

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ СВЯЗИ, ИНФОРМАТИЗАЦИИ И
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

К защите
Зав. Кафедрой

_____ 2014 г.

Выпускная

квалификационная работа бакалавра

на тему Перспективы развития электронных услуг в Ташкентском филиале
ОАО «Узбекистон почтаси»

Выпускник _____ Мун В.
(подпись)

Руководитель _____ Ишдавлетова Э.Т.
(подпись)

Рецензент _____ Даньярова С.С.
(подпись)

Консультант БЖД _____ Е.А.Борисова
(подпись)

Ташкент 2014

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ СВЯЗИ, ИНФОРМАТИЗАЦИИ И
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН**
ТАШКЕНТСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Факультет Экономика и менеджмент в сфере ИКТ

Кафедра Технология почтовой связи

Направление (специальность) Почтовая связь

У Т В Е Р Ж Д А Ю

Зав. кафедрой _____

« _____ » _____ 20__ г.

З А Д А Н И Е

на выпускную квалификационную работу

Мун Валерий Игнатьевич

(фамилия, имя, отчество)

1. Тема работы Перспективы развития электронных услуг в Ташкентском филиале ОАО «Узбекистон почтаси»
2. Утверждена приказом по университету от «30» декабря 2013г. № 1323.
3. Срок сдачи законченной работы 01.06.2014 г.
4. Исходные данные к работе Законодательная база Республики Узбекистан – Законы, Постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан, нормативная база отрасли почтовой связи в части предоставления услуг почтовой связи, газеты и журналы, стратегия

Всемирного почтового союза в области предоставления электронных услуг в почтовой связи.

5. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов) Виды услуг почтовой связи, особенности предоставления электронных услуг, классификация электронных услуг в сфере связи, информатизации и телекоммуникационных технологий, перспективы развития электронных услуг.

6. Перечень графического материала: Схема обработки почты в филиале «Халкаро почта».

7. Дата выдачи задания 27.01.2014 г.

Руководитель _____

(подпись)

Задание принял _____

(подпись)

8. Консультанты по отдельным разделам выпускной работы

Раздел	Ф.И.О. руководителя	Подпись, дата	
		Задание выдал	Задание получил
1.	Ишдавлетова Э.Т.	27.01.2014	
2.	Ишдавлетова Э.Т.	03.03.2014	

3.	Ишдавлетова Э.Т.	01.04.2014	
4.	Борисова Е.А.	01.05.2014	

9. График выполнения работы

№	Наименование раздела работы	Срок выполнения	Отметка руководителя о выполнении
1.	Особенности и классификация электронных услуг в Узбекистане	02.03.2014	
2.	Состояние развития услуг почтовой связи	04.03.2014	
3.	Перспективы развития электронных услуг в почтовой связи	02.04.2014	
4.	Безопасность жизнедеятельности	26.05.2014	

--	--	--	--

Выпускник _____
(подпись)

«_____» _____ 2014г.

Руководитель _____
(подпись)

«_____» _____ 2014г.

Ушбу битирув малакавий ишида почта алоқасида электрон хизматларни тақдим этиш, шунингдек “Ўзбекистон почтаси” ОАЖ Тошкент филиалида уларни ривожланиш тамойиллари

В данной выпускной квалификационной работе рассмотрены вопросы предоставления электронных услуг в почтовой связи, а также перспективы их развития в Ташкентском филиале» ОАО «Узбекистон почтаси»

In this final qualifying paper discusses the provision of electronic services in the postal service, as well as prospects for their development in the Tashkent branch of "Uzbekistan pochta si"

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. ОСОБЕННОСТИ И КЛАССИФИКАЦИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ	10
1. Характеристика услуг почтовой связи	10
1	
1. Классификация электронных услуг в сфере связи, информатизации 2 и телекоммуникационных технологий	18
1. Нормативно-правовое обеспечение применения информационно- 3 коммуникационных технологий при оказании услуг в Узбекистане	25
2 СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ УСЛУГ ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ ...	31
2. Развитие ИКТ в сети почтовой связи Республики Узбекистан	31
1	
2. Стратегия Всемирного почтового союза по развитию электронных 2 услуг	35
2. Международный опыт развития электронных услуг в почтовой 3 связи	45
3. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ В ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ	63
3. Состояние развития электронной коммерции в Республике 1 Узбекистан	63

3. Внедрение новых информационно-коммуникационных технологий в 2 почтовую связь для функционирования услуги электронной коммерции	70
3. Состояние услуг почтовой связи с использованием ИКТ на объектах 3 почтовой связи ОАО «Узбекистон почтаси»	75
3. Перспективы развития электронных услуг в Ташкентском филиале 4 ОАО «Узбекистон почтаси»	83
4. БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ	85
4. Разработка плана размещения оборудования с учетом санитарных 1 требований	85
4. Пожарная безопасность	90
2	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	97
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	10
	1

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ СВЯЗИ, ИНФОРМАТИЗАЦИИ И
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН
ТАШКЕНТСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на выпускную квалификационную работу студента **Мун Валерия
Игнатьевича**

на тему **Перспективы развития электронных услуг в Ташкентском
филиале ОАО «Узбекистон почтаси»**

Актуальность данной выпускной квалификационной работы заключается в том, что новые средства связи вытесняют традиционные услуги письменной корреспонденции и посылок и, вследствие этого, вынуждают почтовые службы заниматься разработкой надежных и инновационных электронных почтовых услуг, как например, электронная почта, электронная марка, электронный почтовый штемпель, а также услуг электронной торговли и электронного правительства.

В теоретической части ВКР изложены особенности и состояние услуг почтовой связи Узбекистана. В аналитической части ВКР изложено

состояние развития ИКТ в сети почтовой связи Республики Узбекистан, международный опыт развития электронных услуг в почтовой связи и стратегия Всемирного почтового союза по развитию электронных услуг.

В заключительной части приведены перспективы развития электронных услуг в почтовой связи, в том числе в Ташкентском филиале ОАО «Узбекистон почтаси»

Необходимо отметить, что в ходе выполнения выпускной квалификационной работы студент Мун В.И. показал себя грамотным специалистом, владеющим вопросами технологических процессов почтовой связи.

В структурном отношении ВКР выполнена в соответствии с заданием и отвечает всем предъявленным требованиям оформления.

Считаю, что выпускная квалификационная работа студента Мун Валерия Игнатьевича отвечает всем предъявленным требованиям, а ее автор заслуживает оценки «отлично» и присвоения квалификации «бакалавр» по направлению «Почтовая связь».

Руководитель:

Старший преподаватель

Кафедры Технологии почтовой связи

Э.Т.Ишдавлетова

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ СВЯЗИ, ИНФОРМАТИЗАЦИИ И
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН**
ТАШКЕНТСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Р Е Ц Е Н З И Я

на выпускную квалификационную работу студента **Мун Валерия
Игнатьевича**

на тему **Перспективы развития электронных услуг в Ташкентском
филиале ОАО «Узбекистон почтаси»**

Студент Мун В.И. в своей выпускной квалификационной работе в рассмотрел вопросы развития электронных услуг в почтовой связи. Вопросы, освещенные в работе студента Мун В.И., являются очень актуальными, не только в Ташкентском филиале, но и в отрасли почтовой связи в целом.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованной литературы. В первой главе изложены особенности и состояние услуг почтовой связи Узбекистана, во второй – состояние развития услуг почтовой связи. В третьей главе раскрыто состояние услуг почтовой связи с использованием ИКТ на объектах почтовой связи ОАО «Узбекистон почтаси», приведены перспективы развития электронных услуг в почтовой связи, характеристике и для Ташкентского филиала ОАО «Узбекистон почтаси».

Считаю, что выпускная квалификационная работа студента Мун Валерия Игнатьевича отвечает всем предъявленным требованиям, а ее автор заслуживает оценки «отлично» и присвоения квалификации «бакалавр» по направлению «Почтовая связь».

Рецензент:

Заместитель директора

Ташкентского филиала

ОАО «Узбекистон почтаси»

С.С.Даньярова

Введение

Почтовая связь является частью повседневной жизни людей во всем мире и играет важнейшую роль для экономического и социального прогресса общества. Развитая почтовая связь является одним из условий, без которых невозможны нормальное функционирование производства и обращение товаров и услуг, а также жизнедеятельность человека на современном этапе развития общества. Почта сегодня связывает производство и потребление товаров и услуг, обслуживает как производителей, так и потребителей, тем самым активно влияет на экономику, управление, а также развитие бизнеса и повышение благосостояния людей. Рынок услуг почтовой связи пересекается с рынками транспортно-логистических услуг (в части грузоперевозок и курьерской почты), инфокоммуникаций (услуги почтовой связи как конкурируют, так и интегрируются с новыми инфокоммуникационными услугами: гибридная почта, доступ в Интернет и т.п.) и финансовых услуг (выплата и доставка пенсий и пособий, осуществление коммунальных и иных платежей, прием и пересылка денежных переводов).

Благодаря использованию новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) было положено начало новой эпохе в области связи, экономики и политики. Почтовый сектор является одним из ключевых участников, на которых оказывает влияние новая глобальная среда. В то время как новые средства связи вытесняют традиционные услуги письменной корреспонденции и, вследствие этого, вынуждают почтовые службы снижать свои расходы, развитие электронной торговли стимулирует рост посылок. В ответ на подобные перемены страны-члены ВПС все больше и больше прибегают к использованию ИКТ для модернизации своих процессов и вводят инновационные электронные услуги, адаптированные к возникающим потребностям и задачам эпохи информации. ВПС должен

играть значимую роль в поддержке инноваций в секторе и обеспечении предоставления электронных почтовых услуг во всем мире.

Всемирный саммит Организации Объединенных Наций по вопросам информационного общества (ВСИО) признал, что почтовый сектор играет значительную роль в создании информационного общества и обеспечении связи для тех, у кого ее нет, с целью ликвидировать электронно-цифровой разрыв.

В Узбекистане почтовая связь является общедоступным механизмом адресного общения граждан, неотъемлемой частью хозяйственной и социальной инфраструктуры государства.

Членом Всемирного почтового союза Республика Узбекистан стала с 24 февраля 1994 года. В августе 2000 года принят Закон Республики Узбекистан «О почтовой связи». Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан “О совершенствовании деятельности в почтовой связи” от 19 июля 2004 года за № 339 ОАО «Узбекистон почтаси» является национальным оператором почтовой связи Республики Узбекистан, осуществляет обмен со всеми странами мира по всем видам почтовых отправлений.

В соответствии Постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан “Об определении назначенного оператора в целях осуществления почтовой связи в соответствии актов Всемирного почтового союза” от 12 декабря 2011 года за № 327 ОАО “Узбекистон почтаси” является назначенным оператором почтовой связи и выполняет обязательства Республики Узбекистана перед Всемирным почтовым союзом.

Национальная сеть почтовой связи организована открытым акционерным обществом (ОАО) «Узбекистон почтаси» по географическому принципу и представляет собой разветвленную сеть объектов почтовой связи и почтовых маршрутов, предназначенную для пересылки и доставки

почтовых, курьерских отправлений, выплаты денежных переводов, государственных пенсий и пособий.

Сеть почтовой связи Республики Узбекистан представляет собой систему, включающую в себя 14 территориальных филиалов, состоящих из: 174 районных и городских узлов, 13 производственных участков, 3006 отделений связи, в том числе 2247 – сельских и 20 – передвижных отделений почтовой связи, а также 1 специализированного филиала «Халкаро почтампт». На сегодняшний день имеются 33 авиа, 1 железнодорожный, более 400 автомобильных маршрутов, обеспечивающих регулярные перевозки почтовых курьерских отправлений. Организовано 6427 доставочных участков, в том числе в сельской местности - 3997. На обслуживаемой территории установлены 5175 почтовых ящиков для сбора письменной корреспонденции, в том числе в сельской местности – 3336.

ОАО "Узбекистон почтаси" оказывает следующие услуги:

- почтовые услуги;
- курьерские услуги;
- дополнительные услуги;
- договорные услуги.

Услуги, предоставляемые ОАО «Узбекистон почтаси», являются одними из наиболее распространенных услуг, так как охватывают все социальные слои общества, все звенья и структуры государственной власти и имеют максимальную доступность по стоимостным характеристикам.

Как и во всем мире, в Узбекистане современные тенденции развития рынка почтовых услуг обусловлены главным образом интенсивным развитием современных информационно-коммуникационных технологий, использование которых позволяет расширить спектр одновременно предоставляемых услуг, приблизить их к клиенту, снизить затраты времени клиентов и операционные издержки, а также повышением требований

клиентов к качеству обслуживания и усилением конкуренции на рынке оказания услуг, причем именно в отношении качественных их характеристик.

Представляется благоприятная возможность, чтобы продемонстрировать потенциал почтового сектора в использовании новых технологий для модернизации развития почтовой службы, обширная сеть которой способна предложить населению множество пунктов доступа к различным технологиям и информации.

Приоритетные направления развития почты сегодня – это, в первую очередь, программы внедрения, совершенствования и развития информационно-коммуникационных технологий в почтовой связи.

Перспективы почтовой связи связаны с созданием и развитием собственных корпоративных автоматизированных информационных систем, расширением перечня управленческих и технологических задач, охваченных системами автоматизированного управления, построением единого инфокоммуникационного пространства. К числу важнейших направлений дальнейшего развития и реформирования почтовой службы относится использование информационных технологий.

Первоочередными задачами ОАО «Узбекистон почтаси» являются ускоренное развитие новых видов услуг, с учетом конвергенции сетей и внедрения современных информационно-коммуникационных технологий, ориентированных на повышение эффективности отрасли.

