который входят 36 операторов, а также 13 ассоциаций и частных компаний. Проводимые им семинары по развитию рынков директ-мейл часто производят эффект катализатора в масштабах отдельной страны или региона. Например, положительное воздействие семинара-практикума, состоявшегося в Нью-Дели в феврале 2006 года, продолжает ощущаться даже через год после его проведения. М.С.Бали, бывший руководитель подразделения директ-мейл в индийской почте, а ныне главный почтмейстер провинции Ассам, с удовлетворением отмечает рост использования Direct Post – продукта безадресной рекламной почты, выпущенного на рынок в июне 2005 года. В апреле 2006 года был также успешно внедрен в эксплуатацию по рекомендациям, высказанным на семинаре, еще один продукт Direct Post Advertisement – реклама, вкладываемая в корреспонденцию, относящуюся к электронным транзакциям.



.....
Согласно осуществленному в США исследованию, кампании по рассылке рекламной почты, проведенные с 1999 по 2006 год, принесли доход, в 13-16 раз превышающий сумму первоначальных инвестиций.

«В общем, за первые десять месяцев эксплуатации эти продукты принесли доход свыше 342 000 евро. Ожидается, что общий доход за год составит 514 000 евро. Для индийской почты этот источник доходов является совершенно новым, поскольку раньше подобных продуктов она не производила ни для безадресных рекламных отправок, ни для рекламы, сопровождающей коммерческую корреспонденцию», - уточнил М.С.Бали.

Как и для многих других операторов развивающихся стран, очередная задача индийской почты состоит в разработке адресного продукта рекламной почты. Эти усилия осуществляются наряду с развитием системы баз данных для сектора директ-мейл. Вскоре индийская почта должна приступить к созданию и обновлению базы данных о почтовых адресах с информацией демографического характера. «Всемирный банк мог бы оказать поддержку этому проекту», - добавил г-н Бали. Что касается более конкретных адресных списков, то они будут составлены на основе потребительских предпочтений, выявленных на рынке. Почтовая служба Индии будет прилагать усилия, чтобы стать более известной среди малого и среднего бизнеса. В обоснованности всех этих проектов не может быть ни малейших сомнений. Ожидается, что коэффициент роста внутреннего валового продукта составит в ближайшие годы 9%, а сектора услуг – 13%. Как считает г-н Бали, если прогноз быстрого роста подтвердится, то деловые круги будут нуждаться в эффективных средствах директ-маркетинга, как никогда ранее. «В масштабах всей планеты аутсорсинг информационных функций, возможно, затронет и сектор директ-маркетинга. Многие специалисты по рекламной почте захотят сэкономить средства, переведя часть своей продукции в Индию. С другой стороны, повысятся прямые зарубежные инвестиции в Индию. Успешно опробовав методы директ-мейл в промышленно развитых странах, многие многонациональные компании захотят повторить этот опыт в Индии», - сказал в заключение М.С.Бали.

Сотрудничество с ассоциациями директ-маркетинга

Для обеспечения роста этого сектора почтовые операторы развивают и распространяют передовой опыт. Они добиваются этой цели совместно с ассоциациями директ-маркетинга, в которых они во многих случаях представлены. Об этом красноречиво

ЧТОБЫ ЛУЧШЕ РАЗБИРАТЬСЯ В РЫНКАХ

свидетельствует пример Австралии. Почта, представитель которой введен в состав руководящего совета Ассоциации директ-маркетинга Австралии, принимает также активное участие в ее рабочих группах (программы подготовки кадров, присуждение премий за инновации в области директ-маркетинга и т. д.). Такое сотрудничество приносит свои плоды: затраты на рекламную почту составляют 13% от 581 миллиона австралийских долларов, ежегодно инвестируемых в директ-маркетинг. «За последние десять лет годовые расходы на рекламную почту на австралийском рынке почти удвоились. Вполне вероятно, что такой результат не был бы достигнут без сотрудничества между двумя организациями», - подчеркнул Марк Робертс.

Единственным камнем преткновения могут стать почтовые тарифы, порой осложняющие отношения с ассоциациями и операторами, в частности в развивающихся странах. «Но даже в этих условиях отмечается прогресс, поскольку по всем другим вопросам интересы сторон совпадают», - подчеркнула руководитель программы «Рекламная почта и издатель» ВПС Ракель Феррари.

Наблюдается тенденция, в соответствии с которой ассоциации директ-маркетинга создаются тогда, когда рынки достигают достаточного уровня развития. Они осознают свою заинтересованность в приобщении почтовых операторов к использованию открывающихся перед ассоциациями благоприятных возможностей для получения прибыли. Первой ассоциацией директ-маркетинга, обосновавшейся на рынках стран, входивших в состав бывшей Югославии, стала Ассоциация директ-маркетинга Словении, активно работающая с момента ее создания четыре года тому назад.

«Уже два года, как мы ведем переговоры о создании ассоциации директ-маркетинга в Сербии и Хорватии. В Словении мы являемся основным партнером компаний, желающих проникнуть на весь этот рынок. Словенская почта входит в состав нашей ассоциации и выступает в качестве спонсора конференций и мероприятий, которые мы организуем. Благодаря высокому качеству ее услуг, она пользуется доброй репутацией среди клиентов. Мы считаем, что директ-маркетинг должен соответствовать новейшим разработкам в области почты», - подчеркнул генеральный секретарь Ассоциации директ-маркетинга Словении Бостьян Жимчек.

Собрание Консультативного совета по директ-мейл, состоявшееся на недавней сессии Совета почтовой эксплуатации, привлекло внимание многочисленных участников. По всей видимости, рекламная почта ценится почтовыми операторами на вес золота.



Чтобы позволить своим клиентам завоевывать новые рынки, операторы расчехляют свои орудия. Знание нравов и обычаев различных стран является неоспоримым преимуществом. Будучи убежденной в этом, почта Швейцарии предлагает с октября 2006 года справочник под названием «Европейский паспорт директ-маркетинга», предназначенный для привлечения внимания ее клиентов к специфическим особенностям отдельных стран и регионов, способным повлиять на операции по директ-маркетингу, осуществляемые их клиентами. Справочник посвящен семи странам. В нем приводится информация о поиске адресов, защите данных и типовых условиях дистанционной торговли. В справочнике также описываются образцы верстки рекламных изданий и даются многочисленные рекомендации по созданию эффективной рекламной почты. Подобные шаги предпринимает и германская почта, опубликовавшая четвертый год подряд руководство «Direct Marketing Monitor International». Тенденции в области потребления, процент потребителей, реагирующих на рекламные издания, общие сведения о контингентах потребителей, проявляющих особую симпатию к посылочной торговле и т.д. Словом, в руководстве содержится масса ценной информации для тех, кто желает выйти на торговые рынки Европы, Америки, Азии и Австралии или упрочить на них свои позиции.

