

# ПОЧТА РОССИИ

**ВАЛЕРИЙ БУГАЕНКО:**  
ФГУП «Почта России» –  
предприятие уникальное

**ФАНИЛЬ МИННИХАНОВ:**  
Перспективы сотрудничества  
с Почтой есть, и они интересны

**ПОЧТА В КАРЕЛИИ:**  
третий век на связи

A photograph showing three soldiers in camouflage uniforms sitting on a row of white sandbags. The soldier on the left is holding a letter. The soldier in the middle is sitting on a red cushion and looking at the letter. The soldier on the right is standing and looking at the letter. In the background, there is a red flag on a pole and a yellow tent. The ground is covered in gravel.

**Солдаты  
пишут письма**



**ДЛЯ БЫСТРОГО ОТВЕТА  
Я ПИШУ ИНДЕКС  
ПРАВИЛЬНО**

**это ВАЖНО**

**Правильный индекс на конверте –  
гарантия быстрой и точной доставки вашей почты**

Обработка писем и посылок с индексом производится автоматизированно, что сокращает срок доставки почты по адресу.  
Получить быстрый ответ на письмо просто: пишите правильный индекс адресата и обязательно указывайте свой.





### Уважаемые коллеги! Друзья!

**М**ожно смело говорить о том, что 2009 год был для Почты России успешным: мы возобновили основные инвестиционные процессы, подключились ко многим крупным государственным проектам и даже впервые за последние годы получили небольшую чистую прибыль.

Это дает основания думать, что условия для развития предприятия в 2010 году благоприятны. У нас много амбициозных и инновационных планов: модернизация федерального почтового оператора, создание сети автоматизированных сортировочных центров, развитие государственных услуг по принципу одного окна на базе сети пунктов коллективного доступа в Интернет, создание почтового банка, развитие дистанционной торговли.

Мы очень рассчитываем на поддержку со стороны государства. Например, в части изменения тарифа на доставку пенсий. Справедливым видится вариант перехода к лицензированию услуги доставки пенсий и перевод тарифов на доставку в ведение Федеральной службы по тарифам.

**Генеральный директор  
ФГУП «Почта России»  
А. Н. Киселев**

С 2010 года мы вводим беспрецедентную практику: все работники управленческого звена как в Аппарате управления предприятия, так и в филиалах будут ежегодно проходить пятидневную стажировку в отделениях почтовой связи в качестве почтальонов и операторов. Ведь для того чтобы принимать грамотные управленческие решения, надо знать все нюансы и аспекты почтовой деятельности, испытать все тяготы работы «в поле», получить соответствующие опыт и знания. Уверен, это нововведение сплотит наш огромный коллектив и будет способствовать дальнейшему повышению эффективности нашего предприятия.

Возвращаясь к текущему моменту, хочу поздравить всех мужчин России с наступающим праздником – Днем защитника Отечества. Этот день – поистине всенародный и традиционно мужской праздник, праздник чести, достоинства и силы духа, воинской доблести и славы, беззаветного служения Отчизне. От всей души желаю вам мирного неба, доброго здоровья, счастья и благополучия, успешной и плодотворной работы на благо России. Пусть всем вашим начинаниям сопутствует успех!

## summary

In this new issue of our magazine Valery Bugaenko, the head of the Federal Agency for Communications, will summarize the results of 2009. The previous year wasn't simple; however, it was the time of significant changes, reforms, economic raise, and the development of management. For many decades Russian citizens have celebrated the Day of Defense Forces on the 23d of February. This holiday is especially valuable this year due to the 65th anniversary of the Victory in the World War II. That is why the current issue is largely dedicated to the history of "soldiers' mails". The cooperation between The Defense Ministry of the Russian Federation and Russian Post is described in the section "In focus". About the daily routine of war post you will learn from the interview with Fanil Minnikhanov, the head deputy of Courier and postal communications department of Armed Forces. Artem Adibekov, the director-in-chief of the Federal State Unitary Enterprise "The publishing center Marka", tells us how he designed the envelope mock-up for army mails in 2004. He also narrates about the intentions to print stamps, envelopes and other philatelic items dedicated to the 65th anniversary of the Victory Day. In the section "Face to face" we are having an eminent guest. Denis Mazuev is a brilliant pianist and top performer who is also gifted in sophisticated provocations. He is able to do a jazz improvisation after the Rachmaninov concert, to parody Russian politicians or play a piano four hands with the king of Thailand. The performer will tell us about the games in his life and about the life of musicians in general. Among other topics of this issue, you will find the interview with Sergey Ilushin, the anew elected President of the Philatelist Union; the photo review of events organised by the charity "Who else if not me"; the narration about the work of postal employees in Briansk; and a historical feature about the post in Karelia which celebrates its 225th anniversary this year.

## содержание

- 04 **фото номера**  
Солдаты едят дома
- 06 **дневник событий**  
Создано Правление ФГУП «Почта России»
- 08 **дневник событий**  
Royal Mail не выдерживает конкуренции
- 10 **авторитетное мнение**  
Валерий Бугаенко: ФГУП «Почта России» – предприятие уникальное
- 16 **статистика**  
О Почте писали...
- 18 **партнеры**  
Артём Адиев: Держать марку
- 22 **взгляд со стороны**  
Свежая пресса: обзор публикаций
- 24 **в фокусе**  
Фаниль Минниханов: Перспективы сотрудничества с Почтой России есть, и они интересны
- 32 **задачи и решения**  
Не откладывая в долгий ящик
- 38 **местное время**  
Мы ждем перемен
- 42 **товар лицом**  
Открытым текстом
- 48 **бизнес-практикум**  
У кого больше прав?
- 54 **мировой опыт**  
Почта Дании: ставка на бизнес-клиентов
- 60 **филателия**  
Сергей Илюшин: Марка – визитная карточка государства
- 64 **в музее**  
Почта в Карелии: третий век на связи
- 70 **письмо из прошлого**  
Секретные поручения
- 72 **личная встреча**  
Повелитель ролей
- 78 **фотохроника**  
Кто, если не Я?

Ежемесячный журнал  
№ 2 (72), 2010 г.  
Издается с 2003 г.

**ПОЧТА  
РОССИИ**

**Учредитель:**  
ФГУП «Почта России»

**Редакционный совет:**  
Артём Адиев  
Валерий Бугаенко  
Александр Киселев  
Антонина Кузнецова  
Дмитрий Мартынов  
Анатолий Назейкин  
Дмитрий Панышев  
Денис Чуйко  
Ваган Шахгильдян  
Антон Щеголихин

**Главный редактор**  
Елена Диденко

**Зам. главного редактора**  
Надежда Терзи

**Ответственный редактор**  
Евгения Горбатова

**Дизайн-макет**  
Константин Кураков

**Шеф-редактор**  
Екатерина Борисова

**Фото на обложке:**  
Владислав Галенко  
(Барнаул, Алтайский край)

**Дизайн**  
Денис Бугров  
Владислав Максименко  
Константин Юшин

**Билдслужба**  
Мария Белякова

**Допечатная подготовка**  
Андрей Клочков  
Максим Куперман  
Олег Никитин

По вопросам размещения  
рекламы обращайтесь  
в редакцию

**Адрес редакции:**  
131000, Москва,  
Варшавское шоссе, д. 37,  
тел./факс: (495) 956-99-62,  
e-mail: journal@russianpost.ru,  
www.russianpost.ru

Подписано в печать  
10.02.10 г.  
Отпечатано в типографии  
ООО «Первый полиграфический  
комбинат»  
Тираж 2000 экз.  
Журнал зарегистрирован  
в Министерстве РФ по делам  
печати, телерадиовещания  
и средств массовых  
коммуникаций.  
Свидетельство о  
регистрации ПИ № 77-16233  
от 29 августа 2003 г.  
Перепечатка материалов  
без согласия редакции  
запрещена. При  
использовании  
материалов ссылка на  
журнал обязательна.  
За содержание  
и достоверность сведений  
в рекламных публикациях  
ответственность несет  
рекламодатель.  
© «Почта России»



4



10



32



24



42



72

фото  
номера

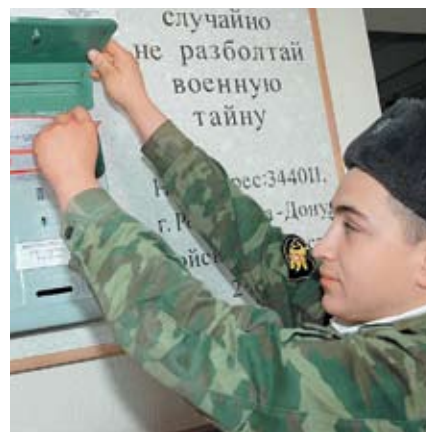
Героизм и мужество  
воинов России, мощь  
и слава русского  
оружия – часть величия  
Российского государства.  
Уже несколько  
десятилетий мы верны  
традиции широко и  
всенародно встречать  
23 Февраля – День  
защитника Отечества –  
и отмечать его с особой  
торжественностью и  
теплотой. В год 65-летия  
Победы этот праздник  
приобретает особый  
смысл.

# Солдаты пишут домой



фото  
Лидии Надеиной и из архива Всероссийского фотоконкурса  
«Почта России: вчера, сегодня, завтра»





▲  
 Пусть вашу жизнь освещает слава побед Российской армии, сила и мощь русского оружия, любовь и преданность своей Отчизне. А Почта России сделает все возможное, чтобы доставить ваши послания адресатам в кратчайший срок.



▲  
 Почта России от всего сердца поздравляет с Днем защитника Отечества всех причастных к Российской армии и желает доброго здоровья и благополучия.





коротко

## Наш «Долг»

20 января в Санкт-Петербурге было подписано соглашение между губернатором Северной столицы Валентиной Матвиенко и руководителями крупнейших предприятий региона – участников благотворительной программы «Долг» по оказанию помощи ветеранам Великой Отечественной войны. Вкладом Почты России в губернаторскую программу станет предоставление льготной благотворительной подписки на периодические издания 2010 года общественным ветеранским организациям Санкт-Петербурга.

## Новые тарифы на универсальные услуги почтовой связи

С 16 февраля услуги по пересылке внутренней письменной корреспонденции (почтовых карточек, писем, бандеролей) будут оказываться по новой тарифной сетке, установленной Федеральной службой по тарифам. В среднем стоимость универсальных услуг почтовой связи возрастет для потребителей на 12%. При этом тарифы на пересылку заказных карточек, заказных писем весом до 20 г и заказных бандеролей весом 100 г останутся на уровне прошлого года. Также на уровне 2009 года останется плата за объявленную ценность письма. Несмотря на повышение, тарифы не достигают уровня себестоимости их оказания. Индексация лишь частично сократит убытки Почты России. По прогнозу, отрицательный финансовый результат предприятия от оказания универсальных услуг общедоступной почтовой связи в 2010 году составит 3,3 млрд рублей.

## Зеленый свет для дистанционной торговли

С 2010 года, благодаря изменениям в российском таможенном законодательстве, товары, заказанные по каталогам и через Интернет, освобождаются от сложного таможенного оформления. Теперь адресаты смогут получить и оформить их в порядке, применяемом к остальным международным почтовым отправлениям.



## Менеджеры Почты освоят рабочие профессии

✉ Для повышения качества менеджмента и эффективной управленческой коммуникации Почта России в 2010 году приступила к реализации проекта, в рамках которого каждый сотрудник административно-управленческого звена федерального почтового оператора в течение пяти дней пройдет стажировку на основном производстве.

На время стажировки специалисты Аппарата управления предприятия и аппаратов управления филиалов Почты России станут операторами связи или почтальонами в отделениях почтовой связи. Работники «EMS Почта России» будут стажироваться в Московском EMS – сортировочном центре или на маршрутах по доставке EMS-отправлений в должностях оператора связи, курьера.

Оторванность административных работников от непосредственного производства значительно затрудняет коммуникацию с руководителями отделений почтовой связи, и это

негативно влияет на качество управленческих решений, а также тормозит развитие Почты. Чтобы решить эту проблему и создать эффективный коллектив, Почта России постоянно повышает квалификацию, комплексную и разностороннюю профессиональную подготовку своих сотрудников. Только в период с I по III квартал 2009 года повышение квалификации и профессиональную переподготовку прошли 131 502 работника, что на 42% больше, чем за аналогичный период 2008 года.

Сегодня федеральным почтовым оператором организована работа региональных учебных и учебно-внедренческих центров на базе филиалов предприятия, сформирована единая учебно-методическая база, ведется разработка и внедрение системы дистанционного обучения почтовых работников. Также Почта России активно сотрудничает с образовательными учреждениями, дающими высшее профессиональное образование в области почтовой связи.



# Создано правление ФГУП «Почта России»

решение

✉ В рамках подготовки к акционированию, предусмотренному Концепцией реструктуризации организаций федеральной почтовой связи (принята распоряжением Правительства РФ от 28.06.2002), Почта России продолжает совершенствовать свою систему управления.

На предприятии создано правление – новый коллегиальный исполнительный орган, который будет определять политику федерального почтового оператора и обеспечивать его эффективную работу в целях повышения качества предоставляемых услуг, защиты интересов их пользователей и достижения высоких финансовых результатов.

Правление – типичный элемент в структуре управления акционерного общества. Его существенным преимуществом является возможность включения высококлассных специалистов разной направленности и, следовательно, обеспечения высокого уровня компетентности управленческих решений, максимального учета всех факторов. Правление Почты России будет вырабатывать рекомендации относительно деятельности предприятия, стратегических программ его развития, инвестици-

онных проектов, совершения крупных сделок, распределять прибыль, рассматривать бюджеты, отчеты, планы деятельности на очередной период и др. Также в компетенцию этого органа входит решение текущих вопросов кадровой, инвестиционной, учетной, кредитной, тарифной и информационной политики, безопасности и т. п.

Возглавит правление генеральный директор Почты России Александр Киселев. В его задачи войдут организация работы главного исполнительного органа, созыв заседаний и председательство на них.



Почта России учредила правление во главе с гендиректором Александром Киселевым. Оно будет вырабатывать рекомендации по стратегическим программам, инвестпроектам, крупным сделкам, распределять прибыль.

«Ведомости»



После своего назначения на пост главы Почты России в марте прошлого года А. Киселев неоднократно заявлял о планах акционирования ФГУП с сохранением его в 100%-ной собственности государства. Он также говорил о возможности создания «квазиакционерных» органов управления, не дожидаясь преобразования из ФГУПа в ОАО.

«Интерфакс»

## Год учителя – на почтовой марке



В 2010 году, объявленном в России Годом учителя, под эгидой Федерального агентства связи проводится Всероссийский конкурс рисунка для государственных знаков почтовой оплаты, который посвящен роли учителя в жизни детей, современной школы и общества в целом. Конкурс «Год учителя», организованный ФГУП «Почта России», Издательско-торговым центром «Марка» и Союзом филателистов России, призван привлечь внимание общественности к

личности российского учителя, к многогранности педагогической деятельности. Задача конкурса – рассказать о вкладе учителей в становление будущего юных россиян, воспитания их в духе патриотизма и любви к Родине. По эскизам рисунков-победителей будут выпущены почтовая марка, конверт первого дня и художественный маркированный конверт. Торжественная церемония гашения состоится 4 октября 2010 года, в канун празднования Дня учителя.

коротко



## Почта Австралии переработает старые мобильные телефоны

Почтовая служба Австралии предлагает своим клиентам прислать старые мобильные телефоны для дальнейшей переработки. По подсчетам, в стране – около 16 млн старых трубок, которые граждане хранят дома. На дальнейшую переработку их отдают лишь около 9% австралийцев. Почтовая служба выпустила свое напоминание в связи с тем, что мобильный телефон стал одним из самых популярных подарков на Рождество, и, следовательно, количество старых, ненужных, мобильных телефонов увеличилось. Около 90% материалов, из которых они сделаны, можно использовать повторно – как сырье для новых продуктов, включая пластик и металлы из батарей. Для того чтобы старые мобильные телефоны послужили делу защиты экологии, австралийцам нужно лишь взять специальный пакет в ближайшем почтовом отделении, положить телефон в одно из его отделений, аксессуары к нему – в другое и опустить его в любой уличный почтовый ящик.

## Почтовые компании Японии консолидируют

Министр внутренних дел и связи Японии Казухиро Харагучи заявил, что надеется консолидировать холдинговую компанию Japan Post Holdings Co. и Japan Post Network Co., занимающуюся почтовой доставкой, в единую компанию. За счет этого существующее ныне количество подразделений Почтовой группы страны уменьшится до трех: банковская и страховая почтовые компании останутся в подчинении холдинговой компании, которая будет владеть третью акций Japan Post Bank and Japan Post Insurance. Правительство, которое таким образом увеличит свое влияние над Почтовой группой, планирует вскоре представить план ее реорганизации. В результате почтальоны смогут доставлять пенсии и суммы, снятые со сберегательных счетов клиентов почтового банка, по их адресам. Таким образом, почтовые услуги, до сих пор ограниченные доставкой почтовых отправлений, включают в себя финансовые продукты.

# USPS сэкономит миллиарды

✉ В соответствии с отчетом Почтовой регуляционной комиссии США – независимого правительственного агентства, наблюдающего за деятельностью почтовой службы страны, если бы почтовая служба США ввела пятидневную доставку писем два года назад, то уже в 2008 году ей удалось бы сэкономить 2 млрд долларов. Эта сумма больше половины убытка, который USPS понесла в 2009 году. В ноябре прошлого года генеральный почтмейстер страны и генеральный директор USPS Джон Поттер отстаивал введение пятидневной доставки писем вместо существующей ныне шестидневной. Вполне вероятно, что его настойчивость и данные отчета приведут к тому, что в начавшемся году почтовая служба США пойдет на этот шаг. Следует отметить, что идея об отмене почтовой монополии в стране была отложена на неопределенный

срок. Стоимость монополии USPS на почтовые ящики и доставку писем в 2008 году составляла 3 млрд долларов и почти 3,5 млрд в 2009 году. Именно такое количество денег компания потеряет, если монополию отменят. Доводом в пользу пятидневной доставки писем является и тот факт, что даже в горячий рождественский сезон прошлого года доходы USPS оказались ниже ожидаемых: в 2009 году услугами почтовой службы

услуги

воспользовались на 28% меньше американцев, чем в предыдущем.

Согласно отчету Комиссии, экономическая рецессия также сказалась на падении доходов

почтовой службы США. Из-за коллапса финансовых рынков в 2008 и 2009 годах ипотечные банки и компании, выпускающие кредитные карты, отказались от большей части своей рекламной рассылки. Из-за падения рынков розничной торговли USPS потеряла значительную часть объемов рекламных рассылок. В 2009 финансовом году убыток компании был бы намного больше, если бы конгресс США не принял закон о том, что USPS может отложить очередные выплаты в фонд медицинского страхования пенсионеров. В настоящее время USPS предпринимает еще один шаг для снижения расходов – подсчитывает, сколько почтовых отделений можно закрыть и консолидировать, чтобы не повредить осуществлению универсального почтового обязательства.





## цитаты



Почтовые службы в Африке являются важнейшими платформами коммуникации, несмотря на наступление электронных средств связи. Сети почтовых отделений предоставляют населению доступ к продуктам информационных технологий, таким образом внося заметный вклад в сглаживание цифрового неравенства. Почтовые услуги в Африке жизненно важны, ведь именно они осуществляют связь с самыми отдаленными сельскими районами всех стран этого континента.

*Рода Масавиру, гендиректор Панафриканского почтового союза*



Наш приоритет на 2010 год – устойчивый экономический рост. Мы планируем стимулировать почтовые услуги и развивать международные проекты. Мы гордимся тем, что даже в годы финансового кризиса почтовая служба Кореи оставалась прибыльной компанией. Мы не почли на лаврах, но расширяли бизнес за рамки национальных границ. Благодаря этому мы стали одним из ведущих международных игроков почтового и логистического рынка в регионе.

*Намгунг Мин, президент почтовой службы Кореи*

# Royal Mail не выдерживает конкуренции

Частные почтовые операторы в Британии все больше запускают руку в клиентскую базу Royal Mail. Это происходит в результате нестабильности работы почтовой службы страны, вызванной в основном забастовками, которые значительно ухудшили качество услуг, предоставляемых Royal Mail. За последние несколько месяцев только в Лондоне около 45 компаний отказались от услуг государственной почтовой службы в пользу частных операторов.

Такие данные приводит компания Post-Switch, специализирующаяся на подборе самой дешевой и эффективной почтовой доставки для корпоративных клиентов. Здесь отмечают, что, попробовав поработать с другими компаниями, лишь одна из пяти обратившихся за помощью организаций возвращается к Royal Mail. По мнению бывших клиентов Royal Mail, государственный почтовый оператор не может гарантировать стабильность и качество услуг, пока не завершатся переговоры с профсоюзами, идущие с конца прошлого года. Однако компании, пользующиеся почтовыми услугами, ищут не только стабильности. Многие

частные операторы предлагают более низкие цены на доставку, порой экономия может достигать до 20%. Так, каталог одежды Lands' End, отказавшись от услуг Royal Mail, которая ежегодно доставляла 10 млн единиц его товаров, отмечает, что компании DHL и TNT, с которыми он теперь работает, «предоставляют более надежные и дешевые услуги».

«Мы хотели бы остаться с Royal Mail, но не можем себе этого позволить из-за продолжающейся нестабильности», – отметил директор компании

Lands' End Тим Куртис.

Изменения в НДС и зональных тарифах, которые будут введены в стране в начавшемся году, также не будут на руку Royal Mail. Дело в том, что голландская почтовая компания TNT выиграла дело в Европейском суде, касающееся высокого НДС для частных почтовых операторов в Британии, от которого была освобождена большая часть операций Royal Mail. Теперь правительству страны придется уравнивать шансы всех компаний, занятых в почтовой доставке. Консервативная партия Великобритании обещает принять соответствующий закон сразу после ближайших выборов.



# UPS сокращает штат

United Parcel Service Inc., крупнейший в мире оператор экспресс-доставки, планирует сократить 1800 рабочих мест (около 2,9% своих работников в США) в ходе реструктуризации бизнеса, сокращения количества отделений и управленческого аппарата. Компания планирует сократить количество своих операционных районов в Соединенных Штатах с 46 до 20, что поможет ей модернизировать подразделение доставки мелких пакетов. На этот шаг она идет несмотря на то, что ее финансовые показатели за 2009 год оказались лучше запланированных. По словам представителя UPS, так компания сможет более успешно конкурировать за новые виды бизнеса на возрождающемся после рецессии рынке с FedEx Corp.



# Валерий Бугаенко: ФГУП «Почта России» – предприятие уникальное

**В**алерий Николаевич, скажите, какие события прошлого года были самыми значимыми, по вашему мнению, для почтовой отрасли Российской Федерации? Какие коснулись Почты России?

– В 2009 году произошло много событий, которые стали ключевыми для ФГУП «Почта России» и отрасли в целом.

Если говорить о международном уровне, то, в первую очередь, это проведение в июле в Санкт-Петербурге IX Международного форума «Почтовая Тройка – 2009». За 16 лет существования форум стал событием общемирового значения и по праву занимает достойное место в календаре Всемирного почтового союза и генерального директора Международного бюро ВПС Эдуарда Дайана.

Кроме этого, результативным было участие делегаций российской почтовой администрации на заседаниях ВПС и РСС. В этой

беседу вела  
Наталья Олещук  
фото  
Юрий Антонов,  
Лидия Надеина

связи хочется отметить полученное российской стороной право выступить на пленарном заседании Международного форума, который Административный совет ВПС провел по вопросам почтового регулирования в ноябре в Берне. Этот факт мы принимаем как оценку положительного опыта и вклада России в решение вопросов развития услуг почтовой связи.

Внутренняя жизнь также была богата событиями, оказавшими существенное влияние на организационные и технические стороны развития отрасли и Почты России. Во-первых, это завершение создания национального почтового оператора связи. ФГУП «УПС «Татарстан Почтасы» было включено в состав ФГУП «Почта России». В апреле было подписано соответствующее Соглашение между Федеральным агентством связи и Кабинетом министров Республики Татарстан.

Во-вторых, это практическое

решение ряда принципиальных вопросов, позволивших продолжить ранее спланированное развитие сети автоматизированных сортировочных центров ФГУП «Почта России». В конце 2009 года был введен в промышленную эксплуатацию первый и самый крупный центр – в Подольском районе Московской области. Строительство второго центра, в Ленинградской области, находится в стадии завершения. Всего же на территории Российской Федерации должна быть построена сеть из 28 АСЦ. В-третьих, в соответствии с решением Федерального агентства связи начата подготовка первого официального каталога государственных знаков почтовой оплаты Российской Федерации. Всего планируется выпустить четыре тома. В конце 2009 года вышел в свет том «Почтовые марки Российской Федерации 1992–2009 гг.».

– В конце 2009 года Почта России подключилась к государственному проекту по созданию «электронного правительства», развернув работу по организации взаимодействия почтовых отделений с многофункциональными центрами оказания государственных и муниципальных услуг в пилотных регионах. Как вы оцениваете эту инициативу и насколько, на ваш взгляд, она облегчит и ускорит реализацию данного проекта? Какие

В 2009 году завершилось создание национального почтового оператора связи. ФГУП «УПС «Татарстан Почтасы» было включено в состав ФГУП «Почта России». В апреле было подписано соответствующее Соглашение между Федеральным агентством связи и Кабинетом министров Республики Татарстан



2009 год был непростым, однако для российской почтовой отрасли он стал временем больших перемен, реорганизаций, экономического подъема, серьезных административных решений. Руководитель Федерального агентства связи Валерий Бугаенко в интервью журналу «Почта России» рассказал о том, каким ему видится положение дел в подведомственном предприятии.



преимущества может принести пользователям услуг участие Почты России в проекте по созданию «электронного правительства»?

– В рамках первого этапа внедрения универсальных услуг связи на территории Российской Федерации, организация которых возложена на Федеральное агентство связи, создана уникальная телекоммуникационная инфраструктура. Это более

В президиуме IX Международного форума «Почтовая Тройка – 2009»

20 тысяч пунктов коллективного доступа в Интернет (ПКД), две трети которых размещены в отделениях почтовой связи, и почти 147 тысяч таксофонов. Перед нами встал вопрос: как рационально и эффективно использовать уже готовую и работающую инфраструктуру? Идею по превращению отделений почтовой связи в информационные центры мы прорабатываем уже давно. Проведено несколько

встреч и совещаний с руководством Минэкономразвития России, Аппаратом Правительства Российской Федерации и ФГУП «Почта России». Этот вопрос также был детально обсужден с руководством нескольких субъектов Российской Федерации. После анализа сложившейся ситуации и учитывая первоочередные задачи по организации доступа населения к государственным и муниципальным



пилотных регионов – Тверской, Ивановской, Ульяновской и Новосибирской областей.

Использование уже существующей инфраструктуры пунктов коллективного доступа в отделения почтовой связи совместно с порталом государственных услуг и региональными многофункциональными центрами позволит обеспечить шаговую доступность получения государственных и муниципальных услуг гражданам не только в крупных городах, но и в удаленных сельских поселениях. Кроме того, такой комплексный подход обеспечивает сокращение расходов бюджетных средств всех уровней и сроки внедрения на местах государственных и муниципальных услуг в рамках программы «электронного правительства».

– 17 декабря 2009 года наблюдательный совет Внешэкономбанка, возглавляемый Владимиром Путиным, принял Концепцию развития федерального почтового банка России на базе Связь-Банка при непосредственном участии Почты России. Как вы оцениваете перспективы этого проекта?

– Идея почтового банка на практике уже реализована почтовыми администрациями во многих странах Европы, а также в ряде стран СНГ, напри-

мер в Казахстане, Кыргызстане и Азербайджане.

Именно финансовые и банковские услуги, оказываемые национальными почтовыми операторами этих стран, обеспечили им устойчивость и стабильность в период сложной экономической ситуации.

Оказание финансовых услуг для ФГУП «Почта России» не является чем-то новым. Предприятие с каждым годом все более активно расширяет для своих клиентов их спектр.

В этот перечень входят услуги, ставшие уже традиционными: доставка и выплата в отделениях почтовой связи пенсий и пособий, почтовые переводы денежных средств, прием платежей в пользу третьих лиц. Развиваются и принципиально новые услуги, такие как открытие счетов и осуществление операций по ним, выдача и погашение кредитов, обслуживание банковских карт и операции с ценными бумагами.

Кроме того, отделениями почтовой связи уже накоплен значительный практический опыт взаимодействия на основе агентских договоров с широким кругом банков-контрагентов в части обслуживания вкладов населения. Более 30 коммерческих банков, не располагая собственными филиалами на местах, используют возможности разветвленной филиальной сети ФГУП «Почта России» для

услугам, поставленные руководством страны, Россывязью было принято решение о проведении работ по разработке различных моделей использования для этого ПКД, развернутых в отделениях почтовой связи в рамках универсальных услуг связи.

Эти вопросы мы решали в рамках конкурса, объявленного Минэкономразвития России, совместно с ФГУП «Почта России» и руководством четырех

«» На наш взгляд, главным результатом работы предприятия в 2009 году стал выход на точку безубыточности. Это произошло впервые за несколько последних лет. При этом предприятие сумело выделить средства на возобновление работ по модернизации инфраструктуры и транспортного парка «»

ФГУП «Почта России» – предприятие уникальное. Среди стоящих перед ним задач есть как коммерческие, так и социальные. Поэтому реализация ряда капиталоемких и долгосрочных проектов почтовой связи требует участия государства

продажи банковских услуг в регионах.