В последние десятилетия отмечается динамичное развитие электронной коммерции – все больше пользователей предпочитают пользоваться услугами, предоставляемыми в режиме on-line, а владельцы бизнеса активно используют возможности интернета.

С учетом развития электронной торговли почтовые отделения могут стать настоящими центрами обмена для коммерческих операций в режиме on-line. Размещение электронных порталов, дающих возможность мелким и средним предприятиям сбывать свои продукты, предоставление финансовых

услуг в режиме on-line для оплаты товаров и услуг, предоставление в режиме on-line-услуг по доставке посылок и комплексное предоставление вышеперечисленных услуг, являются ключевыми элементами стратегии на будущее.

Цель данной выпускной квалификационной работы заключается в рассмотрении вопросов внедрения и развития электронных услуг в сфере почтовой связи на опыте зарубежных стран. Объектом разработки предложений в развитии электронных услуг является Ташкентский филиал ОАО «Узбекистон почтаси».

Глава 1. Особенности и состояние услуг почтовой связи Узбекистана

1.1 Характеристика услуг почтовой связи

Основной задачей ОАО «Узбекистон почтаси» является наиболее полное использование своего уникального положения на рынке.

Ташкентский филиал ОАО «Узбекистон почтаси» является его обособленным подразделением, осуществляющим часть его уставных функций на территории Ташкентской области.

Основными задачами филиала являются:

- обеспечение населения, организаций и государственных нужд качественной и надежной почтовой связью, удовлетворения спроса на рынке услуг почтовой связи и распространения печати, обязательное предоставление универсальных услуг почтовой связи на основе единых правил и требований всем пользователям на закрепленной территории;
- применение информационных технологий для повышения качества и надежности почтовой связи;
- обеспечение в сети почтовой связи тайны переписки и почтовой безопасности;
- обеспечение подготовки специалистов;
- управление структурными подразделениями филиала с целью обеспечения устойчивого функционирования сети почтовой связи.

Функциями Филиала является:

- организация и осуществление почтовой связи общего пользования на закрепленной территории в качестве филиала национального оператора почтовой связи;
- участие в разработке концепций развития сети почтовой связи;
- участие в разработке нормативов частоты обмена на областных, городских и районных маршрутах;

– участие в разработке контрольных сроков прохождения почтовых отправлений на закреплённой территории.

В филиал входят в качестве структурных территориальных подразделений 18 городских и районных узлов почтовой связи:

Ангренский городской узел почтовой связи;
Алмалыкский городской узел почтовой связи;
Ахангаранский районный узел почтовой связи;
Аккурганский районный узел почтовой связи;
Бекабадский городской узел почтовой связи;
Букинский районный узел почтовой связи;
Газалкентский районный узел почтовой связи;
Гульбахорский районный узел почтовой связи;
Дустабадский районный узел почтовой связи;
Зафарский районный узел почтовой связи;
Кибрайский районный узел почтовой связи;
Келесский районный узел почтовой связи;
Пискентский районный узел почтовой связи;
Паркентский районный узел почтовой связи;
Той-Тепинский районный узел почтовой связи;
Чиназский районный узел почтовой связи;
Чирчикский городской узел почтовой связи;
Янгибазарский районный узел почтовой связи.

Городские и районные узлы почтовой связи объединяют работу 332 отделений почтовой связи.

Деятельность почтовой связи связана с удовлетворением потребностей экономики, населения и государственного управления в услугах по пересылке письменных сообщений, товарно-материальных ценностей и денежных средств. Все услуги, предоставляемые ОАО «Узбекистон почтаси», можно разделить на следующие группы:

Почтовые услуги:

- а) пересылка простых, заказных писем и писем с объявленной ценностью (внутренние и международные);
- б) пересылка простых и заказных почтовых карточек (внутренние и международные);
- в) пересылка простых и заказных бандеролей и бандеролей с объявленной ценностью по Республике Узбекистан;
- г) пересылка простых и заказных секограмм (внутренние и международные);
- д) пересылка посылок категории обыкновенные и посылок с объявленной ценностью (внутренние и международные);
- е) пересылка простых и заказных мелких пакетов (внутренние и международные);
- ж) пересылка печатных изданий в соответствующей упаковке (внутренние и международные);
- и) пересылка простых и электронных денежных переводов по Республике Узбекистан;
- к) пересылка простых и электронных международных денежных переводов.

Курьерские отправления – почтовые карточки, письма, бандероли, посылки, печатные издания, пересылка которых осуществляется в кратчайшие сроки с доставкой (вручением) из рук в руки.

Курьерские услуги:

- а) пересылка почтовых карточек (внутренние и международные);
- б) пересылка письма (внутренние и международные);
- в) пересылка бандеролей (внутренние);
- г) пересылка посылок (внутренние и международные);
- д) пересылка печатных изданий в соответствующей упаковке (внутренние и международные).

Договорные услуги:

- прием подписки на газеты и журналы;
- доставка пенсий и пособий;
- прием и доставка телеграмм;
- предоставление междугородных, международных телефонных разговоров;
- прием оплаты за коммунальные услуги (электроэнергия, газ, отопление, горячая вода и т.д.) и абонентской платы за городской телефон;
- реализация периодических изданий, журналов, книг и т.д.;
- реализация товаров народного потребления.

Дополнительные услуги:

- реализация почтовых марок и филателистической продукции;
- хранение посылок;
- упаковка посылок и бандеролей, отправляемых населением;
- обшивка посылок тканью;
- написание адресов на почтовых отправлениях, заполнение почтовых бланков;
- пользование абонентскими ящиками;
- переупаковка посылок по просьбе отправителя;
- реализация посылочных ящиков, коробок для упаковки бандеролей, мешков и посылок.

Набор услуг, оказываемый отделениями почтовой связи Узбекистана, мало изменился в течение последних 15-20 лет. Основными услугами продолжает оставаться пересылка почтовых отправлений, из договорных услуг – подписка и доставка периодических печатных изданий, выплата государственных пенсий и пособий. Как и в других странах СНГ, весьма значительный объем услуг приходится на доставку пенсий.

По количеству доставляемой письменной корреспонденции на душу населения Узбекистан заметно отстает от развитых стран. Среднее количество письменных почтовых отправлений на душу населения в Узбекистане составляет 0,4 единицы в год, что в существенно меньшие количества доставок корреспонденции на душу населения осуществляемых в развитых странах. Тем не менее, по этому параметру Узбекистан опережает многие страны третьего мира.

Следует отметить, что на рынке почтовой связи Узбекистана практически не наблюдается динамики. Средний ежегодный прирост объема почтовых отправлений не превышает 3-4%. Сроки доставки письменной корреспонденции в стране установлены в пределах 3-7 дней в зависимости от степени удаления пункта доставки от г. Ташкента, причем более 95% письменной корреспонденции доставляется в установленные контрольные сроки. К примеру, в странах Европейского Союза 80% почтовых отправлений доставляются адресату в течение 3 дней.

Услуги традиционной почтовой связи, обеспечиваемые подразделениями ОАО «Узбекистон почтаси» предоставляются почти повсеместно и доступны большей части населения страны. ОАО «Узбекистон почтаси» имеет практически 100% долю рынка почтовых услуг в сельской местности.

Отсутствуют ограничения деятельности негосударственных операторов почтовой связи, и они сами определяют свое присутствие на данном рынке. Так, на рынке услуг почтовой связи осуществляют свою деятельность более 10 альтернативных операторов и провайдеров, несколько десятков частных фирм. Однако они оказывают только высокорентабельные услуги международной почтовой связи в г. Ташкенте.

Почтовые услуги, оказываемые ОАО «Узбекистон почтаси», имеют большую социальную значимость для Республики Узбекистан. В географически отдаленных регионах страны отделения компании подчас

являются единственным доступным населению способом связи с другими частями республики, а также несут целый ряд функций, обеспечение которых в настоящий момент не под силу другим службам (доставка пенсий, извещений, повесток, оплата штрафов и т.д.)

К внутренним почтовым отправлением относятся следующие виды почтовых отправлений, принимаемых для пересылки и доставки (вручения) адресату на территории Республики Узбекистан:

- а) письма (простые, заказные, с объявленной ценностью);
- б) почтовые карточки (простые, заказные);
- в) бандероли (простые, заказные, с объявленной ценностью);
- г) секограммы (простые, заказные);
- д) посылки (обыкновенные, с объявленной ценностью);
- е) мелкие пакеты (простые, заказные);
- ж) отправления ускоренной почты;
- з) печатные издания в соответствующей упаковке.

Внутренние денежные переводы в зависимости от способа пересылки подразделяются на простые (пересылаемые по сети почтовой связи) и ускоренные (пересылаемые по сети телекоммуникаций).

Внутренние денежные переводы, пересылка которых осуществляется с использованием сети почтовой связи и сети телекоммуникаций, являются гибридными денежными переводами.

К международным почтовым отправлениям относятся следующие виды почтовых отправлений, принимаемых для пересылки за пределы Республики Узбекистан и поступающие на ее территорию из другого государства или следующие транзитом:

- а) письма (простые, заказные, с объявленной ценностью);
- б) почтовые карточки (простые, заказные);
- в) мешки «М» (простые, заказные);
- г) секограммы (простые, заказные);

- д) мелкие пакеты (заказные);
- е) посылки (обыкновенные, с объявленной ценностью);
- ж) отправления ускоренной почты
- з) печатные издания в соответствующей упаковке.

К международным денежным переводам относятся простые денежные переводы и ускоренные (электронные).

Международные почтовые отправления пересылаются и доставляются (вручаются) в пределах Республики Узбекистан в сроки, определенные для внутренних почтовых отправлений.

Для предоставления услуг по обмену международными денежными переводами операторы почтовой связи заключают двусторонние и многосторонние соглашения с операторами почтовой связи других стран по своему выбору. Сроки пересылки и доставки (выплаты) устанавливаются в соглашениях.

К универсальным услугам относятся почтовые услуги по пересылке и доставке (вручению) почтовых карточек, писем, бандеролей, мелких пакетов и секограмм в пределах Республики Узбекистан.

Универсальные услуги почтовой связи должны соответствовать установленным нормативам и показателям качества.

Внутренние и международные почтовые отправления в зависимости от скорости обработки и перевозки подразделяются на приоритетные и непериприоритетные.

Приоритетные отправления перевозятся самым быстрым путем (воздушным или наземным), обрабатываются в приоритетном порядке и для них устанавливается более высокий тариф. Неприоритетные отправления имеют более низкий тариф и более длительный срок пересылки и доставки (вручения).

К отправлениям ускоренной почты, в том числе международным, относятся:

- а) отправления с документами;
- б) отправления с товарами (обыкновенные, с объявленной ценностью).

Отправления ускоренной почты с товарами могут содержать и документы на пересылаемые товары.

Сегодня конкурировать с альтернативными структурами внутри страны, а особенно с крупными международными операторами, активно внедряющимися на внутренний узбекский рынок, невозможно без создания новых информационных технологий, использования средств вычислительной техники, сети передачи данных и почтово-кассовых терминалов нового поколения.

Правильное использование новых технологий должно повысить качество работы почты, вместе с тем они дают возможность создавать гибридные услуги и продукты. Способность почты как можно более эффективно внедрить новые технологии в конечном итоге станет решающим фактором ее будущего развития и конкурентоспособности.

В течение последних лет был создан и внедрен целый ряд информационных технологий, являющихся принципиально новыми для отрасли почтовой связи. Два основных фактора – рост числа пользователей Интернета и все более широкое распространение банковских пластиковых карточек – способствовали созданию и развитию в почтовой связи ряда направлений автоматизации, связанных с использованием Интернет-технологий.

1.2 Классификация электронных услуг в сфере связи, информатизации и телекоммуникационных технологий

Традиционный порядок предоставления услуг – это давно знакомый и привычный всем, законодательно установленный порядок обслуживания населения.

В соответствии с этим порядком, чтобы получить услугу, заявителю необходимо лично обратиться в соответствующий орган с заявлением и пакетом документов, собранных из разных инстанций.

Электронная услуга – услуга по удовлетворению информационных потребностей пользователя, имеющая компьютерную или электронную форму представления. Таким образом, электронная услуга связана с предоставлением электронного документа и как вариант перевода его в обычную бумажную форму. Задачи электронных услуг – повышение надежности и улучшение деятельности систем государственного обслуживания; обеспечение нужной информацией и услугами широких слоев населения.

Электронные государственные услуги можно определить как особый вид информационных услуг, связанных с удовлетворением информационных потребностей широких слоев населения путем выдачи электронных документов или электронной справочной информации, которая отражает содержание законодательных актов и постановлений.

Таким образом, электронные услуги формируются на основе электронных ресурсов. Их жизненный цикл связан с длительностью существования законодательной и нормативной базы. Программно-технологическое обеспечение может образовывать интегрированные или отдельные комплексы.

К электронным услугам, предоставляемым в сфере почтовой связи, относятся следующие услуги.

Электронная почта – является расширением списка основных услуг и позволяет значительно ускорить и упростить обмен сообщениями, что позволяет дополнительно: транспортировку сообщений между отделениями почтовой связи; возможность пересылки графических сообщений и других не текстовых сообщений; возможность доставки сообщения любому абоненту

сети Internet в мире; значительное снижение стоимости пересылки сообщения.

Гибридная почта – является развитием электронной почты и предоставляет возможность пересылки сообщений между абонентами сети Internet и всеми пользователями обоих направлений. При этом письмо доставляется адресату в распечатанном виде отделениями почтовой связи.

Электронное распространение газет – распечатка газет и журналов в необходимом количестве, за счет установки в крупных региональных узлах специальных серверов и принтеров, подключенных к сети, что отменяет необходимость в развозке их из столицы, что не только снижает затраты по доставке, но и делает доставку почти мгновенной.