Пользуясь выгодным географическим положением Австрии, почта этой страны фокусирует свое внимание на Восточной Европе. Ее справочник под названием «Eastern Europe in Focus», первое издание которого появилось в прошлом году, получил весьма благоприятные отклики. В опубликованном весной этого года втором издании подробно рассказывается о 13 странах. В различных главах справочника освещаются такие вопросы, как национальная экономика и особенности национального менталитета и приводятся точные сведения по фундаментальным аспектам, которые необходимо учитывать при исследовании новых коммерческих рынков, в том числе, покупательная способность, уже имеющиеся предложения услуг в области директ-маркетинга, почтовая инфраструктура и нормативно-правовая база, регулирующая рекламную отрасль. Показатели роста в Центральной и Восточной Европе свидетельствуют о наличии исключительного потенциала. «Средний годовой коэффициент роста в этих странах составляет 3-7%. Он намного превышает средний европейский уровень (1,6% в Австрии и 1,1% в Германии). Как подчеркивают авторы этой публикации, качество почтовых услуг, великое множество пунктов продаж, огромный спрос на потребительские товары и правовая база – вот те факторы, которые будут способствовать развитию посылочной торговли в этом регионе. ED

ВАЖНОСТЬ ВЫБОРА ЦЕЛЕВОЙ КЛИЕНТУРЫ

Маркетинговая компания подразделяется на различные этапы в зависимости от интересов и потребностей производителей рекламных отправок. Сегодня почтовые операторы предлагают различные решения на всем протяжении стоимостной цепочки их клиентов, начиная с разработки и составления сообщения и кончая определением целевых групп потребителей, включая этапы производства и доставки почты, обработки ответов и заказов или контроля за отношениями с потребителями. Стратегическое позиционирование почтовых операторов находит свое отражение в том прогрессе, который достигнут в области использования и управления адресными списками. Во многих случаях операторы способны постоянно обновлять их базы данных, так как они предоставляют деловым кругам и частным лицам возможность сообщать им информацию о переезде по новому адресу, а также обеспечивают прием возвращаемых отправок. Как подчеркивает Джефф Коллинз, управляющий директор компании «Wundermann» в Бангкоке, являющейся одним из лидеров в международном директ-маркетинге, необходимо постоянно ужесточать правила, защищающие частную жизнь. Поэтому почтовые операторы заинтересованы в разработке адресных списков с указанием тех лиц, которые согласились получать рекламную почту. Им известно, что при переезде с одного места жительства на другое частные лица принимают важные экономические решения (смена банка, новые страховочные полисы, приобретение автомобиля или мебели и т.д.). Как и другие почтовые службы, новозеландская почта предлагает коммерческим компаниям обширную базу данных о лицах, недавно сменивших место жительства. «В этом списке фигурируют только те, кто дал на это свое согласие. Сегодня в Новой Зеландии этот список продается лучше всего. Кроме того, данная система представляет собой весьма эффективное решение для сокращения затрат на управление почтой, не поддающейся доставке», - подчеркнул Джефф Коллинз.

Для повышения показателя ответной реакции на безадресные отправления почтовые операторы предоставляют во многих случаях демографические данные, позволяющие определить целевые группы потребителей, имеющие схожие характеристики в какой-либо заданной географической области. Для более точного определения адресных отправок некоторые операторы предлагают своим клиентам списки, составленные на основе ответов на вопросники, разосланные частным лицам и коммерческим компаниям. Опросные листы «Australian LifeStyle Survey», «Select Post» и «Stichting Selective Post» позволяют почтовым службам Австралии, Бельгии и Голландии предлагать своим клиентам фамилии и адреса частных лиц или коммер-

ческих предприятий, имеющих общие интересы и характеристики и ведущих одинаковый образ жизни или занимающихся одним и тем же видом бизнеса. «Stichting Selective Post» является наиболее давним исследованием образа жизни населения в Нидерландах. С тех пор, как это исследование было впервые осуществлено в 1986 году, в нем приняли участие в общей сложности два миллиона семей», - отметил Лоренс Рустер, заведующий маркетингом в фирме «Cendris» - одном из подразделений TNT Post. «Высокий процент ответивших на вопросник «Select Post» свидетельствует о высоком доверии, которое оказывают нашей почте пользователи. Кроме того, более точное определение целевых групп потребителей придает компаниям большую коммерческую привлекательность», - объяснил в свою очередь официальный представитель бельгийской почты Эммануэль Фулон. Операторы работают в условиях, когда рынок адресных списков развивается быстрыми темпами. Их позиционирование вписывается в рамки более широкой стратегии, заключающейся в предоставлении клиентам подробной информации по всем аспектам, которые могут способствовать развитию их деятельности в области директ-маркетинга, в том числе за границей.

ЕД

» Адресные списки являются также важнейшим средством для проведения компаний в области международного ДМ. См. статью на Интернет-странице «Почтового союза».

» www.upu.int/union_postale/en/index.shtml

ПРЯМОЙ ДОСТУП: УГРОЗА ИЛИ БЛАГОПРИЯТНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ?

.....

Должна ли почтовая администрация предоставлять другим администрациям доступ к ее почтовому рынку на условиях и по тарифам, действующим в отношении ее национальных клиентов?

.....

Автор:
Эммануэль
Деонна

.....

Иллюстрация:
Рей Хегельбах

Как осуществлять подобную практику? Каковы ее преимущества и недостатки для национальных операторов? Получить ответы на эти вопросы – такова одна из задач дискуссии по вопросу реформы системы окончательных расходов.

В настоящее время предоставление прямого доступа является обязательным для промышленно развитых стран, участвующих в так называемой конечной системе, и факультативным для развивающихся стран, входящих в переходную систему окончательных расходов.

В соответствии с Регламентом письменной корреспонденции развивающимся странам разрешается предоставлять прямой доступ ограниченному числу



стран на двухлетний период для оценки результатов исследования в этой области. Однако операторы все еще существенным образом разнятся по уровню их компетенции в данном вопросе и степени заинтересованности в этой практике. Для одних она является благоприятной возможностью, а для других – угрозой. Единого мнения по вопросу прямого доступа не существует.

