

## ЭКОНОМИКА

*Старкова Татьяна Николаевна*

старший преподаватель

*Горячева Алина Александровна*

студентка

Санкт-Петербургский государственный университет

телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича

г. Санкт-Петербург

**«ПОДВИНЕТ» ЛИ ИНТЕРНЕТ ЗАКАЗНОЕ ПИСЬМО?**

*Аннотация:* в статье рассмотрены различные способы доставки деловой корреспонденции и применение информационных технологий для улучшения потребительских характеристик универсальной услуги почтовой связи, а именно отправки заказного письма.

*Ключевые слова:* почтовое отправление, письменное сообщение, электронное письмо, метод оценки, потребительские характеристики, нечеткая логика.

Заказное письмо – вид письменной корреспонденции, который почта доставляет с особой тщательностью, вручая их под расписку. Но вот простой вопрос: кто и когда впервые получил такое послание?

И оказалось, что факт доставки первого заказного письма точно зарегистрирован. Как сообщает польский журнал «Филателист», сохранилась старейшая расписка, подтверждающая, что письмо доставлено по назначению. Эту расписку написал 23 октября 1587 г. бургомистр Кельна – Яков Геннет. Прошло полтора столетия, и в 1722 г. заказные письма появились в Австрии. С 8 июля 1759 г. заказные письма стали отправлять и во Франции [1].

Часто заказные письма содержат квитанции, налоговые отчеты, документы, фотографии, открытки и др., поэтому используются конверты несколько видов от минимального размера 110x120 мм. до формата А4. Обязательным условием

этого вида корреспонденции является выдача отправителю на руки квитанции, и заполнение получателем расписки о вручении. Заказное письмо отправляется через сотрудников почтовых отделений путем сдачи письма. Штамп «Заказное» письмо, используемый ранее на конверте, в настоящее время заменяет наклейка штрих-кода. Каждый штрих-код – это индивидуальный номер письма, по которому можно в любое время отследить его местонахождение.

Дополнительные услуги такие как: отслеживание местонахождения письма, доставка с уведомлением о вручении, – используются клиентами ФГУП «Почта России» для улучшения потребительских характеристик данной услуги. Если заказное письмо отправляется без уведомления, то в качестве оповещения о приходе письма адресату в почтовый ящик направляется извещение.

*Проблемы:*

1. Дополнительные затраты почты на вторичное извещение, которое уже отдают адресату лично в руки под расписку (если в течение 5 дней адресат не получил письмо). При этом сумма, которую нерасторопные граждане рискуют задолжать почтовому отделению, хотя она и таксирована за каждый день хранения, не является существенной. Почему люди не спешат получить заказное письмо? В одних случаях срабатывает психологический самообман, если письмо получить позже, то необходимость оплаты налогов отсрочится пусть на короткое время; появится возможность по уважительной причине не приходить в суд в качестве свидетеля и сэкономить время и т. д. В других случаях причиной являются затраты времени от 1 до 1,5 часов на дорогу и получение письма на почте.

2. Низкая скорость доставки заказного письма, которая зависит от региона и может составлять от 3 до 17 дней. В пределах одного населенного пункта заказное письмо может идти не более двух дней. Длительность доставки зависит и от способа пересылки (наземным или воздушным транспортом, или комбинированный).

3. Дополнительные условия для потребителя: предъявление сотруднику почтового отделения паспорта или иного документа, удостоверяющего личность. Если юридическое лицо имеет договор на оказание почтовых услуг, то требуется доверенность на сдачу почтовых отправлений [5].

Для юридических лиц отправка различных документов имеет существенное значение, может выполняться на регулярной основе в большом количестве, поэтому следует рассмотреть три основных варианта доставки деловой корреспонденции: заказное письмо (бумажное ФГУП «Почта России»), курьерская доставка (усредненный вариант для крупного города); электронное письмо.

Для того чтобы оценить, насколько применение решения, связанного с совершенствованием услуги «отправка заказного письма» позволит увеличить ФГУП «Почта России» прибыль, воспользуемся методом нечеткой логики. Цель – «получение прибыли» может описываться несколькими лингвистическими переменными. Востребованность данных услуг занимает первое место. Проведем анализ потребительских характеристик: точность, скорость, безопасность, сохранение первичного вида, удобство для адресата при отправке. Для этого, чтобы определить востребованность заказного письма, был проведен миниопрос (10 человек) и сопоставлены оценки для трех способов доставки деловой корреспонденции: ФГУП «Почта России» (заказное письмо бумажное), усредненный вариант курьерской доставки (письмо бумажное), письмо в электронном виде (без ЭЦП), используя вербальные и цифровые значения [2]:

- неудовлетворительная (1);
- крайне низкая (2);
- низкая (3);
- средняя (4);
- средняя, но ближе к хорошему (5);
- скорее средняя, чем низкая (6);
- скорее средняя, чем высокая (7);
- скорее высокая, чем средняя (8);
- высокая (9);

- безмерно высокая (10).