Электронная почтовая марка – снабжение почтовой марки штрихкодом с уникальным номером позволяет немедленно обеспечивать достоверной информацией о прохождении письменной корреспонденции (автоматической сортировке писем стандартного размера и ручной сортировке остальной корреспонденции – информация об их прохождении будет поступать в единую базу данных).

Система по автоматическому считыванию номера почтовой марки позволяет отслеживать прохождение всех почтовых сообщений, как сотрудниками почты, так населением.

Наличие системы контроля продвижения почтовых отправок – клиенты, используя доступ через Internet к специализированному portalу компании, могут определять местонахождение своего отправления в любой момент времени. Аналогичным способом можно получить информацию об отправлениях из центра обслуживания вызовов.

“Товары-почтой” – любые виды товаров, которые возможно заказывать по каталогам товаров на почтамтах, отделениях почтовой связи, по телефону через центр обслуживания вызовов или через Internet.

Электронная справочная система – установка специальных компьютеров в объектах почтовой связи позволяет организовать национальную справочную систему по любым вопросам (право, география, погода, расписание транспорта, и др.).

Национальная система безналичных расчетов по кредитным карточкам и прием платежей – построение такой системы является неизбежной для любого государства и сеть почтовой связи имеет необходимый географический охват для реализации этой системы, что позволит значительно упростить, ускорить и удешевить процесс выплат.

Электронный денежный перевод – как и большинство других услуг, требует только организации дополнительной сети и установки в нее компьютеров.

Internet-кафе – для пользователей, которые не могут себе позволить высокоскоростное подключение к Internet (в дополнение к компьютеру), можно предоставить возможность аренды компьютера, подключенного на высокой скорости к Internet за почасовую оплату, а также сканирование документов, запись CD, ксерокопирование документов и др.

Кроме указанных услуг ККС почтового оператора может организовать предоставление услуг по различным программам – национальная электронная система выборов; единый государственный экзамен; прием налоговой отчетности организаций и физических лиц; управление пенсионными счетами физических лиц (в случае внедрения подобной системы), что дает возможность населению на объектах почтовой связи контролировать и управлять собственными счетами и вопросами.

До настоящего времени традиционный порядок был единственной возможностью подтвердить и реализовать свои права и льготы на получение услуг, таких, например, как: отправка почтового отправления, оплата разного рода платежей, оформление социального пособия, регистрация прав собственности на недвижимость, оформление льготного проезда в

транспорте, получение бесплатного медицинского лечения и др. Но в условиях реформ, проводимых в Узбекистане, поставлена задача реализации принципа "одного окна" при предоставлении государственных услуг гражданам и бизнесу, что, в свою очередь, открывает новые, альтернативные и более удобные пути получения государственных услуг.

Сегодня в нашей стране на едином портале интерактивных государственных услуг самыми популярными являются следующие электронные услуги:

- подача обращения в государственный орган;
- запись на прием к руководству в государственные органы;
- выдача справок об отсутствии (наличии) судимости;
- выдача архивных справок о подтверждении стажа работы;
- выдача архивных справок о подтверждении заработной платы;
- выдача архивных справок о подтверждении стажа работы;
- прием заявлений по приему детей в государственные дошкольные образовательные учреждения;
- выдача архивных справок о подтверждении заработной платы;
- on-line-подача заявления на регистрацию субъектов предпринимательства с образованием юридического лица (ООО);
- on-line-подача заявления на регистрацию субъектов предпринимательства без образования юридического лица;
- выдача справок об отсутствии (наличии) судимости и др.

На сайте Государственного комитета связи, информатизации и телекоммуникационных технологий (ccitt.uz) представлен реестр из 42 интерактивных услуг отрасли, в том числе:

- подключение услуги телефонии;
- заявка на установку E-Hujjat;
- заявка на установку E-Xat;

– прием заявлений на разработку политики информационной безопасности и др.

Также представлен широкий спектр электронных платежей:

- оплата услуг операторов мобильной связи (SMS-To'lov);
- оплата за услуги оператора мобильной связи "Ucell" (WEBSUM);
- оплата за услуги оператора мобильной связи "Perfectum Mobile" (WEBSUM);
- оплата за услуги оператора мобильной связи "Beeline" (WEBSUM);
- оплата за услуги интернет-провайдера "Uzonline" (Uzkart) и т.д.

Или, к примеру, через веб-сайт ТУИТ оказываются следующие интерактивные услуги:

– iSoft.uz – мультимедийная интерактивная онлайн-обучающая система по информационным технологиям. Данная система разработана для повышения грамотности слушателей. Система содержит мультимедийные обучающие уроки и контрольные тестовые вопросы по ИКТ. Адрес системы: <http://teach.tuit.uz>;

– Edutest.uz – корпоративная система тестирования и оценки знания. Система предназначена для проведения процессов аттестации и тестирования знаний слушателей дистанционно. Адрес системы: <http://test.tuit.uz>;

– автоматизированная информационная система «Деканат». Система предназначена для автоматизации деятельности деканатов ТУИТ и представления сведений об успеваемости и посещаемости студентов через веб-сайт. Локальный адрес <http://decanat.tuit.uz>;

– система "Виртуальная приемная". Система предназначена для приема и обработки электронных обращений через официальный сайт ТУИТ. Адрес системы: <http://tuit.uz/reception>;

– система виртуального обучения. Система разработана на платформе с открытым кодом MOODLE и предназначена для организации и управления процессами дистанционного обучения. Адрес системы: <http://atdt.tuit.uz>;

– система "Виртуальный университет". Система предназначена для организации и управления процессов дистанционного обучения. Адрес системы: <http://e.tuit.uz>;

– система электронной библиотеки. Система содержит электронные варианты текстов лекций, материалов презентаций, учебных и методических материалов по всем предметам кафедр ТУИТ. Адрес системы: <http://lib.tuit.uz>;

– услуга электронной почты. Система предоставляет услуги электронной почты профессорско-преподавательскому составу и сотрудникам ТУИТ в режиме on-line. Адрес системы: <https://mail.tuit.uz:83>.

Создание корпоративной компьютерной сети почтовой связи ОАО «Узбекистон почтаси» позволило резко расширить возможность внедрения почтовых электронных услуг. К видам электронных (интерактивных) услуг, предоставляемых ОАО «Узбекистон почтаси», относятся:

- поиск регистрируемых почтовых отправок;
- поиск почтовых отправок EMS;
- курьерская служба;
- Интернет-магазин.

Ниже приведена классификация оказываемых и предлагаемых новых электронных видов услуг для оказания во всех объектах национального оператора почтовой связи.

Классификация инфокоммуникационных услуг

Почтовые услуги
Электронная почта
Гибридная почта
Электронная почтовая марка
Контроль прохождения почтовых отправок по телефону
Товары-почтой
Электронный денежный перевод

Справочные системы
Голосовая справочная система
Услуги корпоративной сети
Поддержка внутриведомственных приложений
Внутриведомственная голосовая связь
Интерактивные услуги
Контроль прохождения почтовых отправок через Internet
Финансовые услуги
Система безналичных расчетов по кредитным картам
Прием коммунальных платежей
Возможные программы
Электронная система выборов
Прием налоговой отчетности организаций
Прием налоговой отчетности физических лиц
Управление пенсионными счетами физических лиц
Единый государственный экзамен
Операторские услуги
Internet-кафе
Ведомственные сети государственных организаций, в том числе с поддержкой голосом
Коммутируемый доступ в ведомственные сети государственных организаций
Доступ в Internet по коммутируемым каналам
Доступ в Internet по выделенным каналам
Аренда коммутируемых каналов доступа
Размещение Internet-серверов организаций
Транзит Internet трафика других операторов
Предоставление каналов связи (E1, DS0)

1.3 Нормативно-правовое обеспечение применения информационно-коммуникационных технологий при оказании услуг в Узбекистане

Нормативно-правовая база создания и развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в государственном управлении Республики Узбекистан на сегодняшний день определяется следующими основными нормативно-правовыми актами:

- Закон РУз «Об информатизации»;
- Закон РУз «Об электронной цифровой подписи»;

- Закон РУз «Об электронном документообороте»;
- Закон РУз «Об электронной коммерции»;
- Закон РУз «Об электронных платежах»;
- Закон РУз «О гарантиях и свободе доступа к информации»;
- Закон РУз «О принципах и гарантиях свободы информации»;
- Закон РУз «О телекоммуникациях»;
- Закон РУз «О связи»;
- Закон РУз «О правовой охране программ для электронно-вычислительных машин и баз данных»
- Указ Президента Республики Узбекистан от 30.05.2002г. № УП-3080 «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий»;
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 06.06.2002г. № 200 «О мерах по дальнейшему развитию компьютеризации и внедрению информационно-коммуникационных технологий»;
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 336 от 27.09.2002г. «О дальнейшем совершенствовании деятельности в сфере информационно-коммуникационных технологий»;
- Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-117 от 08.07.2005г. «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационно-коммуникационных технологий»;
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 22.11.2005 г. N 256 «О совершенствовании нормативно-правовой базы в сфере информатизации»;
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 20.02.2006 г. N 27 «Об утверждении перечня Государственных информационных ресурсов, а также государственных органов, ответственных за их формирование, использование и поддержку»;

– Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 26.09.2006г. N 215 «О совершенствовании нормативно-правовой базы в области использования ЭЦП»;

– Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему развитию системы расчетов на основе пластиковых карточек»;

– Постановления Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию системы безналичных расчетов на основе пластиковых карточек».

В нашей стране уделяется особое внимание правовому регулированию отношений с использованием ИКТ. Этому способствовали взлет интереса к информационным технологиям и их проникновение в различные сферы деятельности общества и государства. Почтовая сфера не является исключением, в которой развитие ИКТ открывает новые возможности для расширения перечня оказываемых услуг почтовой связи.

В этой связи развиваются следующие информационные системы:

– автоматизированные финансовые системы – финансовый учет поступления и расходования денежных средств предприятиями, включая учет поступления материальных и нематериальных активов;

– электронная коммерция – организация интерактивного взаимодействия предприятий с партнерами и клиентами при реализации товаров и услуг;

– электронные платежные системы – осуществления розничных платежей за пользование услугами и приобретение товаров.

Принятие Олий Мажлисом Республики Узбекистан вышеперечисленных законов открыли широкие возможности для развития электронной коммерции, которая позволяет резко сократить транзакционные издержки и различные непроизводственные расходы. Наличие разветвленной инфраструктуры узлов и отделений почтовой связи при ускоренном создании

корпоративной компьютерной сети позволит ОАО «Узбекистон почтаси» составить достойную конкуренцию с ведущими операторами и провайдерами услуг телекоммуникаций.

Одним из современных механизмов обеспечения защищенного электронного документооборота и удостоверение информации, составляющей общую часть электронного документа, является применение технологии электронной цифровой подписи (ЭЦП). Использование ЭЦП в электронном документе позволяет проверить целостность (неизменность) электронного документа и идентифицировать автора, подписавшего электронный документ своей ЭЦП.

Эффективное развитие электронной коммерции в Узбекистане невозможно без усовершенствования правовой базы с учетом международного законодательства и тенденций его развития.

Толчком к развитию данного рынка послужили активное нормативно-правовое регулирование области, а также льготное налогообложение в отношении ряда бизнес-структур. Принятие законов Республики Узбекистан «Об информатизации» (от 11.12.2003), «Об электронной цифровой подписи» (от 11.12.2003), «Об электронной коммерции» (от 29.04.2004), «О защите информации в автоматизированной банковской системе» (от 16.11.2005), «Об электронных платежах» (от 16.12.2005), Постановления Кабинета министров Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему развитию системы расчетов на основе пластиковых карточек» (от 29.09.2004), Постановления Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию системы безналичных расчетов на основе пластиковых карточек» (от 03.08.2006), а также ряда других актов стало главным стимулом расширения данного сегмента.

Закон «Об электронной коммерции» принят для полноценного применения электронного документооборота и ЭЦП в электронной

коммерции и обеспечения регулирования отношений участников электронной коммерции во всех ее аспектах.

Согласно статьи 3 Закона РУз «Об электронной коммерции», электронная коммерция – это предпринимательская деятельность по продаже товаров, выполнению работ и оказанию услуг, осуществляемая с использованием информационных систем, то есть совокупность информационных ресурсов, информационных технологий и средств связи, позволяющая осуществлять сбор, хранение, поиск, обработку и пользование информацией.

Система правовых норм, регулирующих электронную коммерцию, является очень обширной: здесь следует назвать нормы финансового права, включая налоговое право о налогообложении, нормы административного права о сертификации и лицензировании и др.

Отношения в электронной коммерции между сторонами, как и в других гражданских правовых отношениях, складываются на договорной основе. Из теории частного права известно, что договор является юридическим фактом, лежащим в основе обязательства, и само договорное обязательство, и документ, в котором закреплён факт установления обязательственного правоотношения, иными словами – это соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

Согласно статьи 9 Закона РУз «Об электронной коммерции», договор в электронной коммерции может заключаться посредством обмена электронными документами; отправления электронного документа о принятии оферты (предложения заключить договор), полученной не в виде электронного документа; совершения действий по выполнению условий договора, содержащихся в оферте, полученной в виде электронного документа. Электронный документ – это аналог бумажного документа, содержащий в себе информацию данных, цифр, символов или других

способов письменного выражения. В статье 5 Закона РУз «Об электронном документообороте» говорится, что электронный документ – это информация, зафиксированная в электронной форме, имеющая ЭЦП и другие реквизиты электронного документа, позволяющего его идентифицировать. При этом ЭЦП выполняет функцию реквизита документа, которая получена в результате специальных преобразований информации данного электронного документа, с использованием закрытого ключа электронной цифровой подписи и позволяющая при помощи открытого ключа электронной цифровой подписи установить отсутствие искажения информации в электронном документе и идентифицировать владельца закрытого ключа электронной цифровой подписи.