Создание федерального почтового банка России – это объективный и своевременный шаг, который позволит на основе современных технологий обеспечить предоставление комплекса финансовых и почтово-банковских услуг населению не только в городах, но и во всех отдаленных районах и труднодоступных точках страны.

– Почта России в 2009 году возобновила приостановленные ранее проекты модернизации почтовой связи, транспортных средств, завершает строительство и оснащение второго автоматизированного сортировочного центра и т. д. Как вы оцениваете результаты работы национального почтового оператора в 2009 году?

– На наш взгляд, главным результатом работы предприятия в 2009 году стал выход на точку безубыточности. Это произошло впервые за несколько последних лет.

При этом предприятие сумело выделить средства на возобновление работ по модернизации инфраструктуры и транспортного парка.

Появляются новые почтовые отделения, а уже существующие ремонтируются и оснащаются дополнительным оборудованием. Идет обновление транспортных средств. Все это свидетельствует о процессах превращения предприятия

в современную компанию, нацеленную на использование инновационных технологий, повышение качества, расширение спектра и доступности предоставляемых услуг.

Если говорить о достижениях по улучшению качества услуг, то успехи здесь гораздо скромнее. Качество услуг повышается, но пока очень и очень медленно. Еще нет той динамики, которую ожидает потребитель. Мы ежедневно получаем огромное количество жалоб на несо-

блюдение сроков доставки, на пропажи писем и посылки и, к большому сожалению, на некорректное поведение отдельных работников почты, в первую очередь операторов и руководителей отделений почтовой связи.

Несоблюдение сроков, наверное, можно объяснить отсутствием достаточного количества транспорта, развитой инфраструктуры и специалистов. А вот неуважительное отношение к клиентам ничем объяснить нельзя. Это просто недопустимо! Руководители всех уровней должны нести личную ответственность за каждый такой случай.

К сожалению, несмотря на серьезную поддержку эксплуатационной деятельности ФГУП «Почта России» со стороны государства, в 2009 году не удалось поднять заработную плату для

Рабочий визит на АСЦ в Подольске в ходе подготовки к открытию





## ДОСЬЕ



### Валерий Николаевич БУГАЕНКО

■ Окончил Харьковское высшее военное командно-инженерное училище, Военную академию им. Ф. Э. Дзержинского по специальности «радиотехнические комплексы космической связи», высшие курсы Военной академии Генерального штаба ВС РФ.

■ С 1968 по 1999 год служил в Вооруженных Силах. Воинское звание – генерал-лейтенант. Проходил службу в ракетных войсках стратегического назначения и Военно-космических силах

на различных инженерных и командных должностях, связанных с организацией связи и управлением космическими аппаратами связи.

■ С 1992 года – в центральном аппарате Минобороны России (заместитель, первый заместитель, начальник управления). С 1997 года – государственный инспектор Совета безопасности РФ, советник управления экономической безопасности Совета безопасности РФ.

■ С 2000 года – в Министерстве Российской Федерации по связи и информатизации (заместитель руководителя, руководитель департамента по надзору за связью и информатизацией).

■ С 2004 года – руководитель Федеральной службы по надзору в сфере связи.

■ Распоряжением Правительства Российской Федерации № 795-р от 20 июня 2007 года назначен руководителем Федерального агентства связи.

■ Награжден государственными и ведомственными наградами.

Женат. Два сына.

работников низших звеньев – почтальонов и операторов.

Этот вопрос напрямую связан с решением первых двух. Безубыточность предприятия и его эффективная работа должны стать основой для реального повышения заработной платы и доведения ее в 2010 году до уровня средне-региональной.

Вопросы заработной платы, вопросы социального обеспечения работников почты находятся в зоне особого внимания. Люди и коллективы – вот главный капитал предприятия.

Надеемся, что в ходе реализации разработанного плана мероприятий по модернизации инфраструктуры федеральной почтовой связи РФ до 2011 года эти вопросы будут решены.

– Введен в эксплуатацию первый в России автоматизированный сортировочный центр, расположенный в Московской области, крупнейший подобный центр в Восточной Европе. Какие ожидания связывает государство с проектами по модернизации инфраструктуры подобного масштаба, которые реализует национальный почтовый оператор?

– Повышение качества услуг почтовой связи за счет увеличения скорости пересылки, точности сортировки и надежности доставки письменной корреспонденции, бандеролей и посылок в первую очередь зависит от уменьшения числа промежуточных сортировок в технологической цепочке прохождения почтовых отправлений.

Именно для решения этих задач в рамках Программы модернизации инфраструктуры почтовой связи осуществляется создание сети автоматизированных сортировочных центров.

Появление подобных центров

позволит сформировать рабочие места, оборудованные современными средствами механизации и автоматизации, улучшить качество обработки почтовых отправлений, уменьшить сроки их прохождения и доставки до адресатов. Например, на 70% снизится число ошибок, возникающих при сортировке. Срок доставки почты в зоне обслуживания сократится до 2-3 дней.

Сортировочный центр, расположенный в Московской области, с плановой мощностью сортировки до 3 млн почтовых отправлений в день будет обслуживать большую часть Центрального региона с населением около 26 млн жителей.

Мы ожидаем, что с запуском этого АСЦ будет решена очень важная и остро стоящая задача – сокращение времени доставки корреспонденции по Москве до нормативного значения «день подачи + 2».

– С учетом значимости развития инфраструктуры Почты России и социальной функции, которую

реализует предприятие, считаете ли вы обоснованным паритетное финансирование с государством инвестиционных инициатив, которые обозначены в Плане мероприятий по модернизации инфраструктуры федеральной почтовой связи Российской Федерации до 2011 года?

– Как любое коммерческое предприятие, Почта России должна закладывать в свой бюджет определенные средства, за счет которых будет осуществляться перевооружение компании. С учетом масштабов предприятия и состояния инфраструктуры это очень значительные средства. ФГУП «Почта России» – предприятие уникальное. Среди стоящих перед ним задач есть как коммерческие, присущие любому хозяйствующему субъекту, так и социальные, поставленные государством. Поэтому реализация таких капиталоемких и долгосрочных проектов, как создание сети АСЦ, обновление парка железнодорожного транспорта и строительство новых отделений почтовой связи, требует участия государства.

# О Почте писали...

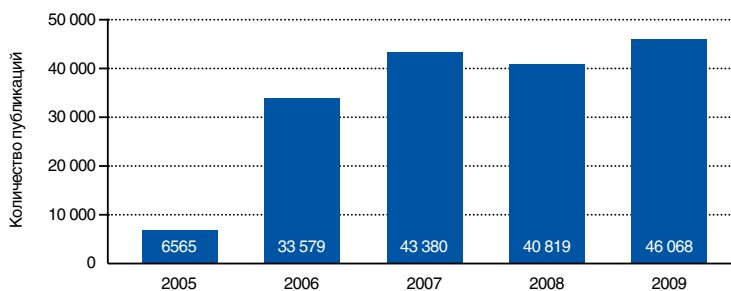
2009 год для ФГУП «Почта России» был, с одной стороны, непростым, с другой – очень интересным и насыщенным. Неудивительно, что это отразилось на внимании СМИ к предприятию. О Почте писали, о ней говорили, ее показывали...

# 46 068

публикаций составила информационная активность СМИ в отношении Почты России в 2009 году.

По сравнению с предыдущим годом результат вырос на 13%.

Сравнительная статистика в 2005–2009 гг.



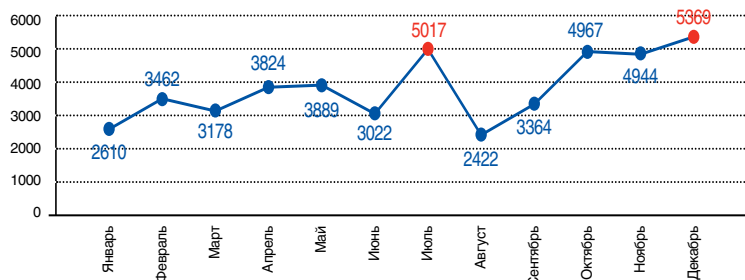
Пик интереса СМИ к Почте пришелся на июль и декабрь 2009 года.

# 5017

публикаций о предприятии в июле

вызваны проведенными в этом месяце конкурсами и мероприятиями (Международный форум «Почтовая Тройка – 2009», День Российской почты, «Мисс Почта – 2009», начало конкурса «Почтальон года») и подписанием Приказа Мининформсвязи о доступе к почте.

Динамика информационной активности СМИ за 2009 год



# 5369

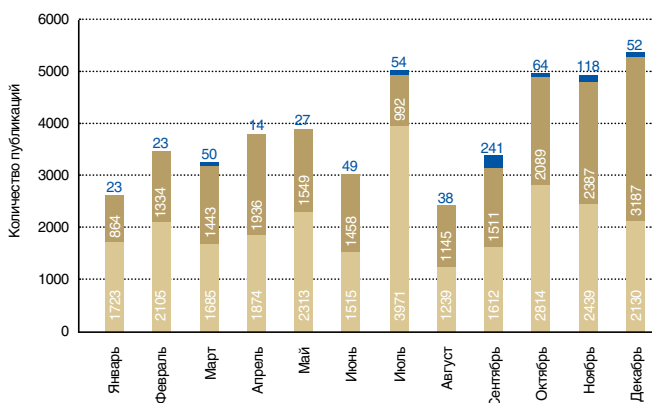
публикаций в декабре

были посвящены созданию Почта-банка, выплате пенсий и пособий, режимом работы почтовых отделений в новогодние праздники, проведением заключительного этапа акций «Коммунальные платежи на почте» и «Почта Деда Мороза».

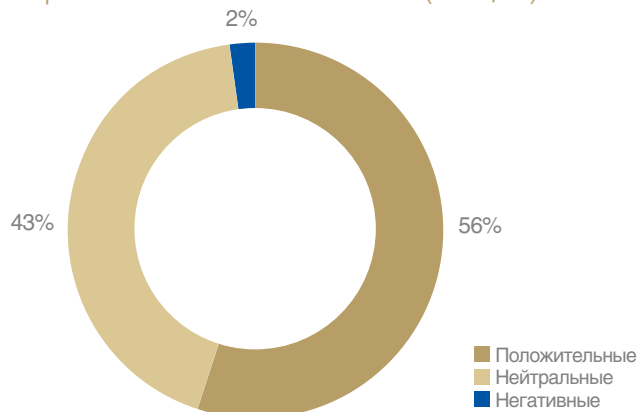
# 25 420

**публикаций (55%) положительны!**  
19 895 публикаций (43%) имеют нейтральную и только 753 публикации (2%) – негативную тональность.

Соотношение публикаций различной тональности в динамике по месяцам с 2009 г.



Соотношение публикаций в центральных и региональных источниках (общее)

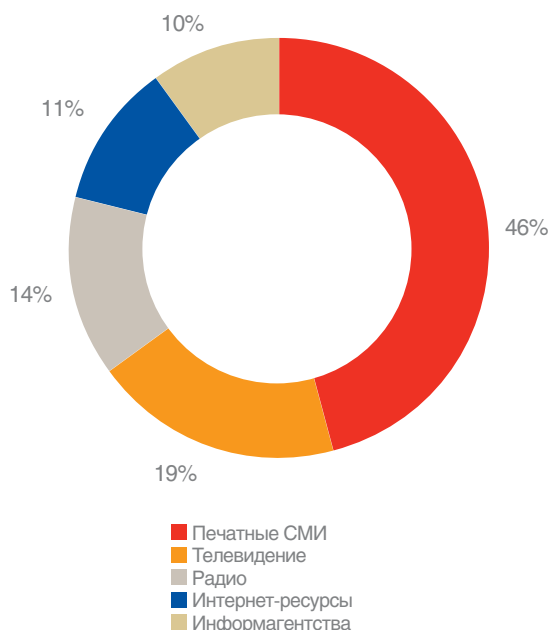


Соотношение публикаций в различных категориях источников

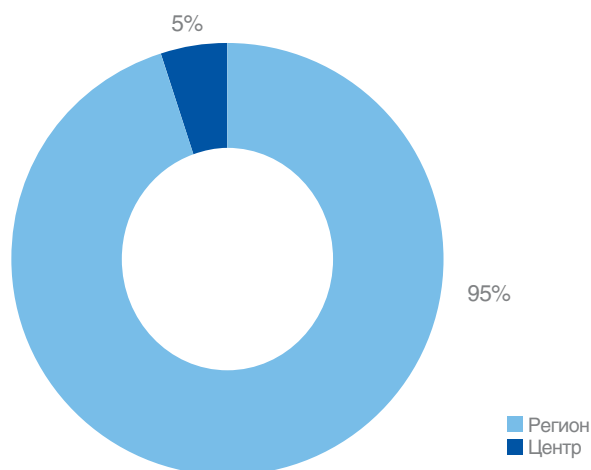
# 21 250

**публикаций (46%) о Почте вышли в печатных СМИ.**

**15 176** публикаций (33%) на теле- и радиоканалах, **5197** публикаций (11%) – в интернет-ресурсах и **4445** публикаций (10%) в лентах информагентств.



Соотношение публикаций в центральных и региональных СМИ



По информационной активности региональной прессы определены три лучших региона: Красноярский край (2532 публикации), Республика Башкортостан (2210 публикаций), Свердловская область (2207 публикации).

В региональных СМИ о Почте чаще пишут в положительном ключе, чем в центральных СМИ.

# 43 731

**публикация (95%) принадлежит региональным СМИ**

# 2337

**публикаций (5%) – центральным источникам**

# Артем Аддибеков: Держать марку

— **А**ртем Валерьевич, сотрудничество Издатцентра и Почты России по определению должно носить самый тесный характер. Сколько лет оно насчитывает?

— Отношения наших предприятий столько лет, сколько в России выпускаются марки, а издание марок берет свое начало 1 января 1858 года. Именно в этот день поступила в продажу первая марка Российской империи. С тех пор произошло много самых разных событий: с переменами в стране менялась и форма собственности, и юридический статус, и названия наших предприятий, но сотрудничество не прерывалось.

Издатцентр «Марка» в свое время побывал и в ведении почтового ведомства, и в составе экспедиции по заготовлению ценных бумаг (сегодня это Го-знак), а свой нынешний статус получил в 1987 году путем слияния Дирекции по изданию и распространению знаков почтовой оплаты и Центрального филателистического агентства. Сегодня за нами закреплена работа по изданию и распространению на территории России государственных знаков почтовой оплаты: стандартных и художественных марок, маркированных конвертов, франкотипов, штемпелей, открыток и прочего. Исторически и идеологически мы с Почтой России партнеры. Как почта не может существо-

беседу вел  
Дмитрий Брисенко  
фото  
Юрий Казачков

Издательско-торговый центр «Марка» – единственное предприятие России, осуществляющее издание и распространение государственных знаков почтовой оплаты. В 2009 году компания не только не снизила обороты, но и сумела показать финансовый рост. О том, как удалось достичь таких результатов, а также о плодотворном сотрудничестве с Почтой России и грядущем прорыве в технологиях рассказывает генеральный директор ФГУП «Издатцентр «Марка» Артем Аддибеков.

вать без марок, так и марки без почты никому не нужны. И сегодня одна из наших главных задач – стремиться всесторонне развивать наши партнерские отношения.

– Сегодня «Марка» обеспечивает почтовую службу России знаками почтовой оплаты, конвертами, открытками различной тематики, телеграфными бланками и т. д. Расскажите, спрос на какую продукцию выше всего?

– Наибольшим спросом пользуются стандартные марки. Что касается объемов, они колоссальны: в год мы продаем порядка

2 млрд марок и около 500 млн конвертов. На марки приходится порядка 50% всего объема продаж. Художественные марки в общем объеме занимают меньше 5%, хотя интеллектуальные и материальные затраты на их производство в разы выше.

– Выполняет ли Издатцентр «Марка» заказы на конверты и марки от министерств и ведомств, кроме ФГУП «Почта России»?

– Создание, выпуск и распространение марок и конвертов в Российской Федерации регулируются Положением о госу-



дарственных знаках почтовой оплаты и специальных почтовых штемпелях. Фактически все государственные знаки почтовой оплаты выпускаются для нужд Почты России. Для некоторых категорий своих клиентов Почта России создает особые разряды почтовых отправлений и просит разработать особый дизайн для знаков почтовой оплаты. Так, например, воинские почтовые отправления отличаются особые конверты с надписью «Воинская корреспонденция». Их дизайн был разработан в 2004 году, когда я возглавлял Дирекцию по продажам почтовых услуг ФГУП «Почта России». Конверты воинской корреспонденции получились узнаваемыми, их легко отличить от других.

– Каким образом происходит разработка, утверждение и выпуск новых марок?

– Работа над маркой начинается, как правило, за полтора-два года до ее выхода. Сейчас, например, мы разрабатываем план выпуска на 2011 год. Этот план обсуждается на заседаниях специальной Комиссии по знакам почтовой оплаты при Федеральном агентстве связи. По каждому сюжету марки принимается отдельное решение – достаточно ли важное событие для того, чтобы быть увековеченным на марке? Достаточно ли значимая историческая личность? Мы стараемся учитывать максимальное количество самых разнообразных тем, ведь Россия – это страна не только с богатой историей и культурой, но и с уникальной природой и географией. Поэтому мы посвящаем марки не только событиям давно минувших дней и памятникам архитек-

туры, но и, например, природным паркам, заповедникам. В последние годы мы взяли курс на отображение истории современной России – выпускаем марки, посвященные знаковым событиям в жизни страны. Так, недавно экспедиция Артура Чилингарова (исследователь Арктики и Антарктики, крупный российский ученый-океанолог. – Прим. ред.) впервые в истории погрузилась на дно Северного Ледовитого океана в географической точке Северного полюса. Мы скорректировали план выпуска, утвердили вне очереди тему на комиссии и выпустили марку, посвященную этому уникальному событию.

– Не секрет, что в условиях непростой экономической ситуации потребители сокращают расходы на разные приятные мелочи. Скажите, ощутил ли Издатцентр «Марка» снижение спроса на открытки, марки в 2009 году? Какие антикризисные меры вы предпринимали?

– С одной стороны, мы наблюдаем достаточно большой спад продаж, связанный с тем, что из-за кризиса снизились объемы продаваемых Почтой конвертов. С другой, несмотря на снижение продаж, мы выполнили и даже перевыполнили годовой план. И достигли мы этого за счет увеличения ассортимента. В этом году активно заработал отдел развития, и если раньше мы выпускали, например, только почтовые марки, то теперь стали выпускать полный ассортимент почтовой продукции: конверты первого дня (КПД)\*, специальные папки для марок и т. д. Эта продукция, адресованная в первую очередь филателистам, пользуется большим спросом.

\* Примечание: Конверт первого дня (КПД) – немаркированный конверт, на котором почтовые марки либо блоки погашены в первый день их выпуска; представляет собой самостоятельный вид коллекционирования.

– Знаки почтовой оплаты по степени значимости для федерального почтового оператора можно сравнить с денежными знаками. Очень интересно узнать, случалось ли выявлять фальсифицированные марки, конверты, открытки?

– Марки подделывают точно так же, как и деньги. Еще пять лет назад никто не уделял серьезного внимания борьбе с подделками, однако сейчас, когда стоимость почтовых тарифов выросла в два раза по сравнению с тем периодом, цена вопроса тоже возросла. Мы стали активно бороться с подделками. Для этого разработан специальный комплекс мер. Сегодня практически все стандартные марки имеют семь-восемь элементов защиты: специальные волокна, микротекст, добавки, «проявляющиеся» в инфракрасных и ультрафиолетовых лучах. Благодаря этим мерам количество подделок заметно сократилось.

Художественным маркам (не только у нас, но и во всем мире) обычно не требуется такой широкий защитный комплекс, как на стандартных марках. Главным образом потому, что у художественных марок не такие высокие номиналы – в среднем 10–15 рублей (для сравнения: у почтовых марок номинал до 100 рублей). Это что касается марок. С конвертами пока, к сожалению, все обстоит не настолько хорошо, и это достаточно давняя наша головная боль. В 90-е годы вал фальшивых конвертов превысил все допустимые пределы. В последние годы мы провели ряд мероприятий по усилению защиты. Сегодня бумага, из которой изготавливают конверты, защищена водяными знаками и микротекстом. Подделывать такую бумагу в промышленных масштабах слишком дорого, а при кустарном способе – просто невозможно.

– В каком направлении развиваются технологии защиты от фальсификации на данный момент?

– В ближайшие 5–10 лет нам предстоит совершить серьезный технологический рывок. Почта России переходит на зонально-узловую систему сортировки и перевозки почты. Если раньше вся эта система строилась на основе «область – район – почтамт», то сейчас систему укрупняют и модернизируют. Открылся первый автоматизированный сортировочный центр. В планах – открытие аналогичного центра в Санкт-Петербурге. Новая система сортировки предусматривает создание новых технологий для ускоренной обработки почты. В связи с этим мы начали предпроектные изыскания, цель которых – изучить технологии и возможности перехода на электронные марки, на встраиваемые в конверты микрочипы, которые позволят, во-первых, автоматически обрабатывать почту и сократить устаревшее почтовое оборудование, а во-вторых, выдавать более точную информацию о конвертах, открытках и других почтовых отправлениях в почтовом

мешке. Вплоть до времени их поступления в почтовую сеть, сроков доставки, веса и места отправления.

Такая система уже действует в США и некоторых странах Европы. Для нас это пока слишком дорого, но я думаю, в ближайшие пять лет мы вплотную подойдем к решению этой проблемы. При электронной системе ни о какой подделке речи идти уже не будет.

– В 2009 году «Марка» осуществила шестой выпуск стандартных почтовых марок Российской Федерации, имеющий беспрецедентный уровень защиты. Пользуются ли они спросом?

– Сегодня уже можно утверждать, что на эти марки есть огромный спрос. Что касается их защиты, то мы, во-первых, впервые за всю историю смогли изменить форму перфорации – теперь ее необычная форма стала самостоятельным защитным элементом. Во-вторых, мы обеспечили максимальное число имеющихся защитных элементов плюс добавили к ним новые. Итог этой работы таков, что в ближайшие 5–10 лет я не вижу возможности подделывать шестой стандарт в промышленных масштабах.

Помимо технологических достижений, у этого выпуска есть еще одна особенность – его высокий изобразительный уровень. Наверное, впервые стандартные марки можно поставить в один ряд с художественными.

Мы показали шестой выпуск (его тема – российские кремни) на недавней выставке в Италии и получили очень много лестных отзывов от коллег из Всемирного почтового союза, от представителей почтовых администраций разных стран. Нам говорили буквально, что ничего подобного – ни

## ФАКТ

■ ФГУП «Издательский центр «Марка» – российская компания при Министерстве связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, единственное предприятие России, осуществляющее издание и распространение государственных знаков почтовой оплаты.

■ «Марка» участвует в Административном совете Международной ассоциации издателей каталогов почтовых марок, марочных альбомов и филателистических публикаций, а также во Всемирной ассоциации по развитию филателии, которая действует в рамках Всемирного почтового союза.

с точки зрения технологий, ни с точки зрения эстетического восприятия – они еще не видели.

– Давайте поговорим о достижениях. Расскажите о наиболее значимых для вас наградах, которыми ИТЦ «Марка» было отмечено в 2009 году?

– Самую высокую награду – большую золотую медаль – мы получили в Белоруссии на филателистической выставке, посвященной 65-летию освобождения Белоруссии от фашистов. Вторую значимую для нас награду нам вручили на выставке в Италии, где наша экспозиция, которую мы делали от имени почтовой администрации России, завоевала бронзовую медаль. Если учесть, что в выставке принимали участие около пятидесяти стран, то бронза – весьма достойный результат. Работа в этом направлении продолжится, и у нас будет еще не одна возможность показать, как говорится, товар лицом и продемонстрировать технологические достижения, которые достаточно высоки даже для международного уровня.

– Какие у вас планы на 2010 год?

– Я считаю, что в 2009 году мы реализовали много важных задач. Из значимых событий в первую очередь отмечу выпуск шестого стандарта, о котором мы говорили. Во-вторых, мы научились не только разрабатывать, но и зарабатывать деньги на наших разработках. В-третьих, произошла достаточно радикальная технологическая и организационная перестройка работы редакции с подключением к ней художественного совета и Совета по филателии. В ноябре 2009 года мы подготовили предложение

В 2010 году продолжится серия «К 65-летию Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. Оружие Победы. Бронетанковая техника»



о создании художественного совета при Издатцентре «Марка». В Совет уже вошли Сергей Пресекин – народный художник России, автор многих работ на историческую тематику; Николай Иванович Боровской, народный художник России, академик академии художеств; Алексей Федулов, декан Московского государственного университета печати, ведущий художник Гознака. Мы хотим, чтобы наши работы проходили через достаточно жесткий отбор, осуществляемый признанными экспертами и специалистами в области изобразительного искусства. С другой стороны, эти эксперты и специалисты помогут нам находить новых художников, ведь одна из наших задач – максимально расширить набор художественных стилей и технических методов. Например, в следующем году мы выпустим марку, посвященную природному заповеднику «Куршская коса». Там будет одна забавная техническая деталь: песок, изображенный на марке, будет восприниматься на ощупь.

– Еще один вопрос – предпраздничный. Готовятся ли к грядущему празднованию 65-летия Победы в Издатцентре «Марка» и каким образом?

– В России почтовые марки выпускаются ко всем важным юбилейным датам и в сериях.

Военная тема одна из востребованных тем в филателии. Особенно накануне 65-летия Победы в ВОВ. Мы уже начали выпуск маркированной и сувенирной продукции, посвященной этой теме. В 2009 году вышла продукция в серии «К 65-летию Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. Оружие Победы», посвященная стрелковому оружию. Был начат выпуск серии «Города воинской славы», посвященный Белгороду, Курску, Орлу, Полярному, Ржеву. В 2010 году продолжится серия «К 65-летию Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. Оружие Победы. Бронетанковая техника». Будет выпущен почтовый блок «65 лет Победы в Великой Отечественной войне». Выйдут художественные марки «Города воинской славы», продолжение серии: Малгобек, Елец, Ельня, Воронеж, Луга. Художественные маркированные конверты, конверт с оплаченным тарифом «Письмо ветерана», разнообразная сувенирная продукция. Выпуски марок, посвященных оружию Победы и городам воинской славы, предполагается продолжить и в последующие годы. Как видите, у нас много планов. Главное и в этом году, и на годы вперед – сохранить активность и не растерять все то, что было накоплено за 150 лет в области издания марок в России.



## Министр поддержал почтальонов



Как отметил Игорь Щеголев во время своего выступления на Правительственном часе в Государственной Думе, министерство первым обратило внимание на те последствия, которые возникают в связи с сокращением тарифа на доставку пенсий. По его словам, Минкомсвязи в настоящее время ведет активный диалог с Министерством финансов и Минздравсоцразвития с тем, чтобы найти выход из сложившейся ситуации. «Одна из основных проблем в том, что на рынке работает много

альтернативных операторов, которые заходят на самые привлекательные участки, доставляют пенсии, снимают с этого основную прибыль. А Почта вынуждена, несмотря ни на что, доставлять пенсии по всей стране, поскольку это государственное предприятие с социальными задачами. «Мы считаем, – сказал Игорь Щеголев, – что здесь просто субсидиями решения не добиться. Решение должно быть системным, и, в частности, мы обсуждаем с коллегами вариант перехода к лицензированию такой услуги, как доставка пенсии, с тем, чтобы если кто-то заходит в какой-то регион и собирается доставлять там пенсии, то он обязан делать это по всему региону. Чтобы компании не только «снимали



сливки», а чтобы все работали в равных условиях. Мы понимаем, конечно, что при таком подходе никто, кроме нашей с вами любимой Почты, такую задачу решить не сможет», – заверил Игорь Щеголев депутатов.

«Российская газета», 26.01.2010

# Свежая пресса

## Обзор публикаций за месяц

«Прайм-ТАСС», 26.01.2010



Доход ФГУП «Почты России» от услуг экспресс-доставки в 2009 году вырос на 31% – до 1,8 млрд руб. Как сообщил директор филиала «EMS Почта России» Александр Тимофеев, объем обрабатываемых филиалом экспресс-отправлений в 2009 году составил 3,4 млн штук. Соотношение внутрироссийских и международных отправок составило 80% и 20% соответственно. По итогам 2009 года рост внутрироссийских отправок составил 33%, международных отправок снизился на 2%. По собственным оценкам, доля «EMS Почты России» на рынке экспресс-доставки в 2009 году составила 16% по сравнению с 7% в 2005 года.





# ИЗВЕСТИЯ

«Известия», 05.02.2010

## Почта России сохранила подписные тиражи

Согласно подведенным итогам подписной кампании на первое полугодие 2010 года, ситуация на рынке подписки демонстрирует устойчивую стабильность. Благодаря стимулирующим мерам государства и Почты России, в том числе сдерживанию тарифов на услугу подписки, которые остаются равнозначными тарифам второго полугодия 2008 года, и предоставлению скидок подписчикам самых массовых федеральных и региональных изданий, падение подписных тиражей замедлилось более чем в полтора раза. В целом по стране подписной тираж на первое полугодие 2010 года составил

30 млн экземпляров, насыщенность периодическими печатными изданиями на тысячу жителей в целом по России составляет 217 экземпляров. С 1 февраля во всех отделениях почтовой связи стартовала досрочная подписка на второе полугодие 2010 года на ряд областных и центральных печатных изданий. Основное преимущество досрочного подписного периода в том, что читатель получает возможность оформить подписку по старым ценам издательств. Досрочная подписка продлится до 1 апреля 2010 года, после чего начнется основной период подписной кампании.