«Помимо Конвенции ВПС, гарантировать прямой доступ подавляющее большинство операторов в Европе обязывают европейская почтовая директива, национальные законодательства и в меньшей степени нормы Всемирной торговой организации. Уже многие годы такая практика является для них средством защиты рыночных долей и источником

доходов в условиях усиления конкуренции на почтовом рынке, особенно со стороны частных операторов. Этот метод предлагается в дополнение к существующим механизмам окончательных расходов», - объяснил Йорн Аллардт, вице-президент почты Финляндии, отвечающий за эксплуатацию международной службы. В рамках прямого доступа под контролем назначенного почтового оператора страны подачи отправления готовятся таким образом, чтобы соответствовать требованиям, предъявляемым к продуктам почтовой администрации страны назначения. Как объяснил руководитель проекта «Прямой доступ», сотрудник Дирекции по экономическим и нормативно-правовым вопросам Международного бюро Альтамир Линарес, эти спецификации могут касаться размеров отправления, типа и



места расположения знака оплаты, веса, обратного адреса в стране назначения, требований к сортировке и адресным стандартам. Поэтому в конечном счете клиенты получают почту, имеющую внешний вид внутреннего отправления. «Тариф, предлагаемый почтовому оператору страны назначения, полностью соответствует тарифу, предлагаемому национальным клиентам. Он включает в себя скидки для почты в большом количестве, скидки за механизированную обработку и другие поощрительные льготы», - добавил Альтамир Линарес. По этим причинам прямой доступ представляет собой особенно привлекательное решение для отправки крупных объемов почты, в частности, рекламной почты. Еще одно преимущество этого метода: расчеты между операторами осуществляются быстрее, чем в рамках системы окончательных расходов.

Аргументы в пользу развития прямого доступа были приведены рабочей группой «Прямой доступ», работающей в составе проектной группы «Модели окончательных расходов». Эта рабочая группа, в которую входят, за редким исключением, только промышленно развитые страны, занимается пропагандой прямого доступа, в частности, среди региональных союзов, при этом особое внимание уделяется странам переходной системы. По словам Сильвии Бадулеску, отвечающей за международный обмен в румынской почте, и Дебби Спринг, руководителя подразделения австралийской почты, группа «Прямой доступ», сопредседателями которой они являются, столкнулась с нехваткой информации по данному вопросу. «На подготовленный Международным бюро вопросник было получено очень много ответов. Однако результаты опроса показали, что в вопросе прямого доступа еще царит определенная путаница, которой и можно объяснить оговорки, высказанные некоторыми операторами», - отметили они.

Признание этих факторов способствовало не только повышению осведомленности о средствах, позволяющих облегчить операции по прямому доступу, но и их оптимальному использованию. В 2003 году Международное бюро создало базу данных о прямом доступе с информацией, предоставленной

назначенными почтовыми операторами об управлении исполнением заказов крупных клиентов, продуктах, тарифах и эксплуатационных и финансовых требованиях стран-членов ВПС. Эта база данных предлагает также связи с Интернет-сайтами операторов, разрешающими прямой доступ. Составление эксплуатационного пособия и разработка модели двустороннего соглашения для использования операторами, стандартизация методов учета затрат являются составными частями усилий, предпринимаемых рабочей группой «Прямой доступ» для пополнения базы данных. Разработан также расчетный механизм, позволяющий сравнивать финансовые последствия операций по прямому доступу с вознаграждениями, получаемыми по системе окончательных расходов. Создание такого механизма поможет преодолеть нерешительность, которую проявляют некоторые операторы переходной системы.

Развивающиеся страны проявляют осторожность

В развивающихся странах прямой доступ зачастую воспринимается как угроза по той причине, что его предоставление несовместимо с получением платежей в рамках системы окончательных расходов. «Не следует забывать о том, что эти выплаты составляют значительную часть дохода от нашей эксплуатации», - подчеркнул ответственный за стратегическое планирование Panaфриканского почтового союза Поль Номба Уэдраого. «Учитывая, что расходы операторов в развивающихся странах зачастую превышают те тарифы, которые они способны взимать, предоставление прямого доступа операторам конечной системы было бы равнозначно, в худшем случае, субсидированию их коммерческих операций», - признал экономист Дирекции по экономическим и нормативно-правовым вопросам Международного бюро и автор исследований в области развития почты в Африке Хосе Ансон. Поль Номба Уэдраого считает, что «хотя действующая система окончательных расходов несовершенна, ее заслуга, тем не менее, в том, что она обеспечивает определенное равновесие между почтовыми службами». Принятая на Бухарестском конгрессе стратегия была нацелена на то, чтобы основывать систему окончательных расходов на

ДВЕ СИСТЕМЫ – ЦЕЛЬ ОДНА

В настоящее время система окончательных расходов состоит из двух подсистем: так называемой конечной системы и переходной системы. Конечная система предназначена для промышленно развитых и других стран, желающих в ней участвовать. Переходная система применяется в отношениях с развивающимися странами, которые пока не готовы присоединиться к конечной системе. Органы ВПС продолжают работу по окончательным расходам, чтобы добиться до 2014 года конечной цели – создать единую систему оплаты, учитывающую специфику каждой страны и основанную на затратах.

Для получения более подробной информации о прямом доступе обращайтесь на:
www.upu.int/direct_access/en/index.shtml

Исследования по вопросу доступа на почтовые рынки:
www.upu.int/news_centre/2005/en/paper_2005-10-29_access_to_postal_markets_en.pdf

Адрес для контактов:
direct.access@upu.int

затратах с учетом конкретных условий, в которых работают операторы. Согласившись с этим принципом, развивающиеся страны заявили о своем праве воспользоваться помощью ВПС при создании соответствующих механизмов учета затрат. Совершенствование анализа структуры затрат рассматривается ими сегодня в качестве приоритетной задачи. Когда структура затрат и тарифная политика операторов поддаются сравнению, развитие прямого доступа на взаимной основе является разумным выбором. Напротив, предоставление прямого доступа в обязательном порядке всем странам-членам ВПС должно рассматриваться лишь гипотетически и в весьма отдаленной перспективе. «В любом случае подобный сценарий может быть реально осуществлен только тогда, когда участвующие в переходной системе страны извлекут необходимые уроки из результатов применения метода прямого доступа в отношениях между ними», - сказал в заключение г-н Уэдраого.

«Члены Почтового союза Америк, Испании и Португалии (ПСАИП) пока не располагают достаточными данными об опыте операторов конечной системы в вопросе прямого доступа», - с сожалением отметила генеральный секретарь этой организации Серрана Бассини Каско. Она подчеркнула суть проблемы и вкратце рассказала об озабоченности операторов, которых она представляет: они хотят иметь возможность принимать решения с полным знанием дела. По ее мнению, этот аспект вопроса тем более важен, поскольку прямой доступ представляет собой решение, интересоваться которым у некоторых операторов имеются все основания. В частности, это касается операторов, владеющих незначительной долей внутреннего почтового рынка, но обладающих высокой квалификацией в области эксплуатации. По мнению г-жи Бассини, работающие на конкурентном рынке операторы

отдают себе отчет в преимуществах прямого доступа: когда тарифные ставки, по которым производятся выплаты в системе окончательных расходов, слишком высоки, а объем доставляемой почты в развивающихся странах значителен, частные коммерческие операторы на международном почтовом рынке принимают отправления и включают их напрямую в поток внутренней почты страны назначения по более низким тарифам через местных агентов, производящих платежи в местной валюте. Точно так же действуют и назначенные операторы, ведя конкурентную борьбу с этими частными операторами. В тех случаях, когда предпринимаются попытки обойти систему окончательных расходов, для защиты своих доходов целесообразнее отдать предпочтение «организованному» каналу прямого доступа. «При «организованном» прямом доступе оплата назначенного оператора страны назначения осуществляется в твердой валюте. Этот аспект не следует упускать из виду, так как валюты развивающихся стран нестабильны и имеют тенденцию к обесцениванию», - подчеркнул Йорн Аллардт.