Принятым законом определены такие аспекты правового регулирования электронной коммерции как:

- правовое положение участников электронной коммерции;
- требования к заключению договора электронной коммерции, которое осуществляется посредством обмена электронными документами;
- требования к оферте в электронной коммерции;
- использование электронных документов в качестве доказательства совершения сделки;
- ответственность за нарушение законодательства об электронной коммерции.

В целях реализации Закона Республики Узбекистан «Об электронной коммерции», а также стимулирования развития торговли с использованием современных информационных технологий Кабинетом Министров Республики Узбекистан принято постановление от 30 января 2007 г. № 21 «О мерах по развитию электронной коммерции». Данным решением Правительства Республики Узбекистан утверждено Временное положение о порядке организации и проведения электронных государственных закупок и предусматривается создание системы электронных государственных закупок

товаров и услуг для нужд всех государственных учреждений и развития системы приема и оплаты платежей при осуществлении оптовой и розничной электронной торговли с применением современных аппаратно-технических средств.

В целях совершенствования системы проведения платежей при осуществлении электронной коммерции в розничной торговле было принято постановление Кабинета Министров от 12.06.2007 г. № 120 «О мерах по дальнейшему совершенствованию проведения платежей при осуществлении электронной коммерции». Данным постановлением был утвержден план мероприятий по совершенствованию систем при осуществлении электронной коммерции на 2007-2008 гг.

В рамках данной программы были разработаны и приняты:

- Положение о порядке подготовки контрактов в электронной форме и других типовых форм документов, применяемых в электронной коммерции;
- Правила организации платежных систем.

Таким образом, в республике создана необходимая нормативно-правовая база для эффективного применения ИКТ при оказании услуг.

Глава 2. Состояние развития услуг почтовой связи

2.1 Развитие ИКТ в сети почтовой связи Республики Узбекистан

Основным направлением развития почтовой связи Республики Узбекистан является оказание услуг с уровнем организации производства, отвечающим современным требованиям, удовлетворяющим возросшие потребности клиентуры и обеспечивающим качество обработки почтовых отправлений по стандартам Всемирного почтового союза. 19 мая 2005 года Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан № 128 была утверждена «Программа модернизации почтовой связи, внедрения и развития

новых видов услуг на базе информационно-коммуникационных технологий до 2010 года».

Реализацию проекта «Модернизация сети почтовой связи, внедрение и развитие новых видов услуг на базе информационно-коммуникационных технологий» предусматривается осуществить в три этапа:

1-этап (2009 – 2010 гг.) – автоматизация технологических процессов и повышение качества оказания следующих услуг почтовой связи до районного уровня:

- электронный денежный перевод, в том числе международный;
- пересылка почтовых отправлений с использованием штрихкодирования;
- выплата пенсий и пособий;
- прием оплаты коммунальных услуг,
- развитие новых видов услуг с использованием информационно-коммуникационных технологий:
- Интернет-магазин;
- Товары – почтой.

В рамках 1-этапа проекта предусматривалось:

1. Обеспечить подключение к системе электронных денежных переводов ОАО «Узбекистан почтаси» 216 объектов почтовой связи, что позволит осуществлять прием и оплату электронных денежных переводов в 14 областных почтамтах, 177 районных (городских) узлах почтовой связи и 25 отделениях почтовой связи.

2. Организовать оказание услуги гибридный электронный денежный перевод с неавтоматизированных отделений почтовой связи районов и областных центров. При оказании услуги гибридного электронного денежного перевода участок пересылки денежных переводов средствами почтовой связи сохранится только между отделениями почтовой связи и

районными узлами (почтамтами), а на других участках денежные переводы будут пересылаться в электронном виде.

3. Обеспечить оказание услуги международного электронного денежного перевода с указанных автоматизированных и неавтоматизированных объектов почтовой связи.

4. Внедрить автоматизированную систему приема оплаты коммунальных услуг, что позволит автоматизировать процессы оказания данной услуги. К системе будут подключены 216 объектов почтовой связи (пункты приема оплаты коммунальных услуг).

5. Внедрить автоматизированную систему учета выплаты пенсий и пособий для оперативного сбора информации и централизованного учета выплаты объектами почтовой связи пенсий и пособий. К данной системе будут подключены 216 объектов почтовой связи областных, районных центров и автоматизированные отделения почтовой связи для ввода информации по выплате пенсий и пособий.

6. Создать и внедрить автоматизированную систему учета и контроля пересылки почтовых отправлений с использованием штрихкодирования, что позволит вести учет и контролировать прохождение всех почтовых отправлений на территории республики. К данной системе будут подключены филиал «Халкаро почтамт» и обменные пункты всех областных и районных центров.

7. Организовать Интернет-магазин ОАО «Узбекистон почтаси», создать систему учета оплаты и доставки товаров через Интернет-магазин, а также организовать услугу товары-почтой.

2-этап (2011 – 2012 гг.) – автоматизация технологических процессов и повышение качества оказания услуг почтовой связи до уровня отделений почтовой связи, а также организация оказания новых видов услуг с применением информационно-коммуникационных технологий.

В рамках 2-этапа проекта предусматривалось:

1. Создать и внедрить финансовую систему для учета поступления на объектах почтовой связи денежных средств от оказания всех видов услуг, контроль их расходования и распределения. К данной системе будут подключены бухгалтерии центрального, областного и районного уровня ОАО «Узбекистон почтаси».

Задачами создания системы является обеспечение учета поступления и расходования финансовых ресурсов объектами почтовой связи.

2. Создать и внедрить систему подписки и доставки периодических изданий. Задачами создания системы являются:

- обеспечение учета подписчиков и объема их заказа, а также контроля доставки периодических изданий;

- внедрение системы электронной подписки (подписка и получение доступа к электронным изданиям, в том числе периодическим);

3. Обеспечить подключение к действующим автоматизированным системам 600 отделений связи для оказания автоматизированных услуг почтовой связи в этих отделениях.

4. Оснастить Интернет-кафе региональных узлов почтовой связи компьютерным и иным оборудованием для оказания услуг доступа Интернет, услуг компьютерных игр и пр.

5. Организовать оказание новых видов услуг с применением информационно-коммуникационных технологий:

- услуги гибридной и электронной почты – прием ОАО «Узбекистон почтаси» электронных почтовых сообщений по сети Интернет (электронные письма) или на объектах почтовой связи (электронные телеграммы) и доставка их почтой в местах назначения;

- операторские услуги сети передачи данных – подключение пользователей к корпоративной компьютерной сети (ККС) ОАО «Узбекистон почтаси» по выделенным и коммутируемым линиям связи для оказания услуг передачи данных и Интернет.

Во исполнение первого этапа «Проекта модернизации сети почтовой связи, внедрения и развития новых услуг на базе информационно-коммуникационных технологий» «Автоматизация технологических процессов на объектах почтовой связи и развитие новых видов услуг до районного уровня», утвержденного 18 мая 2009 года ОАО «Узбекистон почтаси» проделана определенная работа.

Выполняется обмен электронной информацией при помощи корпоративной компьютерной сети, предоставляются услуги по системе электронных денежных переводов (ЭДП), по приему платежей. В ККС предусмотрены меры по обеспечению информационной безопасности. В системах по приему ЭДП и приема платежей используются ключи электронно-цифровой подписи.

В 47 “Интернет кафе”, открытых в объектах почтовой связи и посредством установленных в них 237 компьютеров (в том числе 47 серверов) предоставляется населению такие услуги как, компьютерные игры, интернет, электронная почта и др. В настоящее время 1159 автоматизированных рабочих мест объектов почтовой связи подключены к системе ЭДП, и 1148 рабочих места – к системе приема платежей, 164 рабочих места связаны с биллинговой системой АК “Узбектелеком” в режиме on-line.

В территориальных филиалах совместно с АКБ “Алокабанк” и другими банками оказываются услуги с использованием 1434 терминалов пластиковых карточек.

2.2 Стратегия Всемирного почтового союза по развитию электронных услуг

Среди вопросов, рассмотренных на 25-м Конгрессе ВПС в Дохе (Катар, сентябрь-октябрь 2012 г.), были мобилизация почтового сектора для содействия торговле и развитие электронной торговли в мире.

Поскольку основная цель ВПС состоит в том, чтобы «стимулировать устойчивое развитие качественных, эффективных и доступных универсальных услуг почтовой связи в целях обеспечения связи между жителями планеты», ИКТ является ценным инструментом модернизации почтовой сети в плане сокращения затрат на исполнение обязательства по универсальной услуге и поддержки развития электронной торговли.

В последнее время страны-члены ВПС занимаются разработкой надежных и инновационных электронных почтовых услуг, как например, защищенные электронные почтовые ящики, электронные почтовые регистрируемые отправления (PREM), электронный почтовый штемпель для сертификации и интерактивный контроль адресного обслуживания, а также услуг электронной торговли и электронного правительства.

Кроме того, страны-члены ВПС все больше полагаются на назначенных операторов как на надежную третью сторону для предоставления услуг «электронного правительства», и как на сторону, содействующую развитию электронной торговли в поддержку предприятий малого и среднего бизнеса.

ВПС необходимо соответствовать потребностям нового поколения, которое привыкло обмениваться информацией с помощью электронных средств связи. Вследствие этого назначенные операторы должны предоставлять защищенные и надежные почтовые услуги и продукты с использованием многочисленных каналов доставки, в том числе физических, социальных сетей, Интернета и мобильного телефона. В условиях падения объемов транзакционной письменной корреспонденции назначенным операторам необходимо диверсифицировать свою деятельность и разрабатывать инновационные услуги с использованием ИКТ.

Для выполнения плана действий Советом почтовой эксплуатации была создана группа «Электронные услуги» (ГЭУ), возглавляемая Тунисом. Группа в течение 2009-2012 г., достигла следующих результатов:

- разработана первая интерактивная учебная программа по электронным услугам на базе TRAINPOST;
- опубликован совместно с Международным союзом электросвязи (МСЭ) сборник по использованию ИКТ в почтовом секторе: «ИКТ, новые услуги и модернизация почтовой связи». В сборнике представлена информация о современных способах использования ИКТ в целях модернизации почтовой службы и предоставления новых услуг;
- проведены исследования в целях получения информации о развитии электронных услуг во всем мире. В исследовании участвовали 93 страны и оценивались 55 электронных почтовых услуг. Кроме того, было проанализировано развитие различных электронных услуг и стратегическая важность, таких услуг, как e-post, e-finance, e-commerce и e-government. В результате изучения был получен показатель ВПС, оценивающий развитие электронных почтовых услуг в странах-членах;
- разработка рабочий план по платформе .post, которая должна стать защищенной международной электронной платформой, на базе которой будут развиваться инновационные почтовые услуги и продукты.

Стратегические приоритеты на 2013–2016 гг.

Было определено пять стратегических приоритетных областей как для ВПС, так и для почтового сектора, для каждой из приоритетных областей рекомендуются различные виды деятельности.

Многосторонний подход:

- рассмотреть необходимость в многосторонних юридических и эксплуатационных соглашениях, позволяющих осуществлять сотрудничество в рамках почтовой сети, включая управление вопросами трансграничной торговли;
- объединить решения в области экспорта и импорта – при реализации внутри страны следует рассматривать требования как к импорту, так и к экспорту ("Exporta Facil" и "Importa Facil");

- определить требования и процессы для почтовых операторов с целью комбинирования платежной составляющей и финансовых посредников между MSMEs и налоговыми органами внутри страны-экспортера;

- разработать уникальный международный бренд и стратегию всемирного брендинга для решений ВПС в области содействия торговле.

Трансграничное управление и координация:

- создать координационную группу с целью проведения мониторинга трансграничных вопросов, недостатков адресации и подготовить рекомендации по гармонизации и совершенствованию сети;

- определить трансграничные механизмы мониторинга, которые следует включить в план развертывания данного проекта в странах.

Наращивание потенциала в странах:

- преодолеть разрыв в рабочих показателях услуги – разработать программы технической помощи, позволяющие почтовым операторам ликвидировать разрывы в рабочих показателях услуги и клиентского обслуживания;

- ликвидировать разрыв в знаниях – определить факторы, тормозящие приобретение навыков и знаний, их консолидацию и использование, и укрепить все связи, платформы и партнерские центры распространения знаний с целью содействия распространению знаний;

- скорректировать портфель услуг – определить и рассмотреть изменения, которые необходимо внести в портфель услуг, включая разработку/корректировку финансовых услуг (например, транзакции наличность-счет и счет-счет), и сделать почтовые отделения пунктами доступа для регистрации MSMEs;

- повысить значимость для органов государственного управления и других заинтересованных сторон – помочь почтовым операторам заслужить доверие, стать инициативными провайдерами решений тех вызовов, которые рассматриваются в стратегии и политике национального развития.

Показатель торговой деятельности для почтового сектора:

– подготовить план и установить показатель содействия торговле для услуг логистики почтового сектора (P-TFLPI) с целью оказания помощи странам-членам и их почтовым операторам в определении пробелов в своих рабочих показателях, вызовов и возможностей услуг торговли и логистики, вызвать на соревнование почтовых операторов и способствовать оценке достигнутых результатов в соответствии с проектами по наращиванию потенциала в пользу нуждающихся стран;

– создать специальную группу с целью определения требований к показателям торговой логистики, разработать методологию и дать рекомендации по финансированию и осуществлению стратегии. В интересах содействия обмену информацией и ее обобщению обеспечить совместимость и взаимосвязь с существующими показателями торговой деятельности, развивая партнерские отношения с соответствующими организациями ООН в интересах выработки многостороннего и комплексного решения.