## C•news

CNews.ru, 03.02.2010

### 2 млн единых карт оплаты

Почта России выпустила 2 млн единых карт оплаты универсальных услуг связи. С февраля этого года их можно приобрести во всех почтовых

отделениях страны. Единые карты оплаты – это пластиковые карты, позволяющие оплачивать универсальные услуги связи как с использованием таксофонов, так и с использованием пунктов коллективного доступа к сети Интернет (ПКД). Клиенты Почты России могут воспользоваться всеми преимуществами единой карты оплаты универсальных услуг связи: доступом к услугам внутризоновой, междугородной и международной телефонной связи, информационно-справочной службе, к сети Интернет, бесплатному вызову экстренных оперативных служб и др.



РИА «Новости», 05.01.2010

### Почта России построит в Новосибирске крупный распределительный комплекс

«Почта России в 2010 году начнет строить на территории промышленно-логистического парка (ПЛП) под Новосибирском третий в России распределительный автоматизированный комплекс стоимостью 1,3 млрд рублей», – сообщил журналистам первый вице-губернатор Новосибирской области Василий Юрченко. По его словам, комплекс будет работать на территории Красноярского края, в Томской, Кемеровской, Новосибирской областях с перспективой охвата других территорий. Он отметил, что комплекс должен быть введен в эксплуатацию в 2011 году.

# Фаниль Минниханов: Перспективы сотрудничества с Почтой России есть, и они интересны

Капитан 1 ранга Фаниль Минниханов, заместитель начальника Управления фельдъегерско-почтовой связи Вооруженных Сил Российской Федерации (Управления ФПС ВС РФ), работает в этой системе уже десять лет и знает многие тонкости ее функционирования. Он с улыбкой вспоминает, что охотно писал письма, когда пошел учиться в военно-морское училище, – регулярно оправлял их матери и не только. Когда стал офицером – тоже писал, но уже меньше. Сейчас в основном отправляет и получает служебные сообщения. Корреспондент журнала «Почта России» встретился с Фанилем Миннихановым, чтобы поговорить о буднях военной почты.

—  аниль Зуфарович, в чем сегодня заключается специфика работы Управления ФПС ВС РФ?

– В настоящее время в России в соответствии с Федеральным законом «О почтовой связи» существует четыре вида почтовой связи. Во-первых, речь идет о федеральной фельдъегерской связи, которая обеспечивает

доставку корреспонденции органов исполнительной власти. Во-вторых, о почтовой связи общего пользования, осуществляемой в основном национальным оператором – ФГУП «Почта России». В-третьих, о специальной связи, имеющей право на перевозку специальных грузов. И, наконец, о собственно фельдъегерско-почтовой связи федерального органа исполнительной власти в области обороны.

К слову, в других силовых структурах подобных подразделений фельдъегерско-почтовой связи и соответствующей сети нет. Военная почта – фельдъегерско-почтовая связь Вооруженных Сил – по почтовому обеспечению является составной частью единого почтового пространства России. Во всем, что касается оформления простых и регистрируемых почтовых отправлений и основных технологических операций, мы руководствуемся соответствующими ведомственными документами, действующими в сфере почтовой связи.



## СПРАВКА

Центральный узел фельдъегерско-почтовой связи Вооруженных Сил РФ обслуживает более 1000 органов военного управления, воинских частей и организаций МО РФ только в Московском регионе, где организовано 35 автомобильных и пеших маршрутов протяженностью более 1600 км. Ежедневно им обрабатывается и доставляется около 5000 служебных и почтовых отправок.

## ФАКТ

■ Военно-полевую почту учредил 30 марта (по новому стилю 10 апреля) 1716 года Петр Первый. Сегодня она сосредоточена только в фельдъегерско-почтовой службе.

■ В годы Великой Отечественной войны на полевую почту приходилось более 90% всей переписки страны. Центральный узел фельдъегерско-почтовой связи Вооруженных Сил был организован в первые дни войны – 23 июня 1941 года.

Управление ФПС ВС РФ подчиняется начальнику Связи Вооруженных Сил, начальнику Генерального штаба ВС РФ, министру обороны РФ.

Фельдъегерско-почтовая связь занимается почтовым обеспечением воинских частей на территории России, российских военных баз и групп войск, находящихся за пределами нашего государства: в Таджикистане, Армении, Приднестровье и др., а также в тех местах, где не функционирует Почта России. Чаще всего это закрытые военные городки, в которых отсутствуют в силу различных причин

гражданские отделения почтовой связи. Раньше, например на о. Новая Земля, были такие отделения, однако в 90-е годы Минкомсвязи стало экономически невыгодно содержать их, и оно целиком свернуло доставку почты на этот остров.

– Но выход нашелся?

– Теперь и военное, и гражданское население о. Новая Земля обеспечивается почтой фельдъегерско-почтовой связью. Она осуществляет доставку служебной почты и почтовых отправок, которыми занимается Почта России. Налажены каналы

взаимодействием и с другими структурами, о которых говорилось выше (с ними сотрудничество идет по части доставки служебной корреспонденции). Такой подход легко объяснить: в своей деятельности виды почтовой связи априори должны взаимодействовать. Это в интересах как почтовой отрасли, так и государства в целом. Существует ряд нормативных документов, определяющих это взаимодействие: с какими-то из этих структур у Управления ФПС ВС РФ есть либо совместные приказы, либо совместные инструк-



ции, либо согласованные планы. На основе этих документов и государственных контрактов и договоров строятся производственные отношения. Например, с Почтой России заключено несколько договоров – по приему почтовых отправлений, по эксплуатации франкировальных машин, по закупке у Почты и рассылке по частям Вооруженных Сил маркированных почтовых конвертов для воинской корреспонденции. Сейчас планируем заключить договор на экспресс-доставку – на пересылку почтовых отправлений военным за границей Российской Федерации. Как правило, это экипажи боевых кораблей, которые, заходя в заграничные порты с плановыми визитами, по каналам экспресс-доставки будут получать почтовые отправления – письма, посылки.

## Солдатский конверт

Основными заказчиками конвертов для воинских отправок являются Министерство обороны, МЧС России, Федеральная служба охраны и другие организации. С силовыми ведомствами у ФГУП «Почта России» заключены государственные контракты. Взаимодействие происходит по следующей схеме: силовики сообщают в виде заявок свою потребность в конвертах в разрезе регионов и войсковых частей. Почта России эти заявки консолидирует, составляет сводный график для Издатцентра «Марка». «Марка» печатает конверты и передает их для отправки в регионы в филиал Почты России – Главный центр магистральных перевозок почты (ГЦМПП). Оттуда конверты на основании разрядок направляются в регионы – все в соответствии с графиком.

Солдаты в воинских частях получают конверты, пишут письма, отправляют послания домой. Заметим, что на территории Российской Федерации доставку почтовых отправок разряда «воинское» осуществляет ФГУП «Почта России».

ФАКТ

– Как узнать военную почту?

– В районе дислокации воинских частей всегда обозначается, где находится почта. Вообще же, фельдъегерско-почтовая связь ВС РФ – это совокупность узлов (аналогов межрайонных почтамтов), станций и обменных пунктов, располагающихся на территориях военных округов, флотов (военных баз), которые, собственно, и занимаются доставкой почтовых отправок. Фельдъегерско-почтовая связь имеет функции и общей почтовой связи, и курьерской почты, обслуживая воинские части и органы военного управления, которые к ним приписаны. Во всех округах, на всех флотах, во всех гарнизонах есть ее подразделения. Они организуют

доставку почтовой корреспонденции – авиационными, железнодорожными, автомобильными и пешими маршрутами. Ежегодно это тысячи тонн корреспонденции.

При этом сеть не позволяет в полном объеме обеспечить всю потребность Вооруженных Сил. Там, где нет ее маршрутов, приходится прибегать к услугам специальной связи, Государственной фельдъегерской службы России или Почты России. Собственно, это и называется эффективным использованием сети почтовой связи. Хотя процент привлечения сторонних организаций все-таки не очень большой: здесь свою роль играют экономические соображения.

Федеральным законом № 94-ФЗ, руководящим документом, определяющим порядок оказания услуг в Министерстве обороны, регламентируется порядок размещения заказов, в том числе и на услуги Почты. В принципе, нужно объявлять конкурсные торги на оказание этих услуг. Однако с учетом малых возможностей других почтовых операторов, их скромных сил на тех направлениях, где хотелось бы ускорить доставку, воспользоваться их услугами, к сожалению, не удастся даже на конкурсных началах. Более





80% почтовых операторов, имеющих лицензии, охватывают рынок Москвы, Санкт-Петербурга и ряда крупных городов. У фельдъегерско-почтовой связи ВС РФ достаточно своих сил в этих регионах. Поэтому нет настоящей необходимости прибегать к услугам операторов, альтернативных Почте России.

– Каковы объемы переписки, убыточна ли военная почта?

– Федеральный закон № 76-ФЗ с 2005 года изменил порядок бесплатной пересылки корреспонденции военнослужащих по призыву. Специальные конверты для военнослужащих, проходящих военную службу по призыву, введены соответствующим приказом министра обороны. Прошла полемика, сколько конвертов выдавать солдату. Воспитательные органы Вооруженных Сил сейчас определяют потребность в 10–12 штук в месяц. Думается, настала необходимость это число несколько уменьшить.

До 2005 года воинская корреспонденция была убыточна для Почты России. Треугольные штампы извещали: «Письмо военнослужащего по призыву – бесплатно». Сейчас ситуация в корне изменилась, убыточности воинских отправок по вине Министерства обороны

нет. Услуга оплачивается в полном объеме по универсальному тарифу – за каждое отправленное солдатом письмо. Сам же универсальный тариф регулируется Федеральной службой по тарифам. Каких-то злоупотреблений здесь просто не может быть. Система за пять лет отработана – налажены планирование и учет, своевременно поступает отчетность из округов и флотов.

– Какие-нибудь сложности возникают с воинскими отправлениями?

– Проблемные вопросы с почтовыми отправлениями есть в первую очередь у воинских контингентов за пределами России – в Таджикистане и Армении – и в труднодоступных районах, где бывают сложности с регулярным авиационным со-

общением. Сказывается малая периодичность полетов, присутствуют объективные факторы, не зависящие от нашей службы, иногда возникают перебои, в том числе и связанные с погодными условиями. Когда есть транспорт и возможности, стараемся работать без задержек. В штате Центрального узла ФПС трудятся и военнослужащие, и гражданский персонал. Но так как авиа- и железнодорожные маршруты требуют ненормированного рабочего дня и предполагают тяжелые условия по перегрузке почты, то



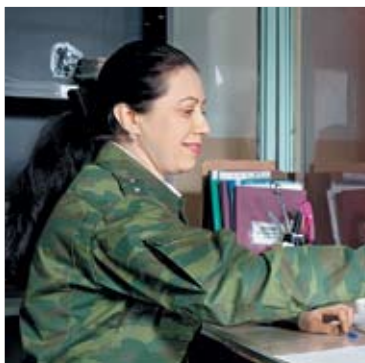
## ФАКТ

### С красной полосой

Согласно приказу ФГУП «Почта России» от 27.02.2006 года № 76 под почтовыми отправлениями разряда «воинское» понимаются простые письма, пересылаемые в маркированных конвертах военнослужащими, проходящими службу по призыву, а также простые письма, адресованные им.

Предпосылкой появления этого разряда почтовых отправок явились изменения, внесенные с 1 января 2005 г. в ст. 20 Федерального закона от 27.05.1998 № 76-ФЗ «О статусе военнослужащих» Федеральным законом № 122-ФЗ от 22.08.2004. Изменения касались предоставления услуг почтовой связи силовым ведомствам на возмездной основе. Первый государственный контракт между ФГУП «Почта России» и Министерством обороны Российской Федерации на поставку специальных маркированных конвертов, предназначенных для пересылки простых писем военнослужащих, был заключен в 2005 году. Заметим, что до этого времени бесплатные услуги почтовой связи, предоставляемые военнослужащим срочной службы, должно было компенсировать государство, однако на практике Почта делала это за счет собственных средств и несла миллионные убытки. Сегодня ситуация несколько изменилась.

Затраты на прием, обработку и доставку писем теперь оплачивают почтовикам Министерство обороны и другие силовые ведомства. Они заказывают и приобретают у Почты России специальные конверты с красной окантовкой, полосой и надписью «Воинская корреспонденция». (Разумеется, это конверт с литером «А», обозначающим оплату пересылки письма.) Такие конверты с отличием нужны для более оперативной обработки и учета воинской корреспонденции.



гражданский персонал мы сюда не привлекаем. Он, как правило, занимается обработкой корреспонденции на стационарных объектах структуры. На маршрутах доставки обычно работают военнослужащие. Одним из преимуществ такого подхода является также и то, что они вооружены табельным оружием.

– Каково в армии отношение к эпистолярному жанру?

– Воспитательные органы в воинских частях имеют строгие указания стимулировать пере-

писку с родными и близкими. Более того, есть такая культурно-досуговая форма работы, которая называется «Час солдатского (матросского) письма». Она пришла еще из Советской Армии и ВМФ. Каждый солдат в комнате отдыха под руководством командира подразделения или старшины регулярно пишет письма. Получается, что он делает это минимум четыре раза в месяц. Ограничений по количеству писем нет: хочет военнослужащий писать чаще – есть такая возможность.

Другое дело, что солдаты по собственному желанию стали отсылать меньше писем. Такое положение легко объяснимо. Зачастую они приходят на службу с мобильными телефонами – так им общаться, по-видимому, значительно проще. Сейчас с развитием телефонной связи мы также будем предлагать им альтернативный способ связаться с родной. Но реальное воплощение этого вопроса – в компетенции воспитательных органов и социологических служб.

– При желании солдатским письмом можно переслать сведения служебного характера?

– Да, такое вполне возможно. Ведь согласно статье 23 Российской Конституции «каждый человек имеет право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений». Ограничение этого права допускается только на основании судебного решения, а незакон-

## МНЕНИЕ

# Было бы желание

Татьяна Алексеева, главный специалист отдела почтовой рассылки Департамента по работе с федеральными клиентами Дирекции почтовых услуг:

– По опыту своей работы с силовыми структурами могу ответственно заявить, что армия – это порядок, во многих случаях даже образцовый порядок. Серьезные вопросы при работе с военными, конечно, возникают, но они настолько быстро решаются, что и не оставляют после себя впечатления проблем. Это просто рабочие ситуации. Сегодня жизнь в стране относительно

стабильна. В Чечне, например, в настоящий момент функционирует сеть почтовых отделений, и люди там стараются работать без перебоев, чтобы в том числе оперативно обеспечить доставку отправлений военнослужащих. В России воинским отправлением считается простое письмо в специальном конверте. В стоимость маркированного конверта «Воинская

корреспонденция» включается тариф на пересылку простого письма массой до 20 г в пределах Российской Федерации, устанавливаемый приказом Федеральной службы по тарифам, затраты ФГУП «ИТЦ «Марка» на изготовление конверта и затраты Почты на доставку его в регионы для передачи войсковым частям. Планируемая стоимость конвер-

ное нарушение права преследуется в уголовном порядке. Ограничения установлены и законом «О почтовой связи». Солдатам объясняют, каков порядок написания адреса, что нельзя писать на адресной части. О недопустимых вложениях мы тоже рассказываем. А вот специально письма не просматриваем. Люди приходят в армию грамотные и должны понимать, что и как. У нас не было сигналов, что случались какие-то возвраты с подозрением на незаконные вложения.

– А каково сегодня отношение солдат к письмам и посылкам, которые приходят в часть?

– По большому счету ничего не изменилось. Солдат также рад банке сгущенки и пачке печенья. Все равно это весточка из дома, часть другой, гражданской жизни. Посылки как шли, так и идут от родителей. Но, может быть, в несколько меньшем количестве. Сегодня



солдат, выйдя в увольнение и имея наличные деньги, может купить многое сам. Получается и проще, и не так затратно. Бандероли сейчас востребованы в меньшей степени: в соответствии с правилами оказания услуг почтовой связи имеются ограничения по товарному вложению.

Именно солдату или матросу, находящемуся в возрасте становления, понимание того, что его помнят, ждут, любят, очень важно. Это будет нужно всегда, и это ощущение заменить ничем нельзя. Посылки и письма, предназначенные для нашего

полигона на о. Новая Земля, куда Почта России добраться не может, мы поставляем тоннами на большегрузном самолете через Архангельск. Он летает туда один-два раза в месяц. И поверьте, почта – огромная радость для людей, несущих нелегкую службу.

– На ваш взгляд, нужны ли инновации, к которым стремятся почтовики? И как они скажутся на взаимодействии с той же Почтой России?

– Во-первых, инновации самой Почты России мы всячески приветствуем, так как повышается



та «Воинская корреспонденция» на 2010 год составляет 12 руб. 05 коп. Несмотря на то что тариф на конверты «Воинская корреспонденция» ежегодно увеличивается пропорционально росту стоимости пересылки простого письма, затратам на изготовление конвертов и расходам Почты России на их транспортировку в регионы, он, как и тарифы на другие социально-ориентированные услуги, является убыточным и не покрывает фактических расходов предприятия. Услуга по пересылке воинской корреспонденции оказывается стабильно. Конечно, конкурентное влияние мобильной связи или Интернета в настоящий момент чувствуется. Но солдаты пишут домой, потому что письма имеют

ряд существенных преимуществ перед другими видами общения на расстоянии. Во-первых, воинская корреспонденция бесплатна для военнослужащих и их родных и близких. Во-вторых, письмо всегда содержит больше информации, чем короткий телефонный разговор, SMS или электронное сообщение. Оно является одним из лучших проявлений заботы о самых дорогих людях. В-третьих, написание писем поддерживает уровень знаний солдат, полученных в учебных заведениях, а иногда раскрывает настоящие литературные таланты. Будем надеяться, что и в предстоящем году ребята не забудут написать тем, кто дорог, а доставку им самых добрых и долгожданных ответов мы берем на себя!

## ФАКТ

### Писать меньше не стали

Всего в 2005–2009 годах силовым ведомствам в разрезе войсковых частей было поставлено 235,9 млн специальных маркированных конвертов. Что до динамики количества воинских отправок, то в 2005–2007 годах наблюдалось снижение объемов в среднем на 17% в год. Причины банальны: сокращалось количество солдат, распространялись сотовые телефоны, Интернет. Однако в 2008–2009 годах произошла стабилизация. Достигнув определенного уровня, объемы продолжают сохраняться, падения нет.



отправлений, оформлению документации. Следовательно, мы не должны отпускать почтовиков далеко вперед.

Сейчас мы решаем вопросы по внедрению автоматизированной системы контроля прохождения почтовых отправок. Она уже работает в Почте России, собираемся ввести ее в ФПС. В первую очередь имеются в виду регистрируемые почтовые отправления. Возникает много вопросов по многооборотной почтовой таре – это тоже поле деятельности для нас.

Есть ряд других аспектов. Например, готовим полное внедрение электронных переводов денежных средств. Мы уже сделали первые шаги, выходим на договор и апробацию тех технических устройств, которые Почта России нам предоставит, чтобы включить наши объекты, которые занимаются переводными операциями, в единую систему почтовых переводов. Все полевые почты за границей (станции фельдъегерско-почтовой связи)

занимаются переводными операциями, и переводы идут на бумажных носителях. Следовательно, их необходимо перевести в электронный вид. Пока нет возможности делать это непосредственно за границей: там пока отсутствуют электронные каналы передачи и аппаратура для включения их в единую базу данных Почты России. Но сейчас мы над этим работаем. Пока же бумажный носитель будет приходить в Москву на Центральный узел фельдъегерско-почтовой связи. Здесь он будет преобразовываться в электронный вид и включаться в общую сеть Почты России в плане единой системы переводных операций. Надеюсь, к исходу 2010 года мы эту работу завершим.

Также планируем оснащение узлов и станций фельдъегерско-почтовой связи почтотерминалами с пакетом прикладных программ WinPost.

В общем, перспективы есть, и они интересны.

качество обслуживания объектами почтовой связи не только населения, но и воинских частей, учреждений Минобороны, наших военнослужащих и членов их семей. В конце концов это повышает качество и нашего обслуживания. Инновации, которые в последнее время имеют очень хорошую динамику, нам по душе. Если Почта будет работать лучше, фельдъегерско-почтовой связи это тоже пойдет в плюс, а значит, положительные перемены почувствуют и должностные лица, и простые граждане. Во-вторых, мы используем единые почтовые технологии с Почтой России: договор по взаимному обмену почтой предполагает одинаковые формы, виды, разряды отправок, одинаковые подходы к учету, хранению, перевозке почтовых





# Мировая практика военных отправлений

Основная особенность военных почтовых систем – государственные субсидии, необходимые, чтобы почтовое сообщение между военными формированиями внутри и за границей страны стоило отправителю не больше, чем обычное письмо.

Во многих странах письма и посылки, посылаемые между военными почтовыми отделениями внутри страны, освобождены от уплаты почтовых тарифов. Так, почтовые отделения в США принимают письма и посылки, адресованные военнослужащим, и доставляют их в военные части в США или, если отправления адресованы за рубеж, в специальные почтовые отделения, расположенные в Нью-Йорке, Ньюарке, Сан-Франциско, Майами и Чикаго. Оттуда почтовая служба организует доставку по адресам за рубежом, хотя финансируют ее военные. Реальная стоимость доставки этих почтовых отправлений значительно превышает те тарифы, по которым она осуществляется.

Служащие Вооруженных сил США с 1980 года могут посылать домой письма и посылки бесплатно, кроме того, они могут послать своим близким или друзьям ваучеры на бесплатное отправление писем в места их дислокации, если служат в горячих точках. Для осуществления почтового сообщения с Вооруженными силами страны создано Военное агентство почтовой службы (MPSA), которое подчиняется правилам Почтовой службы США (USPS), федеральным законам и различным международным законам и соглашениям в области движения военной почты более чем в 85 стран. Оплачивают работу MPSA военные – армия, флот, воздушные силы, морская пехота и т. д. Это позволяет им контролировать все военные почтовые активы как внутри страны, так и за рубежом. Среди услуг, предоставляемых MPSA своим клиентам, – заказные почтовые отправления, зарегистрированные почтовые отправления, уведомление о вручении, ценные письма, свидетельство об отправке, квитанции о получении и т. д.



Почтовая служба Вооруженных сил Великобритании (BFPO) с 1882 года предоставляет почтовые услуги военнослужащим Ее Величества. Она работает отдельно от почтовой службы страны Royal Mail. Система адресов BFPO используется для доставки почтовых отправлений внутри Великобритании и в другие страны мира – отправитель должен адресовать письмо по верному номеру BFPO, а не просто в ту часть или страну, где служит солдат.

Для отправки писем в районы военных действий BFPO создало услугу гибридной почты, известную как e-Bluey. Отправитель заполняет форму на веб-сайте военной почтовой службы, затем письмо распечатывают и доставляют адресату через традиционную систему военной почты. Письма от солдат, служащих в районах военных действий, распечатывают в Великобритании, и затем Royal Mail доставляет их по адресам. Услуга гибридной почты начала функционировать за неделю до Рождества 2000 года, в 2005 году в нее добавили возможность отправки фотографий.

В настоящее время BFPO работает более чем в 80 странах мира и на британских военных кораблях. Доставка писем за рубеж полностью

субсидировалась Вооруженными силами Великобритании до осени 2009 года, когда в целях снижения расходов субсидирование отправки почтовых сообщений в некоторые районы размещения британских войск было прекращено. В следующем году правительство намерено закрыть 11 военных почтовых центров в Европе и на американской военной базе в Норфолке, в штате Виргиния, – это позволит Вооруженным силам Великобритании значительно экономить. До сих пор во все зарубежные места размещения войск письма доставлялись по внутренним британским тарифам, однако теперь Вооруженные силы не смогут обеспечить столь низкую стоимость отправки почтовых сообщений за рубеж.

Почтовая служба Канады (Canada Post) также доставляет письма канадским войскам в зонах военных действий бесплатно. В прошлом году почтовая служба страны объявила, что продолжит программу, которую начала проводить четыре года назад. Бесплатным почтовым сообщением могут пользоваться канадские солдаты, проходящие службу в Афганистане, Боснии и Герцеговине, Синае и Иерусалиме и других горячих точках. Их семьи и друзья смогут посылать им письма бесплатно весь 2010 год, в конце этого периода почтовая служба страны совместно с Министерством обороны проведет оценку программы. Бесплатная отправка посылок военнослужащим осуществляется в период рождественских и новогодних праздников – с 26 октября 2009 года по 15 января 2010 года. В прошлом году за период праздников Почта Канады доставила солдатам 21 тыс. посылок.

Символом почтовой связи были и остаются почтовые ящики: первый из них установлен в Париже в 1653 году. В нашей стране они вошли в обиход примерно спустя двести лет, а в 1893 году в Российской империи их было уже 11 320 штук. Можно только представить, сколь обширное и беспокойное хозяйство представляют они сегодня: это ящики, установленные на улицах, в почтовых отделениях связи, а также устанавливаемые почтовые абонентские шкафы, именуемые в просторечии почтовыми ящиками (чтобы не путаться в терминах, предлагаем читателям небольшой словарь). От состояния сети почтовых ящиков напрямую зависит сохранность почтовых отправлений. О том, как сегодня решается задача сбора и доставки почтовых отправлений, журналу «Почта России» рассказывают руководитель группы доставочной службы отдела внутрирегиональной логистики и доставки Дирекции по организации производственных процессов Светлана Антонова и Станислав Михалев, руководитель отдела организации эксплуатации почтообработывающего оборудования Дирекции по организации производственных процессов.



# Не откладывая в долгий ящик

Дано

**П**очтовые ящики. Сегодня в стране установлено 148 320 почтовых ящиков различных типов для сбора письменной корреспонденции, что в основном соответствует действующим нормативам развития и размещения сети отделений и пунктов почтовой связи, утвержденным Приказом Минсвязи СССР № 178 от 27.04.1981 года. Искомое коли-

текст  
Виктор Лисун  
фото  
Юрий Казачков

чество ящиков определяется из расчета 2–4 штуки на 1 кв. км селитебной (предназначенной для строительства жилых домов, общественных зданий и т. д.) территории. Из общего числа ящиков в городской местности установлено 53 920 (в том числе в административных центрах субъектов Федерации – 17 тыс.), в сельской – 94 400 штук. Организации федеральной почтовой связи имеют право

на безвозмездное размещение почтовых ящиков на стенах жилых и административных зданий, в других удобных для населения местах. Заметим, что число почтовых ящиков сильно сократилось по сравнению с временами СССР. Это объясняется тем, что в Советском Союзе ежегодно отправлялось около 10–11 млрд единиц письменной корреспонденции, а в современной России – 1,5 млрд.



## СЛОВАРЬ

**Абонементный почтовый шкаф** – устанавливаемый в объектах почтовой связи специальный шкаф с запирающимися ячейками, которые абонируются на определенный срок адресатами для получения почтовых отправлений.

**Абонентский почтовый шкаф** – специальный шкаф с запирающимися ячейками. Устанавливается в жилых домах, а также на доставочных участках. Предназначен для получения адресатами почтовых отправлений.

**Абонентский почтовый ящик** – специальный запирающийся ящик для получения адресатами почтовых отправлений.

**Адресат** – гражданин или организация, которым адресованы почтовое отправление, почтовый перевод денежных средств, телеграфное или иное сообщение.

**Почтовый шкаф опорного пункта** – специальный запирающийся шкаф для временного хранения почтовых отправлений на доставочных участках или для получения адресатами почтовых отправлений.

**Почтовый ящик** – специальный запирающийся ящик для сбора простых писем и почтовых карточек.

Почтовые ящики – это имущество, которое всегда являлось собственностью Российской почты, и она отвечает за развитие их сети, внешний вид и техническое состояние.

Принципиально ящики подразделяются на:

- ящики с механизированной выемкой корреспонденции (ЯПМК различных типов) посредством очищающей рамки ОРК («рамки Лещенко») с нанесением оттиска пуансона на

контрольную карточку. Такие ящики устанавливаются в городской местности, в основном на зданиях;

- ящики с ручной выемкой через открывающуюся боковую дверцу (типа ЯПР и др.) – размещаются в основном в сельской местности, а также внутри объектов почтовой связи. Такие ящики до середины 80-х годов выпускались Ахтырским (Украина), а затем Барабинским и Пермским заводами

«Промсвязь» Минсвязи СССР. В настоящее время производство почтовых ящиков сосредоточено в ОАО «Промсвязь» (г. Пермь).

«Если говорить о состоянии этой категории оборудования сегодня, то достаточно сказать, что 70% всех ящиков находятся



в эксплуатации более 20 лет. Естественно, остро стоит вопрос об их обновлении. В активизации процесса сыграли свою роль значительный физический износ, моральное старение (несовременный дизайн и пр.) и несовершенство системы контроля выемки», – рассказывает Станислав Михалев, руководитель отдела организации эксплуатации почтооборудовывающего оборудования Дирекции по организации производственных процессов.