Необходимо продолжение диалога

Разумеется, опыт назначенных операторов в области прямого доступа заслуживает более широкого распространения. Независимо от того, сходятся ли или расходятся мнения операторов о прямом доступе, они должны быть заслушаны. В ближайшие месяцы диалог будет продолжен в ходе региональных круглых столов, посвященных рассмотрению будущей системы окончательных расходов. «Как и по многим другим аспектам реформы, в области прямого доступа должны быть разработаны решения для достижения конкретной цели – обеспечить такой рост объема почтового обмена в мировом масштабе, который бы в большей степени соответствовал росту международной торговли», - сказал в заключение Хосе Ансон.

ОДНА ГОЛОВА ХОРОШО, А ДВЕ ЛУЧШЕ

Еще никогда формирование всемирной почтовой стратегии не являлось плодом усилий столь многочисленных участников почтового сектора.

Автор:
Реал Леблан

Началась разработка будущей «дорожной карты» Всемирного почтового союза на 4-летний период. Она будет утверждена странами-членами на Найробийском конгрессе 2008 года. Поскольку окончательная редакция Найробийской почтовой стратегии должна быть представлена на совместной сессии Совета почтовой эксплуатации (СПЭ) и Административного совета (АС) в феврале следующего года, подготовка этого документа напоминает грандиозную стройку. На состоявшейся в апреле сессии Совета почтовой эксплуатации руководимая Бельгией подгруппа «Найробийская почтовая стратегия», работающая в составе Группы стратегического планирования, представила набросок этого документа, который был составлен на основе отчета о сценариях будущего развития почты, представленного в прошлом году Соединенными Штатами, итогов Стратегической конференции ВПС в Дубае в ноябре 2006

года, результатов проведенных Международным бюро изучений и вкладов операторов, министерств, регуляторов и других участников почтовой индустрии, независимо от того, являются ли они членами Консультативного комитета или нет.

В отличие от Бухарестской всемирной почтовой стратегии в данном документе определяются четыре, а не пять целей. Формулирование этих целей основывается на важнейших вопросах, которые волнуют современный почтовый мир и от решения которых будет зависеть в конечном счете обеспечение взаимодействия и развития физической, финансовой и электронной составляющих мировой почтовой сети, а также всех ее аспектов (универсальная услуга, качество, безопасность и т.д.).

С целью пересмотра, изменения и доработки будущей стратегии Международное бюро организует в июне-декабре 2007 года семь региональных «круглых столов», в ходе которых будет подведен итог реализации Бухарестской стратегии и изложены позиции регионов в отношении будущей стратегии. Проведение «круглых столов» позволит убедиться в том, что в этой стратегии учтены региональные подходы к развитию почтового сектора и гарантировано участие регионов в ее реализации. Эти собрания будут проходить на ежегодных сессиях различных региональных союзов, в том числе Регионального сотрудничества в области почты и электросвязи, Ассоциации европейских государственных почтовых операторов, Почтового союза Америк, Испании и Португалии, Панафриканского почтового союза, Карибского почтового союза, Постоянной арабской почтовой комиссии и Почтового союза стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Кроме того, Китай предложил принять у себя заключительное собрание, как это было в 2004 году перед Бухарестским конгрессом. Эта встреча позволит всем заинтересованным сторонам придать окончательную форму Найробийской почтовой стратегии.

График проведения «круглых столов» в 2007 году

Санкт-Петербург	21 июня
Найроби (Кения)	18 и 19 июля
Монтевидео (Уругвай)	3 сентября
Вена (Австрия)	11 сентября
Форт-де-Франс (Мартиника)	сентябрь
Эр-Рияд (Саудовская Аравия)	13 ноября
Нью-Дели (Индия)	30 ноября
Гуанчжоу (Китай)	4 и 5 декабря

Некоторые даты подлежат уточнению.

«ВСЕМИРНАЯ»: ДА ИЛИ НЕТ?

Чтобы избежать путаницы с аббревиатурами Пекинской (1999-2004 г.) и Бухарестской (2005-2008 г.) почтовых стратегий (в некоторых языках обе стратегии имеют одинаковое сокращенное обозначение), ВПС добавил к названию принятой в Бухаресте стратегии слово «всемирная». Что касается Найробийской почтовой стратегии, то это прилагательное было опущено, так как акроним SPN нельзя перепутать с предыдущими стратегиями и к тому же по своему составу ВПС является всемирной организацией. Тем не менее не все страны-члены безоговорочно согласны с таким решением. На апрельском собрании Группы стратегического планирования некоторые выступили за сохранение определения «всемирная». По их мнению, это прилагательное усиливает идею о том, что эта стратегия применяется в глобальном масштабе. Итак, будут ли украшать название будущей стратегии девять дополнительных букв? Окончательный ответ на этот вопрос, возможно, будет дан на сессии Административного совета в феврале 2008 года.

ПОЧТОВЫЙ ЯЩИК

“ БЛАГОДАРНОСТЬ ЗА ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ”

Пишите нам!

Ждем ваших писем в редакцию. Направляйте нам сообщения по обычной или электронной почте (rheal.leblanc@upu.int), указывая свои фамилии, номера телефона и адреса обычной и электронной почты. При необходимости редакция адаптирует выбранные тексты для публикации.

Недавно греческая почта приступила к использованию версии 4.24 компьютерной программы International Postal System (IPS). Хотя в общем программа работает нормально, возникли некоторые эксплуатационные неполадки, которые потребовалось немедленно устранить. Бригада скорой технической помощи IPS незамедлительно отреагировала на нашу просьбу и оказала профессиональную помощь в решении наших про-

блем, за что мы ей весьма признательны. Мы хотим особо отметить г-на Сильвиу Лита, который неоднократно проявлял высокий профессионализм. Во всех случаях оказанные Центром почтовых технологий вспомогательные услуги отличались отличным качеством.