Таблица 1

Оценка потребительских характеристик для различных способов доставки деловой корреспонденции

Способ доставки	Тариф (руб.)	Точность	Скорость	Безопасность	Сохранение первичного вида	Удобство при отправке
заказное письмо бумажное	38	7	3	4	2	4
курьерская доставка	400	7	8	6	7	5
электронное письмо (без ЭЦП)	1	1	10	2	9	9

Для графического представления оценок потребительских характеристик применим инструмент управления качеством – «матрица приоритетов» (см. рис.1).

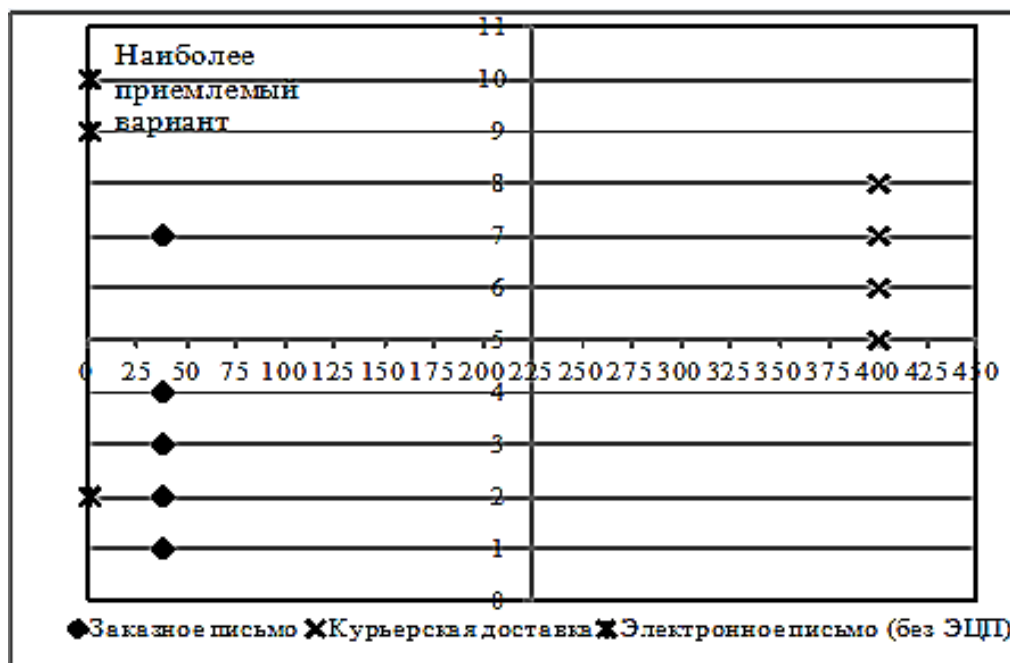


Рис. 1. Матрица приоритетов для сравнения потребительских характеристик доставки деловой корреспонденции

Следует отметить, что тарифы на заказное письмо: 38 руб. и 400 руб. взяты по данным за 2014 г. (расчетные на минимальный вариант) и исполняют роль указания позиции на шкале для оценки соотношений.

Обоснование некоторых заданных баллов (заказное письмо в электронном виде без ЭЦП):

1. Тариф, оцененный в 1 руб., представляет собой некую символическую сумму, предполагая, что, используя оплаченную услугу доступа к сети Интернет, можно отправить практически неограниченное число писем.

2. Оценка *точности*, равная 1 баллу, свидетельствует о потере ценности (достоверности) деловой документации в отсутствие электронной цифровой. После получения электронного письма, представляющего скан документа, приходится отправлять оригинал по почте.

3. Оценка *безопасности*, равная 2 баллам, обусловлена возможностью «взлома» электронного почтового ящика, почтового сервера.

4. Оценка *удобства отправки*, равная 9 баллам, характеризует высокую степень автоматизации при поиске наименования электронного почтового ящика получателя: наличие проверок ошибочных наборов, возможность запоминания однажды набранных адресов, отсутствие отдельной оплаты каждого письма.

Способ решения проблемы отправки деловой корреспонденции заключается в проведении следующих мероприятий:

1. Широкое внедрение «Электронной цифровой подписи» (далее ЭЦП) и «Универсальной электронной карты». Благодаря электронной подписи теперь, в частности, многие российские компании осуществляют свою торгово-закупочную деятельность в Интернете, через системы электронной торговли, обмениваясь с контрагентами необходимыми документами в электронном виде. Это значительно упрощает и ускоряет проведение конкурсных торговых процедур, письма им не нужны.

Число россиян, предпочитающих использование технологий электронной подписи, стремительно растет. За последние 10 лет количество выданных сертификатов ЭЦП достигло 3 миллионов [6].