**Абонентские почтовые шкафы.** В соответствии с Законом о почтовой связи (ст. 31) абонентские почтовые шкафы устанавливаются строительными орга-

Светлана Антонова, руководитель группы доставочной службы отдела внутрирегиональной логистики и доставки Дирекции по организации производственных процессов

Тот, кто выписывает дорогие издания, как правило, пользуется абонентскими шкафами почтового отделения либо выписывает их до востребования

низациями на первых этажах многоэтажных жилых домов. Расходы на их приобретение и установку включаются в смету строительства. Обслуживание, ремонт и замена абонентских почтовых шкафов возлагаются на собственников жилых домов или жилищно-эксплуатационные организации.

Казалось бы, собственники жилья должны быть заинтересованы в поддержании абонентских почтовых шкафов (ящичков) в хорошем состоянии, но не все так однозначно. Светлана Антонова, руководитель группы доставочной службы отдела внутрирегиональной логистики и доставки Дирекции по организации производственных процессов, акцентирует внимание и на проблеме вандализма. «К сожалению, состояние почтовых абонентских шкафов, прежде всего в подъездах многоквартирных домов, ужасающее. Почему точкой приложения деструктивных сил подростки выбирают почтовые шкафы – необъяснимо. И чем ближе к городским окраинам, тем они разрушены сильнее. Более благоприятная ситуация в частном секторе и там, где организованы то-

варищества собственников жилья: люди отвечают за свои подъезды и индивидуальные ящички», – рассказывает она. Возможную причину Светлана Ивановна видит в том, что население не стремится получать корреспонденцию в личный ящик. «В последние годы сократились объемы письменной корреспонденции, резко упала подписка. Помню, один из клиентов выписывал 42 наименования разных изданий, а сегодня далеко не каждая семья получает газету. Поэтому основной объем составляют реклама, простая корреспонденция, извещения для регистрируемой почтовой корреспонденции. Тот, кто выписывает дорогие издания, как правило, пользуется абонентскими шкафами почтового отделения либо выписывают их до востребования». Почтальоны не теряют надежды на исправление ситуации – ежедневно вносят заявки в журнал доставочных участков, если встречают какие-то неисправности. Далее начальник отделения почтовой связи передает информацию в диспетчерскую ДЭЗ. К сожалению, этим зачастую все и ограничивается.

### Требуется

Сохранить, развить, усовершенствовать существующую сеть почтовых ящиков и абонентских шкафов.

### Решение

**Действие 1: усовершенствовать сбор корреспонденции.** С ящиками для сбора писем проводилось немало экспериментов. В 70–80-е годы для ускорения обработки устанавливались ящички двух цветов: красного – для местной корреспонденции и синего – для иногородней. В связи с массовым внедрением автоматических

письмообработывающих машин были разработаны и апробированы ящики с упорядоченной укладкой писем – ЯГУП, обеспечивающие подготовку пачки писем непосредственно для машинной обработки, были попытки изменения способов контроля выемки и т. д.

Вообще, прогресс неминуем. Пять лет назад по заказу ФГУП «Почта России» был организован тендер на разработку почтовых ящиков современного дизайна и с электронной системой контроля выемки. Тендер на разработку нового оборудования среди четырех организаций выиграло ОАО «Промсвязь» (г. Пермь). На ящик с механизированной выемкой ставится датчик (радиометка), а на очищающей рамке – устройство для считывания. При объезде маршрута и очистке ящиков происходит запоминание всех считанных меток: рамка привозится ответственному лицу, которое получает информацию о времени считывания, все данные маршрута и т. д. в электронном виде.

После проведения эксплуатационных испытаний опытной партии в октябре 2006 года ящики были рекомендованы к серийному производству и применению. Увы, рекомендации тогда остались рекомендациями: не было средств. Первая опытно-промышленная партия появилась только в 2009 году и разошлась по нескольким регионам. Сегодня общее количество поставленных на сеть ящиков нового образца – 1160 штук, в том числе 460 с электронной системой контроля выемки. В первом квартале 2010 года в регионы будет допоставлено еще около 2100 таких ящиков. Электронная система контроля выемки этих ящиков (ЭСКВ) позволяет автоматизировать учет фактического

времени выемки с точностью до минуты и таким образом более эффективно контролировать ее своевременность и принимать меры, направленные на сокращение сроков прохождения и доставки письменной корреспонденции. ЭСКВ позволяет фиксировать время нахождения автомобиля на выемке и отклонения водителей от маршрута, не произведенные выемки и разницу между расписанием и фактическим временем выемки, автоматизировать оформление и хранение данных по каждому маршруту. Это, согласитесь, оптимизирует время работников.



Станислав Михалев, руководитель отдела организации эксплуатации почтообработывающего оборудования Дирекции по организации производственных процессов

**Действие 2: предложить оптимальные варианты доставки.** На помощь почтовикам приходит не только электроника, но и здравый смысл. Важно верно оценить спрос. Приведем пример. Сегодня абонементными шкафами в отделениях почтовой связи в основном пользуются юридические лица. Это очень актуально для таких мегаполисов, как Москва, Санкт-Петербург: здесь

есть огромные бизнес-центры, где почтальону оперативно доставить почту практически нереально. Ведь ему нужно в огромном многоэтажном здании отыскать необходимый офис и т. д. Теперь юридические лица свою корреспонденцию могут получить в любое удобное время на Почте. Эта услуга очень востребована. В Москве она пользуется таким спросом, что в ряде ОПС абонементных шкафов просто не хватает: недостает площадей для их установки.

**Действие 3: предложить оптимальные тарифы.** Тарифы на аренду шкафов очень разные, так как благосостояние регионов значительно различается, и нет смысла поднимать цену, чтобы услугой не пользовались. На местах, как только видят снижение спроса, вносят коррективы. Тем более что это не централизованный тариф – расценки на услугу утверждаются директором УФПС – филиала ФГУП «Почта России».

Абонирование шкафов – это реальная экономия для предприятия (высвобождаются почтальоны) и возможность сэкономить для клиента. Например,

70% всех ящиков находится в эксплуатации более 20 лет. Естественно, остро стоит вопрос об их обновлении

сейчас в подписном каталоге фигурирует три цены – подписка до востребования, до абонентского ящика в подъезде и подписка до почтового ящика на двери, куда обязательно будет доставлена корреспонденция. Всегда есть возможность «зарабатывать на мелочах».

**Действие 4: обновить абонентские шкафы.** «В отделениях почтовой связи, к счастью, практически нет проблем, связанных с вандализмом, – говорит Светлана Антонова. – Когда в отделении связи проводится модернизация в новом корпоративном стиле, мы меняем шкафы на более современные и удобные. Плана обновления (да и необходимости в нем) для отделений нет. Это оборудование может служить долго, главное требование сегодня – соответствие фирменному стилю».

**Действие 5: использовать шкафы опорного пункта.** Их сегодня осталось мало, хотя в некоторых случаях без них не обойтись. Когда есть большое количество выписываемых изданий, почтовых отправок, почтальон заранее формирует пачки с корреспонденцией. И машина развозит пачки до этих пунктов, расположенных, как правило, в подъездах. Раньше таких шкафов на участке было по несколько штук, а то и в каждом многоквартирном жилом доме. Сейчас шкафы опорного пункта по закону обязательны для обслуживания юридических лиц на первых этажах бизнес-центров.

**Действие 6: выправить ситуацию с абонентскими почтовыми шкафами.** В чем заключается главная беда абонентских шкафов? В том, что в соответствии с Законом о почтовой связи представи-

## Сеть почтовых ящиков

148 320 почтовых ящиков для сбора письменной корреспонденции (различных типов).



тели организаций федеральной почтовой связи должны участвовать в работе комиссии при принятии в эксплуатацию жилых домов. Однако новым Градостроительным кодексом не предусмотрено их включение в состав комиссии. А ведь работники Почты России контролировали, какие шкафы используются, проверяли правильность их установки, так как априори обязаны доставить корреспонденцию по адресу, указанному в почтовом отправлении. Сейчас получается, что обязанности у почтовиков есть, а прав для их реализации почти нет.

Тем не менее интересные решения возможны всегда. Когда в штате почтовых отделений находились слесари, которые могли отремонтировать дверцу, нанести номер на почтовый ящик, они же осуществляли профилактические осмотры ящиков. И абонентские шкафы были в отличном состоянии. Сегодня такой службы не существует. «Объяснение простое – это не наша зона ответственности, поэтому нет

и финансирования для этих работ», – поясняет Светлана Антонова.

В свое время очень много разговоров шло о разработке антивандальных абонентских почтовых шкафов (они были разработаны и прошли апробацию). Модели разные. Надо сказать, что в кооперативных домах и некоторых домах новой застройки жители, заботящиеся о сохранности поступающей в их адрес корреспонденции и периодической печати, устанавливают такие шкафы.

### Ответ

Почта готова к решению поставленной задачи, но не хватает средств. Станислав Михалев подчеркивает: «Сейчас основной проблемой при замене почтовых ящиков является недофинансирование. Ежегодно завод-изготовитель в состоянии выпускать более 20 тыс. ящиков. То есть в течение одного года при достаточном финансировании мы могли бы «закрывать» ящиками нового образца маршруты выемки и объекты почтовой связи во всех административных центрах

субъектов Федерации, а затем поэтапно в течение 2–3 лет переоснастить остальные города и объекты в сельской местности». Потребность в срочной замене почтовых ящиков составляет не менее 30 тыс., а вот средств, выделенных в 2009 году, хватило на покупку только 2700 ящиков нового типа. Развитие сети – прерогатива самой Почты России. Местные органы просто не должны препятствовать их установке в том или ином месте. Найти взаимопонимание здесь вполне возможно. Что касается абонентских ящиков, население, конечно же, считает, что за их состояние



также должна отвечать Почта России – так сложилось исторически. Там, где Почта, – там порядок. И действительно,

Почта доставляет большие объемы корреспонденции, но в последнее время и рекламные агенты активно пользуются при рассылке рекламной печатной продукции теми же почтовыми абонентскими шкафами. Решать проблему усилиями одной Почты было бы неправильно. И реклама эксплуатирует эти шкафы, и ЖКХ. То есть чтобы оказывать качественные услуги, нужен комплексный подход. Но тогда нужно заключать договоры с рекламными и другими службами, чтобы они также часть затрат брали на себя. Сеть – забота общая.

## Почтовый ящик с ЭСКВ

Ящик почтовый наружный механизированный для простых отправок настенный ЯПНМ-II-С. Используется для сбора от населения и временного хранения простой стандартной письменной корреспонденции с размерами: 114 x 162 и 110 x 220 мм, толщиной до 5 мм и весом до 20 г

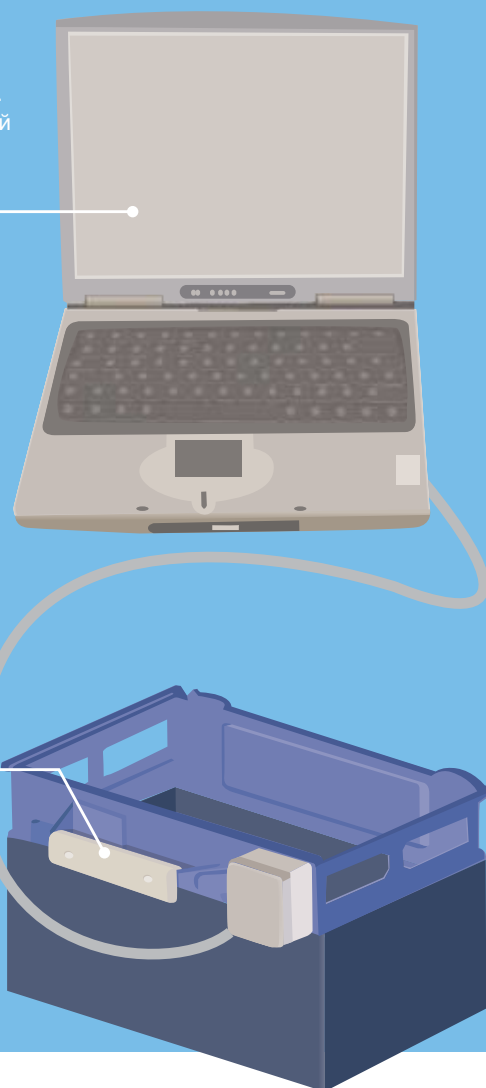


Ящик оснащен датчиком идентификационного кода (ДИК), который является составной частью электронной системы контроля выемки (ЭСКВ). ДИК представляет собой радиометку, помещенную в герметичную оболочку, имеющую уникальный код, который наряду с порядковым номером ящика идентифицирует данный ящик. ДИК установлен справа в нижней части ящика

ЭСКВ позволяет фиксировать время нахождения автомобиля на выемке и отклонения водителей от маршрута, произведенные выемки и разницу между расписанием и фактическим временем выемки, автоматизировать оформление и хранение данных по каждому маршруту. Это оптимизирует время работников и влияет на сокращение сроков доставки

Ящик предназначен для работы с очищающей рамкой, оснащенной устройством считывания информации (УСИ), также являющимся составной частью системы ЭСКВ. При задвинутой до упора очищающей рамке УСИ располагается непосредственно под ДИК

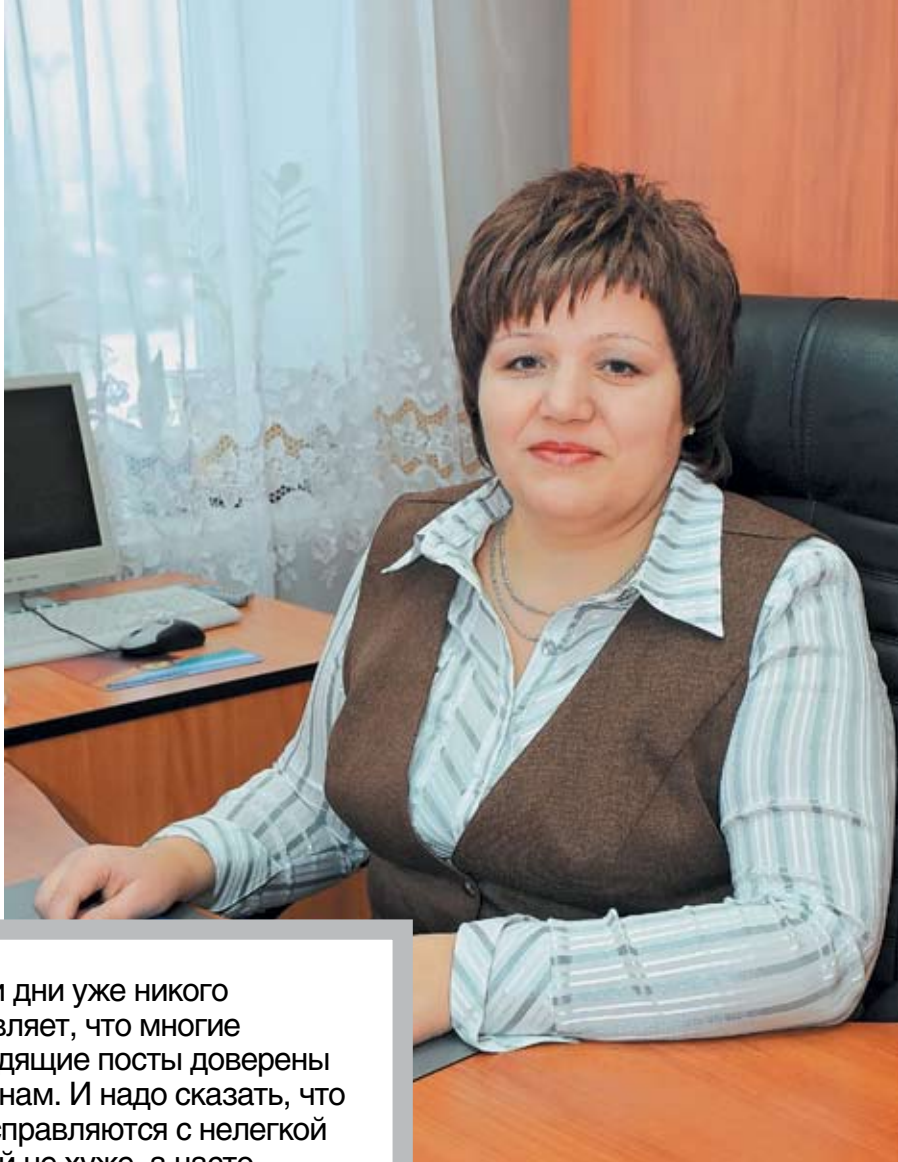
Очищающая рамка с мешком для сбора корреспонденции. После выемки почтовые отправления поступают на сортировку, а сведения устройства считывания информации (УСИ) – на обработку в системе ЭСКВ. Это позволяет автоматизировать учет фактического времени выемки с точностью до минуты и более эффективно контролировать ее своевременность



Ирина, помните ли вы свои первые впечатления о Почте?

– Да, хотя это было давно. На каникулах перед десятым классом я решила немного подработать – и пошла в почтальоны. В моем ведении оказался один из самых больших участков г. Унеча, а люди в то время (это был 1979 год) выписывали много прессы и имели привычку регулярно обмениваться письмами и телеграммами. На моем маршруте располагались четыре пункта подвозки, после каждого из них моя сумка тяжелела на 5-7 килограммов. В первый день я устала так, что мне казалось, на работу я больше выйти не смогу... Но прошло время – и я втянулась. Именно тогда на собственном опыте ощутила, насколько трудна профессия почтальона. Но тяготы перекрывались положительными эмоциями: в каждом доме я была долгожданной гостьей, со мной делились радостными вестями как с родным человеком. Например, случай, когда пожилая женщина, получив письмо от дочери из Мурманска, не смогла найти очки и попросила меня прочитать его вслух. До сих пор помню ее слезы радости и вкус тех пирожков, которыми она меня угостила.

текст и фото  
пресс-служба  
Брянского филиала  
Почты России



В наши дни уже никого не удивляет, что многие руководящие посты доверены женщинам. И надо сказать, что дамы справляются с нелегкой работой не хуже, а часто даже лучше мужчин, сохраняя при этом все чисто женские качества. Один из таких руководителей – начальник Унечского почтамта Ирина Горелова – рассказывает читателям журнала «Почта России» о себе и своей работе.

– Расскажите, как складывалась ваша карьера?

– Вновь на почте я оказалась после школы – это было лето олимпийского 1980 года, доступ в интересующие меня вузы Москвы и Ленинграда был закрыт. Случайно встретив на улице своего бывшего начальника, я получила предложение вер-

# Мы ждем перемен



нуться на почту в ином качестве – почтальоном по обмену и доставке корреспонденции. Я быстро освоилась в коллективе и поняла, что это именно та отрасль, в которой я найду применение своей энергии. Отучилась в Московском всесоюзном экономическом институте связи, перешла на кадровую работу. Затем в течение двенадцати лет работала заместителем начальника почтамта, а в 1997-м была назначена начальником Унечского почтамта.

– Бывали ли за годы работы на Почте счастливые случаи, повлиявшие на вашу жизнь?

– Главным счастливым случаем считаю знакомство в 1990 году со своим супругом Николаем. Он пришел устраиваться на работу водителем, а я уже была заместителем начальника, и первая встреча ничего хорошего не предвещала. Но он все-таки нашел подход, и вот уже почти 20 лет мы вместе. Воспитываем дочь и сына.

Многие удивляются, как нам удается, находясь вместе практически круглосуточно, не уставать друг от друга. Все возможно, если есть любовь, уважение и взаимопонимание. Николай – мое надежное плечо в любой ситуации.

– Как вы считаете, достаточно ли одного образования, чтобы быть успешным управляющим? Повышаете ли свой профессиональный уровень?

– Я никогда не задумывалась о втором образовании, институт связи дал мне хорошую профессиональную базу. Но без постоянного совершенствования руководителю не обойтись. Много дают курсы повышения квалификации. Например, посещение недавнего тренинга по работе с персоналом (организован ФГУП «Почта

## Брянский филиал ФГУП «Почта России»

ФАКТ

■ В состав филиала входит 13 почтамтов и автобаза. Услуги почтовой связи предоставляют 609 почтовых отделений. Почтовыми услугами охвачены все населенные пункты области.

■ Штат сотрудников Брянского филиала Почты России составляет более 5 тыс. человек.

■ Автопарк филиала насчитывает 184 автомобиля.

России» в Москве) заставило меня пересмотреть тактику общения с подчиненными. Я стала больше внимания уделять поощрению своих сотрудников, отмечать достижения и просто хорошую работу; более деликатно производить разбор ошибок и недоработок.

– А ваши подчиненные? Есть ли у них возможность совершенствовать свои навыки?

– Мои подчиненные постоянно учатся. Брянский филиал Почты России проводит курсы для

сотрудников (руководителей и линейного персонала) по всем видам деятельности, что способствует углублению теоретических знаний и полезно в плане обмена практическим опытом. Операторы получают возможность общаться с коллегами из других отделений, обсуждать насущные проблемы и т. д. Обычно обучение связано с внедрением какой-нибудь новой услуги. Скажем, последний тренинг был посвящен процедуре подключения абонентов к сети «МегаФон». Ситуация предоставления услуги рассматривалась комплексно – от момента предложения услуги до момента оприходования денег. Но если я вижу, что та или иная процедура дает сбои – допустим, появляются жалобы на оформление уведомлений, тогда сотрудники (в первую очередь заместители, инструкторы и инспекторы) приглашаются для проработки материала. У операторов и почтальонов есть свои «дни обучения», их проводят начальники отделений. Акцент сейчас делается именно на качественное предоставление услуг. Недавно начальник службы эксплуатации почтовой связи предложил новую систему обучения, состоящую из инструктирования, тестов и повторных разъяснений по результатам проверки. Нам такая форма понравилась, и мы сразу же приняли ее на вооружение.

– Какими принципами руководствуетесь в работе?

– В работе почтовиков есть определенные нюансы, все они связаны с людьми. Я не устаю напоминать своим операторам, что нужно стараться быть терпеливыми, а в особенно сложных ситуациях советую попытаться представить, что по ту сторону перегородки стоят их отцы,



матери, сестры... В то же время принимать выражение «Клиент всегда прав» за абсолют тоже не стоит. В конфликтной ситуации оператор должен искать разумные доводы, оставаться справедливым и испытывать уважение как к клиенту, так и к своему труду.

– Каким, по вашему мнению, должен быть почтовый работник?

– Ответственным, внимательным, честным и терпеливым. Сегодня приходится успевать за различными новшествами: мобильная связь, онлайн-платежи, выплаты по пластиковым картам, денежные переводы – у нас порядка 25 корпоративных клиентов, и у каждого свой тариф. Я уже не говорю об обновлении ПО и внедрении новых опций. Немаловажно также быть грамотным, уметь быстро ориентироваться в огромном потоке инструкций, распоряжений и приказов, быстро переключаться с одного вида деятельности на другой. Любая ошибка в нашей работе может нанести клиенту ощутимый ущерб.

– Какие сложности в работе возникают чаще всего?

– Сегодня особого внимания заслуживает работа сельских почтальонов. В структуре Унечского почтамта, обслуживающего три больших района – Унечский, Суражский и Мглинский – с населением в 80 тыс. человек, находятся 5 городских и 58 (!) сельских отделений связи. Чтобы обойти все населенные пункты участка, сельский почтальон порой проходит по 15–17 км в день. Прибавьте к этому сумку с корреспонденцией, вес которой может достигать 5–7 кг, не менее тяжелую сумку с товарами первой необходимости, торговля которыми теперь является одним из приоритетных

Достопримечательности  
г. Унеча  
Брянской  
области

## Брянская область

■ Брянская область граничит с двумя республиками СНГ и четырьмя областями РФ. На западе – с Республикой Беларусь (Гомельской и Могилевской областями), на севере – с Калужской и Смоленской областями, на востоке и юго-востоке – с Орловской и Курской областями, на юге – с Украиной (Черниговской и Сумской областями).

■ Площадь области составляет 34,9 тыс. кв. км. Протяженность с запада на восток – 270 км, с севера на юг – 190 км.

■ Численность населения на 1 января 2008 года – 1 308 479 чел., в том числе городского – 895 719 чел., сельского – 412 760 чел.

■ Область делится на 27 районов, имеет 16 городов, в том числе 4 областного значения, и 24 поселка городского типа. Наиболее крупные города – Брянск, Клинцы, Новозыбков, Дятьково.

СПРАВКА

направлений почтовых отделений, и широкий спектр предоставляемых услуг – доставка пенсий, пособий, оформление подписки и т. д.

– Какое разнообразие функций! Получается, что на селе почтальон фактически является той ниточкой, что связывает его обитателей с внешним миром?

– Именно так. Был такой случай – в деревне Тряпичная, ласково называемой в народе «Тряпочкой» и состоящей из четырех дворов, жил дедушка, который выписывал ежедневную газету «Брянский рабочий». Остальные трое жителей деревни выписывали районную газету – она выходит два раза в неделю. Женщина-почтальон, обслуживающая участок, однажды взмолилась: миленький, родненький, перейдите на другую газету, не

ежедневную. (Ей приходилось каждый день в этом селе появляться.) Но дед отказался наотрез. Нет, говорит, деточка, не стану. Ты придешь, тропинку ко мне протопчешь, маслица и сигареток принесешь и еще и проверишь – жив ли я.

– И таких случаев много?

– Достаточно много. И при этом за всю мою долгую практику было всего три жалобы на работу сельских почтальонов. Обычно почтальон в деревне (в большинстве случаев – сердобольная русская женщина средних лет) – это действительно окошко в «большой мир», особенно для пожилых и одиноких людей: газетку принесет, новости расскажет. Но как быть в таком случае почтальону? Разве мыслимо совершать такие марш-броски каждый день в любую погоду



по плохим дорогам? Как руководитель я считаю ситуацию с доставкой корреспонденции на селе одной из ключевых проблем, требующих неотложного централизованного решения. Хотелось бы, чтобы все сельские почтальоны были обеспечены хотя бы элементарными средствами передвижения – велосипедами, скутерами. По-прежнему актуален вопрос повышения заработной платы, с ним напрямую связана проблема дефицита кадров.

**– Как на практике происходит торговля товарами народного потребления? И насколько эта услуга востребована?**

– Есть определенный ассортиментный перечень товаров, которые должны быть в наличии в отделениях связи. А почтальоны, чтобы увеличить доходность своего отделения и получить премию, оказывают населению услуги по их продаже.

Во время очередного обхода (при выдаче пенсий, к примеру), почтальон выслушивает пожелания относительно товаров, а во время следующего обхода приносит необходимое. Услуга очень популярна и на селе, и в городе, особенно среди пенсионеров, но запросы несколько отличаются: сельчане обычно заказывают крупы, масло, сахар и т. п., а горожане – мыло, пряники, шоколад.



**– Ирина, чем гордится Унечский почтамт?**

– Главный предмет гордости – наши сотрудники. Большинство из них трудятся по призванию, ведь если человек не уходит с почты сразу, то остается на долгие годы. Я работаю здесь с 1980 года, и этот феномен мне хорошо знаком. Раньше все списывали на запах сургуча, говорили, что это на него так «подсаживаются» почтовики. Но сейчас сургуч уже не используется, а люди, не



взирая на сложности, остаются. У нас в коллективе приветствуются взаимопонимание и взаимопомощь. Профессиональную поддержку и человеческое участие старших товарищей ощущают все начинающие работники, в свое время на таких мудрых советах выросла как руководитель и я.

В 2007 году нам присудили второе место на конкурсе на звание «Лучший почтамт Брянской области», а в 2008-м мы стали первыми. Надеемся, что и по итогам 2009 года оценка наших усилий будет столь же высокой.

Не без удовольствия замечу, что нам удается создавать достойные условия для работы в отделениях почтовой связи. Сейчас

завершается ремонт в крупном отделении города Мглина. Дизайн – в корпоративном стиле, что отличает почту от всех остальных учреждений в этом районном центре. Но и все другие отделения связи мы стараемся поддерживать в достойном состоянии, периодически проводя своими силами косметические ремонтные работы.

**– Поддерживают ли ваши усилия местные власти?**

– Административная поддержка у нас есть. Лучше всего обстоит дело в Суражском районе, где местные власти, понимая значимость Почты, даже приняли решение о снижении арендной платы для ОПС до размера амортизационных отчислений, что привело к существенному снижению расходов и повышению доходности отделений.

**– Каких перемен ждете от 2010 года?**

– Ждем интенсивного развития высокорентабельных услуг, что в свою очередь требует более динамичной работы по реконструкции отделений почтовой связи, переоснащению их новой техникой. Ждем дальнейшего укрепления социальной защищенности наших сотрудников. Определенные надежды связаны с открытием в Московской области автоматизированного сортировочного центра. Мы ожидаем ускорения прохождения почтовых отправлений и как следствие – повышения качества предоставляемых нами услуг. А по-человечески – очень хочется, чтобы ушли в прошлое последствия мирового финансово-экономического кризиса, чтобы у людей стало больше возможностей (пользоваться почтовыми услугами в том числе), чтобы окрепла уверенность в завтрашнем дне. Думаю, об этом мечтают все.

# Открытым текстом



— **Ч**то представляет собой эта услуга и когда она появилась?

— Ответное внутреннее почтовое отправление (ОВПО) – это простые и заказные письма или почтовые карточки с нанесенными типографским способом обратным адресом заказчика услуги и отличительными знаками. Специфика услуги состоит в том, что компания-заказчик имеет возможность сама оплатить ответы своих респондентов.