Совместная бизнес-модель ИТ и приобретение знаний:

– с целью преодоления опасности ИТ-нестыковки продолжить изучение экономики, ценности и стратегии с учетом модели почтового сообщества, что будет способствовать ускоренному развитию инфраструктуры ИТ и преодолению разрыва в рабочих показателях, наращиванию потенциала лишенными ресурсов почтовыми операторами "слабых" стран;

– совершенствовать стратегию ВПС с целью получения доступа к информации, включая его системы для ее сбора, обработки и обмена;

– помогать почтовым операторам, применяющим решения в области содействия торговле, в приобретении прочных знаний о том, что представляет собой сектор MSMEs в их странах, а также стремиться к тому, чтобы стать источником информации о торговле.

Развитие электронной торговли

После 24-го Конгресса ВПС (2008 г.), когда электронная торговля была добавлена в программу ВПС, был отмечен значительный ее рост в сфере розничных продаж. В соответствии с проведенными изучениями, электронная торговля В2С к 2013 г. будет оцениваться в размере 1,1 трлн. долл. США с объемом около 10 млрд. посылок.

Общая продажа в области электронной торговли В2С в 2011 г., по подсчетам, возросла до 961 млрд. долл., что представляет рост около 20 % по сравнению с предыдущим годом. Если сравнивать электронную торговлю В2С по регионам, то Европа занимает ведущую позицию в качестве нового глобального рыночного лидера, общая стоимость которого оценивалась в 343 млрд. долларов США при росте 20 % в 2011 г., опережая Северную Америку, оценочная стоимость которой в 2011 г. составляла 311 млрд. долл. Самый быстрый рост во всем мире наблюдается в Азиатско-Тихоокеанском регионе, главным образом благодаря значительному росту в Китае, который достиг 130 % в 2011 г.

На сложившихся мировых рынках, таких как США, Соединенное Королевство и Япония, продолжится рост, выражаемый двузначными цифрами – от 10 до 15%.

Ожидается, что на рынках Франции, Италии, Испании и зарождающихся рынках Восточной Европы, где лидирующие позиции занимают Российская Федерация, Турция и Польша, будет наблюдаться самый высокий рост в Европе, который составит свыше 35 % в год.

Продолжается развитие на Ближнем Востоке и в Северной Африке, возглавляемое Израилем и Объединенными Арабскими Эмиратами, достигая роста около 45 % в год.

Значительный рост прогнозируется в ближайшие годы в Латинской Америке при лидирующем положении Бразилии, на долю которой приходится 60 % от общего сбыта электронной торговли В2С.

В странах Африки к югу от Сахары электронная торговля все еще находится на ранней стадии развития, большой рост ожидается благодаря торговле через сеть мобильной связи (мобильная торговля).

По подсчетам, число Интернет-пользователей в конце 2011 г. составляло около 2,2 млрд., и по прогнозам к концу 2015 г. их число возрастет до 3,2 млрд., т. е. около 50 % населения мира. Поскольку растет число Интернет-пользователей и они становятся все более уверенными в покупках через Сеть, будет быстро расти число Интернет-покупателей.

Располагая глобальной физической инфраструктурой и электронной/информационной сетью, почтовый сектор имеет в своем распоряжении многочисленные функциональные возможности, позволяющие успешно использовать глобальную цепочку поставки в интересах малых и средних предприятий (MSMEs).

Один из главных принципов почтовой сети – это тот высокий уровень важности, который придается ее безопасности и доверию к предоставляемым по всей глобальной цепочке поставки услугам, а именно безопасности перевозки физических товаров (например, посылок и небольших пакетов), а также безопасности цифровых и бумажных транзакций, осуществляемых по почтовым сетям. Данные становятся важной частью не только тогда, когда это касается управления почтовой сетью и контроля за ее функционированием, но также в случае слежения за почтовыми отправлениями, которыми обмениваются партнеры, что обеспечивает соответствие всей цепочки с добавленной стоимостью национальным и международным законам и нормативно-правовым требованиям.

Анализ практических примеров стран-членов ВПС показал, что наименее развитые и развивающиеся страны могут принимать активное участие в электронной торговле и достигать роста в экономическом развитии, если политические, стратегические и нормативно-процедурные условия, а также эксплуатационные возможности позволяют это сделать.

В большинстве развивающихся и наименее развитых стран органы государственного управления играют важную роль, создавая правовое поле, содействуя финансированию инфраструктуры, укрепляя кадровые ресурсы, разрабатывая коммерческую политику, содействующую трансграничной электронной торговле. Они также играют важную роль в разработке общих принципов сектора, содействуя развитию электронных услуг и использованию почтовых сетей.

Трансграничная электронная торговля продолжает представлять лишь незначительную долю от внутренних объемов. Электронная торговля в настоящее время является одной из наиболее важных областей роста в сфере почтовых услуг: физических, финансовых и электронных. Даже в странах и регионах, где экономическое развитие и промышленная инфраструктура являются недостаточно развитыми, чтобы полностью реализовать потенциал роста, тем не менее, существуют возможности или их можно создать, и наличие почтовой сети является решающим фактором для их развития. Кроме того, в тех регионах, где происходит развитие электронной торговли, и в промышленно развитых странах, где промышленные и почтовые сети высокоразвиты, существует необходимость в еще большем сотрудничестве между почтовыми операторами в интересах содействия развитию трансграничной электронной торговли.

В маркетинговом исследовании писем, легких посылок и отправок EMS, проведенном Советом почтовой эксплуатации (СПЭ) ВПС, указывалось что, несмотря на оживление, отмечавшееся за последние четыре года во внутренней и международной электронной торговле, в полную силу не отразилось на объемах международной посылочной почты, поскольку на пути трансграничной торговли продолжали существовать многочисленные препятствия, связанные с качеством предоставляемых услуг.

Проведенные изучения в Европе показали, что сравнительно низкий рост трансграничной электронной торговли главным образом объясняется

высокой стоимостью и ненадежными услугами доставки. Несоответствие доставляемых продуктов и отсутствие механизмов компенсации, выплачиваемой потребителям, также рассматриваются как препятствия на пути развития трансграничной электронной торговли.

Общепризнанные проблемы, связанные с ростом электронной торговли на внутренних рынках, в еще большей степени оказывают влияние на рост трансграничной электронной торговли. Эти проблемы включают в себя следующие:

- отсутствие доверия и уверенности – знаки идентификации, адреса и доверия к сайту;
- ведение местного бизнеса в интерактивном режиме – платформа электронной торговли;
- наличие товаров – логистика;
- варианты доставки – доставка на дом/в офис, доставка с определенными сроками, пункты получения, системы адресации;
- гарантия платежа и варианты – наложенный платеж, почтовая авансовая карта, кредитная карта;
- обработка возврата – логистика, компенсационные выплаты;
- объединение трансграничных сетей – электронная, физическая и финансовая;
- пограничные вопросы – налоги, таможня, язык.

Сеть ВПС, которая охватывает 810 тыс. почтовых отделений и включает в себя три составляющих услуги, а именно физическую, финансовую и электронную, обладает уникальными возможностями для рассмотрения многих из вышеперечисленных вопросов либо по отдельности, либо в качестве полной платформы услуг для электронной торговли.

В Дохинской почтовой стратегии предусмотрена специальная программа в области электронной торговли на следующий рабочий цикл, в которой учитываются требования рынка, а также стратегия и действия

сектора электронной торговли. Программа свидетельствует о той степени, в которой страны-члены ВПС рассматривают электронную торговлю как важную и определяющую деятельность почтового сектора.

Электронная торговля – основная стратегическая деятельность ВПС на 2013 – 2016 гг.

В течение 2009 – 2012 гг. ВПС определил и предложил пять основных областей на следующий цикл.

Деятельность 1 – Форум для клиентов электронной торговли.

Предлагается создать форум, который даст возможность клиентам (отправителям и получателям) встречаться и обсуждать свои потребности в области электронной торговли по отношению к услугам назначенных операторов. Форум для клиентов позволит многочисленным партнерам принимать участие в дебатах ВПС в интересах улучшения его продуктов и услуг.

Деятельность 2 – Сотрудничество в области развития продуктов (письма, посылки и отправления EMS).

Электронная торговля генерирует объемы для многих продуктов ВПС – посылки, письма (мелкие пакеты) и отправления EMS, поэтому необходимо определенное соответствие в том, что касается характеристик и качества продуктов. Традиционно каждый продукт имеет уникальные характеристики, что касается размера почтового отправления или скорости доставки.

Клиенты электронной торговли ожидают определенной надежности и надеются воспользоваться системой слежения за прохождением почтовых отправлений, а также доставкой в гарантированный срок, независимо от размера доставляемого почтового отправления. На конкурентном рынке, который требует в высшей степени конкурентоспособных решений, необходимы сотрудничество и координация с целью разработки характеристик продуктов, позволяющих удовлетворить потребности клиентуры.

ВПС следует координировать вопросы общего характера, касающиеся согласованности регламентов, обслуживания клиентуры, решений в области финансовых услуг и систем слежения за прохождением отправок.

Деятельность 3 – Приобретение знаний и обмен ими.

ВПС следует уделять особое внимание обмену знаниями и укреплению потенциала, обмениваясь опытом, полученным при использовании эффективных моделей, таких как "Exporta Fácil" в Латинской Америке, чтобы определить, каким образом они могут использоваться для разработки глобальных решений, позволяющих преодолевать проблемы, возникающие в связи с доступом к информации и финансированию, включая факторы, препятствующие развитию электронной торговли.

Деятельность 4 – Интеграция канала поставки.

ВПС может играть важную роль, содействуя разработке комплексного трансграничного канала, объединяющего всех партнеров канала поставки электронной торговли.

Деятельность 5 – Укрепление потенциала.

ВПС может мобилизовать всех участников на уровне правительств, назначенных операторов и регуляторов, в частности, региональные союзы, чтобы гарантировать рассмотрение стратегии в области электронной торговли в первую очередь.

Важное значение имеет региональный подход к наращиванию потенциала, а в планы регионального развития ВПС следует включить рекомендацию о признании роли почтового сектора в политике, проводимой в области содействия развитию электронной торговли. В данный подход следует включить выделение необходимых ресурсов с целью улучшения почтовых сетей в интересах содействия развитию электронной торговли.

2.3 Международный опыт развития электронных услуг в почтовой связи

ВПС, членом которого Республика Узбекистан является с 1994 года, активно способствует повышению значимости почтовой отрасли, сосредоточив свое внимание на таких вопросах, как стандартизация, адресация, повышение качества, обеспечение распространения передового опыта.

В соответствии с духом Организации объединенных наций (ООН) и основополагающими принципами мирового сообщества Всемирного почтового союза (ВПС), его члены фокусируют внимание и усилия почтовых служб, различных участников и партнеров с тем, чтобы общество в целом могло извлечь выгоду из инициатив и решений, предлагаемых в разных странах, «ноу-хау» и достигнутого у них передового опыта.

На основе тщательного изучения имеющегося опыта ВПС предлагает соответствующие рекомендации, направленные на разработку эффективных решений, расширение продуктов и ассортимента информационно-коммуникационных услуг (ИКТ-услуг), необходимых для внедрения в почтовой сфере.

Особое внимание уделяется вопросам разработки стратегии почтовых служб по их участию в современном электронном бизнесе (е-Бизнес). При этом в рамках «Почтового ИКТ-проекта» стратегическое исследование» (PIDSS – Postal IT Direction Strategic Study) предполагается решать проблемы и дать ответы на следующие вопросы:

- внедрение в почтовой инфраструктуре соответствующих бизнес-решений на основе ИКТ и эффективного использования инвестиционных фондов;
- расширение ассортимента коммерческих и социально ориентированных ИКТ-услуг, в том числе универсальных, в направлении

полного удовлетворения требований рынка, различных пользователей и гражданского общества.

ВПС определил направления международного взаимодействия стран с целью обеспечения новых преимуществ в почтовой экономике и социальной сфере на основе реализации соответствующих ИКТ-услуг с тем, чтобы они «как важные агенты социального единства и конкретных вкладчиков, всемерно способствовали экономическому и социальному развитию, процветанию коммерции и торговли».

Сегодня для получения дополнительных доходов почте жизненно необходимо проведение всевозможных исследований, а также поиск новых видов услуг. Данная стратегия нужна не только, чтобы почта смогла выжить, но и для построения будущей отрасли. В этом плане почтовые операторы стали развивать электронные услуги в различных направлениях. Первое направление – это розничная торговля (е-коммерция). Здесь сильно продвинулись такие страны, как Израиль, Финляндия (особенно в сфере информационных услуг), которые внедрили в свой бизнес очень хорошие решения. Вторым направлением являются финансовые услуги – е-банкинг, е-платежи, е-счета. Для примера можно привести следующие страны, успешно реализующие данные виды услуг, Япония, Южная Корея, Италия. Третьим направлением является оказание страховых посреднических услуг и последним – «электронное правительство», например, страны Центральной Европы.

Примером эффективного внедрения электронных услуг в почтовой связи является Почта Словении. Предоставляемые ею электронные услуги ориентированы на различные группы пользователей:

- услуга «Моя Почта» (moja.posta), предназначенная для индивидуальных предпринимателей и малых предприятий. Посредством её осуществляется распространение счетов и других документов в электронном виде и доставки их в личные электронные почтовые ящики;

– услуга «Деловая почта» (poslovna.posta), предназначена для средних и больших предприятий.