Ксенофон Шатзитанассис
Директор по эксплуатации международной почты
Почтовая служба Греции

“ БРАВО, «ПОЧТОВЫЙ СОЮЗ»! ”

Только что закончила чтение последнего номера «Почтового союза» и не могу не сказать вам, как мне понравился его новый формат. Благодарю вас за его содержание, новый внешний вид и новую рубрику, рассказывающую о том, что происходит в различных почтовых службах. Надеюсь, что многие читатели заинтересуются деятельностью других почтовых администраций и вопросами, которые их волнуют.

Флори Макклунг
Специалист по международным почтовым вопросам
Почтовая служба США

Поздравляю вас с совершенно новым журналом «Почтовый союз». Как вы писали в первом номере, почтовая среда во многом изменилась, и поэтому операторам и ВПС необходимо адаптироваться к новой обстановке, чтобы лучше удовлетворять потребности клиентов. С этой точки зрения преобразование журнала как нельзя кстати. Думаю, что мы сможем поделиться на страницах «Почтового союза» многими новостями и что вместе мы способны удовлетворить глобальные клиентские запросы.

Казунори Учида
Бюро по международным вопросам
Почта Японии

Поздравляем с новым «Почтовым союзом»! Компоновка статей стала более привлекательной, и тексты легко читаются.

Стур Валландер
Вице-президент по международным отношениям
Posten AB (Стокгольм)



АРХИТЕКТОР ЦИФРОВЫХ МОСТОВ

.....

Как считает д-р Хамадун Туре, несмотря на вынужденное разделение секторов почты и электросвязи в 80-е годы прошлого века, они не обречены на окончательный разрыв.

Новый генеральный секретарь Международного союза электросвязи (МСЭ), вступивший на этот пост 1 января 2007 года, убежден, что оба сектора могут гармонично сосуществовать и совместно решать такие важные социально-экономические задачи, как сокращение цифрового разрыва между странами и борьба с киберпреступностью. Мы провели беседу с этим малийцем, возглавляющим старейшую из международных организаций, чьи помыслы устремлены в будущее.

Какие задачи вам предстоит решать в первую очередь, находясь на этом посту?

Д-р Хамадун Туре: Миссия МСЭ во многом схожа с миссией ВПС; она направлена на достижение главной цели – предоставлять всем жителям планеты возможность пользоваться инфокоммуникационными технологиями. Поэтому моя наипервейшая задача – сократить цифровой разрыв. Сейчас эта миссия связана с выполнением решений, принятых в ходе двух раундов Всемирного саммита по информационному обществу (ВСИО), состоявшихся в 2003 и 2005 годах. Среди направлений деятельности, определенных на ВСИО, два относятся к нашему Союзу – инфраструктура и безопасность в виртуальном пространстве. Эти два вопроса, а также обеспечение связи в чрезвычайных ситуациях являются для меня важнейшими. Произошедшие в последние годы стихийные бедствия показали, что нам требуется

создать глобальный альянс, чтобы справляться с чрезвычайными ситуациями и восстанавливать инфраструктуру и службы.

Что касается кибербезопасности, то следует отметить, что никто не может чувствовать себя полностью защищенным, пока существуют уязвимые места, которыми могут воспользоваться киберпреступники. Мы все больше и больше зависим от коммуникационных сетей, которые стали главной опорой наших экономик и обществ. Идет ли речь о компьютерных сетях между школами и больницами или об административных услугах, все чаще и чаще предоставляемых в режиме онлайн, потребность в защите данных и людей приобретает совершенно новое значение. Киберпреступность не знает границ, и в этом взаимосвязанном мире для преступников не представляет никакого труда перевести свои операции в те места, где они могут действовать с полной безнаказанностью. Масштаб

.....
Автор:
Реал Леблан

.....
Фотоснимки:
Ману Фридерик

«В ОТДАЛЕННЫХ РАЙОНАХ ПОЧТА МОЖЕТ СОЗДАВАТЬ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПУНКТЫ СВОБОДНОГО ДОСТУПА К СИСТЕМАМ СВЯЗИ»

этой проблемы и необходимость найти ее долгосрочное решение требуют поистине глобальных совместных действий. Поэтому борьба против киберпреступности является еще одним важным пунктом в моей программе.

Поскольку ВПС и МСЭ являются родственными организациями, какой вид партнерства вы хотите установить между ними?

МСЭ и ВПС действительно являются двумя старейшими международными организациями. В 80-е годы прошлого века происходившие в мире перемены привели к разделению их деятельности, однако на самом деле потребность в совместной работе была всегда, а сейчас, в эпоху информационного общества, когда каждое почтовое отделение является потенциальным центром телекоммуникаций, сотрудничество между ними приобретает еще более важное значение. В отличие от всех других служб, почтовые отделения образуют единую сеть, связывающую сотни тысяч селений и сообществ людей по всему миру, и являются пунктами

доступа к универсальной услуге. Наши две организации уже совместно работали над рядом крупных проектов, в ходе которых мы смогли испытать наш потенциал сотрудничества, и теперь мы можем воспользоваться накопившимся положительным опытом для реализации пилот-проектов в более крупном масштабе. Вместе с другими странами мы успешно осуществили ряд проектов, из которых наиболее заметным является проект в Бутане, а также проекты в Афганистане, Непале и в Африке. Индия, например, участвовала в проектах в Бутане и Непале. Мы возлагаем большие надежды на такое сотрудничество и решили усилить его.

Учитывая совместную деятельность МСЭ и ВПС, правильно ли было отделять электросвязь от почты?

Такие решения были продиктованы обстоятельствами. В то время были проведены финансовые анализы, чтобы определить, как сделать телекоммуникационный сектор рентабельным, прежде чем открыть его для конкуренции.

Была поставлена под вопрос доходность почтового сектора, однако я думаю, что новые технологии придали дополнительный козырь почтовым службам. По моему мнению, в условиях того времени, по-видимому, было не совсем желательно, чтобы оператор, занимающий господствующее положение на рынке, мог использовать это положение в других секторах, где у него необязательно была такая же доминирующая позиция. Очевидно, с тех пор произошли определенные изменения как в технологической сфере, так и в нормативно-правовой.

Сегодня мы должны работать вместе, так как у нас общая цель – обеспечение повсеместного доступа к услугам посредством сотрудничества между всеми заинтересованными сторонами. Как вам известно, мы организовали Всемирный саммит по информационному обществу, потому что мы (МСЭ) одни столкнулись с проблемой цифрового разрыва между странами, который непрерывно увеличивался. Долгое время МСЭ был единственной организа-



цией, работавшей над его устранением. Поэтому нам пришлось обратиться ко всем заинтересованным сторонам, чтобы каждая из них внесла свою лепту в решение данного вопроса. Ни одна структура или организация не может в одиночку сократить этот цифровой разрыв. Для этого должны быть предприняты совместные усилия.