Среди физических лиц существенного роста использования ЭЦП нет, т.к. электронная подпись не существует как массовая услуга. Основная проблема, препятствующая широкому использованию электронной подписи, заключается

в недостаточной активности населения и неосведомленности о преимуществах электронной подписи, равнозначности ее личной подписи, сферах применения. Результаты опроса пользователей на тему: «Пользуетесь ли вы электронной цифровой подписью?» показывают, что только одна треть (29%) респондентов ответила положительно на этот вопрос. Большинство опрошенных (48%) электронной подписью не пользуется, еще 12% думают над ее использованием, а 11% респондентов не знают, что это такое (см. рис. 2) [4].



Рис. 2. Результаты опроса на тему «Пользуетесь ли Вы ЭЦП?»

Время проведения опроса: 3-10 июня 2013 года.

Место проведения опроса: Россия, все округа.

Размер выборки: 141 респондент.

2. Создание каждому желающему на сайте ФГУП «Почта России» «Личного кабинета», который позволит вести расчеты за предоставляемые услуги, получать извещения и уведомления об отправлениях и т. д. Информационный ресурс, выделяемый под «Личный кабинет», должен быть платным, что предполагает регламентированное соглашение потребителя и ФГУП «Почта России» [3]. Анализ работы EMS Russian Post – службы, которая обеспечивает доставку срочных документов и грузов в кратчайшие сроки, применения информационных технологий: формирование штрихового кода, автоматизированного расчета стоимости почтового отправления, можно сделать вывод о целесообразности масштабного

применения накопленного опыта. «Личный кабинет» может стать не только прерогативой портала государственных электронных услуг, но и с успехом применяться на ФГУП «Почта России». Для юридических лиц он может использоваться для автоматизации учета затрат, связанных с использованием почтовых услуг и в бухгалтерском учете организации.

Расширенный информационный ресурс может включать электронный почтовый ящик, привязанный к почтовому индексу регистрации юридического или физического лица.

Услуга предоставление в аренду ячейки абонентного почтового шкафа оказывается ФГУП «Почта России» и другими организациями. Анализ дополнительных услуг, оказываемых пользователям абонентских ящиков, таких как: сканирование и отправка документов по электронной почте; ксерокопирование документов; доставка документов домой или в офис курьером; возможность сделать отpravку документов в любой уголок земного шара; уничтожение корреспонденции с помощью шредера показывает, что некоторые могут быть применены «зеркально» для электронных абонентских ящиков. Например, на почте можно напечатать электронный документ и доставить в офис (квартиру), выполнить удаление корреспонденции. Если минусом аренды обычного абонентского ящика была стоимость, то для электронных ресурсов ее можно снизить, значительно расширив круг потребителей.

Таким образом, следует отметить, что конвергенция инфокоммуникационных и почтовых услуг может дать последним новую жизнь, вероятно, на ближайшие 10–15 лет.

#### ***Список используемых источников:***

1. Вам письмо! Из истории мировой почты. Москва. 1965 г [Электронный ресурс] // Арлазоров М.С. – Режим доступа: <http://www.thingshistory.com/istoriya-zakaznogo-pisma-i-avtoruchki/> (дата обращения: 04.01.2015).

2. Блатова Т.А. Методический подход к выбору телекоммуникационных решений на основе нечеткой логики. Т.А. Блатова. Актуальные проблемы в науке и образовании. III международная научно-техническая и научно-методическая

конференция: сб. научных статей / под ред. С.М. Доценко, сост. Г.А. Владыко, Е.А. Аникевич, Л.М. Минаков. – С-Пб: Санкт-Петербургский университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича, 2014. – 1291 с.

3. Копытко, О.И. Взаимодействие информационного и экологического менеджментов. О.И. Копытко, Т.Н. Старкова. Актуальные проблемы в науке и образовании. III международная научно-техническая и научно-методическая конференция: сб. научных статей / под ред. С.М. Доценко, сост. Г.А. Владыко, Е.А. Аникевич, Л.М. Минаков. – С-Пб: Санкт-Петербургский университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, 2014. – 1291 с.

4. Переходим с обычной подписи на электронную: преимущества и нюансы [Электронный ресурс] // Горовцова М.А. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/article/482896/> (дата обращения: 04.01.2015).

5. Порядок работы в рамках договора на почтовые услуги [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.russianpost.ru/rp/servise/ru/home/usljurpersons/corpclients/sendmail> (дата обращения: 14.01.2015).

6. Россияне активно покупают сертификаты электронной подписи [Электронный ресурс] // Новости 12/02/2014 – Режим доступа: <http://epinfo.ru/news/rossiyane-pokupayut-sertifikaty-elektronnoy-podpisi> (дата обращения: 14.01.2015).