Все происходит в следующем порядке: компания-заказчик заключает с филиалом ФГУП

«Как наладить обратную связь с клиентом и при этом сэкономить деньги?» – этим вопросом задавались будущие пользователи услуги «Ответное внутреннее почтовое отправление» (ОВПО). Для многих из них ОВПО стало ответом на этот животрепещущий вопрос. Об оригинальной услуге и о том, как с ее помощью клиенты Почты России могут экономить средства и производить рассылки с наибольшей эффективностью, рассказывает руководитель отдела по привлечению клиентов Дирекции почтовых услуг ФГУП «Почта России» Марина Гончарова и специалист отдела Ульяна Коваленко.



текст  
Виктор Лисун  
фото  
Лидии Надеиной

«Почта России» договор на пересылку ОВПО, затем распространяет отпечатанные ОВПО среди потенциальных клиентов (на всей территории Российской Федерации либо на территории одного или нескольких регионов). Респонденты получают послание и направляют ОВПО с ответом в адрес абонентского ящика компании-заказчика. При этом компания оплачивает почтовый тариф только за фактически поступившие на ее абонентский ящик ОВПО. Все понятно и просто. Однако, чтобы прийти к этой идее, требовалось время.

В середине 90-х годов в России начал формироваться рынок каталожной торговли. Часто для того, чтобы подтолкнуть клиента к покупке, в каталоги были вложены конверты с нанесенным обратным адресом, на которые требовалось только наклеить марку, либо даже конверты с марками. Такой подход «провоцировал» клиента сделать заказ по каталогу, приложив лишь небольшие усилия.

В случае, когда вкладывались обычные конверты, отклик на рассылку был значительно меньше, чем если конверт был маркированным. Но маркированный конверт означал, что компания уже полностью оплатила услуги Почты, даже в случае, если клиент не отправил конверт с заказом обратно.

Представители каталожной торговли подсчитывали расходы и искали выход. Со своими проблемами и предложениями обратились в Почту России, которая, опираясь на опыт западных компаний (на Западе такая практика называется Free Post – «почта, свободная от оплаты»), предложила свой вариант реше-

ния – ответное внутреннее почтовое отправление.

И с ноября 2004 года Почта активно предоставляет услугу «Ответное внутреннее почтовое отправление».

– Чем ОВПО отличается от остальной корреспонденции?

– Конверты и карточки ОВПО имеют зеленую окантовку, чтобы оператор отделения почтовой связи мог выделить их из общей массы корреспонденции, занести сведения об этих отправлениях в специальный документ и перед выдачей ОВПО получить подпись клиента.

На ОВПО обязательно наличие нанесенного типографским способом знака «Оплата при вручении». Этот знак с 2008 года в соответствии с приказом ФАС №258 от 07.11.2008 утвержден в качестве знака почтовой оплаты. Под ним указаны важные реквизиты: номер договора с компанией-заказчиком и дата, до которой отправление принимается в отделении почтовой связи для пересылки.

Другой отличительный признак ОВПО – типографским способом нанесенный адрес получателя.

Сразу оговаривается отдельный абонентский ящик, куда будут поступать данные почтовые отправления.

Простые карточки и письма ОВПО могут опускаться в почтовый ящик. Заказные карточки и письма ОВПО принимаются только в отделении почтовой связи.

Несмотря на то, что ОВПО призвано упростить для респондента процесс отправки почтового отправления (просто опустив его в ближайший почтовый ящик), для ряда отправителей важно про-

контролировать факт вручения ОВПО. Это они могут сделать, отправив его заказным порядком. При приеме заказного ОВПО каждому отправлению присваивается штрих-код почтовый идентификатор, по которому отправитель сможет удостовериться в получении этого отправления адресатом. Скорость прохождения ОВПО такая же, как у обычной письменной корреспонденции.

– Каким образом компания может воспользоваться данной услугой? Из чего складывается и от чего зависит стоимость услуги?

– Для того чтобы воспользоваться услугой ОВПО, компания-заказчик должна заключить договор с Почтой. Процесс заключения договора состоит из нескольких этапов. Компания подает заявку в филиал ФГУП «Почта России» и предоставляет макет конверта, который согласуется в Аппарате управления. С согласованным макетом компания отправляется в Издатцентр «Марка». Это государственное предприятие занимается изготовлением

## МНЕНИЕ

Владимир Шаколько, генеральный директор компании-регистратора ООО «Реестр-РН»:



– Услугой ОВПО впервые решили воспользоваться в 2007 году, когда возникла необходимость в организации масштабного собрания акционеров для нашего крупного клиента – компании «Роснефть». По закону об АО такое мероприятие предваряется рассылкой акционерам (которых в данном случае насчитывалось порядка сотни тысяч человек) пакета документов – уведомлений, бюллетеней для голосования и т. д.

Компания-клиент недавно провела свое первое международное IPO и была заинтересована в возможности налаживания эффективного диалога с акционерами на современном уровне и в активизации обратной связи. Тогда и возникла идея задействовать новые инструменты Почты России – ОВПО.

В ходе первой рассылки – в 2007 году – возникали курьезные ситуации из-за новизны услуги и недостаточной осведомленности как адресатов, так и операторов Почты России: иногда люди сами наклеивали дополнительные марки, иногда их просили это сделать на почте. Мы повторили рассылку и в 2008-м, и в 2009-м – и с каждым годом получали все больше откликов. Планируем продолжать работать по этой схеме и далее. Мы пришли к выводу, что на данный момент ОВПО является наиболее удобным инструментом общения акционерного общества со своими акционерами.

знаков почтовой оплаты. Стоимость изготовления будет варьироваться в зависимости от тиража и формата ОВПО. Договор на изготовление ОВПО заключается компанией-заказчиком непосредственно с ФГУП ИТЦ «Марка», без участия Почты. После печати конвертов компания-заказчик самостоятельно занимается распространением конвертов среди своих потенциальных клиентов или по конкретной базе данных. Это может быть в каталоги и коммерческие предложения, раз-

дача на улице, вложение в почтовые ящики населения и т. п. Почта готова взять на себя распространение ОВПО путем оказания услуги по безадресной рассылке рекламного материала.

Тарифы на пересылку ОВПО устанавливаются Почтой России и приравниваются к соответствующим тарифам на пересылку письменной корреспонденции. Оплата пересылки происходит в рамках договора по безналичному расчету.

– Какие категории клиентов пользуются ОВПО особенно часто? В каких целях?

– Постоянными клиентами Почты по услуге ОВПО являются компании, занимающиеся каталожной торговлей, в том



числе: «Ив Роше» – в Москве, «Директ Каталог Сервис» («ОТГО») – в Твери, торговый дом «Трегулова» – в Новосибирске. Эти клиенты активно развиваются и год от года продлевают договоры, увеличивая объемы рассылок.

Однако представители каталожной торговли – лишь небольшая часть, причем даже не самая активная, среди пользователей услуги ОВПО. Самая активная – это банки. На них приходится самая значительная часть объема, например, «Тинькофф Кредитные Системы» (ТКС-Банк). Чаще всего банками предлагается кредитная карта и анкета с перечнем документов, которые клиент должен заполнить. Объемы подобных рассылок составляют примерно 1 млн в месяц, при этом отклик, в зависимости от привлекательности предложений, может быть до 10%.

Следующей категорией пользователей являются политики, у которых потребность в ОВПО возникает с некоторой периодичностью, в основном связанной с приближающимися выборами в тот или иной государственный орган. Среди известных имен можно назвать Жанну Немцову, Владимира Жириновского.

Заинтересованность в услуге ОВПО проявила компания дистанционного обучения – всем известная школа ЕШКО, которая успешно работает с Почтой с 2006 года.

В ряде филиалов крупным пользователем стал «Ростелеком». Вообще телекоммуникационные компании активно используют ОВПО для сбора договоров на абонентское обслуживание.

Рекламно-маркетинговые агентства, которые проводят

опросы для своих клиентов, естественно, тоже не могли пройти мимо этой услуги. Ими ОВПО используется как средство проведения маркетинговых исследований, изучения предпочтений потребителей, в том числе для формирования адресной базы по конкретным условиям заказчика.

Еще одна категория пользователей, которым ОВПО позволяет успешно функционировать: компании-регистраторы. Данные компании работают на рынке ценных бумаг и являются регистра-

торами владельцев именных активов. Основная задача подобных компаний – установление эффективной обратной связи с владельцами акций. Думается, отклик у них почти стопроцентный.

Таким образом, данная услуга позволяет компаниям разных сфер бизнеса наладить обратную связь с адресатами целевой рекламы, организовать сбор информации о потребителях, помогает оценить эффективность рекламных и коммерческих предложений.

## МНЕНИЕ

**Станислав Близнюк, вице-президент по бизнес-технологиям и операциям, банк «Тинькофф Кредитные Системы»:**



– Наша компания была в числе первых пользователей услуги «Ответное внутреннее почтовое отправление» в 2006 году. Являясь кредитно-карточным монолайнером, мы используем несколько каналов для привлечения клиентов. Одним из них является рассылка миллионов писем с предложениями. Для сбора откликов в этом случае мы вкладываем в письма конверт, который клиент может отправить нам бесплатно.

На первом этапе сотрудничества с Почтой России мы проводили тестирование – вкладывали в свою корреспонденцию и ОВПО, и конверты с марками.

ОВПО вызывало у адресатов недоумение, но после совместной доработки с Почтой механизма услуги оно стало понятным для наших клиентов. Результаты тестирования показали экономическую целесообразность использования именно конвертов ОВПО.

Замечу, что наравне с преимуществами у ОВПО есть ряд ограничений, представляющих неудобство для нас. Например, фиксированный дизайн и особые требования к печати (спецтипография, бумага с водяными знаками, что удорожает производство). Думаю, если их отменить, ДМ-компании станут гораздо более охотно прибегать к услуге.

Кроме того, имеет смысл увеличить сроки действия договоров по ОВПО. Практика показывает, что даже краткосрочные кампании могут не вписаться в предлагаемые сроки – полгода, год. Например, у нас до сих пор идут отклики по ДМ-рассылкам, проведенным в 2008 году. Сейчас мы перешли на двухгодичные договоры по ОВПО, но я считаю, что срок действия можно увеличить еще.

Возможно, имеет смысл распространить услугу и на посылки, задействовать современные средства связи, например, предусмотреть возможность пересылки «штемпеля» ОВПО по электронной почте. Так что желаю услуге расти и развиваться, мы – за инновации и всегда готовы их применять!

– Какова география услуги? Повсеместно ли можно воспользоваться ОВПО?

– На сегодня воспользоваться услугой по пересылке ОВПО можно на всей территории РФ. Основные объемы ОВПО концентрируются в Москве, Санкт-Петербурге, Белгородской и Новосибирской областях. Объективно, что лидерство Москвы и Санкт-Петербурга связано с тем, что две столицы являются центрами деловой активности всей страны. В Новосибирске и Белгороде же основные объемы ОВПО генерируются постоянными крупными клиентами данной услуги.

ОВПО – очень удобная услуга для бизнес-среды, которая облегчает взаимодействие игроков рынка со своими клиентами и поэтому может быть востребована повсеместно. Поэтому основная задача филиалов Почты России – донести информацию об ОВПО до наибольшего количества компаний, потенциальных пользователей услуги.

– Сказалась ли нестабильная экономическая ситуация на спросе? В каком направлении планируется развивать услугу, чтобы сделать ее еще более интересной для клиентов?

– Колебания рынка, несомненно, отражаются на компаниях-заказчиках ОВПО. Например, в связи с кризисом закрылись некоторые банки, да и в целом компании стремятся к сокращению расходов.

## МНЕНИЕ

**Денис Щеглов, исполнительный директор ООО «Медпочта»:**



– Мы пользуемся ОВПО уже два года, и все получатели наших каталогов (тираж – свыше 400 тыс.) имеют возможность бесплатно отправить нам письмо. При этом им даже не нужно наклеивать марку: все расходы за пересылку оплачиваем мы.

Люди понимают, насколько удобна и выгодна услуга, и мы ощущаем это на финансовых показателях: с каждых 100 тыс. разосланных каталогов к нам приходит как минимум 20 тыс. писем с заказами. Я считаю, что такая услуга может быть интересна многим компаниям, и вижу, что перспективы ее развития многообещающи.

## МНЕНИЕ

**Сергей Скрылов, директор УФПС Новосибирской области:**

– Для того чтобы привлечь внимание клиентов к этой услуге, мы предпринимаем ряд мер: информация об услуге размещена в клиентских залах отделений почтовой связи, всем крупным корпоративным клиентам (в первую очередь тем, которые занимаются рассылкой товаров по каталогам) периодически направляются коммерческие предложения. Самое главное при этом – индивидуальный подход. Специалисты отдела продаж почтовых услуг внимательно изучают деятельность организаций при заключении договоров на оказание услуг почтовой связи и разъясняют им преимущества ОВПО. Именно поэтому организации с удовольствием пользуются этой услугой, уже есть и постоянные клиенты: ООО «Медпочта», ООО «Сиб-

техника-1», ОАО «Трансервис», ООО «ТД Терегулова» и ООО «Терегулова».

**Татьяна Дмитриева, заместитель директора УФПС Белгородской области:**

– Белгородскому филиалу повезло в том, что на нашей территории находится крупный корпоративный клиент Почты России – Европейская школа корреспондентского обучения (ЕШКО). Однако одного везения тут недостаточно. Почтовые работники Белгородской области смогли убедить руководство ЕШКО в том, что услуга ОВПО будет им удобна, и создали максимально комфортные условия для ее использования.

До ноября 2006 года ЕШКО активно рассылала при помощи почты только заказную корреспонденцию и



Однако специалисты Почты России постоянно работают над совершенствованием услуги и ожидают, что спрос на нее будет стабильно расти. Из нововведений можно отметить то, что в конце прошлого года появилась возможность заключать договор не с самой компанией, а с ее представителем. Например, крупная компания поручает рекламному агентству проведение опроса своих клиентов. В этом случае всю работу с ОВПО осуществит рекламное агентство от имени компании-заказчика. Еще одно новшество порадует потребителей: в зоне иллюстраций появилась возможность для нанесения фирменной атрибутики, логотипа или какой-либо дополнительной информации, важной для компании. В настоящий момент изучается вопрос о введении услуги,



С некоторой периодичностью потребность в ОВПО возникает у некоторых политиков. Среди известных имен можно назвать Владимира Жириновского, Жанну Немцову

подобной ОВПО, только по пересылке товарных вложений с оплатой получателем. Тем более что потребность в подобной услуге уже была

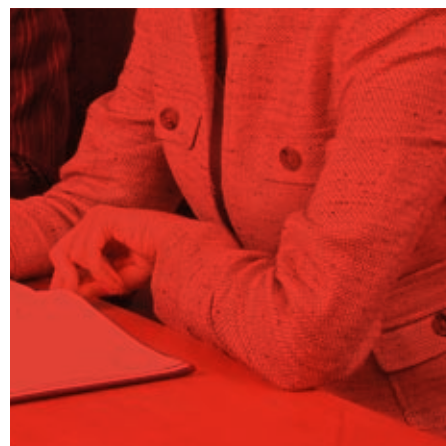
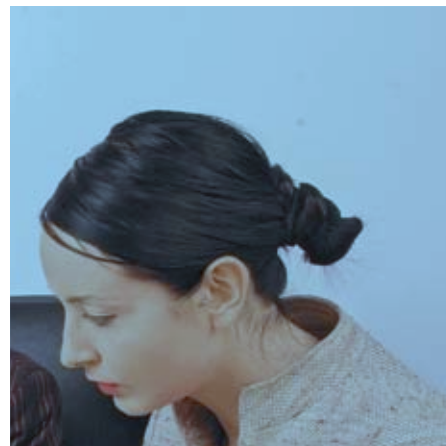
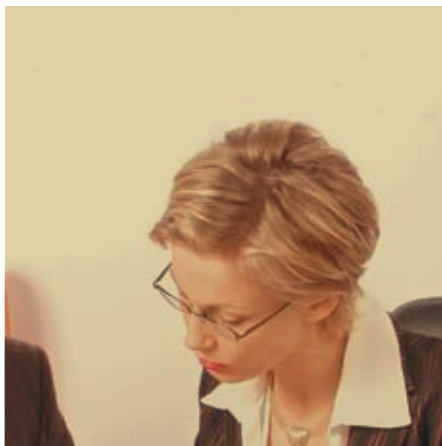
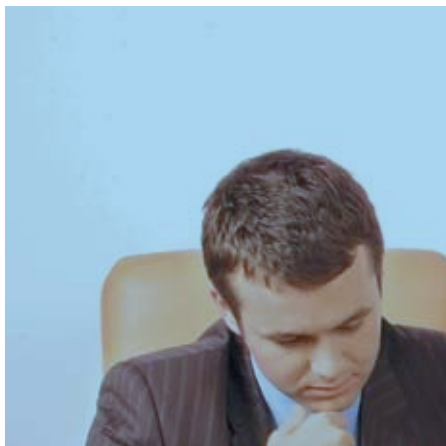
озвучена некоторыми компаниями. Совершенствование услуг в Почте России происходит регулярно, следите за сообщениями!

бандероли. Теперь ЕШКО арендует в клиентском зале Белгородского почтамта ячейку абонентного почтового шкафа, куда стекаются ОВПО от их учеников из всех уголков страны.

**Римма Бондаренко, руководитель департамента почтовых услуг УФПС г. Москвы:**

— Работа с ответными внутренними почтовыми отправлениями началась в УФПС г. Москвы с июня 2007 года. Тогда услугой заинтересовались только девять организаций. Известно, что главная задача при внедрении любой новой услуги — это поиск заинтересованного клиента. При изучении потребительского рынка нам удалось правильно выделить целевые сегменты потенциальных заказчиков, которым могла бы быть

выгодна такая почтовая технология. Например, депутатам для организации обратной связи с конкретными избирателями; компаниям, которые проводят различного рода маркетинговые исследования и которым необходимо быстрое реагирование на покупательский спрос; социологическим центрам опроса населения и т. д. Наш расчет оказался верным, услуга быстро стала востребованной. Дальше — проще. Надо всего-навсего обеспечить режим поддержания максимально тесного контакта с постоянными партнерами, выявляя их потребности в развитии услуги. Практически всегда залогом успешной работы является организация индивидуального творческого подхода к каждому заказчику, нацеленность на сотрудничество, основанное на взаимном доверии и уважении.



# У кого больше прав?

## Какой юрист лучше

Традиционно существует три формы взаимодействия компании и юриста. Первая – найм штатных специалистов. «Под рукой у директора всегда есть человек, состоящий в штате компании, с которым можно в любой момент посоветоваться и поручить работу», – объясняет юрист юридической фирмы «КМ Консалтинг» Константин Егоров. Он добавляет – штатный юрист всегда находится в курсе деятельности компании, ведь он контактирует с другими работниками ежедневно. Этот юрист участвует

Старая русская пословица «Закон, что дышло, куда повернул, туда и вышло!» хорошо известна всем. Рано или поздно, об усовершенствовании работы своего юридического отдела задумывается любая компания. И ваша тоже? Журнал «Почта России» выяснил, как сделать работу юристов идеальной.

в процессе документооборота и знает историю процессов, происходящих в компании. Однако у такого сотрудничества есть и минусы. Как правило, штатный юрист находится на постоянной оплате труда. «Он редко заинтересован в том, чтобы сделать свою работу максимально оперативной и эффективной», – говорит Егоров. По его мнению, ежедневно работая в одном направлении, юрист предприятия имеет незначительный кругозор. В случае возникновения нештатной ситуации, выходящей за рамки ежедневных обязанностей, он может не справиться с возник-

шей проблемой. Например, на предприятии, занимающемся оптовой торговлей, возникли проблемы с оформлением аренды земельного участка под одним из складов. Юрист, который доселе занимался лишь рутинной работой по составлению договоров по покупке и продаже товаров, может просто не сориентироваться в проблеме, с которой ему прежде сталкиваться не приходилось.

Второй вариант – использование привлеченных специалистов сторонних юридических фирм. Здесь можно регулировать оплату труда привлеченных юристов в зависимости от объема и сложности выполняемой ими работы. А отсюда уже появляется и личная заинтересованность юриста. Руководитель предприятия получает возможность обращаться к сотрудникам юридических фирм время от времени – за оказанием юридических консультаций, услуг, составлением документов. Это может значительно снизить финансовую нагрузку, особенно на небольшие предприятия. Сторонние юристы могут быть опытней юристов, работающих на постоянной основе, так как у них шире кругозор, богаче судебная практика и опыт разрешения разных споров.

Но и тут не обходится без минусов. «Кто-то должен потратить время, чтобы объяснить предстоящую задачу привлеченному юристу и сделать это максимально корректно. Соответственно, опять теряется время. При этом привлеченный юрист может упустить «тонкие моменты» ситуации», – рассуждает Егоров. По его подсчетам, на единицу затраченного времени на работу такой юрист обойдется дороже юриста, работающего в штате. Ведь он «кормит» не только себя, но и инфраструктуру

## С поправкой на кризис

Финансовый кризис привел к дефициту оборотных средств у многих предприятий. «В этих условиях борьбы за выживание будут являться такие качества юриста, как опыт, стрессоустойчивость, профессиональное применение ранее приобретенных навыков. Здесь играет роль способность разрешения юристом назревающих неблагоприятных ситуаций для предприятия в зачаточном уровне, не давая шанса им перерасти в судебный спор – это и грамотное составление документов, и правовой анализ работы предприятия», – говорит Константин Егоров. И добавляет: практически любой суд – это, по сути, приостановка деятельности предприятия в той или иной форме, а значит, и «подвешенные деньги». Поэтому в кризисные дни работа юриста должна быть безупречна.



ру своей юридической фирмы. Оптимальным вариантом, как обычно, является золотая середина – участие в работе компании и штатных, и временно привлеченных специалистов юридических фирм. «На предприятии работают штатные юристы, а специалисты юридических фирм привлекаются лишь время от времени, для решения специфических задач. А эти самые задачи им может поставить штатный юрист, который будет контролировать выполнение работ, являясь

доверенным лицом директора предприятия», – объясняет Егоров.

### Без вины виноватые

Даже если идеальная форма сотрудничества с юридическим отделом найдена, вздохнуть с облегчением все равно рано. За горизонтом вас могут поджидать новые проблемы. «Юрист на предприятии находится в одном из первых эшелонов ответственности. Но в российской практике этот статус приобретает не в силу ключевой значимости правового сопровождения, а в силу сложившегося постулата – за все проблемы ответственен юрист», – рассказывает юрист группы юридических компаний «Лекс» Владимир Кулебакин. В итоге к штатному юристу обращаются уже после возникновения негативной ситуации, а не до нее. Помимо этого, в российском бизнесе роль юриста зачастую настолько нивелирована, что руководитель или иные отделы о нем

забывают. Кулебакин сетует на то, что частенько юрист «варится в своем соку» – занимается претензионной работой, ходит в арбитражный суд, что вообще является прерогативой специализированных консультантов. Вспоминают о нем только тогда, когда проблема уже возникла. А если из уже возникших ситуаций юрисконсульт не может найти приемлемый для руководителя выход, юриста обвиняют в некомпетентности.

Кроме того, юристы жалуются – их редко привлекают к разработке проектов документов «от» и «до». «Это отрицательно сказывается на их инициативе и результате работы. Постоянно встречаются ситуации, когда в разработке концепции участвуют «не юристы», а к юристу документы попадают в последнюю очередь на «устранение шероховатостей», – замечает Константин Егоров. По его словам, часто к юристам на предприятиях относятся формально, как к наемным работникам, не советуясь с ними, а лишь навязывая им волю. «Правовой отдел носит характер придатка, о котором вспоминают в случае возникновения правовых или смежных с ними вопросов», –

Владимир  
Кулебакин,  
юрист группы  
юридических  
компаний  
«Лекс»



## Как создать идеальный юридический отдел?

1. Определитесь с формой сотрудничества. Оптимальным будет сочетание штатных юристов и привлеченных.
2. Присмотритесь – не перекаладывают ли другие отделы часть своей работы на юристов. Если же это происходит, постарайтесь четче описать сферу деятельности юридического отдела.
3. Одновременно следите, чтобы юристы не «варились в собственном соку». По мере возможности привлекайте их к разработке стратегии компании.
4. Не забывайте о постоянных тренингах и аттестации своих юристов. Это позволит им оставаться в хорошей профессиональной форме.

соглашается Кулебакин. Роль юридического подразделения в общей организационной системе большинства компаний крайне неопределенная. Даже на большинстве схем подразделений предприятия правовой отдел стоит особняком где-то на уровне функциональных замов и редко увязывается с остальными подразделениями. Более того, многие компании даже не имеют положения о юридической службе – формально не определены формы ее взаимодействия с другими отделами, контрольные полномочия и прочие важные вопросы. В результате руководитель получает вечно загруженный и малоэффективный юридический отдел. У работников этого подразделения напрочь испорчены отношения с другими отделами, их обвиняют в торможении проектов. Делегирование – отдельная проблема для корпоративного юриста. «В правовой отдел «скидывают» все. И зачастую с одной целью – в случае невыполнения

иметь возможность сослаться на юриста как на единственную причину задержки проекта. Такая ситуация сводит на нет основную задачу правового отдела – осуществлять правовое сопровождение бизнеса, а не принимать на себя функции других отделов», – говорит Кулебакин. Он приводит в пример конфликт с уволенным работником в результате нарушения порядка его увольнения отделом кадров. «Подразделение, допустившее оплошность, будет ссылаться на то, что правовой отдел во время не проконтролировал его действия. Возникнет конфликт, который выльется в дополнительную работу для юриста, ухудшение отношений с «провинившимся» подразделением. Проиграв на ниве сражений с функциональными директорами, юрист решит одну проблему, но не обеспечит системности. Руководитель посчитает, что проблема решена, профилактика проведена, ситуация не повторится. Однако



это не так: подобные ситуации будут повторяться», – сетует Кулебакин. Дальше – больше. Руководители структурных подразделений воспринимают инициативу юристов по наведению порядка на предприятии как упрек в плохом управлении и лишают их поддержки.

### За профилактику!

Вот и получается, что на современных российских предприятиях функция штатных юристов чаще сводится к «подчистке» работы остальных подразделений предприятия, в том числе руководителя, и исправлению допущенных ими ошибок. При этом профилактическая роль юриста не является приоритетной, и в остальной деятельности предприятия он практически не участвует. «Такую практику никак нельзя назвать успешной. На зарубежных предприятиях деятельность юристов настолько интегрирована в работу всего предприятия, что без них не принимается ни одного управленческого решения. Они являются участниками всех совещаний и переговоров с партнерами. Более того, юристы являются

Константин Егоров,  
юрист  
юридической  
фирмы «КМ  
Консалтинг»

инициаторами внутренних проверок – для исключения как внутренних, так и внешних убытков», – говорит Кулебакин. Он уверен – решить проблему может детальная регламентация функций юридической службы, их места в структуре, порядка взаимоотношений и согласования вопросов. Особое внимание следует уделить разделению полномочий с другими службами, чтобы избежать «перекидывания» задач и дублирования полномочий. От четкого интегрирования правового отдела в организацию зависит правовое сопровождение деятельности всего предприятия. «Поможет всестороннее стимулирование предложений по системному повышению эффективности предприятия. При этом руководитель, выслушав предложение, не должен возлагать его внедрение или разработку только на инициатора, а должен сам принимать активное участие в этом, так как этот вопрос неизбежно будет затрагивать задачи управления. Также, с одной стороны, следует исключить нездоровый климат, когда работники подразделений обвиняют друг друга в плохой работе. С другой – нужно открыто поощрять здоровую активность по внесению конструктивных предложений по оптимизации

производственных процессов», – говорит Кулебакин.

«Только путем взаимного доверия между руководителем предприятия и юристом этого предприятия от юриста можно будет добиться по-настоящему плодотворной работы.

Кроме того, руководителям предприятий не стоит экономить на технической оснащенности юриста», – говорит Константин Егоров. Поэтому обеспечьте вашего юриста свежими электронными правовыми системами, свежей подпиской на юридические издания. Все это – основа плодотворной работы.

Обратите внимание на свою юридическую службу, узнайте, чем недовольны ее работники и что они хотят изменить, продемонстрируйте, что вы окажете всяческую поддержку в вопросах повышения эффективности работы предприятия, не оставляйте их один на один с нереализованными инициативами. Кулебакин предлагает помнить, что правовой отдел нужен не только для защиты предприятия от внешних угроз. Он также выступает как источник постоянного контроля за внутренним состоянием производственных процессов. В связи с этим юридическая служба играет важную роль в деятельности предприятия.