ВПС придает большое значение той роли, которую он играет в информационном обществе; эта организация весьма активно работала на саммите. Каким образом почтовый сектор может конкретно способствовать сокращению цифрового разрыва?

Он может это делать благодаря своему глобальному присутствию и тем средствам, которые он способен предоставить в распоряжение населения. Почтовый сектор может использовать новые технологии, чтобы повысить значимость ВПС. В частности, я имею в виду почтово-финансовые услуги в режиме онлайн и электронную почту. Располагая разветвленной сетью, насчитывающей 660 000

отделений по всему миру, многие из которых расположены в отдаленных районах, где пользование услугами связи ограничено, почта может создавать специализированные пункты свободного доступа к системам связи. Это позволит предоставлять как финансовые, так и другие услуги, например, в области здравоохранения, образования или доступа к знаниям.

Как обстоят дела с вашей инициативой «Соединить весь мир», в которой участвует ВПС, почти два года спустя после начала ее реализации?

Она осуществляется с большим успехом. В рамках этого открытого партнерства многие проекты уже находятся в стадии реализации. По этой причине МСЭ перевел данный проект в свой сектор развития, который работает над сокращением цифровой пропасти между странами.

До 2015 года подключить к электронным системам все сельские населенные пункты – это грандиозная, но вполне осуществимая задача. В 2003 году в Жене-



ве, а затем в 2005-ом в Тунисе представилась возможность заручиться поддержкой глав государств. После того как удалось привлечь внимание государственных руководителей на самом высоком уровне к тому, что общедоступное использование инфокоммуникационных технологий является неперенным условием развития стран, следующий этап состоит в том, чтобы мобилизовать все национальные ресурсы для достижения этой цели.

Мы знаем, что телекоммуникации – это рентабельный вид связи. Необходимо проводить привлекательную политику в отношении внешних инвестиций. Многие страны осуществляют такую политику через свои органы регулирования, чтобы инвесторы чувствовали себя уверенно, а партнеры поддерживали инициативы. Что касается международных организаций, то мы играем роль катализатора. Мы должны продемонстрировать, что эти пилот-проекты реализуемы, и обмениваться информацией, чтобы эти проекты могли давать эффект ускорения.

Вы говорили о безопасности в киберпространстве и помощи в случае стихийных бедствий. Каким образом ВПС и МСЭ могут совместно работать и изыскивать решения в этих двух областях?

ВПС и МСЭ насчитывают по 200 членов каждый. ВПС располагает обширной сетью почтовых отделений, а у МСЭ сотни партнеров из частного сектора. Все эти члены имеют одинаковые устремления, так как наши культуры весьма схожи. Это является существенным преимуществом при решении таких проблем, как обеспечение безопасности, которое затрагивает всех и каждого. Виртуальному вирусу неведомы границы, паспорта, национальности. Несмотря на то, что региональное соглашение охватывает все страны того или иного региона, преступники могут действовать на расстоянии, находясь в другом регионе. Именно поэтому для нас важно более тесно взаимодействовать друг с другом. Любой родитель проявляет, например, беспокойство по поводу роста детской порнографии. С этим мы должны бороться все вместе.

Существуют общие принципы, позволяющие нам работать совместно. На мой взгляд, справедливый мир не может развиваться без защищенного киберпространства. Обеспечить мир по-другому невозможно.

Каким видится вам – представителю отрасли электросвязи – будущее почтового сектора?

Мне представляется, что почтовый сектор будет все в большей и большей степени компьютеризироваться. Почта всегда была и всегда будет. Пока людям нужно общаться друг с другом, они будут пользоваться почтой. Это совершенно необходимое средство связи, и поэтому основателей ВПС можно назвать провидцами. Их видение, как и видение основателей МСЭ, остается актуальным и сегодня. Формы связи могут изменяться, однако она нигде не исчезнет, поскольку людям свойственно общаться. С момента своего появления на свет человек сообщает, издавая свои первые крики: «Я здесь!» (смеется). Люди обязательно будут продолжать контактировать друг с другом.

БЫТЬ В НУЖНОМ МЕСТЕ В НУЖНОЕ ВРЕМЯ!

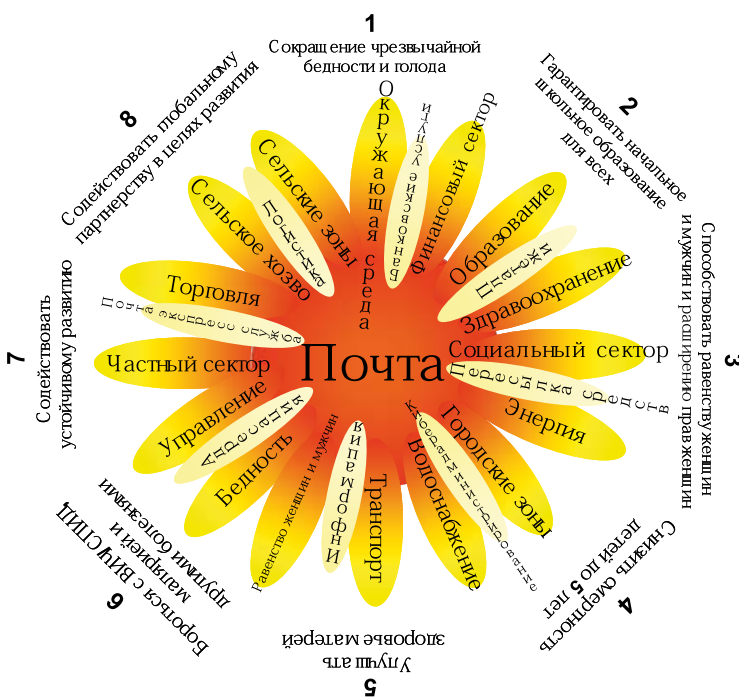
Автор: Грэм Ли

ВПС принял на себя обязательство помогать Организации Объединенных Наций в достижении ее Целей тысячелетия в области развития. Однако, говоря более конкретно, специализированное учреждение может сыграть решающую роль, оказывая содействие его странам-членам, в частности наименее развитым, в получении необходимого финансирования на развитие почты.

Когда восемь Целей тысячелетия еще только определялись, перспектива 2015 года представлялась весьма отдаленной и царил оптимистический настрой в отношении достижения этих целей в установленный срок (включая решение конкретных задач по 18-ти направлениям). Однако время летит быстро, и уже сейчас некоторые представители ООН признают, что многие страны не укладываются в график реализации этих целей. Это становится еще более очевидным, если считать, что для подготовки крупного проекта требуется от двух до трех лет и что пять лет уходит на его выполнение. Следовательно, разработанный в 2007 году проект будет осуществлен не ранее 2015 года.