Кроме того, существуют порталы для особых групп пользователей – нотариусов, адвокатов, врачей, обслуживающего персонала.

В услуге «Моя Почта» имеются несколько сервисов:

– е-ящик – индивидуальные пользователи и предприятия могут получать документы в электронном виде. Документы, заверенные электронной цифровой подписью, имеющей квалифицированный сертификат, равноценны собственноручно подписанным бумагам;

– е-архив – документы доступны отправителям и получателям в течение всего предусмотренного законодательством страны времени (например, для переданных счетов – не менее 9 лет);

– е-сейф – пользователь может безопасно сохранять свои самые важные электронные документы. Они в безусловном порядке будут доступны только ему одному;

– временная печать – в принципе временная печать (TSA – Time Stamping Authority) является цифровой записью, обеспечивающей подпись документа с действительным сертификатом в определенный отрезок времени, и таким образом связывает дату и время электронной подписи, а также данные в электронном виде криптографическим безопасным способом;

– электронная оплата – выполнение оплаты счетов в электронном виде.

Другим примером эффективного применения электронных услуг является Почта ЮАР, для развития которых ею были применены альтернативные технологии, как электронная почта, служба сообщений SMS и Интернет-банкинг. К основным видам электронных услуг Почты ЮАР можно отнести:

– оплата счетов – прием платежей в пользу третьих лиц позволяет осуществлять около 2,3 млн. платежей в месяц. Оплата может производиться в любом из 2,5 тыс. почтовых отделений или с помощью одного из 8 тыс.

PIN-терминалов (расположены в торговых точках) или новых терминалов самообслуживания;

- электронный файлинг – позволяет собирать информацию от имени третьего лица и передавать её (включая данные об оплате) соответствующему принципу. Услуга используется для ввода пользовательской информации, а также осуществления платежей за заявки на телевизионные лицензии, лицензии на автотранспорт и рыбную ловлю;

- электронные денежные переводы через Интернет – система электронных переводов денег по Интернету обеспечивает удобную передачу средств между клиентами банков и теми людьми, которые таковыми не являются. Как правило, такие транзакции инициируются с компьютера клиента, который запрашивает электронный перевод средств со своего банковского счета в банк почтовой службы ЮАР. Затем банк реализует заказ на электронный денежный перевод, предоставляя клиентам необходимую информацию по получению перевода.

В последние годы определенный прорыв в развитии электронных услуг, основанных на инфокоммуникационных технологиях, сделала почта Чехии. К электронным услугам, оказываемым в почте Чехии относятся:

- услуги «доверенного третьего лица» – означает заверение информации. Служба заверения почты Чехии выпускает сертификаты для пользователей электронной почты, Интернет и т.д., групп пользователей и технологических компонентов (серверов) и имеет свой сайт Postsignum;

- услуга «регистрируемой электронной почты» – система электронной почты, в которой электронные почтовые сообщения при отправке регистрируются в системе, доставляются на почтовый ящик получателя, после чего отправителю направляются подтверждения о доставке электронной корреспонденции. Данная услуга также интегрируется с системой гибридной почты, которая также внедрена в почте Чехии.

В рамках проекта «Электронное правительство» почтовой службой Чехии создана Центральная электронная доска объявлений и открылись контактные пункты в почтовых отделениях. Центральная электронная доска объявлений (CADR) представляет собой официальную информационную систему ознакомления с публичными тендерами и аукционами, а также другими предложениями (биддинг, розничная торговля, передача прав на общественную собственность и др.). Доход чешской почты по этой услуге формируется за счет платежей за опубликование сведений, производимых предоставляющими эту информацию структурами. Для индивидуальных пользователей вся информация является бесплатной.

Объем рынка дистанционных продаж в Европе оценен в 100 млрд. евро. При этом на западную часть континента приходится 90 % , а на восточную – только 10, хотя по темпам роста рынок Восточной Европы явно превосходит: за последние 5 лет объемы реализации товаров дистанционным способом удвоились. Особо быстрыми темпами растет рынок Польши, России, Чехии и Венгрии.

Европейский рынок дистанционной торговли – один из наиболее развивающихся среди пяти розничных рынков. В Западной Европе 75 % продаж происходит всего в трех странах: Германии, Великобритании и Франции. Половина покупок осуществляется on-line, половина — по каталогам. Поэтому, несмотря на тенденцию продолжающегося роста Интернет-торговли и высказывания многочисленных "оракулов", Б. Фогт прогнозирует еще довольно длительное существование торговли по каталогам. Однако и способы продаж, и сами каталоги существенно меняются. Будущее – за мультимедийными магазинами. Особенно активно развиваются реализация через Интернет товаров розничных сетей и клубные продажи.

Несмотря на экономический кризис, дистанционная торговля в Европе достигла феноменального уровня роста, в основном, за счет электронной

коммерции (11 %). Эта тенденция будет продолжаться в течение еще не менее 5 лет. В Европе 3,5 % от розничного товарооборота занимает дистанционная торговля, а в некоторых странах этот показатель выше (Германия – 7,4%).

Один из быстрорастущих рынков в Европе – российский, но сдерживающим фактором развития в России и на Украине является распространение наличных платежей, тогда как в большинстве европейских стран за товары расплачиваются, в основном, карточками.

Среди европейских тенденций в дистанционной торговле последнего времени отмечено развитие Интернета, – ослабление позиций больших многостраничных каталогов, разорение крупных компаний, выход на рынок новых игроков. Будущее в Европе — за многоканальной торговлей, включающей такие каналы продаж, как электронная коммерция, Интернет, телефон, телевидение и т. д. Каталоги пока продолжают приносить прибыль, но меняются: становятся менее объемными, специализированными, изменяются и способы их рассылки.

Отличительная черта электронной торговли заключается в том, что с ее помощью реализуются не только товары, но и услуги (билеты на транспорт и культурно-зрелищные мероприятия, путешествия и т. д.).

Еще одна немаловажная тенденция связана с развитием трансграничной торговли: в целом в Европе она составляет треть товарооборота, а в ряде стран уже достигает 50 %.

В Германии доля дистанционной торговли в розничном товарообороте страны увеличилась с 5 % в 2005 г. до 7,5 % в 2009 г. В 2013 году ее оборот достиг 34,5 млрд. евро, из них продажи товаров составили 29,1 млрд. (продажи в оффлайне – 13,6 млрд., в on-line – 15,5 млрд.). Доля Интернет-продаж в стране впервые превысила 50 %.

Традиционные "большие" каталоги уходят в прошлое (например, каталог ОТТО). Специализированные каталоги и "чистые" on-line игроки

занимают свои ниши в определенных категориях товаров. Также значительно активнее стали традиционные торговцы и производители товаров: издавая каталоги, они привлекают внимание к своим сайтам и используют дистанционную торговлю как дополнительный канал сбыта.

Наибольший товарооборот в прошедшем году был у компаний, использующих многоканальную дистанционную торговлю (-3,2 %, 2009 г. к 2008 г.). Далее следуют "чистые" Интернет-торговцы (+15,1 %) и продавцы eBay (+2,4 %). Хорошие темпы роста у брендовых традиционных магазинов (+21,8 %) и производителей товаров (+27 %).

В Германии в 2009 г. было зарегистрировано 32,5 млн. Интернет-покупателей (более 60 % взрослого населения страны). При этом пользователями Сети являются 77 % жителей. Значительно возросло число заказов через Интернет лицами старше 60 лет (до 29 %). При этом 67 % on-line покупателей прежде, чем сделать заказ на сайте, просматривали печатный каталог.

На рынке электронных продаж помимо многоканального бизнеса активно развиваются on-line гипермаркеты и клубная торговля. Наиболее популярен в стране шоппинг-клуб "Brands 4 Friends", его товарооборот в 2009 г. составил 70 млн. евро, рост — 30 %. Другим примером успешного клубного бизнеса является Limango (Otto Group).

Интернет-технологии ведения бизнеса появились в ответ на возникновение потребности в них.

Вначале Интернет-коммерция во многих случаях не воспринималась как нечто отдельное и специфическое. Происходил простой перенос в Интернет давно привычных коммерческих механизмов. Наличие элементов традиционных коммерческих технологий облегчает внедрение новых. С другой стороны, снижается психологический барьер для потребителя и тем самым повышается его доверие к новому.

Заботясь об обеспечении безопасности и надежности, потребители проявляют сдержанность в том, что касается осуществления транзакций в режиме on-line, в частности, при трансграничном обмене. Благодаря своим службам доставки и логистики (включая службу возврата товаров), финансовым сетям (электронные платежи, денежные переводы и микроплатежи), а также обширной зоне охвата услугами, почта пользуется значительным преимуществом, выражающимся в доверии к ней со стороны потребителей. Поэтому имеется вполне достаточно оснований побудить почтовых операторов к тому, чтобы они были более заметны на порталах электронной торговли. «Мощным стимулом является тот факт, что в результате одной электронной транзакции приводится в движение целая цепочка: почтовые посылки, письменная корреспонденция и финансовые операции»

Если обратиться к истории, заметим, что первые Интернет-магазины реализовали в Сети широко распространенную на Западе (особенно в США) систему заказа товаров по почте/телефону (Mail Order-Telephone Order, или MoTo), для которой давно существовала детально проработанная нормативная база. Эту систему перенесли в Интернет совершенно без учета каких-либо его особенностей (даже формы заказа, выставленные на сайтах первых Интернет-магазинов, были практически идентичны бумажным формам заказа по традиционным каналам). Для доставки товаров использовалась уже имевшаяся инфраструктура. Нормативное обеспечение сделок также позаимствовали у системы почтовых/телефонных заказов. Основным способом расчетов частных лиц с продавцами товаров в Интернете были платежные карточки.

Роль почтового сектора в сокращении технологического разрыва между странами была признана в официальных документах, принятых на Всемирном саммите по вопросам информационного общества. Кроме того, ВПС был призван содействовать развитию электронной торговли.

С точки зрения общего развития почтовых е-услуг ВПС ставит в Топ-10 следующие страны. Швейцария заняла первое место, затем идут Беларусь, Италия, Германия, Катар, Тунис, Франция, Республика Корея, Соединенные Штаты Америки и Канада. Беларусь занимает первое место в части развития услуг электронной коммерции, Швейцария первенствует в электронных финансовых услугах, а Франция — в почтовых е-услугах.

Несмотря на то, что в исследовании было определено несколько услуг электронного правительства, количество стран, предоставляющих такие услуги, пока недостаточно для получения в настоящее время определенного индекса.

Хотя назначенные операторы из промышленно развитых стран предоставляют в среднем вдвое большее количество е-услуг, чем их коллеги в развивающихся странах, некоторые из них считаются новаторскими и цифровыми лидерами в своем роде. Исследование показывает в рейтинге Топ-25 высокие места Беларуси, Бразилии, Южной Африки, Туниса и Украины с точки зрения развития общих почтовых е-услуг.

В то же время исследование показывает, что некоторые назначенные операторы до сих пор не уделяли е-услугам достаточного внимания с точки зрения финансирования, развития и организационного управления. Кроме того, в исследовании указывается, что такие услуги в настоящее время вносят скромный вклад в общие доходы предприятий – в среднем 1,5 %. Однако несколько почтовых операторов показывают, что е-услуги приносят свыше 30 % их доходов.

Выводы исследования:

основные почтовые е-услуги быстро развиваются во всем мире, количество таких услуг между 2007 и 2010 гг. утроилось;

для целей исследования были определены 55 различных типов почтовых е-услуг;

70 % стран во всем мире считают, что почтовые е-услуги имеют стратегически важное значение для будущего;

первая почтовая е-услуга – track-and-trace – была представлена в 1992 году;

хотя существует разрыв между промышленно развитыми и развивающимися странами с точки зрения развития почты, индекс е-услуг, установленный исследованием, показывает, что не все развивающиеся страны отстают;

просматриваются лидеры в таких сегментах, как электронная почта, электронная торговля и электронные финансовые услуги;

развитие почтовых е-услуг больше определяется инновационными возможностями, нежели уровнем развития стран;

инфраструктуры ИКТ и регулирования, а также инновации являются важными факторами развития электронных почтовых услуг;

в то время как почтовые е-услуги считаются стратегически важными, стратегии, управление и прибыль в странах в данной сфере разнородны.

93 страны участвовали в исследовании ВПС, это 49 % его участников. Планируется, что подобные исследования будут проводиться на регулярной основе.

Почтовые службы имеют все шансы, чтобы стать доверительным посредником между виртуальными торговцами и покупателями. Благодаря ни с чем не сравнимому географическому охвату услугами, доверию со стороны клиентов и прекрасному освоению логистических структур почтовые службы становятся основными игроками на этом рынке с большими потенциальными возможностями. Львиная доля этого рынка принадлежит сейчас частным операторам, но расклад сил может резко измениться.

Это прекрасно осознали почтовые службы Италии, Канады, Туниса, Бразилии и многих других стран. Большой интерес вызвала инициатива канадской почты под названием «Без границ». Благодаря этой услуге

клиенты могут приобретать на американских сайтах товары у розничных торговцев, не обеспечивающих доставку по всему миру. За два года через эту службу на внутреннем рынке Канады было отправлено пять миллионов посылок, и каждая сотня канадских долларов, истраченных в Интернете, дает 14 долларов реального почтового дохода (от директ-мейл, посылочного трафика и платы за услуги при совершении транзакции). По последним статистическим данным, объем продаж в режиме on-line растет во всем мире. Уровень роста зависит, в частности, от степени использования Интернета в стране, ее технологического потенциала и способности малого и среднего бизнеса развивать свои рынки. Тем не менее, уже имеется возможность разработать общую стратегию для всех операторов. С целью внедрения доставочных и платежных служб следует установить правовые и технические нормативы, и в этих двух областях должны быть созданы механизмы для оценки качества обслуживания.