### Предотвращаем споры

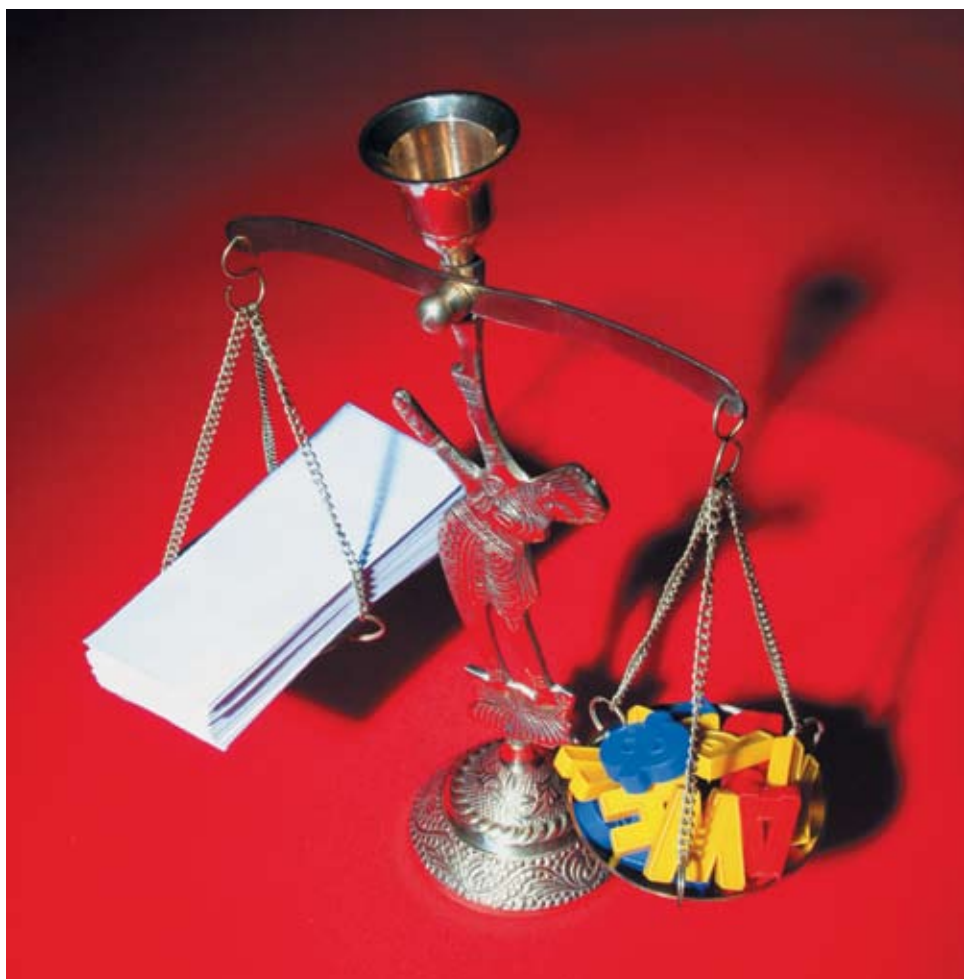
Теперь, когда все проблемы устранены, ваш юридический отдел заработает на славу и избавит вас от многих проблем. Ведь хороший юрист правового отдела на предприятии не только может, но и должен предотвращать саму возможность возникновения судебных споров. Для этого нужно проводить тренинги и аттестацию юристов на предмет их знания сложившейся судебной практики по тем категориям дел, с которыми ежедневно имеет дело это предприятие.

«В противном случае может сложиться ситуация, при которой юрист, не знающий судебной практики, может составить проект договора и не прописать детально порядок досудебного урегулирования спора. Такие недочеты в неграмотно составленном договоре могут спровоцировать конфликт между предприятиями и привести к судебному спору. Опасность может еще заключаться и в том, что подобные недочеты могут проявиться не сразу, а по прошествии времени, когда предприятие уже будет «по уши» втянуто в неправильно регулирующую деятельность», – предостерегает Егоров. Если же в договоре четко будет отражен порядок разрешения возникших между сторонами споров без обращения в суд, а также прописаны серьезные санкции за нарушение договора (что делает невыгодным для одной из сторон нарушение этого договора), то судебной тяжбы можно будет избежать. То есть уладить возникший спор на этапе переговоров, еще до обращения в суд.

Всегда помните: задачи штатного юрисконсульта имеют внутреннюю и внешнюю сторону. «Внутренняя работа

ориентирована на правовой контроль и правовое сопровождение бизнес-процессов внутри предприятия. Он обеспечивает снижение потерь в виде убытков и ущерба, которые предприятие может причинить самому себе», – говорит Кулебакин. Это направление неразрывно связано с вопросами управления. Внешняя составляющая направлена на защиту предприятия от внешних угроз: от недобросовестных контрагентов и конкурентов, враждебных поглощений, необоснованных притязаний налоговых, контролирующих, правоохранительных органов. Это направление обеспечивает устойчивость предприятия к неблагоприятным внешним

факторам. «Обе составляющие взаимосвязаны и имеют крайне важное значение. В связи с этим развиваться они должны одновременно, в соответствии с текущими потребностями предприятия и с учетом стратегии его роста и поведения на рынке. В противном случае дисбаланс правовой защиты в одном из направлений может привести к ее «раскачиванию», то есть вынужденному и оперативному перераспределению ресурсов юридической службы с одной проблемы на другую. Сформированная ситуация, в свою очередь, приведет к потере устойчивости предприятия и серьезным негативным последствиям», – говорит Кулебакин.



# Тесное сотрудничество юридической службы с другими необходимо

На вопросы о том, как устроена юридическая служба федерального почтового оператора, ответил заместитель генерального директора ФГУП «Почта России» Александр Орешкин.



– Сколько юристов работает на предприятии сегодня? Практикует ли Почта России наем сторонних юридических организаций?

– Штат юристов Почты России не слишком велик в масштабах предприятия: 15 сотрудников Претензионно-искового департамента и 10 сотрудников Департамента правового сопровождения деятельности филиальной сети. Общая численность юристов в филиалах – 334 человека.

Сотрудничество с юридическими организациями практикуется как в Аппарате управления предприятия, так и в филиалах в исключительных случаях. Это происходит в случае необходимости привлечения узкопрофильных специалистов, имеющих опыт работы по определенным вопросам (например, по налоговым спорам) или по вопросам, требующим знания международного права, или в случае сложных, нестандартных судебных споров с неясной перспективой.

– Расскажите, как строится работа юридического подразделения ФГУП «Почта России»? Разделены ли полномочия с другими службами, чтобы избежать «перекидывания» задач и дублирования функций?

– Юридический сектор предприятия строится на работе двух подразделений – Департамента правового сопровождения деятельности филиальной сети и Претензионно-искового департамента. Решение общих правовых вопросов, сопровождение коммерческой деятельности, юридическая поддержка филиалов осуществляется Департаментом правового сопровождения деятельности филиальной сети. Претензионно-исковой департамент обеспечивает наиболее эффективную координацию действий юридических служб Аппарата управления и ЮС филиалов по судебным

и претензионным делам, обобщает судебную практику и вырабатывает единообразный подход к разрешению определенных категорий судебных дел. Этот же Департамент обеспечивает юридическую поддержку сделок, заключаемых предприятием, и координацию деятельности структурных подразделений Аппарата управления в целях повышения эффективности договорной работы предприятия.

В настоящий момент проводится работа по распределению между подразделениями предприятия функций и задач, которые ставит руководство, в том числе перед юридической службой. Мы считаем необходимым при этом тесное взаимодействие юридических и иных подразделений в целях выработки единого и грамотного подхода к решению различных вопросов, возникающих в процессе деятельности ФГУП «Почта России».

– Недавно на предприятии было создано правление – новый исполнительный орган, который будет определять политику федерального почтового оператора и обеспечивать его эффективную работу. Вы вошли в состав. На ваш взгляд, руководство Почты России считает обязательным участие юриста в принятии ключевых для деятельности предприятия решений?

– Целями деятельности правления является обеспечение эффективной работы ФГУП «Почта России», направленной в том числе на защиту прав и законных интересов предприятия и его собственника – Российской Федерации. Поэтому участие юристов в решении рассматриваемых правлением вопросов необходимо для оптимального решения поставленных задач. В связи с этим в состав правления вошли я, как заместитель гендиректора (по юридическому направлению), и юрисконсульт Департамента правового

сопровождения деятельности филиальной сети Алла Кучумова. Вместе с тем необходимо отметить, что правление выполняет функции планирования и решения основных вопросов деятельности предприятия и носит вспомогательный характер. Это не ограничивает полномочия генерального директора как единоличного исполнительного органа предприятия, который принимает окончательные решения по всем вопросам.

– Расскажите о задачах юридического подразделения Почты России на 2010 год?

– Их очень много. Перечислю основные:

– правовое сопровождение деятельности предприятия;

– обеспечение правомерности деятельности предприятия и его филиалов при выполнении их задач и функций в соответствии с законодательством РФ;

– методическое руководство правовой работой на предприятии, разъяснение действующего законодательства РФ и порядка его применения, оказание правовой помощи структурным подразделениям предприятия;

– консультирование и оказание правовой помощи структурным подразделениям предприятия;

– осуществление правового сопровождения специальных программ;

– подготовка предложений при наличии пробелов в законодательстве на основании сложившейся судебной практики;

– сопровождение договорной и претензионно-исковой деятельности предприятия;

– внесение изменений в действующие локальные нормативные акты предприятия, регламентирующие договорную работу, в целях повышения ее эффективности.



# Почта Дании: ставка на бизнес-клиентов



Четыре года назад журнал «Почта России» опубликовал материал о Почте Дании (Post Danmark A/S). За прошедшее с момента публикации время компании пришлось столкнуться с рядом вызовов, среди которых либерализация рынка почтовых услуг, падение объемов корреспонденции на фоне роста требований клиентов, купля-продажа акций и слияние с почтовыми службами других стран и, конечно, резкий спад доходов как следствие глобального экономического кризиса. По всем направлениям Почта Дании держит удар, используя как инновационный предпринимательский потенциал, так и авторитет, наработанный за почти четыреста лет деятельности.



## Конкуренция и партнерство

Почта Дании из компании, принадлежащей Министерству транспорта, превратилась в 2002 году в акционерное общество, на 100% принадлежащее государству. Преобразование было проведено, чтобы подготовить компанию, во-первых, к исполнению требований по либерализации европейских почтовых рынков, а во-вторых, к вступлению в международные альянсы. С того момента и до настоящего времени было постепенно и существенно ограничено монопольное право Почты Дании на обращение писем определенного веса – с 250 до 50 г (включительно). В образовавшемся «пространстве» не замедлила появиться в начале 2006 года почтовая компания из числа конкурентов Почты Дании по Скандинавии – Почта Норвегии (Norway Post). Причем в одном из наиболее привлекательных регионов – так называемом Большом Копенгагене. На появление в сегменте писем весом более 50 г нового конкурента главный исполнительный директор Почты Дании Хельге Израэлсен отреагировала так: «Конечно, всегда обидно, что приходится иметь дело с новым участником рынка. Однако я не думаю, что новый игрок сможет предложить продукты или качество услуг, аналогичные нашим. Более того, почтовые компании двух стран являются партнерами в другом сегменте – посылочном». Партнерство выглядит как равнодолевое владение компанией Pan Nordic Logistics, осуществляющей доставку международных посылок.

Исключительно с точки зрения сотрудничества Почта Дании подошла и к отношениям с Почтой Швеции (Posten AB). В 2009 году была заключена историческая сделка по слиянию двух компа-

текст и фото  
Александра Черкасова

Клиент Почты  
Дании получает  
посылку



ний. Слияние было одобрено Комиссией ЕС 21 апреля 2009 года при условии сокращения доли обеих компаний на рынке бизнес-посылок Дании, что и было реализовано. Образовавшаяся в результате компания Posten Norden AB сейчас имеет в своем распоряжении 52 тыс. сотрудников и общий доход в 34 млрд датских крон. Председатель совета директоров новой компа-

нии Фриц Шур пояснил, что она сможет играть «активную роль в будущем дерегулировании европейского почтового рынка. Совместная группа объединяет уникальные знания и опыт, и обе стороны привержены высокому качеству и желанию идти в ногу с изменяющимися потребностями клиентов». А вот партнерство Почты Дании с бельгийской De Post-La Poste

## ПОЧТА ДАНИИ В ЦИФРАХ

- Почта Дании является владельцем или совладельцем следующих предприятий:
  - Budstikken Transport A/S (курьерская экспресс-служба) – 100%,
  - Pan Nordic Logistics AB (доставка международных посылок) – 50%,
  - Post Danmark Leasing A/S (лизинг легковых и грузовых автомобилей) – 100%,
  - Data Scanning A/S (обработка и перевод физической почты в цифровой вид с дальнейшей доставкой) – 100%,
  - e-Voks (бесплатные электронные сервисы для частных лиц) – 33,3%,
  - Transportgruppen A/S (транспортные и логистические услуги) – 51%.
- Около 67% годового дохода Почты Дании формируется за счет бизнеса, который находится в свободной конкуренции с другими предпринимателями.
- Почта Дании насчитывает примерно 21 тыс. работников.
- 900 офисов и магазинов Почты Дании открыты для клиентов.
- Каждый день Почта Дании собирает и сортирует примерно 11 млн почтовых отправлений для доставки по 5,2 млн клиентов в 2,6 млн домашних хозяйств.
- На частных клиентов приходится лишь 9% почтовых отправлений, бизнес-клиенты обеспечивают 91% нагрузки.



приняло в 2009 году несколько другой оборот. В январе 2006 года Почта Дании совместно с инвестиционной компанией CVC Capital Partners Limited приобрела 50% минус одна акция почтового оператора Бельгии. Целью сделки было модернизировать De Post-La Poste так, чтобы компания осталась конкурентоспособной на рынке Европы. И вот по прошествии трех лет датская почта сочла свои обязательства в отношении Почты Бельгии выполненными (показатели прибыли южно-европейской компании стали уверенно расти) и продала свою долю акций партнерам из CVC.

### Влияние кризиса

Весьма гибкая финансовая политика Почты Дании в настоящий момент обуславливается кризисными явлениями. 2009 год компания закончила, декларируя резкое снижение операционной прибыли – 235 млн датских крон за девять месяцев 2009-го по сравнению с 726 млн датских крон за тот же период 2008 года. В 2009 году объемы пересылаемых писем снизились на 9%, а объемы посылок сократились еще значительно. При этом компания смогла сократить расходы только на 1,2%, что не компенсировало огромное снижение объемов писем и посылок. «Несмотря на то что мы инициировали широкую программу рационализации, этого оказалось недостаточно для обеспечения удовлетворительной операционной прибыли», – заявил К. Б. Педерсен, генеральный директор Почты Дании. Однако чистая прибыль за этот период составила 1709 млн датских крон по сравнению с 666 млн за тот же период прошлого года. Это увеличение прибыли было вызвано исключительно продажей доли Почты Дании

в бельгийской De Post-La Poste, состоявшейся в третьем квартале.

### Корпоративные услуги

Даже краткого знакомства с деятельностью почтового оператора достаточно, чтобы понять, что она направлена прежде всего на удовлетворение интересов и потребностей акционеров и бизнес-клиентов. Перевозка небольших товаров и бизнес-посылок, другие предложения – вот то, чем пользуются датские предприниматели изо-



Работники Почты Дании поощряются в том числе возможностью участвовать в велосипедном марафоне

дня в день. В клиентуру компании входят как прочно стоящие на ногах бизнес-конгломераты, так и малые, недавно образованные предприятия. Почта Дании называет себя «важным партнером для коммерции и производства» и намерена оставаться таковым и далее. Что касается тарифов, то последнее крупное повышение было реализовано в начале 2008 года, некоторые виды корреспонденции вынужденно поднялись в цене в начале 2009 и 2010 годов. Два года назад цена на стандартное письмо увеличилась на 0,75 датской кроны, оно стало стоить 5,5 кроны. Экономичное пись-

мо, предполагающее большее время на доставку, подорожало тогда на 0,50 кроны – до 5,0. Рост тарифов объяснялся требованиями ЕС к либерализации почтовых рынков и необходимостью приблизить тарифы к фактической стоимости доставки корреспонденции.

Сообщение о введении новых тарифов было опубликовано за три месяца до их вступления в силу вместе с анонсированием других важных изменений. Одним из нововведений стало так называемое бизнес-письмо – возможность отправить сразу три тысячи и более одинаковых по размеру писем со сроком доставки четыре дня по тарифам более низким по сравнению с уже имеющимися категориями писем. Кроме того, отныне почтальоны переставали взимать плату за какие-либо услуги, которые должны были оплачиваться только в почтовых отделениях и почтовых магазинах.

### Инновации в деле

Снижение цены – далеко не единственное, что может предложить сегодня Почта Дании своим корпоративным клиентам. Одна из восьми бизнес-единиц компании, eCommunication, весной 2009 года запустила для юридических лиц услугу eComOne – прямой электронный обмен деловыми документами. Это позволило компаниям отказаться от необходимости заключать соглашение с каждым партнером по бизнесу. При использовании электронных документов сокращается число повторяющихся вводов данных, которые осуществляются при отправлении и получении счетов-фактур. Благодаря услуге оригинальные данные посредством инновационных почтовых технологий передаются из IT-системы отправителя в систему получателя. Резуль-

тат – всесторонняя экономия и уверенность в том, что данные корректны. Услуга eComOne применима независимо от того, какого рода IT-системы используются отправителем и получателем. Это означает, что предприятие передает данные в своем формате, а уже потом Почта переформатирует данные в формат, требуемый получателем, в том числе в виде физического письма. Теперь предприятия должны заключать только один договор – с Почтой Дании, чтобы получать доступ к системе электронного обмена с себе подобными. Предлагая новую услугу, Почта Дании вносит вклад в переход от обмена документами в физической форме к цифровой, ведь согласно последним исследованиям распространение электронного документооборота между компаниями Европы пока очень ограничено – 1–6%. Только в Скандинавии показатель составляет более 12%.

В течение уже нескольких лет Почта Дании владеет компанией Data Scanning A/S. В 2007 году эта дочерняя компания Почты первая в стране получила сертификат безопасности DS 484:2005, соответствующий международному стандарту ISO IEC 27001:2005. Компания была также сертифицирована по стандарту качества ISO 9001:2000. Data Scanning занимается обработкой входящей



физической почты компании-клиента: письма вскрываются еще в почтовом отделении, сканируются, обрабатываются специальными программами для классификации по типам и извлечения основной информации и по электронной почте пересылаются ответственному специалисту в компании. Это избавляет клиентов от необходимости самостоятельно обрабатывать бумажную корреспонденцию, тратить на оборудование и обучение персонала временные и финансовые средства. Оцифрованные документы архивируются и могут быть доступны через сеть. Физические документы продолжают храниться или отправляются клиенту. В Data Scanning клиенты могут заказать и «обратную» услугу – сканирование и отправку своих бумажных документов в электронном виде.

### В борьбе за качество обслуживания

Рядовые датчане давно и активно взаимодействуют с Почтой Дании через ее представительство в Глобальной сети. Сайт компании предоставляет широкие возможности как для частных, так и для корпоративных клиентов. С помощью него можно отследить путь письма или посылки (Track and Trace), заказать марки, просчитать «почтовым калькулятором» варианты стоимости пересылки, уточнить весовые ограничения, индексы, местоположение почтовых ящиков и отделений, заказать услуги международной курьерской службы Jetpost International и т. д. Летом 2008 года на сайте Почты Дании стартовал блог, который ведет лично глава по внешним коммуникациям. Еще один из важнейших разделов сайта называется коротко – «Работа» и позволяет найти вакансии в интересующем регионе, узнать о квалификационных требованиях, социальных гарантиях и возможностях карьерного роста, оставить резюме, а также «воочию» познакомиться с работниками компании на страничке «Ваш новый коллега». В мае 2008 года IT-департамент Почты Дании, в котором трудится около 400 специалистов, получил сертификат ISO 20000. Сертификация свидетельствует о том, что департамент способен предоставлять IT-услуги и оказывать поддержку более чем 100 производственным и 50 административным системам



семи бизнес-единиц, входящих в Почту Дании.

Еще одним свидетельством инновационных и технологических достижений датской почты, на этот раз на уровне международного признания, стало получение ею в течение двух лет подряд наград в наибольшем числе номинаций конкурса качества почтового обслуживания World Mail Awards.

Надо сказать, что борьба за качество – основа корпоративной идеологии Почты Дании. С 1998 года Почта Дании использует системный подход в работе над совершенствованием форм управления и обязательств персонала, основанных на «Модели отличия» (Excellence Model). В компании прилагаются большие усилия для соответствия стандарту качества EFQM (European Foundation for Quality Management). Как результат, весной 2004 года компания получила Премию качества Дании, а в 2006 году оказалась в числе финалистов состязания за премию EFQM Excellence.

Один из важнейших показателей, измеряемых с помощью внутреннего и внешнего аудита (например, по оценкам IBM Business Consulting Services), это качество доставки писем внутри страны. В 2009 году этот показатель достиг 97% – именно столько писем доставляется внутри Дании на следующий

день после отправки. Кстати, этот показатель за последние 14 лет не опускался ниже 93%. Главное предназначение организации «работы с отличием» – всеобщая вовлеченность в управление качеством, которая обозначена в системе ценностей компании отдельным термином Total Involvement in Quality (TIQ). Важным инструментом в процессе TIQ является самооценка текущей деятельности и достигнутых результатов на всех уровнях внутри компании. Почта Дании изучает лучшие образцы деятельности в других организациях, таким образом создавая всеобъемлющую концепцию внутреннего и внешнего бенчмаркинга. Цель процесса TIQ – усилить конкурентоспособность, то есть повысить производительность, сократить число пропусков работы по болезни и устранить текучесть кадров, и, кроме того, укрепить положительный имидж национального поставщика почтовых услуг. В своем годовом отчете-2008 Почта Дании заявляет, что внимание к физическим и психологическим аспектам рабочей среды, а также профилактические мероприятия позволили каждый десятый пропущенный по болезни день превратить в полноценный рабочий. Благодаря этим усилиям, компания заработала победу в премии «Рабочая среда-2008» (Working Environment Award).

### Кадровая политика

Как известно, главный девиз всех компаний, стремящихся к успеху, – «кадры решают все». Вот и Почта Дании в списке своих стратегических задач упоминает «постоянное привлечение и, в особенности, удержание сотрудников».

Александр Мурашов живет в Копенгагене больше десяти лет. Полтора года он работал почтальоном и говорит, что текучесть кадров в Почте Дании весьма велика: «Как говорится, не все ладно в Датском королевстве. Очень многие работники не задерживаются здесь более полугода, так как эта работа считается слишком тяжелой. Эмигранты идут работать почтальонами охотнее датчан, особенно немцы, но и они со временем увольняются в поисках лучшей жизни».

Работа почтальона в Дании отличается от работы почтальона в России не очень сильно. Смена начинается примерно в 6.30 утра и заканчивается в 14.30, предусмотрен получасовой перерыв на обед. В начале происходит сортировка корреспонденции по трем группам: в адрес частных и корпоративных клиентов, а также реклама. После обработки общего объема почты почтовики приступают к сортировке на индивидуальных стендах, раскладывая корреспонденцию в соответствии с маршрутом доставки на участках.



900 почтовых  
офисов и  
магазинов  
открыты для  
клиентов





Через час-полтора после начала рабочего дня почтальоны покидают доставочные центры (которые не связаны территориально и функционально с почтовыми отделениями), взяв часть корреспонденции. Почтальоны здесь перемещаются исключительно на велосипедах, оборудованных большими прямоугольными сумками или металлическими коробами. По мере движения по маршруту они пополняют свои «запасы» из специальных зеленых ящиков для кратковременного хранения основной доли корреспонденции, куда она попадает благодаря специальным автобригадам. Начало и окончание рабочего дня почтальона, а также точки его следования по маршруту отмечаются с помощью сигналов, выдаваемых работникам смартфонов. Даже при наличии велосипедов труд почтальона в Дании не может считаться легким. Александр Мурашов рассказывает, что в день ему доводилось доставлять до 40 килограммов только «нормальной» почты, остальные несколько сотен (!)

Почтальоны перемещаются на велосипедах, оборудованных большими прямоугольными сумками или металлическими коробами

килограммов ежедневно образовывались из всевозможных рекламных изданий. «На моем участке за смену нужно было объехать до 600 почтовых ящиков. Примерно 30% из них принадлежат тем, кто отказался от получения рекламы, наклеив на ящики специальные красные метки. В остальные же иногда приходилось класть каждый день до 2 килограммов или как минимум 500-800 граммов различной рекламы. Конечно, таким количеством бумажного спама недовольны и жители, и почтальоны». Но нельзя не отметить, что такая работа и оплачивается Почтой Дании достойно. Почасовая ставка почтальона превышает 100 датских крон (около 600 рублей). Кроме того, каждые полгода работники получают прибавку к ставке по 5 крон в час. Учитываются и переработки, которые весьма часты по субботам. Работник может сам взять на себя дополнительную оплачиваемую нагрузку. Благодаря этому заработки почтальонов иногда превышают средний уровень зарплат, типичный для большинства жителей Дании. Один из принципов HR-политики Почты Дании – создание самоуправляемых команд (self-managing teams), основного «строительного материала» компании. Навыки, получаемые путем работы в таких командах, могут гибко применяться при горизонтальных и вертикальных перемещениях работника по должностям внутри компании. «Возможности для карьерного движения в Почте Дании весьма обширны», – утверждает Александр Мурашов. Для работников регулярно устраиваются короткие совещания и неформальные чаепития, где коллеги охотно делятся не только трудностями работы, но и обсуждают семейные но-

вости или совместный досуг. В подобных встречах также реализуется один из принципов политики датской почтовой службы – учет особых потребностей работников, а также семейной жизни и досуга. По словам Александра, руководители внимательно прислушиваются и к рационализаторским предложениям работников, стараются применить их на практике. Проще говоря, персонал и менеджмент компании находятся в постоянном диалоге. Все работники поощряются бесплатными билетами на концерты, возможностью поучаствовать в велосипедном марафоне и, конечно, получают ценные подарки к Рождеству.

### Имидж – все?

На фоне усиливающейся конкуренции и либерализации Почта Дании остается в умах большинства жителей страны монополистом. Такое представление играет как на руку компании, так и против нее. Стереотип вызывает негативные эмоции, когда речь заходит о повышении почтовых тарифов. Другая сторона устоявшегося «монополистического» имиджа – уверенность людей в операторе, надежно предоставляющем универсальные почтовые услуги по всему Королевству Дания в течение уже 385 лет. Датчане четко знают: почта работает как часы, отправленное письмо придет адресату уже на следующий день. Еще у профи в красно-желтой почтовой униформе есть одна замечательная традиция – участие в оркестрах, повсеместно украшающих народные праздники или важные городские события. А вот среди простых датчан есть другая традиция: встретив утром почтальона, надо обязательно пожелать ему успешного дня и вручить маленький вкусный гостинец.

— **А**лександр Сергеевич, расскажите, пожалуйста, как и когда обозначилась в вашей жизни любовь к маркам?

— Сколько помню себя, всегда собирал что-нибудь. В 6-7 лет у меня появилась первая коллекция минералов. Тогда в подмосковном дачном поселке, где мы жили с родителями, взялись мостить дорогу, я обнаружил в груде щебенки кристаллы кварца и заинтересовался ими (впоследствии интерес стал профессиональным – сегодня заслуженный профессор Илюшин заведует кафедрой физики твердого тела на физфаке МГУ им. Ломоносова. – Прим. ред.). Позже обратился к маркам – тогда, в начале 50-х, их собирали повально все. Но что действительно было тогда нестандартно, так это то, что я собирал маркированные конверты. Я покупал все, какие попадались, и раскладывал их в альбоме по темам вместе с марками.

Потом вырос, поступил учиться, часть коллекции раздарил, а часть – осталась. До защиты кандидатской диссертации и рождения сына в 1970 году активно марками не занимался, хотя филателистические выставки посещал. Их тогда было по несколько штук в год. Затем, когда в жизни вновь появилось время для коллекционирования, вернулся в филателию, но твердо решил собирать только цельные вещи. Чем и поныне занимаюсь.

— Поясните, пожалуйста, нашим читателям значение выражения «цельная вещь»?

— Цельная вещь – это конверт (или открытка), на котором марка не наклеена, а напечатана, дословный перевод немецкого выражения Ganz Sache. (Немцы были начинателями



## Александр Илюшин: Марка – визитная карточка государства

беседу вела  
Наталья Олещук  
фото  
Юрия Казачкова

коллекционирования этого вида почтовых изданий много лет назад.) Моя коллекция началась с советских конвертов, затем я обратил внимание на польские вещи (они были очень красивы), вступил в переписку с поляками. В 1974 году меня направили на научную стажировку в США. Так у меня появилась возможность познакомиться с американской филателией. Мне удалось тогда посетить ежегодную филателистическую выставку «Чемпи-

оны чемпионов», приуроченную к съезду Американского филателистического общества, который, кстати, разительно отличался от подобных мероприятий в СССР. На съезд прибывали все желающие просто ради общения, основное время проводили в беседах в кафе и ресторанах, а голосование по выборам руководства общества производилось заочно – бюллетени отправлялись в запечатанных конвертах по почте и передава-

лись в счетную комиссию. Это позволяло принять участие в выборах всем членам общества. Это произвело на меня большое впечатление. Вот тогда я понял, что филателия – вещь серьезная. В 1975 году вступил в Американское филателистическое общество, членом которого являюсь до сих пор. Тогда, в картотеке американского общества филателистов (она была устроена по региональному принципу), в разделе «Советский Союз» стояла лишь одна карточка – моя. На сегодня мой стаж там составляет тридцать пять лет, и я являюсь одним из старейших членов этого общества.

– Это было довольно смелым решением для 75-го года. Вам не было... страшновато?