При разработке целей консультации с почтовым сектором практически не проводились. Преодоление бедности, снижение детской смертности или улучшение доступа к образованию и здравоохранению не относятся к компетенции этого сектора. Задним числом можно отметить, что почтовые службы должны были бы привлечь внимание к тому, какое воздействие они могут оказать на социально-экономическое развитие, так как Цели тысячелетия включают в себя не только восемь основных целей и конкретные задачи по 18-ти направлениям, но и 48 показателей. Если посредством двух последних показателей оценивается, какое количество телефонных линий, пользователей мобильными телефонами, компьютерами и Интернетом приходится на каждую сотню жителей, то деятельность почты не отражена ни в одном показателе. Установленную в Бухарестской всемирной почтовой стратегии цель – расширить доступ к универсальной почтовой услуге – было бы легче достичь, если бы она фигурировала среди этих показателей.

Такое упущение влечет за собой серьезные последствия для тех почтовых служб, которые изыскивают финансирование на реформу и развитие почты. У государственных властей имеются другие приоритеты, нежели почтовый сектор, и это еще раз подтверждают 48 показателей. Более важное значение имеют другие отрасли, способные оказать влияние на достижение целей. Почтовый сектор как бы незаметен, ведь на его долю приходится всего лишь 0,01% кредитов Всемирного банка, тогда как на законодательство и управление – 20%, на финансы – 8% и также 8% на сектор водоснабжения и канализации.



Вклад почтового сектора в достижение восьми Целей тысячелетия в области развития.

Что может сделать почтовый сектор, чтобы занять более заметное место с точки зрения развития? Есть такая поговорка: «Оказаться в нужном месте в нужное время». Почтовый сектор (и сектор связи в целом) занимает выгодную позицию, поскольку он способствует развитию, предоставляя всем заинтересованным сторонам возможность поддерживать между собой связь для реализации своих собственных устремлений. Если движущей силой инвестиций является управление и регулирование, то почтовый сектор может предложить себя в качестве сети доступа к услугам, оказываемым от имени правительства. Если движущей силой является доступ к финансовым ресурсам, то почтовый сектор может выступить в качестве производителя финансовых услуг в сельских районах. Если движущей силой является предоставление услуг общего пользования, то почта может удовлетворить потребность в доставке и оплате счетов за коммунальные услуги. Осознав эти восемь целей, конкретные задачи по 18-ти направлениям и 48 показателей тысячелетия развития, почтовые службы смогут занять более выгодную позицию для привлечения финансирования.

Три возможности

Какую роль может сыграть ВПС в пропаганде почтового сектора как отрасли, способствующей достижению этих целей? Концепция комплексного плана реформы и развития почты (КПРРП) доказала свою состоятельность как первого шага на этом пути, однако ВПС должен более тесно сотрудничать с организациями по развитию, чтобы повышать значение почтового сектора. Этого можно добиться тремя способами: первый состоит в том, чтобы продолжить диалог с организациями по развитию, второй – учредить траст-фонд при Всемирном банке и третий – разработать концепцию, которую мы называем КПРРП – 2.

Продолжение диалога со Всемирным банком и другими банками по развитию имеет ключевое значение для получения финансирования. Необходимо создать благоприятные условия для обеих сторон, рассмотрев их цели в области развития и установив связь между ними и почтой. В этом отношении универсальная почтовая услуга должна рассматриваться как результат реформы, а не как ее мотивировка. Кредитные организации будут больше

заинтересованы в почтовой реформе, если мы будем говорить с ними о расширении доступа к финансовым услугам, инфокоммуникационным технологиям и механизмам выставления и оплаты счетов в сельской местности с целью оказания долговременных услуг общего пользования. Достижение этих целей со временем приведет к созданию универсальной почтовой услуги.

Учредив траст-фонд, ВПС может привлечь внимание Всемирного банка к почтовому сектору. Этот фонд мог бы пополняться за счет процентов, получаемых Фондом улучшения качества службы на выполнение проектов развития почты в конкретных странах. Будучи «владельцем» траст-фонда, ВПС оказывал бы определенное влияние на направленность проектов и следил за тем, чтобы к разработке почтовых проектов привлекались специалисты в области почты. ВПС может на законном основании поднять этот вопрос, принимая во внимание проекты, финансируемые в настоящее время Всемирным банком.

Теперь наступает очередь концепции КПРРП – 2. Финансирование – это сложный процесс, при котором в одном и том же месте в нужное время начинают действовать многочисленные факторы. ВПС должен рассмотреть со Всемирным банком уже подготовленные КПРРП и классифицировать их в зависимости от их шансов на получение финансирования. При этом необходимо учитывать такие факторы, как стратегия помощи почтовому сектору, которую оказывает сама страна, цели развития и способность этого сектора внести свой вклад в социально-экономическое развитие страны. Траст-фонд может быть использован для проведения углубленного изучения (КПРРП II) наиболее целесообразной формы почтового развития.

Сейчас, в середине 2007 года, истекла почти половина срока, отведенного на реализацию Целей тысячелетия в области развития. ВПС и почтовое сообщество должны выйти из тени и заявить о себе. Почтовым службам представляется исключительная возможность принять участие в процессе развития при условии, что они будут выступать в качестве посредников в развитии других отраслей, а не получателей денежных средств, принадлежащих им по праву собственности.



.....
Грэм Ли проработал в почтовом секторе свыше 15 лет. Он является старшим партнером фирмы «Sunflower Associates» (www.sunflower-associates.com).

ШВЕЙЦАРИЯ: СОЗДАНА НОВАЯ ПОЧТОВАЯ УСЛУГА POSTZERTIFIKAT

Швейцарская почта выпустила на рынок услугу электронной подписи документов. Документы, которые по юридическим причинам могли раньше направляться только заказными письмами, отныне будут пересылаться электронным способом. Система цифровой идентификации основывается на почтовом сертификате (PostZertifikat), выполняющем в киберпространстве такую же функцию, как паспорт или удостоверение личности в обычной жизни. В сочетании с электронной подписью PostZertifikat удостоверя-

ет, что личности отправителя и адресата не были фальсифицированы. Конфиденциальность документов обеспечивается посредством кодирования, при этом производятся подтверждения их отправки и получения. Электронная подпись имеет широкую сферу применения: от передачи юридических документов и подписания контрактов до административных формальностей, требующих подтверждения личности.

Источник: сообщение для печати швейцарской почты.

ПОБЕДИТЕЛЯМИ СТАЛИ...