Электронная торговля и посылки в режиме on-line

В этой связи ВПС определил возможности, открывающиеся перед почтовыми службами в результате появления электронной торговли, чтобы показать, какими преимуществами обладают порталы электронного шопинга: методы платежа, хостинг порталов, реклама, средства поиска и т.д.

Эти инновации, открывающие путь к многочисленным опциям электронной торговли, являются ярким свидетельством намерения почтовых служб привести в соответствие спрос и предложение, оправдать ожидания клиентов и завоевать их доверие.

Со своей стороны, ВПС помогает почтовым администрациям удовлетворить потребности клиентов, которые хотят иметь быструю и надежную службу посылок. «Почтовые службы должны быть в большей степени ориентированы на коммерческую деятельность и быстро реагировать на потребности клиентов, если они хотят завладеть новыми долями рынка

или сохранить имеющиеся», – отметил председатель Группы «Посылки» Совета почтовой эксплуатации Гари Симпсон.

Correios Net Shopping – достоин подражания. Он был открыт бразильской почтой, и сейчас на нем размещены около 500 виртуальных магазинов, представляющих главным образом мелкий и средний бизнес. На этом портале оказывается услуга защищенных платежей, обеспечивается контроль за выполнением заказов в режиме on-line, включая контроль за различными этапами доставки, предлагается механизм поиска продуктов и сравнения цен, а также – и это является отличительной особенностью данного портала – блок расчета тарифов внутренней, международной, срочной и экономичной доставки. Этот сайт пользуется большим успехом и служит для продвижения на рынке посылочных служб и комплексных логистических решений для размещения заказов и использования услуг почты. Ежемесячно обрабатывается свыше 9 миллионов транзакций. На портале предлагается также специально адаптированная к on-line продажам услуга экспресс-доставки e-SEDEX, которая каждый месяц обеспечивает для 200 тысяч клиентов Correios Net Shopping быструю и надежную доставку. Таким образом, в 2011 году бразильская почта доставила 5,65 миллиона посылок (на 34% больше, чем в 2010, что составляет более половины от общего объема розничной торговли в режиме on-line).

На африканском континенте, где по данным «Nielsen/Net Ratings» и Международного союза электросвязи, коэффициент проникновения Интернета повысился за шесть лет на 625%, электронная торговля обладает значительным потенциалом и способствует социально-экономическому благосостоянию местного населения, которому предоставляется доступ к новым информационным технологиям, в частности, в почтовых отделениях.

Марокканский почтовый оператор Barid Al-Maghrib ясно понял значение посылок в электронной торговле и позиционируется сегодня как один из лидеров в доставке товаров, приобретенных в режиме on-line. Для

этого он реорганизовал свою службу экспресс-доставки посылок и открыл две курьерские службы – AMANA ship и AMANA SMS. Первая предлагает автоматический расчет тарифов доставки, систему оплаты почтового сбора через Интернет, on-line контроль за выполнением заказов и блок распечатки штрихкодов; вторая служба использует технологию SMS для отслеживания посылок. Показатели доходов от услуги электронной коммерции в крупных зарубежных странах в 2011 году составили:

США – 100 миллиардов USD;

Великобритания – 98 миллиардов USD;

Германия – 78 миллиардов USD.

Создание российских интернет-магазинов началось в 1995 году. Рынок электронной коммерции в России развивается стремительно, что объясняется, в первую очередь, широким распространением Интернета и ростом благосостояния россиян. Согласно исследованиям холдинга ROMIR Monitoring, в России сейчас насчитывается около 21 млн. Интернет-пользователей старше 18 лет, из них примерно 19 млн. имеют опыт посещения on-line-магазинов.

По оценке Date Insight

Анализируя деятельность ряда почтовых администраций развитых зарубежных стран в электронном бизнесе, можно отметить, что почта активно предпринимает усилия по внедрению и развитию Интернет-технологий электронной торговли в почтовой отрасли, направляя в эту область значительные инвестиции. Приоритетными направлениями использования почтового сектора в электронной торговле зарубежных стран являются управление материально-техническим обеспечением, доставка товаров и финансовое обеспечение электронной торговли. Материально-техническое обеспечение включает в себя услуги логистики: управление заказами, транспортировку и складирование товаров, комплектование и доставку заказов, обработку возвратных товаров, послепродажное и

сервисное обслуживание. В сотрудничестве с компаниями информационных технологий почтовые администрации разрабатывают эффективные системы обработки и доставки заказов как внутри страны, так и по всему миру. Кроме того, клиенту предлагается сервис контроля за прохождением заказов, таможенные услуги, услуги сертификации, идентификации и другие дополнительные услуги. Для достижения высокого качества доставки национальными почтовыми службами используются услуги курьерских служб и экспресс-операторов. Предлагаемое финансовое обеспечение электронной торговли включает в себя проверку платежеспособности клиента, прием оплаты за товары, защищенная обработка и контроль за платежами. Электронная торговля представляет большие возможности для развития почтового сектора, и почтовые администрации зарубежных стран стремятся занять свою нишу на электронном рынке, предлагая как можно больший спектр услуг потребителям и представителям электронной торговли.

Страны-участницы РСС предлагают потребителям различные почтовые, финансовые, агентские и ряд дополнительных услуг почтовой связи.

Вместе с тем, как свидетельствует мировой опыт и опыт деятельности некоторых стран-участниц РСС, назначенным операторам почтовой связи, необходимо шире внедрять финансово-банковские услуги, которые могут дать значительный экономический эффект, хотя и требуют больших капиталовложений и внесение изменений в законодательство страны.

РУП "Белпочта" внедрены современные технологии приема различных платежей. Посредством интернет-сайта РУП «Белпочта» www.belpost.by, который является виртуальным отделением почтовой связи, можно оплатить коммунальные услуги в рамках единого расчетного и информационного пространства, оформить подписку на печатные средства массовой информации, приобрести марки, конверты, открытки.

В отделениях почтовой связи и на других предприятиях, организациях установлены платежно-справочные терминалы (инфокиоски), посредством которых можно:

оплатить коммунальные услуги в рамках единого расчетного и информационного пространства;

оплатить услуги операторов сотовой подвижной связи, интернет — провайдеров и др.;

погасить кредиты, выданные банками.

В е-магазине, открытом почтой Латвии, можно приобрести продукцию «Latvijas pasts»: почтовые открытки, конверты, почтовые марки, тару для посылок и прочие связанные товары. Эти товары будут доставлены прямо на дом или в офис экспресс-почтой «Latvijas pasts».

Следует иметь в виду, что общее количество услуг, предоставляемых назначенными операторами почтовой связи стран-участниц РСС, измеряется многими десятками и требует также больших капиталовложений, наличия соответствующего оборудования, материалов, бланочной продукции, а также достаточно высокой квалификации обслуживающего персонала, что при незначительном спросе на эти услуги делает их оказание экономически невыгодным.

Электронные марки

Еще одна новая технология, применение которой возможно на почтовых предприятиях, - это электронная (цифровая) почтовая марка. Электронная марка (другие названия «кибермарка», «интеллектуальная или персонализированная марка») является альтернативным решением для подтверждения оплаты почтовых сборов взамен обычных почтовых марок. Также электронная марка позволяет авторизовать почтовые отправления, совмещая в себе информацию об отправителе и адресате, стоимости услуги, сопроводительную почтовую документацию, сведения о пунктах приема и доставки отправлений, по которым можно проследить его путь и факт

доставки. Вся специальная и служебная информация «забивается» в такую марку, а именно в штрихкод марки.

Услугу «электронная марка» обычно заказывают через Интернет, обращаясь на специальный сайт в сети Интернет. На сайте отправителем вводятся данные о доставочном адресе получателя, виде отправления (письмо, бандероль, посылка), при необходимости указывается вес. Производится оплата услуги кредитной картой или через электронную платежную систему. После оплаты отправитель на своем принтере распечатывает квитанцию и адресный ярлык с напечатанным на нем штрихкодированным оттиском, подтверждающим оплату услуги по пересылке. Отрезает адресный ярлык от квитанции и прикрепляет его на почтовое отправление, которое он может сам отнести на почту или договориться, чтобы его забрали курьеры. Адресный ярлык со штрихкодом и является электронной маркой. После доставки почтового отправления отправитель может получить уведомление о доставке по почте, по e-mail или на сайте, на котором была заказана услуга «электронная марка».

Электронные почтовые марки используются в Англии, Швейцарии, Германии и США. Из стран РСС эту услугу внедрили Казахстан, Латвия, Украина. В 2009 г. услуга «электронная марка» была внедрена РУП «Белпочта», которая позволяет клиентам дистанционно через сеть Интернет приобрести новое средство почтовой оплаты – электронную марку и, используя стандартные программные средства, распечатать её непосредственно на компьютере, установленном дома или в офисе.

Внедрение электронной марки позволяет создать альтернативный способ осуществления оплаты почтовых услуг и их преимуществом по сравнению с обычными почтовыми марками являются:

- предоставление удобства отправителям по оплате услуг по пересылке почтовых отправлений;

- снижение количества издаваемых обычных почтовых марок, на изготовление которых требуются определенные расходы.

Услуга электронной марки больше всего востребована частными лицами или мелкими компаниями и организациями, которыми отправляются почтовые отправления в меньшем количестве.

«Интеллектуальная марка» – это электронная марка, которая предусматривает разработку «персонализированных» марок. Персонализированные почтовые марки предоставляют возможность любому физическому или юридическому лицу изготовить дизайн марки по своему усмотрению. Помимо изображения, которая выбирается самим отправителем, персонализированная марка также содержит информацию о стоимости, отправителе, классе почты, месте назначения и другие данные. Приобрести «персонализированные марки» можно через Интернет, в торговых автоматах, киосках самообслуживания, в любом отделении почтовой связи. Персонализированные марки могут быть распечатаны или доставлены домой экспресс-почтой. В персонализированных марках используется двумерный штрихкод, который позволяет заносить больше информации, например личные данные отправителя.

Первой выпустила персонализированные марки Австралия, за ней была Новая Зеландия. Сегодня такие марки выпускаются уже во многих странах. Причина их возникновения и широкого распространения кроется в индивидуальности каждого человека и желании отдельно взятой компании быть уникальной.

В самом начале внедрения этого продукта во Франции выпускалась марка с персонифицированным купоном, теперь же, с 29 октября 2007 г., почтовая миниатюра полностью персонализирована. Предварительные итоги реализации с этой даты по конец апреля 2008 г.: марки заказали 26 тыс. клиентов, а сумма продаж составила 1 млн. 160 тыс. 815 евро. Французские

персонализированные марки издаются с двумя номиналами, равными тарифам для пересылки писем внутри страны и за границу.

Заказ персонифицированных марок во Франции оформляется через веб-сайт La Poste. Клиент выбирает картинку (или предлагает свою фотографию), расположение марки (книжное или альбомное), добавляет различные элементы по желанию (например, рисунки или смайлики), затем утверждает дизайн, указывает название своего «творения», оформляет заказ с выбором формата (блок в 10 или 30 марок).

До возникновения персонализированных марок, в Испании широко применялись спецгашения, реклама на почтовых отправлениях, выпуск марок различным организациям. Но проблема была в том, что все эти продукты невозможно издавать большими тиражами, а программа выпуска марок, рассчитанная на длительный срок, не позволяет оперативно реагировать на происходящие в стране и за рубежом события. Выходом из этой ситуации стали персонализированные марки, доступные для клиентов, легкие в производстве и выгодные как клиентам, так и почте.

Проект в Испании начал реализовываться с 1 января 2007 г. через единственный канал заказа – Интернет. Оригинальное программное обеспечение было закуплено у Почты Австрии, которое затем было адаптировано к существующей в испанской почте технической платформе.

В Испании персонализированная марка – полностью законный знак почтовой оплаты. Правда, на законодательном уровне существует ряд ограничений по оформлению любых марок. Например, нельзя помещать на них ныне здравствующих людей (кроме глав государств и королевской семьи), порнографию и т. д. Запрет размещения на марках живых людей, безусловно, значительно сужает круг клиентов: до 25 % отказов приходится именно из-за этой ограничительной политики.

В месяц оформляется примерно 365 заказов, которые делятся поровну между физическими и юридическими лицами. Частные клиенты, в основном,

заказывают марки с изображением пейзажей, своих домов, машин или животных. Компании, как правило, размещают на марках логотипы и продукцию, используя этот канал в качестве рекламы. В 2007 г. Испания выпустила более 5 тыс. персонализированных марок и это очень прибыльный бизнес, обеспечивающий быстрый возврат инвестиций.

Наряду с электронной и персонализированной маркой многие почтовые службы отдельных стран начали использовать электронные и персонализированные почтовые штемпели.

Электронный почтовый штемпель представляет собой цифровой аналог отпечатка почтового штемпеля, который имеется сейчас на каждом проштемпелеванном письме и позволяет физическому или юридическому лицу использовать высоконадежную (доверительную) печать, содержащую дату и время, для электронного документа или транзакции, а также сохранять и архивировать всю подлинную (неопровержимую) информацию, необходимую для проведения возможного судебного разбирательства.

Почтовые ведомства шести стран (Бельгии, Канады, Франции, Италии, Португалии и США), разработали собственные версии электронных почтовых штемпелей и используют их в настоящее время. Всемирный почтовый союз имеет намерение сделать электронный почтовый штемпель повсеместно используемым средством аутентификации, поскольку разработчик всемирных технических стандартов совершенствования обмена информацией между почтовыми ведомствами – специализированное агентство ООН – в сотрудничестве с почтовыми службами, использующими электронные штемпеля, разработал стандарт интерфейса электронного почтового штемпеля.