– Было. Советское посольство в США отслеживало такие моменты. Но, как ни странно, в основном по... финансовым причинам. Ведь членские взносы надо было и по отъезде выплачивать валютой, а где со-

Сергей Илюшин в 1975 году вступил в Американское филателистическое общество, членом которого является до сих пор



Недавно избранный президент Союза филателистов России, автор многих книг и статей по филателии и по физике, почетный член трех филателистических союзов (России, США и Армении), участник многочисленных комиссий и комитетов Александр Илюшин делится с читателями журнала «Почта России» размышлениями о месте филателии в своей жизни и в современной российской действительности.

ветскому гражданину можно было ее взять? Но мне удалось и эту проблему решить. Меня избрали пожизненным членом общества, и я был освобожден от уплаты ежегодных членских взносов.

– Вероятно за какие-то заслуги?

– Да, я посылал в США советские филателистические журналы и книги, в том числе выпуски журнала «Филателия» с 1966 по 1990 год, в котором я, вернувшись на родину, стал публиковаться. Потом создал экспонат, стал участвовать в выставках как экспонент и как член жюри Союза

филателистов СССР, а потом и как член жюри Международной федерации филателии. Все шло как бы само собой. Это же удовольствие в первую очередь.

– Расскажите, пожалуйста, немного о своей коллекции. Что составляет предмет вашей особой гордости?

– Настоящий коллекционер хорошо помнит не то, что у него есть, а то, чего ему не хватает. Вот уже более 35 лет я собираю цельные вещи дореволюционной России, и в этом разделе у

меня есть несколько дорогих сердцу вещей. Люблю первые три выпуска российских почтовых карточек – «открытых писем». Россия, кстати, стала одной из первых стран мира, введших в почтовый оборот «открытые письма». В 1872 году вышли две карточки – для городской корреспонденции и для иногородней; в 1875 году – третья. Есть вещи, связанные с известными личностями. Например, карточка 1884 года, которая отправлена была в первый день ее продажи великим российским филателистом Федором Львовичем Брейтфу-сом, о котором можно рассказывать часами. Он основатель и бессменный председатель Санкт-Петербургской секции Международного общества филателистов, он в свое время обладал лучшей филателистической коллекцией в России и третьей (после Феррари и Тэплинга) в мире. Истории его собрания присущ привкус приключенческого романа. Брейтфус дружил с великим князем, приходившимся племянником Александру III, и договорился, чтобы с разрешения императора ему передали архивы Почтового департамента. Так все российские раритеты оказались у великого князя и у Брейтфуса. Спустя некоторое время Брейтфус решил продать свою коллекцию с таким условием, чтобы она целиком попала в Почтовый музей в Санкт-Петербурге. В качестве посредника вызвался выступить великий князь, но он умер раньше, чем сделка совершилась. В конце концов Брейтфус продал свое собрание американскому дилеру, который купил все, кроме русского раздела – не сошлись в цене. В итоге собрание оказалось разделенным на две части: международный блок оказался за границей, а российский



Маркированный бланк открытого письма № 5, отправленный Ф. Л. Брейтфусом 11.02.1884 из С.-Петербурга в Лондон, в котором он сообщил адресату, что «сегодня эта карточка впервые поступила в продажу»

ский раздел в конечном счете попал к знаменитому ювелиру Агафону Карловичу Фаберже, который бежал от советской власти в 1926 году по льду Финского залива, повторив маршрут В. И. Ленина. До этого ему удалось переправить многие свои ценности и филателистическую коллекцию через финское посольство в СССР. В конце 30-х годов А. К. Фаберже взял кредит под залог своей коллекции. Разразившаяся Вторая мировая война не позволила ему своевременно выплатить проценты по кредиту, и его собрание в ноябре 1939 года было продано на лондонском аукционе Хармера. В дальнейшем значительная часть материалов из этого собрания последовательно оказывалась в коллекциях Госса, Липшютца и Микульского. Сейчас многие из этих редкостей стали украшать коллекции и наших, российских филателистов.

– Какие периоды в истории российской и советской почты вы считаете наиболее интересными для себя?

– Как я уже говорил, основной мой интерес в филателии – цельные вещи Российской империи. У меня достаточно приличная коллекция. По этой теме я публиковал около сотни статей и в соавторстве с моим другом Олегом Владимировичем Форантоновым написал и издал каталог «Цельные вещи Российской империи». Кроме того, меня всегда интересовал нестандартный материал, как у нас говорят, пограничный. Например, в 1918 году, когда после прихода к власти большевиков была перестроена вся структура власти, Ленин подписал декрет «О создании справочно-информационной службы при почтово-телеграфных учреждениях». В эту службу граждане могли обращаться по любым вопросам, запрашивать

сведения о работе того или иного учреждения, получать справки о месте проживания или работы своих знакомых и т. п. Для подобных запросов выпускались специальные карточки, являющиеся теперь филателистической редкостью (их ведь никто не хранил). Мне удалось собрать около 200 документальных свидетельств работы этого ведомства. Еще пример. Когда началась Великая Отечественная война и страну охватила волна эвакуаций, возникла проблема установления местонахождения перемещенных людей. В Бутуруслане было организовано справочное бюро на эвакуированных, в которое стекалась информация о перемещениях граждан. Каждый человек мог послать весточку о себе в эту службу (Ф. И. О., адрес жительства и настоящего местонахождения) с тем, чтобы близкие смогли найти его адрес в этом бюро. В этом филателия напрямую связана с нашей историей, что в ней особенно ценно и важно.

– Александр Сергеевич, не так давно вы вновь стали президентом Союза филателистов России. Расскажите, пожалуйста, как обстоят дела в отечественной филателии? Как изменилась ситуация в сравнении с советским периодом?

– Сейчас мы переживаем не лучшие времена. Молодежь привлекать трудно, тем более что инструментов для этого

фактически нет: большинство домов детского творчества закрылось. За нами осталась выставочная и издательская деятельность, которую реализовать непросто – из-за несовершенства законодательной базы финансовые средства от государственных органов напрямую мы получать не можем. Нам можно решать эти вопросы только путем проведения с ними совместных акций.

По моим грубым оценкам, членов СФР во всей России наберется не более 5–6 тыс. человек. К сожалению, более полной информации у нас пока нет. В сравнении со временами СССР количество членов уменьшилось раз в 40–50. К примеру, в 70-х годах свыше 200 тыс. человек являлись членами ВОФ. Надо только иметь в виду, что эти данные не совсем соответствовали действительности, так как очень многие держали по несколько членских билетов, чтобы получать больше дефицита. Реальное число собирателей в России сегодня составляет, думаю, около 70 тыс., но они не очень заинтересованы в членстве в СФР.

Наша ситуация далеко не уникальна. В США, насколько мне известно, число филателистов в течение последних десятилетий сократилось вдвое (42–43 тыс. против прежних почти 100 тыс.), та же тенденция характерна и для филателистических организаций Европы. Зато большой всплеск интереса наблюдается в Китае и в Юго-Восточной Азии.

Наша глобальная задача сегодня – устроить себе интересную и осмысленную жизнь, дать возможность людям проявлять творческие способности. Ведь создание коллекции, ее экспонирование, публикация статей



о собранных материалах – это способы проявить себя и быть оцененным другими. Ради этого и ведется литературно-выставочная деятельность, являющаяся сейчас доминантной в СФР.

– Как развивается сотрудничество СФР с Почтой России, другими государственными организациями?

– Марка, как сказал однажды Георгий Димитров, это визитная карточка страны. Эту визитную карточку надо сегодня продвигать. Совместно с Почтой России мы работаем над этим, с одной стороны, пропагандируя ее как объект собирательства, а с другой – будучи клиентами Почты, покупающими эту филателистическую продукцию.

Мы являемся членами Комиссии по изданию государственных знаков почтовой оплаты, Совета по филателии при ИТЦ «Марка»,

тесно сотрудничаем с журналом «Филателия». В конце декабря прошлого года при нашем участии вышел полный официальный сводный каталог марок, выпущенных в России с 1992 года по наши дни, на мой взгляд, содержательный и достойно оформленный материал. Помогаем мы и в международной деятельности ИТЦ «Марка».

Например, вице-президент СФР Алексей Бородин консультировал дизайнеров ИТЦ по созданию выставочного экспоната для Всемирной филателистической выставки в Италии «Международный фестиваль филателии» в 2009 году. Этот экспонат завоевал бронзовую медаль и стал третьим призером смотра экспонатов почтовых ведомств двадцати стран мира. Это очень хороший результат.

Кроме того, СФР оказывает консультационные услуги ИТЦ

Открытые письма – городское и иногороднее

«Марка» и прилагает все усилия к тому, чтобы данное направление деятельности почты – назовем его удовлетворением культурных запросов населения – продолжало полноценно функционировать.



## ДОСЬЕ

### Александр Сергеевич ИЛЮШИН

■ Доктор физико-математических наук, заслуженный профессор Московского университета.

■ Первый президент Союза филателистов России (1992–2001 гг.).

■ Почетный член союзов филателистов России и Армении, пожизненный член СФР и Американского филателистического общества, почетный член американского общества русской филателии «Россика», почетный член Московского общества филателистов, член коллегии жюри ФИП по целевым вещам и тематической филателии.

■ Член Международной ассоциации журналистов-филателистов, член обществ коллекционеров целевых вещей США и Великобритании. Автор «Каталога целевых вещей Российской империи», член редакционных советов журналов «Филателия», «Марка», «Международного филателистического журнала», главный редактор ежегодника «Коллекционер», экспонент многих всемирных, европейских, международных и национальных выставок.

■ Утверждает, что между его научной работой и собирательской страстью принципиальной разницы не существует. Профессиональную деятельность и хобби объединяет общий – исследовательский – подход.



– Что вы скажете о последнем поколении стандартных почтовых миниатюр? Каковы их перспективы на современном рынке?

– Я видел серию «Кремль России» еще на стадии подготовки к выпуску, мне они уже тогда понравились. Во-первых, сюжеты марок выбраны очень удачно. Во-вторых, художественное решение и практическое воплощение оказались достойными выбранной темы. В-третьих, форма марок оригинальная, пользоваться ими удобно (они самоклеящиеся), да и выглядят хорошо. А про перспективу рынка можно сказать только одно – эти марки раскупаются. По крайней мере, их теперь можно встретить на обычной почтовой корреспонденции, а не только на письмах филателистов. Да и другие выпуски марок новой России не залеживаются на прилавках.

# Почта в Карелии: третий век на связи



Здание Петрозаводской окружной конторы связи (снимок 1926–1927 гг., Петрозаводск)

31 января 1785 года первый губернатор Олонецкой губернии Гавриил Романович Державин подписал указ о создании в губернии почтового ведомства и строительстве дома для городской почты. С этого указа началась история почтовой связи в Карелии, которая сегодня насчитывает уже 225 лет.

При подготовке статьи использованы материалы Национального архива Республики Карелии и музея почтовой связи УФПС Республики Карелии – филиала ФГУП «Почта России»

## Царским повелением

Губернаторскому распоряжению предшествовал указ Екатерины II. Императрица велела «каменные дома почтовых контор по городам губерnskим и уездным строить, из суммы, определенной по двадцати тысяч рублей на год на каждую губернию для строения присутственных мест». Для исполнения высочайшего указа Главное правление почтовых дел

разослало в наместнические правления планы губернского и уездного почтовых домов: «первый на восьми саженьях по длине и шести поперек, второй – на пяти саженьях и двух аршинах по длине и на пяти с аршином поперек. Из распределения сих домов оное правление усмотрит, что расположены они единственно по уважению на прямую надобность, без всякого излишества». В соответствии с рекомендациями

Из журнала Олонецкого наместнического правления:

«1785 года февраля 12-го дня в Олонецком наместническом правлении в журнале записано. Приказали призвать отправляющего должность архитектора в присутствии и подтвердить ему, чтоб он в самом скорейшем времени требующую казенною палатою смету представил наместническому правлению при репорте для сообщения оных казенной палате.

Подлинный подписали Гаврил Державин, Дмитрий Свистунов, Тимофей Соколов. Секретарь Степан Дьяков».

52 почтовые станции и 336 лошадей, содержание которых обходилось казне в 38 767 рублей. В 1887 году станций было уже 62, лошадей – 332, и их содержание вылилось в 45 092 рублей. В 1889–1894 годах: 63 почтовые станции, 338 лошадей, ежегодное их содержание – порядка 40 тыс. рублей.

Однако многие губернские селения находились вдали от правительственных почтовых учреждений, что представляло множество неудобств. Для избавления от этих неудобств в 1896 году в Петрозаводском уезде была открыта земская почта. В отчете о ее деятельности, представленном заведующим

Предложение генерал-губернатора Тутолмина о составлении проекта и сметы на постройку почтового дома в Петрозаводске:

«Правящего должность Олонецкого и Архангельского генерал-губернатора генерал-поручика и кавалера Тутолмина Олонецкому наместническому правлению  
Предложение.

Препроводя при сем оригинально доставленное ко мне сообщение Главного почтовых дел правления с проектами почтовых дворов в губернском и уездных городах, наместническое правление извещаю, что губернский почтовый дом [...] назначаю я построить на Въезжей от Санкт-Петербурга площади, начав строение [...] в ныне наступившем году, а для того и предлагаю губернскому архитектору Кисельникову велесть по расположению сей площади сделать проект [...], держась во всем присланного из Главного почтового правления плана и фасада, и сочинить смету, сколько каких потребно материалов [...] и денег на зайготовление оных и на заплату рабочим людям и мастеровым [...].

У подлинного подписано тако:

М. Тутолмин.

Генваря 17 дня 1785 года.  
Петрозаводск».

в Петрозаводске на пересечении нынешних проспекта Карла Маркса и улицы Дзержинского было построено каменное здание почтового ведомства. Описаний его, увы, в Национальном архиве Республики Карелии не сохранилось, как не сохранилось и само здание.

#### Образец для подражания

В 1878 году в Олонецкой губернии (так называлась территория Карелии) насчитывалось

Петрозаводской почтой И. Г. Водопьяновым на очередное земское собрание, говорится, что правительственные почтовые отделения в уезде служат только для пересылки корреспонденции. Земская же почта, кроме того, имеет ряд других функций: «получение по расчетным листам пенсий отставными нижними чинами и их вдовами, получение из казначейства свидетельств на мелкий или иной торг», а также открытие вкладов на сберегательные книжки и получение по ним денег по доверенностям частных лиц, которые давались на имя г-на Водопьянова. Также с помощью земской почты уездная управа рассылала из аптечного склада лекарства четырем врачам, двадцати фельдшерам и десяти повивальным бабкам. В отчетах И. Г. Водопьянова упоминается и о почтовой доставке газет населению.

Для большего удобства на всех станциях и в крупных деревнях на пути следования земской почты были вывешены специальные ящики и правила пересылки корреспонденции, а почтосодержатели снабжены правительственными и земскими марками для продажи населению. Российское правительство разрешило земствам вводить в оборот собственные марки при условии, что их рисунок не будет иметь ничего общего с марками государственной почты. Земские марки имели хождение только на территории уезда или губернии.

При следовании с почтовыми повозками почтальоны вынимали из ящиков письма, находящиеся во внутренних ящиках, запечатанных сургучной печатью. В таком виде их привозили в управу, там ящики вскрывал заведующий почтой, и далее письма отправлялись по назначению. Прием и вы-

## Факт

В первые пять лет работы уездной земской почты (до 1901 года) не существовало никаких правил и гарантий за пересылаемые отправления, все было основано на доверии. А оно у отправителей, безусловно, имелось и даже возрастало. Об этом свидетельствуют данные по пересылке денежной корреспонденции: 1896 год – 2069 рублей; 1897 год – 16 955 рублей; 1898 год – 18 312 рублей; 1899 год – 31 666 рублей; 1901 год – 75 592 рубля.

дача денежной корреспонденции происходили в волостных правлениях, которые от управы были снабжены необходимыми книгами и бланками.

Большинство операций земской почты производилось бесплатно, поэтому материальной выгоды почта практически не получала. Тем не менее в Петрозаводском уезде, особенно в семи его волостях, где проходили земские тракты, действовали 14 почтовых отделений, 7 промежуточных отделений, 20 деревень имели почтовые ящики для простой корреспонденции. Довольно скоро земская почта в Петрозаводском уезде была признана лучшей почтой Олонецкой губернии. А в 1903 году «Правительственный вестник» рекомендовал другим земствам России опыт петрозаводских почтальонов в качестве образца для подражания.

### Три копейки за версту

В 1901 году для земской почты были разработаны правила

В начале XX века на территории Олонецкой губернии собственные марки выпускали Петрозаводская и Пудожская земские почты





приема и пересылки корреспонденции, заведены книги для ее приема и сдачи, появились гарантии сохранности. К 1913 году в сети почтовых учреждений Олонецкой губернии насчитывалось 9 почтово-телеграфных контор, 31 отделение и 28 вспомогательных пунктов, производивших почтовые операции. В тот год за пределы губернии ушло 519,5 тыс. отправлений (писем, посылок, бандеролей) и было получено 3645 тыс. входящих отправлений; внутри губернии обмен входящих и исходящих почтовых отправлений составил 115,3 тыс.

Почтовое сообщение между Петрозаводском и Санкт-Петербургом осуществлялось ежедневно, тракт государственной почты проходил через Пряжу, Олонец и Лодейное поле, Кондопогу, Лижму, Кяппесельгу и Медвежью гору (ныне город Медвежьегорск). В уезды почта доставлялась четыре раза в неделю. В Пудож она направлялась через уездный город Вытегру. Несколько почтовых трактов имелось у губернских и уездных земских почт. Жители поселений, располагавшихся севернее нынешнего города Беломорска, получали почту сезонно (до открытия навигации весной

Первая моторная почтовая лодка, обслуживавшая 4445 жителей из 50 сел (снимок 1928 г., Петрозаводск)

и до установления санного пути осенью корреспонденция туда не доставлялась), пока не была построена Мурманская железная дорога. В Кестеньгском (ныне Лоухском), кроме Керети, и Ухтинском районах почтовых учреждений не было. В уездный город Кемь почта доставлялась из Архангельска.

Летом почтовые тракты обслуживались гужевым транспортом, параконными и одноконными повозками, зимой – санным транспортом. На каждом тракте имелись конно-почтовые станции, где по графикам выделялись ямщики и упряжки. Для создания станций почтовое ведомство на длительный срок

## Факт



6 ноября 1931 года, недалеко от места, где располагался первый в Карелии почтамт, открыли Дом связи, построенный в стиле конструктивизма (автор проекта неизвестен). В 1941 году перед приходом врага он был взорван вместе с шестью электростанциями, городским водопроводом,

отдельными цехами Онежского тракторного завода, типографией, десятком мостов и других объектов. В 1946–1950 годах здание было отстроено заново: проект архитектора Л. К. Андреева задействовал сохранившиеся фундамент и стены. Ачочные окна, стены, отделанные рустом (неотесанным камнем), цоколь из «рваного» камня придали фасадам красоту и силу. А завершалось строение башней со шпилем. На ней в 1950 году были смонтированы часы с боем, который в тихую погоду слышался в разных районах города.

Сегодня в этом здании размещается Центральное отделение почтовой связи Петрозаводска и УФПС Республики Карелии – филиала ФГУП «Почта России».

(год и более) заключало контракты с наиболее зажиточными местными жителями, имевшими хороших лошадей и средства передвижения. Такие соглашения нередко оформлялись с торгов. В свою очередь, владелец станции или почтосодержатель, заключивший контракт, нанимал в окрестных поселениях крестьян с лошадьми для перевозки почты. Часто ямщиками и сопровождающими работали члены семьи почтосодержателя. Почтовое ведомство за версту пробега почты платило почтосодержателю 3 копейки.

### Связующая нить

В 1918 году перевозкой почты по трактам занималась 71 конно-почтовая станция при наличии 160 лошадей и 139 повозок. Затраты на перевозку составили 1,156 млн рублей. В конце года на почте была организована продажа газет и журналов.

Начавшаяся в апреле 1919-го гражданская война задержала развитие почтовой связи в Карелии: многие предприятия почты и телеграфа Петрозаводского и Повенецкого уездов были закрыты и эвакуированы. Но, несмотря на тяжелые условия, почтовая связь продолжала действовать, отправлялись письма и посылки, оформлялись денежные переводы. В марте 1920 года гражданская война в Карелии закончилась, и к осени количество почтовых учреждений достигло здесь 125. Появились сельские почтовые посыльные, справочная служба, была организована продажа газет и журналов, подписка на них. На 78 конно-почтовых станциях работали 437 возчиков при 518 лошадях, содержание возчиков в 1920 году обошлось в 11 млн рублей.

В 1924 году из Петрозаводска отправилась первая передвижная почта, которая в пяти волостях



Петрозаводская контора связи. Заказной и простой отделы (снимок 1925 г., Петрозаводск)

обслуживала 35 деревень, не имевших почтовой связи. Чтобы добраться в некоторые из них, использовались лодки.

О внимании властей к вопросам развития почтовой связи и о роли, которую она играла в жизни республики, свидетельствует публикация от 8 мая 1928 года в газете «Красная Карелия», где написано о постановлениях III сессии КарЦИКа: «Окружная контора ставит своей задачей в первую очередь улучшить качество связи и охватить все сельсоветы почтой. [...] Сельсоветы, не

обслуживаемые сейчас, могут выделить своих уполномоченных для связи с почтовыми пунктами. [...] Четыре человека из центрального аппарата направлены на Ухту для изучения финского языка, в ученичество принимаются только лица, владеющие двумя языками. [...] Особое внимание нужно обратить на квалификацию наших письменосцев. На них, кроме разноски корреспонденции, возлагается работа по сберегательному делу, распространение займов, продвижение книги и газеты в массы. [...] Зимой намечается прикрепление низовых работников к почтовым предприятиям для обучения. Кроме того, контора признает необходимым проведение периодических конкурсов на лучшего сельского агента и письменосца, что послужит к поднятию деятельности низовых работников и улучшению обслуживания». Активно решались и технические вопросы работы почты: с 1930 года для перевозки отправок начали использовать автотранспорт и авиацию, и в 1932 году почтовые услуги стали доступны уже 80% населения Карелии.



Во время Великой Отечественной войны развитие почтовой связи в регионе по понятным причинам приостановилось. К 1 января 1944 года в республике осталось 101 предприятие связи, производившее почтовые операции и обеспечивавшее нужды войск Карельского фронта и населения прифронтовой полосы.

В 1965 году в республике действовало уже 420 почтовых отделений. На 500 сельских жителей приходилось одно отделение связи, а в деревнях с 20 дворами и менее устанавливались почтовые ящики (в Карелии в то время их насчитывалось 2250). Перевозка почты автотранспортом достигала 87%, средняя частота движения почты составляла 6,7 раза в неделю по межрайонным трактам и 5,7 раза по внутрирайонным.

#### Традиции и новации

Сегодня в Карелии действуют пять почтамтов, 268 отделений почтовой связи (215 – в сельской местности) и 2 пункта связи. В них трудятся 2519 почтовых работников (из них 711 почтальонов, 630 операторов). Услуги почты доступны во всей республике.

В связи с географическими особенностями региона, удаленностью значительной части населенных пунктов от центра и друг от друга, а также низкой плотностью населения (3,8 чел. на 1 кв. км.) Карельский филиал Почты России испытывает дополнительные трудности при доставке почты, что приводит к значительным затратам. Но, несмотря ни на что, за последние шесть лет не было закрыто ни одно почтовое отделение, даже в сельской местности.

Наиболее быстрыми темпами почта в Карелии начала развиваться после вхождения

в 2004 году в состав единого национального почтового оператора ФГУП «Почта России». Стали осуществляться централизованные поставки техники, внедрено единое программное обеспечение WINPOST, которое наряду с традиционными услугами (отправка корреспонденции, бандеролей и посылок, денежные переводы, ускоренная

пересылка отправлений) позволило развивать новые сервисы – прием электронных денежных переводов, переводов Western Union, коммунальных платежей, платежей за услуги мобильной связи. Благодаря техническому переоснащению удалось реализовать проект «Коммунальные платежи на почте», удобный для всех плательщиков, особенно для пенсионеров, одновременно получающих на почте пенсию. Под руководством ФГУП «Почта России» Карельский филиал также активно включился в реализацию проекта КиберПочт@, предоставляющего клиентам доступ в Интернет, и принимает участие в создании корпоративной сети передачи данных (КСПД), задействующей для обмена информацией спутниковую связь.

### Факт

Почта в Карелии сегодня обрабатывает в среднем более 7 млн письменных отправлений в год, более 200 тыс. бандеролей и посылок. Среднегодовой объем отправлений 1-го класса составляет порядка 15 тыс. отправлений, EMS Почта России – 6 тыс. отправлений.



# Секретные поручения



Александр I

Материал подготовлен  
Александрой Чернасовой  
при помощи сотрудника  
отдела рукописей Российской  
национальной библиотеки  
Евдокии Павловой

Господину Действительному Тайному Советнику Державину.  
Вы отправляетесь под видом отъезда вашего в Калужскую губернию; но в самом деле поругаются вам от меня изветы, частию от безвлиянного известителя и частию от таких людей, которые открытыми быть не желают; вы усмотрите из них весьма важныя злоупотребления, чинимыя той губернии губернатором Лопухиным и его соучастниками. Поелику же с одной стороны нет о них ни от кого формальных жалоб и доносов без коих следствие производить законы воспрещают; а с другой не могу я без содрогания сердца слышать о таковых зловердных происшествиях как то: налом издомстве, тиранстве невинных, и вообще о таковых преступлениях, которых никак попускаемы быть не должны. Я надеюсь на вашу верность и беспристрастие, и предписываю вам первое:

По приезде вашем в означенную губернию, сначала скрытым образом узнать мас народа относительно поступков губернатора и против чиновников, хранятся ли или законы, учрежденный порядок и правосудие.

Второе: буде вы узнаете, что в помятых изветах доводимые до меня злоупотребления безсумнительны, то одъездите тогда где надлежит рескрипты мой данный вам об осмотре присутственных мест, и по указанию Крупеникова и прочих известителей не открывая их имена удостоверитесь на самых делах, или свидетелями о справедливости их изветов.

Третье: я позволяю вам притом принимать жалобы и доносы о притеснениях и обиженных, и по оным кратчайшими средствами открыть первоначальные следы истины, и о всем том возвратясь донести мне для принятия дальнейших мер к отбращению воспомынутую губернию унектающих, и к поступлению с виновными по законам.

Четвертое: для производства при вас письменных дел, дабы сокрыть теперь прямою цель вашего отсюда отъезда, возьмите вы с собою известного вам служащего в канцелярии Сената, секретаря Соломку, и еще одного из ненаходящихся не у дел, кого вы заблагорассудите. Из коих о первом после дадите знать начальству, а последнему обещайте пристойное жалование. Для чего и на прочие издержки прилагается при сем три тысячи рублей.

Предываю впрочем вам доброжелательной

Александр. С-Петербург.  
Декабря 25, 1801 года.

Лопухин Дмитрий Ардамонович, калужский губернатор, родственник П. В. Лопухина, члена Государственного Совета, министра юстиции

Письмо написано  
собственноручно  
императором России  
Александром I в адрес  
поэта и государственного  
деятеля Гавриила  
Державина. Документ  
хранится в отделе  
рукописей Российской  
национальной библиотеки  
(Санкт-Петербург).

Сохранены оригинальные  
грамматика и орфография



## ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА

Гавриил Романович Державин (1743–1816) широко известен не только как поэт, но и как один из самых честных и неподкупных чиновников высшего ранга своего времени. Державину довелось занимать важнейшие государственные посты при Екатерине Великой, Павле I и Александре I. Но ни с одним из них у Державина не сложилось продолжительных и прочных отношений, несмотря на то что сперва он был всеми ими «обласкан» благодаря поэтическому таланту и

высоким нравственным качествам. Считается, что через год деятельности Державина в качестве министра юстиции под началом императора Александра последний отстранил его от должности со словами: «Ты очень ревностно служишь». Чрезмерно добросовестное исполнение обязанностей было причиной охлаждения отношений и с предшественниками Александра: Державину приходилось неоднократно изобличать персон, приближенных ко двору и причастных к управлению государством.

Однако в конце 1801 года, когда было написано публикуемое письмо, Александр возлагал на Гавриила Романовича большие надежды. Это был первый год царствования молодого императора, задумавшего изменить систему государственного управления. В письме он поручает чиновнику «под видом отпуска» инкогнито посетить Калужскую губернию и убедиться в справедливости анонимных «изветов» и подписанных жалоб, рассказывающих о беззакониях местного губернатора Лопухина.