Свыше 350 руководителей почтовых служб и сектора экспресс-доставки приняли участие в церемонии World Mail Awards, состоявшейся в Лондоне 21 мая 2007 года. Победителями стали: бразильская почта (корпоративная социальная ответственность), почтовая корпорация Канады (обслуживание клиентуры), Deutsche Post AG (электронная торговля) DHL Global Mail Industry (экономический рост), президент-генеральный директор французской почты Жан-Поль Байи (руководство), AMPM (инновации), Masterlink Express (управление персоналом), сингапурская почта (качество), Aramex International (коммерческий проект), Royal Mail (безопасность), датская почта (технология) и почта Саудовской Аравии (реформа).

Источник: Triangle Management Services Limited.

САУДОВСКАЯ АРАВИЯ ВНЕДРЯЕТ IFS

Почтовая служба Саудовской Аравии приступила к использованию международной финансовой системы (IFS) – технического решения для предоставления финансовых услуг. Впервые в регионе Персидского залива установлен интерфейс для пользователей на арабском языке. IFS упрощает денежные переводы между Саудовской Аравией и Объединенными Арабскими Эмиратами, Тунисом, Египтом, Индией и Филиппинами. Ее применение является существенным шагом вперед с точки зрения универсальной услуги, учитывая, что в Саудовской Аравии сейчас про-

живает огромное количество индийских (1,2 миллиона), египетских (1,2 миллиона) и филиппинских (460 000) мигрантов. Отныне они смогут отправлять деньги на родину по более низким тарифам. Почта Саудовской Аравии располагает отличной технической инфраструктурой и предлагает IFS в наборе передовых электронных услуг, доступных в почтовых отделениях, автоматизированных киосках, передвижных отделениях и на ее Интернет-портале.

Источник: ВПС, Центр почтовых технологий.

GAMPOST: НОВЫЙ ИМПУЛЬС К РАЗВИТИЮ

В соответствии с законом об учреждении Корпорации почтовых служб Гамбии, принятым в декабре 2006 года, руководители GAMPOST разработали грандиозный план реформы, предусматривающий использование самых современных технологий для укрепления сети, ускорения денежных переводов и транзакций в области микрофинансирования посредством партнерства государственного и частного секторов. Этот новый импульс, который руководство почты намеревается придать развитию компании, нашел свое отражение в новой эмблеме, сочетающей в себе элементы, символизирующие скорость, эффективность, доверие клиентов, а также важное значение качественной международной службы.

Источник: газета «The Point» (Гамбия).

Обзор печати

БРАЗИЛИЯ ПОДДЕРЖИВАЕТ ПАРАГВАЙ

Президенты Бразилии Лула Инасио да Силва и Парагвая Никанор Дуарте Фрутос подписали 21 мая 2007 года соглашение о сотрудничестве, согласно которому Бразилия профинансирует 80% стоимости проекта по созданию в Парагвае универсальной почтовой услуги. Этот проект с бюджетом 282 000 долларов США является частью комплексного плана реформы и развития почты (КПРРП), совместно осуществля-

емого ВПС, Почтовым союзом Америк, Испании и Португалии и правительством Парагвая. Проект направлен на разработку отраслевой политики, создание нормативно-правовой базы и реструктуризацию государственного оператора Correio Paraguayo. Парагвай стал первой страной, где осуществляется разработанный ВПС комплексный план реформы развития почты.

Источник: ВПС/InvestNews

ПОЧТАЛЬОНЫ – ЖЕРТВЫ НАПАДЕНИЯ СОБАК

Национальная ассоциация почтальонов США, насчитывающая в своих рядах 298 000 членов, поддержала резолюцию, представленную в американский Конгресс 21 мая этого года, направленную на то, чтобы обязать владельцев собак принять необходимые меры для защиты почтальонов и других граждан от собачьих укусов. Резолюция была поддержана рядом общественных организаций в ходе национальной недели, посвященной предотвращению нападения собак на людей. «Местные власти и владельцы собак должны обеспечить, чтобы почтальоны и жители этих мест могли спокойно ходить, не боясь нападения собак, - заявил президент ассоциации почтальонов Уильям Г.Янг. - Под этим подразумевается принятие и соблюдение законов по контролю за опасными животными».

Источник: PR NewsWire (США)

ПОЧТОВАЯ СЛУЖБА ЭФИОПИИ БУДЕТ САМА ПЕРЕВОЗИТЬ ПОЧТУ

В ближайшее время эфиопская почта приобретет четыре автобуса «Мицубиши» для обеспечения доставки почты по всей стране. Эти автобусы, значительная часть денег на покупку которых была выделена из Фонда улучшения качества службы ВПС и самим почтовым оператором, будут перевозить отправления, а также 26 пассажиров. Тем самым почта будет оказывать транспортные услуги населению, что в

свою очередь позволит покрывать расходы на обслуживание автомашин. По закону от 1958 года доставлять почту в конечные пункты назначения были обязаны частные перевозчики. Благодаря приобретению собственных автомашин эфиопская почта сможет повысить качество своих услуг и сократить сроки доставки.

Источник: All Africa Global Media

ДОСТАВКА ПИСЕМ – ДЕЛО ЖЕНСКОЕ

В Джибути создана новая служба доставки почты на дом, в которой работают три почтальонши, доставляющие корреспонденцию таким крупным клиентам, как министерства, посольства, международные организации и коммерческие компании. Это подразделение почты, занимающее отдельное помещение в сортировочном центре, было образовано в результате осуществления проекта в рамках Фонда улучшения качества службы, направленного на привлечение и удержание все большего и большего числа клиентов. Женщины-почтальоны, доставляющие почту на мотоциклах по всей стране, способствуют приданию почте имиджа молодой организации.

Источник: региональный советник ВПС по арабским странам



Create tailor-made projects.



FROM HIGH PERFORMANCE SORTERS TO 'TURNKEY' SOLUTIONS

To best accommodate your requirements and give momentum to your development projects, SOLYSTIC capitalises on its expertise. Listening to and understanding your needs, conducting diagnoses and delivering appropriate, dedicated solutions... SOLYSTIC is a strategic partner for postal services the world over. For you, there are never any standard responses – only individually tailored solutions.

SOLYSTIC has been awarded the International Trophy for Technology



Future postal solutions

SOLYSTIC S.A.S - 14, avenue Raspail - 94257 Gentilly CEDEX - France
Tel: +33 (0)1 49 69 41 00 - Fax: +33 (0)1 45 47 82 20 - www.solystic.com

 **SOLYSTIC**
a NORTHROP GRUMMAN company

THE WORLD'S LEADING EXHIBITION AND CONFERENCE DEVOTED
TO THE GLOBAL POSTAL, COURIER AND MAILING INDUSTRIES



POST-EXPO 2007

2, 3, 4 October 2007 Barcelona, Spain

**CONFERENCE
PROGRAMME
NOW ONLINE!**
www.postexpo.com



To register, visit www.postexpo.com

UKIP Media & Events • Abinger House, Church Street, Dorking, Surrey, RH4 1DF, United Kingdom