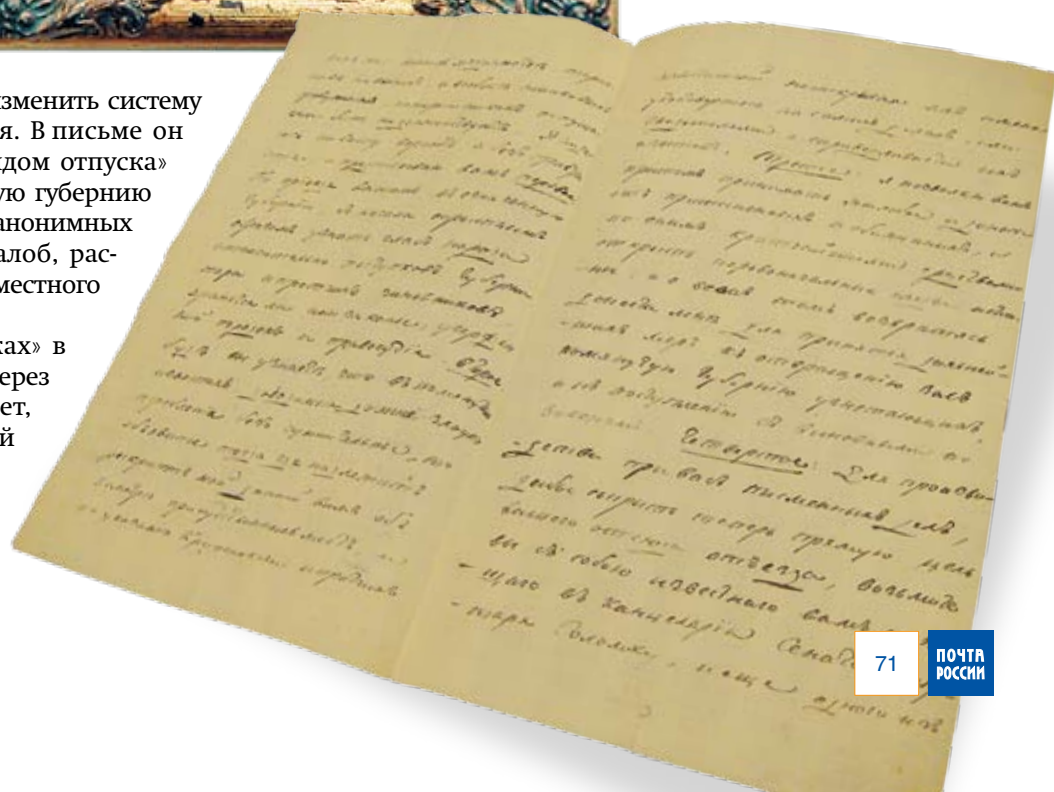
В своих мемуарных «Записках» в главе «Калужское следствие» через десять лет Державин напишет, что среди мелких злодеяний Лопухина были «изъявляющие развращенные нравы, буйство и неблагопристой-

ные поступки губернатора, как то, что напивался пьяным и выбивал по улицам окна, ездил в губернском правлении на раздьяконе верхом, привел в публичное дворянское собрание в торжественный день зазорного поведения девку и тому подобное». По ходу тайной ревизии благодаря «гласу народа» Лопухин и его приспешники были уличены Державиным в тяжких преступлениях, например в покровительстве братоубийства за деньги, в отъеме у помещицы имения в пользу городничего, в шантаже владельца завода, имеющего крупный долговой вексель, подписанный губернатором.

Губернатор Лопухин попытался противодействовать Державину, направив царю клеветнический донос. Но особый комитет, созданный для рассмотрения результатов проверки и жалоб на ревизора, оправдал поэта. Калужский глава был отстранен от должности царем, приказавшим также судить преступного губернатора по закону. Дело расследовалось Сенатом

долгих семнадцать лет: подтверждений злодеяний найдено не было, Лопухина оправдали.

Гавриил Державин



# Повелитель роялей

— Денис, для нас не секрет, что зарубежных гастролой в вашей графике больше, чем российских...

— Да, но, несмотря на это, для меня гастроль по России всегда в приоритете. По стране я езжу больше пятнадцати лет, уже был примерно в 60 городах, в некоторых из них — не по одному, не по два и даже не по пять раз. Сейчас я играю 30 концертов в России и 120 — за рубежом. Объясню, почему так. Если ты выбрал профессию концертующего музыканта, ты должен объехать все регионы, все континенты, потому что это часть твоей профессии. Хочешь ты или не хочешь, но ты должен это делать. Я был бы рад ездить больше по нашей стране, но я, во-первых, связан контрактными обязательствами, а во-вторых, я обожаю играть с потрясающими оркестрами, такими как лондонский, нью-йоркский, чикагский, оркестры Берлинской и Венской филармоний и многие-многие другие, и работать с такими дирижерами, как Лорин Маазель, Марис Янсонс, Юрий Темирканов, Валерий Гергиев, Зубин Мета, Михаил Плетнев, Юрий Башмет, Владимир Федосеев.

беседу вела  
Наталья Санберг  
фото  
из архива  
Дениса Мацуева

Расхожий стереотип наших представлений о классическом музыканте — некто «не от мира сего», с нотной папкой в руках и туманом во взгляде — рассыпается в пыль, когда на сцену выходит Денис Мацуев, блестящий исполнитель, триумфатор, пианист номер один. Он способен на гениальные провокации. Сыграть джазовую импровизацию после концерта Рахманинова? Спародировать российских политиков? Помузицировать с королем Таиланда в четыре руки? Запроси! Об элементах игры в своей жизни и о судьбе музыканта вообще известный российский пианист рассказал в интервью журналу «Почта России».

Хочу добавить: сейчас для России самое важное — это строительство новых залов. Музыкантам негде работать, мы играем в домах культуры, где ни о какой акустике речь вообще не идет. Все эти залы строились не для проведения концертов классической музыки. Хороший зал — проблема номер один практически всех российских



городов. И я буду делать все возможное для того, чтобы в России эта проблема решалась.

– Правда, что рояль сопровождает вас в поездках?

– Это так, но рояль у меня не один. Их несколько: один в Америке, другой в Европе, третий в Японии. Это замечательные инструменты, я люблю на них играть, каждый для меня – как родное существо. Бывает, что я играю не на своих роялях. И это тоже интересно: у тебя есть полчаса на знакомство с новым инструментом – ты должен за эти полчаса привыкнуть к нему. Безусловно, в этом даже есть некий спортивный интерес, потому что ты не можешь знать, чем все закончится.

Об одном инструменте хочу рассказать отдельно. Это рояль Рахманинова, один из самых гениальных роялей в моей жизни. Он стоит в доме композитора в Швейцарии, в имении «Сенар». Там я записал пластинку «Неизвестный Рахманинов», которая была номинирована на «Грэмми».

Для меня это было настоящим знакомством с самим Рахманиновым, атмосферой его дома. Я там жил, и я пропитался уникальной аурой. С тех пор я часто общаюсь с внуком композитора Александром Борисовичем и вообще с фондом Рахманинова, арт-директором которого являюсь, мы создаем много интересных проектов по всему миру. Сейчас у нас есть задумка – реализовать несколько проектов на этом рояле, впервые перенести его в концертный зал.

– У рояля Рахманинова есть какие-то уникальные особенности?

– Это огромный инструмент фирмы Steinway, длиннее обычного в полтора раза, такая громадная дека, удивительное зву-

чание, потрясающий тембр, и он несколько не постарел. С тех пор как американцы в 1929 году сделали его специально для Сергея Васильевича, рояль так и стоял в небольшом кабинете с видом на Люцернское озеро. Там писал сам Рахманинов, там сохранены все его рукописи, фотографии. Не исключено, что когда-нибудь я этот рояль заберу себе. Надеюсь на это.

– А ваша Yamaha, которая в Москве? Ее делали специально под вас?

– Нет, но в техническом плане там есть кое-какие усовершенствования. Я специально ездил на фабрику в город Хамамацу, под Токио, где Yamaha находится, и прямо там высказал свои пожелания: что мне нужно от инструмента в плане звучания и т. п. Но еще раз повторяю, в принципе мне все равно, на чем играть.

– Вы являетесь вице-президентом благотворительного фонда «Новые имена» и, безусловно, отслеживаете появление

«Я очень боюсь слов «звездочка» и «вундеркинд». Потому что из вундеркиндов, как правило, не рождаются великие музыканты»

талантливых музыкантов. Как вам кажется, когда пробиться было сложнее – во времена вашего старта или сегодня?

– Знаете, это всегда сложно. И сейчас, и в 1990-е годы. Я даже не могу сказать, что в советские времена было легче. Таланту всегда очень сложно пробиться, тем более из провинции. Хотя если брать по количеству, то в процентном отношении, наверное, сейчас молодых звезд стало меньше. Пропать 1990-х годов, конечно, чувствуется. Кроме того, меньше стали искать в последние семь-восемь лет. Раньше фонд «Новые имена» очень четко отслеживал все появления, поскольку на тот

Триумфальная победа на конкурсе Чайковского в 1988 году

момент он был единственным в своем роде. «Новые имена» были монополистами! Это удивительный бренд, который создала Иветта Николаевна Воронова, заслуженный деятель искусств России, лауреат Премии города Москвы. Она сделала фантастически много для своих подопечных! Сейчас все мое поколение, участники нашего фестиваля «Крещендо», вообще все тридцатилетние, кто играет не только у нас, в России, но и во всем мире, – это «питомцы» нашего фонда, нашей семьи.

Все знают, что в последнее время появилось огромное количество фондов. Среди них, например, есть замечательный фонд Владимира Спивакова, моего большого друга. Есть еще прекрасные фонды. Но «Новые имена» всегда будут первыми, и моя задача – просто напоминать о том, что «Новые имена» живы, они существуют. До сих пор не прекращается та самая работа: и помощь молодым музыкантам, и поездки, и стипендии, и мастер-классы, и творческая школа в Суздале. И самое главное – остается уникальная среда обитания.

– Как же не потеряться в наше время молодому талантливому исполнителю?

– Больше половины людей, прошедших через «Новые имена», не исчезли с горизонта. И это уже очень здорово. Я очень боюсь слов «звездочка» и «вундеркинд». Потому что из вундеркиндов, как правило, не рождаются великие музыканты. Многие играют гениально до 10 или до 11 лет, потом им исполняется 15 – и все, они исчезают. Очень сложно выстроить постепенное развитие таланта. Может быть, в этом виноваты и родители, и педагоги, которые начинают

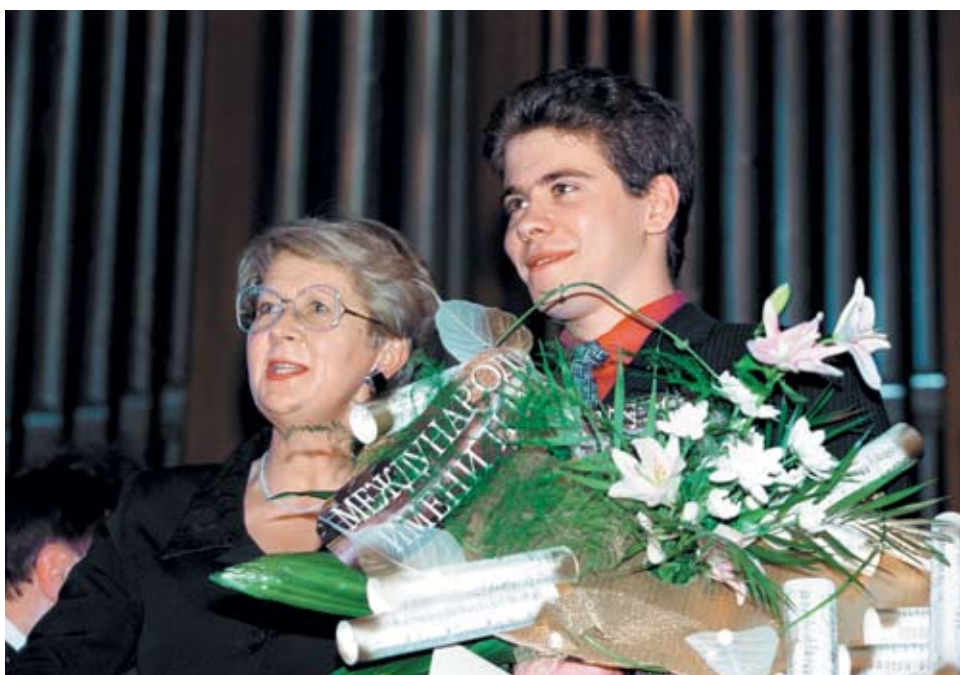


фото Владимир Вяткин / STF, РИА Новости



Совместный концерт с дирижером Владимиром Спиваковым

внушать детям с раннего возраста, что они феноменальные дарования и что они уже сейчас должны ездить, играть концерты и зарабатывать деньги. Да, есть и такое, к сожалению. И буквально на глазах исчезает мальчик, который потрясающе играл, – через два-три года смотришь: у него уже и интерес пропал, и азарта нет, и он «завязывает» с профессией.

С другой стороны, даже те талантливые люди, которые оканчивают школу, консерваторию и развиваются постепенно, сейчас оказываются на улице, им нечего делать. Они уезжают за границу, учатся там, а потом многие играют в ресторанах или переходах. Хотя ничего зазорного в этом нет. Например, есть в Вене знаменитая скрипачка Дора Шварцберг, профессор, которая даже говорит своим ученикам: «Идите и играйте в переходе, чтобы элементарно не потерять практику, чтобы иметь постоянного слушателя».

С одной стороны, это здорово, а с другой – страшно. Люди, которые посвятили 20–30 лет своей жизни обучению музыке, начинают играть в подземном

переходе и в конце концов осознают, что это тупик. Это трагедия нашей профессии – невостребованность таланта, она стала еще более очевидной с приходом шоу-бизнеса в классическую музыку. Это просто горе.

Таланту нигде самоутвердиться. Да, есть международные конкурсы, есть прослушивание дирижеров, и никто ничего даже после этого не гарантирует. Даже победа на конкурсе Чайковского, или Шопена, или Вана Клиберна в Америке не гарантирует никакой карьеры. Да, у тебя будет шанс, но даже если ты феноменальный исполнитель, нет гарантии, что твоя карьера будет двигаться. И это, конечно, огромная проблема. Поэтому очень хорошо, что сейчас появляются различные



фестивали, главной целью которых является продвижение молодых исполнителей. Как, например, фестиваль «Крещендо», где я являюсь художественным руководителем. Это мероприятие, на мой взгляд, приносит много пользы. За пять лет через «Крещендо» прошли более 60 музыкантов. Это те талантливые ребята, которые в безнадёжные 90-е уехали за границу, и о них в России не

Трагедия нашей профессии – невостребованность таланта, она стала еще более очевидной с приходом шоу-бизнеса в классическую музыку. Это просто горе

было известно ничего. Про них просто забыли. А теперь многие из них прочно заняли нишу российской сцены.

Так что наш фестиваль, возникший всего пять лет назад, показал удивительный результат для этого срока. Все, что мы задумали, получилось.

– Вот, кстати, и повод для следующего вопроса. Вы в последнее время стали активно заниматься организаторской и общественной работой. Кроме того, теперь вы входите в состав Совета по культуре и искусству при президенте РФ. Не отвлекает ли все это от главного – исполнительской деятельности?

– Я бы сказал, что испытываю некое состояние кайфа – от того, что я вижу замечательный результат. Поверьте, мне гораздо легче играть на рояле, чем заниматься такими вещами! Но с другой стороны, это настолько приятная работа во всех отношениях, потому что я получаю удовольствие от того, что помогаю. И от того, что получается. Действительно здорово, когда есть задумка и она доводится до конца. Ты отдаешь себя, но взамен получаешь очень многое. Это дорогого стоит.

– Денис, в последнее время вы все чаще появляетесь на ТВ, причем не только на канале «Культура», но и, например, в совершенно далеких от классики шоу-программах...

– Вы знаете, в чем дело? Конечно же, мое появление там, где классический пианист якобы и не должен был появляться, – не от хорошей жизни. Я прекрасно понимаю, в какую игру я начал играть. Но я делаю это намеренно и не скрываю. Более того, мне даже это нравится. Потому что сейчас та новая публика, которая приходит в концертные залы, зачастую становится моей после того, когда меня увидели в каких-то абсолютно неожиданных проектах. Причем эти проекты однозначно шокируют любителей классической музыки.

Но все-таки, если уж я играю в эту игру, то я должен быть одинаково успешным на всех фронтах: и в классической музыке, и в джазовой, и, может быть, даже в шоу-бизнесе. Вполне возможно, что я действительно создал определенный шоу-бизнес, свою джазовую историю. Я же не играю джаз в чистом виде! Это просто мои джазовые фантазии, джазовые «состояния», которые очень нравятся публике.

Если я пойму, что у меня что-то

где-то замкнется и не станет получаться, то я, конечно, уйду и буду играть только 50–60 концертов исключительно классического репертуара – того, что мне хочется. Это не значит, что я сейчас играю совсем не то, чего хочется мне. Но все-таки я понимаю, что многие моменты сталкиваются друг с другом. С одной стороны, у меня классические сольные концерты с известнейшими дирижерами, например в «Карнеги Холле» или в Берлинской филармонии. А с другой стороны, я запросто смогу сыграть в джазовом составе где-нибудь в клубе, для какой-то непонятной публики. И мне все равно, какая будет публика – элитная, не элитная, богемная, не богемная. Но я от этого тоже получу удовольствие. И на корпоративах, если мне нужно, я тоже могу играть – никогда этого не скрываю. И появляться в передачах вроде «ПрожекторПэрисХилтон» или «Смак».

– Да-да, ваша джазовая импровизация в финале «Прожектора» очень впечатлила...

– Я снялся в этой программе прежде всего потому, что с большим восхищением отношусь



фото Илья Питалев / STG, РИА Новости

Футбол – одно из главных увлечений с детства

к таланту Ивана Урганта. И я пошел на этот риск, как, впрочем, и тогда, когда в Большом зале консерватории после концерта Чайковского или Рахманинова играл Гершвина, где старенькие бабушки чуть в обморок не падали от того, что слышат.

Тем не менее пока вроде все складывается удачно. И появляются новые слушатели, которые никогда в жизни не были на концертах классической музыки. И я вижу, как они «перевоспитываются», я вижу, как они «облагораживаются», я вижу, как они меняются с годами. Потом они говорят: «Спасибо за то, что вы привели нас в концертный зал! Мы бы никогда туда не пришли, если бы не увидели вас в телепрограмме Оксаны Пушкиной, или Ксении Собчак, или том же «Смаке»...

Я знаю, что многих перевернуло – например, профессуру консерватории, когда я пародировал политиков на «Новогодних огоньках». А мне это очень нравится, потому что я человек

«» После концертов жду критических статей, которые мне помогают в дальнейшем. А всяческую лесть и похвалу я научился воспринимать с глубокой иронией «»

веселый, и я люблю проводить время так, чтобы весело было всем. Иногда в подобных ситуациях я просто отдыхаю и таким образом отключаюсь от того графика, в котором живу.

– Как относитесь к критике? Задевают ли вас резкие высказывания?

– Я замечательно отношусь к критике, если она конструктивная. Честно вам скажу, я так жду рецензий на свои концерты! Особенно это касается зарубежных гастролой. У нас ждать рецензий не стоит – потому что в России, по большому счету, нет критиков, которые могут грамотно разобрать концерт и написать толковую статью. Даже если и есть люди, которые на это способны, то им просто не дают места для публикации. Я знаю точно, во многих центральных изданиях совсем закрыт раздел критических рецензий на классические концерты.

Я уверен, что у нас есть молодые критики, которые могут писать замечательные рецензии. Есть авторы, которые пишут достаточно успешно, но все равно в этих рецензиях больше вседозволенности, а главное потерялось.

Знаете, я в свое время нашел на антресолях журнал «Музыкальная жизнь» за 1972 год. А в нем – рецензия на концерт Станислава Нейгауза в Большом зале консерватории. Это просто учебное пособие на целых пять листов. Я молю Бога, чтобы меня кто-нибудь так подробно разобрал. Кстати, был у меня концерт – кажется, в Питере, и в каком-то издании одна журналистка написала по поводу первой фразы в третьем концерте Прокофьева – ей было неотчетливо слышно по балансу. Может быть, после реконструкции Большого зала

в Петербурге рояль стал звучать более тускло. И начало первой фразы, скорее всего, потерялось по балансу с оркестром. Эта рецензия действительно помогла мне. Я понял, что при такой акустике первую фразу надо играть ярче, потому что оркестр может тебя перекрывать.

А вообще стиль нашей сегодняшней критики такой: вот, он приехал на мотоцикле с блондинкой, в ухе серьга, снял косуху, надел бабочку, фрак и пошел играть Шопена. Или могут очернить кого-то. Если это обо мне речь идет, я не беспокоюсь: ведь, если надо, я могу и ответить! Трагедия в том, что благодаря таким молодым «недоавторам», которые дорвались до газеты, мы

когда-то потеряли Ростроповича в России. Это печально и опасно, потому что у нас и так мэтров немного осталось. И если будут писать всяческие гадости про таких людей, как Темирканов, Гергиев, Третьяков, Башмет, о чем вообще можно будет говорить?

Что касается мировой прессы, то я жду критических вещей, которые мне помогут в дальнейшем. Жду замечаний от своих родителей, которые мне устраивают страшные разносы после каждого концерта. Не поверите, но и это мне очень помогает! А всяческую лесть и хвалебные эпитеты я, конечно, научился воспринимать с глубокой иронией, за что, опять же, огромное спасибо родителям.

## ДОСЬЕ

### Денис МАЦУЕВ

■ Родился 11 июня 1975 г. в Иркутске в семье музыкантов (отец – пианист и композитор, мать – преподаватель по классу фортепиано).

Окончил музыкальную школу в Иркутске.

■ В 1990 г. вместе с родителями переехал в Москву для учебы в Центральной музыкальной школе.

■ В 1991 г. стал лауреатом международного благотворительного фонда «Новые имена», после чего начал активно концерттировать в России, Европе и по всему миру.

■ В 1994 г. поступил в Московскую консерваторию, которую окончил с отличием в 1999 г.

■ В 2004 г. возглавил оргкомитет музыкального фестиваля «Звезды на Байкале».

■ В 2005 г. стал арт-директором музыкального фестиваля молодых исполнителей «Крещендо» в Москве.

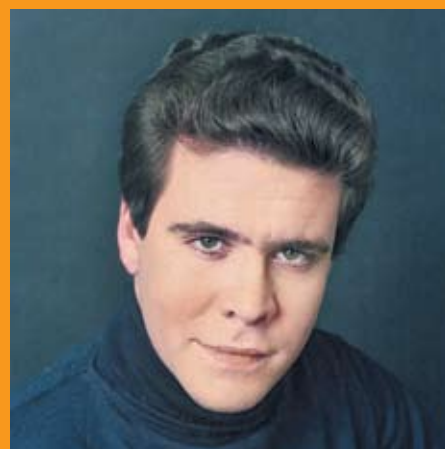
■ В 2006 г. получил звание заслуженного артиста России.

■ Вице-президент фонда «Новые имена».

■ Член совета по культуре и искусству при президенте России.

■ Лауреат I премии XI Международного конкурса имени П. И. Чайковского (1998), многочисленных международных конкурсов.

■ Арт-директор фестиваля «Звезды на Байкале» в Иркутске.



По информации сайта [www.mazuev.ru](http://www.mazuev.ru)



Почта России и Благотворительный фонд «Кто, если не Я?» с 2009 года проводят совместную социальную акцию «Почтовая помощь» по всей России. Ее цель – помочь получить образование детям, оказавшимся в сложной жизненной ситуации.



# Кто, если не Я?



Поучаствовать в проекте может житель любого города России, перечислив пожертвования от 30 рублей в почтовых отделениях. Собранные средства направляются на подключение к проекту «Дистанционное образование» детей-сирот, детей-инвалидов и детей из многодетных семей.







В рамках проекта «Дистанционное образование» дети имеют возможность существенно повысить свой образовательный уровень. Ребята могут выполнять лабораторные работы и опыты с помощью новейших компьютерных программ и технологий, целенаправленно и результативно подготовиться к сдаче Единого государственного экзамена.



По итогам программы «Дистанционное образование» занятия прошли больше сотни старшеклассников (9, 10 и 11 классы). 73% одиннадцатиклассников поступили в вузы. Среди подопечных фонда «Кто, если не Я?» появились свои «звезды», успешно сдавшие ЕГЭ и поступившие в МГУ им. М. В. Ломоносова, МИИТ, РГАУ-МСХА, МФЮА и др.

# Корпоративный журнал

к прочтению обязательно

RUSSIAN POST

**ПОЧТА  
РОССИИ**

Ф.СП-1

Министерство связи РФ

АБОНЕМЕНТ на ~~газету~~ журнал **99658**  
(индекс издания)

«ПОЧТА РОССИИ»

(наименование издания)						КОЛИЧЕСТВО КОМПЛЕКТОВ					
на 20__ год по месяцам											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Куда \_\_\_\_\_ г. \_\_\_\_\_

(почтовый индекс) (адрес)

ул. \_\_\_\_\_

дом \_\_\_\_\_ корп. \_\_\_\_\_ кв. \_\_\_\_\_

Кому \_\_\_\_\_

(фамилия, инициалы) тел. \_\_\_\_\_

доставочная карточка

на ~~газету~~ ли-тер журнал **99658**  
(индекс издания)

«ПОЧТА РОССИИ»

(наименование издания)						КОЛИЧЕСТВО КОМПЛЕКТОВ					
Стоимость		подписки		_____ руб. _____ коп.		пере-адресовки		_____ руб. _____ коп.			
на 20__ год по месяцам											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Куда \_\_\_\_\_ г. \_\_\_\_\_

ул. \_\_\_\_\_ (почтовый индекс) \_\_\_\_\_ (адрес)

дом \_\_\_\_\_ корп. \_\_\_\_\_ кв. \_\_\_\_\_

Кому \_\_\_\_\_

(фамилия, инициалы) тел. \_\_\_\_\_

Теперь вы можете подписаться на журнал «Почта России»

В любом почтовом отделении страны

Почта России проводит современную технологию



Запад компании удалось привлечь инвесторов промолгия воспользовалась услугами тогдашней почтовой монополии (ИПО). ИПО оккупировала рынок почтовой связи в крупных российских городах. Об услуге рассказывал директор почтовой «Почта России» М. Ю. Юва.



С В

Почта России стремится развивать инновационные технологии и предоставлять разнообразные услуги связи. Проект предприятия «Почта России» 1 августа 2007 года. Возможности

Дано \_\_\_\_\_

услуг коллективного доступа – это одно или несколько рабочих мест, обеспечивающих доступ к информационным ресурсам.

Теперь вы можете подписаться на журнал «Почта России»

В любом почтовом отделении страны

# Корпоративная ПРЕССА

8-полосное  
полноцветное  
издание  
формата А3

**ПОЧТОВЫЕ  
ВЕСТИ**

Периодичность:  
2 раза в месяц

Тираж 50 000 экз.

RUSSIAN POST  
**ПОЧТА  
РОССИИ**

80-полосное  
полноцветное  
глянцевое  
издание  
формата А4

Периодичность:  
ежемесячно

Тираж 2000 экз.



**Используйте  
уникальный  
шанс заявить  
о себе!**

## ТАРИФЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «ПОЧТА РОССИИ»

Размещение (руб., с учетом НДС)	Объем	Цена
Приоритетное размещение:		
2-я обложка	2/1	150 000
	1/1	60 000
Приоритетное размещение:		
3-я обложка	2/1	120 000
	1/1	54 000
Приоритетное размещение:		
4-я обложка	1/1	75 000
Размещение в первой половине издания		
Полоса (формат А4)	1/1	39 000
	1/2	21 000
	1/3	15 000
	1/4	12 000
Размещение во второй половине издания		
Полоса (формат А4)	1/1	30 000
	1/2	18 000
	1/3	12 000
	1/4	9 000
	1/8	5 400
	1/16	3 000

## ТАРИФЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ГАЗЕТЕ «ПОЧТОВЫЕ ВЕСТИ»

Размещение (руб., с учетом НДС)	Объем	Цена
Приоритетное размещение:		
8-я полоса	1/1	30 000
	1/2	15 000
	1/4	7 500
	1/8	3 750
	1/16	1 875
Внутренние полосы газеты	1/1	26 000
	1/2	13 000
	1/4	6 500
	1/8	3 250
	1/16	1 625

По вопросам размещения рекламы обращайтесь по телефону (495) 956-20-67, доб. 11-38, 23-67, e-mail: [vesti@russianpost.ru](mailto:vesti@russianpost.ru)

Все цены указаны с учетом НДС (18%). Оплата производится в рублях. Днем платежа является день списания денежных средств с расчетного счета заказчика.

# ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОТОКОНКУРС



«ПОЧТА РОССИИ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА»

Вниманию фотографов – любителей и профессионалов, всех тех, кто увлечен волшебным миром фотографии!

ФГУП «Почта России» объявляет о начале фотоконкурса «Почта России: вчера, сегодня, завтра». В центре внимания фотоконкурса – традиции и прошлое почты, ее сегодняшний день и перспективы развития предприятия, его социальная составляющая.

Специальные номинации от генерального информационного партнера конкурса:

Номинация журнала «Digital Photo»: «Цвет почты – синий».  
Номинация журнала «Фотомастерская»: «Почтовая марка».

Фотоработы высылайте по адресу:  
131000, г. Москва, Варшавское шоссе, 37  
E-mail [foto@russianpost.ru](mailto:foto@russianpost.ru).

Мы ждем Ваши работы, а Вас ждут замечательные призы! Итоги конкурса будут подведены в канун Нового 2011 года на фотовыставке.

Информация по конкурсу размещена на сайтах  
[WWW.RUSSIANPOST.RU](http://WWW.RUSSIANPOST.RU) и [WWW.DIGITAL-PHOTO.RU](http://WWW.DIGITAL-PHOTO.RU)

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ КОНКУРСА –  
ЖУРНАЛЫ «DIGITAL PHOTO» И «ФОТОМАСТЕРСКАЯ»