Этот стандарт позволяет различным почтовым ведомствам использовать одинаковые технические характеристики для технологии электронной цифровой подписи и аутентификации, тем самым обеспечивая её совместимость с соответствующими системами во всем мире.

Электронный почтовый штемпель можно использовать для решения ряда бизнес-задач – например, для подписания web-форм и электронных документов, пересылки конфиденциальных документов и личной переписки. Благодаря таким особенностям, как проверка электронной цифровой подписи, «штампование» времени успешно сверенной подписи и шифрование, электронный почтовый штемпель защищает неприкосновенность почты в электронном виде. Это также позволяет снизить издержки и упростить доставку документов и файлов, выполняемую третьим лицом, т.е. почтой.

Более того, комплект услуг электронного почтового штемполя включает также возможности архивирования, благодаря которым можно хранить всю информацию по отправкам клиентов, имеющую силу в течение срока действий деловых операций, причем столько лет, сколько необходимо (т.е. в зависимости от требований законодательства каждой страны). В сочетании с аутентификацией пользователя и целостностью сообщений, эти сведения по отправкам обеспечивают абсолютно неопровержимый электронный бизнес-процесс.

Электронный почтовый штемпель является первым прикладным компонентом, гарантирующим реальные преимущества для конечного пользователя. Штамп, указывающий дату и время, может применяться к различным типам документов. Притом, что электронный почтовый штемпель обеспечивает все преимущества, безопасность и надежность, которые дает инфраструктура открытых ключей (PKI), он не демонстрирует конечному пользователю присущих PKI сложностей, скрывая их под привычным обликом «штампа».

До сих пор не один провайдер услуги сертификации не сумел обеспечить работу с потоком первичных платежей – т.е. взимание платежей с получателя сертификата (который действительно пользуется его благами), а не с выпускающего лица. При использовании же электронного почтового

штемпеля, можно легко спонсировать его применение либо путем предоплаты, либо расплачиваясь непосредственно с провайдером услуги.

Сегодня в США основными пользователями цифровых печатей являются финансовые службы и юридический сектор, однако государственные структуры также начинают проявлять заинтересованность. Главным пользователем в настоящее время является Администрация социального обеспечения – электронный почтовый штемпель в сочетании с электронным архивированием был встроен в многочисленные приложения, являющиеся частью её службы защищенной транспортировки. Недавно штатом Южная Каролина был принят закон, придающий электронному почтовому штемпелю почтовой службы США (USPS) такую же законную силу, какую имеет физический почтовый штемпель.

В Канаде Акт о Канадской почтовой корпорации придает юридический статус всем сообщениям, имеющим почтовый штемпель (как физический, так и электронный). Электронный почтовый штемпель является составным элементом правительственного проекта по выводу всех федеральных служб в режим онлайн. Канадская почта также использует эту услугу для штемпелевания изменений физических почтовых адресов, сделанных с её web-сайта. «Почта Канады» первой привела свой электронный почтовый штемпель в соответствии со стандартом Всемирного почтового союза.

В Португалии, начиная с сентября 2003 г., португальские юристы имеют возможность представлять в суды свою документацию электронным способом (при условии, что она отправлена с электронной цифровой подписью). Многие юристы в стране используют электронный штемпель Почты Португалии. Этим методом штемпелюются примерно 300 сообщений в день, и от 8 до 10 новых юристов ежедневно подписываются на эту услугу. Значительное увеличение потребителей услуги наблюдается с сентября 2004г., когда в силу вошло положение, обязывающее юристов заверять их

документацию электронным почтовым штемпелем, а также электронной подписью.

В Южной Корее почтовой службой с 2007 г. начала оказываться услуга «Мой персонализированный штемпель», с помощью которой предлагается пользователям персонализированные продукты, предусматривающие печатание любой продукции, включая персональные фотографии, корпоративные логотипы, рекламу и др.

Всемирный почтовый союз запустил бета-программу, предоставляющую почтовым ведомствам возможность тестирования новейшей технологии электронного почтового штемпеля. В сотрудничестве с «Почта Канады» и почтовой службой США, которые в течение многих лет разрабатывали инфраструктуру для своих коммерческих электронных услуг, Всемирный почтовый союз делает эту инфраструктуру доступной для всех почтовых ведомств, обеспечивая им возможность тестирования рынка и проведения бизнес-анализа коммерческой услуги.

Глава 3. Перспективы развития электронных услуг в почтовой связи

3.1 Состояние развития электронной коммерции в Республике Узбекистан

Создание “Всемирной паутины” – среды World Wide Web (www) стало одним из наиболее важных событий, в том числе с точки зрения развития бизнеса и электронной коммерции.

Реализация и покупка товаров, услуг через электронные системы, продвижение или рекламирование продукции в режиме on-line составляют суть бизнеса, фундаментом которого являются информационные технологии. Электронная или интернет-, или веб-коммерция – один из видов современного рынка, основанный на использовании возможностей

Интернета. Internet сегодня становится все более значимым фактором общемировой экономики. Растет число фирм, использующих Интернет как неотъемлемый элемент ведения коммерческой деятельности, растет количество участников рынка Internet.

Термин «электронная коммерция» объединяет в себе множество технологий, в том числе EDI (Electronic Data Interchange – электронный обмен данными), электронную почту, Интернет, Интранет (обмен информацией внутри компании) и Экстранет (обмен информацией с внешним миром).

Электронная коммерция осуществляется между определенными лицами, то есть субъектами правовых отношений. Круг субъектов электронной коммерции могут составить физические и юридические лица. В статье 4 Закона РУз «Об электронной коммерции» указано, что в качестве участников электронной коммерции могут выступать физические и юридические лица, осуществляющие электронную коммерцию, покупатели соответствующих товаров или услуг, а также информационные посредники.

Адресат – это лицо, которое, согласно намерению инициатора, должно получить электронное сообщение или электронный документ. Данный термин не включает лиц, действующих в качестве информационных посредников.

Инициатор – это лицо, которое от своего имени или от имени третьего лица составляет, отправляет электронные сообщения или электронные документы. Данный термин не включает лиц, действующих в качестве информационных посредников.

Информационные посредники (операторы, провайдеры), то есть юридические или физические лица, которые от имени других лиц отправляют, получают или хранят электронные сообщения, либо оказывают услуги, связанные с оборотом электронных документов, электронных цифровых подписей».

Как известно, главное отличие электронной коммерции от обычной заключается в том, что бизнес-деятельность совершается в сетях. Начиная с появления в 80-х годах прошлого века кредитных карт под электронной коммерцией подразумевалось все, что имеет отношение к телефонному банкингу. С созданием домена .com в 90-х годах возникла веб-коммерция, в рамках которой обеспечивалась реализация товаров или услуг через Интернет путем авторизации электронных платежных карт. Именно в этом направлении стали развиваться бизнес-процессы и предпринимательская деятельность. На этапе становления электронной коммерции представители мировых средств массовой информации и ученые прогнозировали, что в перспективе она будет играть все более заметную роль в экономике. Эти прогнозы оправдались в полной мере. Более того, сегодня электронная коммерция не только занимает одно из ведущих мест в мировой экономике, но и продолжает расширять свои возможности. За последние семь лет предприниматели, осуществляющие деятельность на территории Узбекистана, путем развития корпоративных веб-сайтов получили дополнительные прибыли и увеличили долю собственных предприятий на рынке.

Точкой отсчета истории электронной коммерции в Узбекистане можно считать 2002 год, именно тогда Интернет стал более-менее доступен для простых пользователей Узбекистана. Пик развития электронной коммерции в Узбекистане пришелся на вторую половину 2008 года и первую половину 2009 года, в указанный период отмечалось рост количества и качества электронных магазинов, открытие различных платежных систем.

В Узбекистане идет период зарождения электронного рынка, бизнес-системы приступили к освоению новой виртуальной экономики. В такой период можно ожидать самые разнообразные ситуации: рост одних компаний, падение других. Сегодня мы наблюдаем резкий спад – закрытие нескольких Интернет-магазинов, платежных систем. За 2010 год

пользователи нашей страны лишились возможности пользования услугами сразу трех авторитетных платежных систем.

ООО «TILLO-GARANT» услуги, которой предоставлялись под торговой маркой WebMoney Uzbekistan, стартовавшей в 2006 году как система розничных платежей в соответствии с действующим законодательством республики. С февраля 2010 года, WebMoney Transfer приостановило создание кошельков с титульным знаком WMY. Гарант титульного знака WMY, ООО «TILLO-GARANT», 5 марта 2010 года объявило о своей ликвидации, причинами которой явились: неэффективность его работы, очень низкий оборот и отсутствие какой бы то ни было динамики развития.

Общество с ограниченной ответственностью «eKarmon Group» созданное в 2008 году, просуществовало на электронном рынке всего два года, разработчик Интернет платежной системы «eKarmon» с 5 июля 2010 объявил о своей ликвидации.

Неожиданные ликвидации ООО «TILLO-GARANT», «eKarmon Group», в среде пользователей Интернета в Узбекистане, привели к большому недоверию Интернет-платежным системам.

Платежная система «MyPay», стартовавшая в марте 2010 года, уже в начале июня объявила о своей ликвидации.

Основными причинами падения платежных систем, являются их нерентабельность, очень низкие темпы развития, вследствие следующих объективных причин:

- отсутствие навыков покупки товаров/услуг в сети Интернет, населением страны;
- малый практический опыт ведения бизнеса в Интернете нашими предпринимателями и бизнес-структурами.

Главным фактором развития электронной коммерции, среди аналитиков считается наличие развитых Интернет-платежных систем. В

результате ликвидации трех Интернет-платежных систем, электронный рынок страны остался без основного инструмента – инструмента Интернет-платежа.

В настоящее время на электронном рынке Узбекистана появилась совершенно новая платежная система «Websum».

Электронный рынок состоит из трех основных элементов: участников рынка, продуктов и процессов. К участникам или же к субъектам электронной торговли относятся: продавцы, покупатели и посредники, а также организации, обеспечивающие инфраструктуру и правила рынка (государственные органы, общественные организации). Продукты-товары в электронном рынке существуют в двух формах: физические – которые произведены в производственной сфере (столы, стулья, телевизоры и т.д.) и информационные (цифровые), произведенные с помощью информационных технологий (электронные книги, программные продукты).

Особую роль в системах электронного бизнеса играют электронные торговые площадки. Торговые площадки обеспечивают несколько основных функций для участников.

Первая функция – это предоставление сведений поставщикам и потребителям на общей аппаратной и программной платформе, посредством которой торговые компании обеспечивают необходимую информацию и выполняют транзакции.

Вторая функция – предоставление сервисов, таких, как возможности оплаты, логистики и динамической торговли.

Третья функция торговых площадок – предоставление механизмов лимитирования, бюджетирования, кредитования и накопительных скидок.

Но на данный момент ни одна из имеющихся торговых площадок не выполняет своей функции в полном объеме, не имеет возможности on-line-оплаты, не говоря уже о лимитировании, бюджетировании, кредитовании.

В настоящее время на электронном рынке страны не более 50 Интернет-магазинов, которые осуществляют реализацию товаров в режиме online. Среди наиболее популярных веб-сайтов, предлагающих коммерческие веб-сервисы в зоне .UZ. можно назвать www.korzinka.uz, www.yarmarka.uz, www.torg.uz и др. На настоящий момент нет ни одного Интернет-магазина, который функционировал бы в режиме online-продаж товаров и услуг 24 часа/сутки, 7 дней/неделю.

Все функционирующие Интернет-магазины, заняты реализацией исключительно только физических товаров. Так как производство цифровых (информационных) товаров не налажено в надлежащем порядке.

Другим субъектом электронной коммерции являются покупатели, при этом отмечено, что количество пользователей в стране приблизилось к 3 миллионам, но однако реальных или же потенциальных покупателей весьма ограничено. Активных пользователей Интернет в республике более 67 000 человек, которые подключены к выделенным линиям, вот они потенциальные покупатели товаров/услуг.

Важной составляющей современного электронного бизнеса являются электронные платежные системы (ЭПС), которые весьма условно можно классифицировать на: карточные системы, операторов цифровой наличности, платежные шлюзы. К первым относятся ЭПС, работающие с обычными банковскими картами (Visa, MasterCard и т. д.). Системы второго типа оперируют с так называемой цифровой наличностью – своего рода внутренней валютой, которую можно обналичить у соответствующих участников ЭПС. Платежные шлюзы представляют собой гибрид карточных систем и операторов цифровой наличности, обеспечивая широкие возможности для взаимной конвертации и применения способов оплаты товаров и услуг в Интернете. Значительная часть существующих ЭПС относится именно к шлюзам, несмотря на то, что многие из них выделяют определенный тип платежей в качестве доминирующего.

К ключевым участникам электронного платежа относятся:

- 1) покупатель;
 - 2) интернет-магазин;
 - 3) банк-эмитент (выдает карточку);
 - 4) банк-эквайер (проводит первичную обработку транзакции и обеспечивает весь спектр операций с карточками, реализуемыми партнерами);
 - 5) платежный сервер (электронная платежная система, обеспечивающая безопасность прохождения платежа и многое другое).
- Стоит подчеркнуть, что существуют схемы и без участника № 5, но они утопические и сейчас практически не используются в силу огромных рисков.

В Узбекистане заметно повышается роль электронной коммерции, электронного банкинга и электронной торговли. Ряд банков страны предлагают свои электронные пластиковые карты, используются также Visa, MasterCard и другие карты национальной валюты, например, «Национальный банк Узбекистана», «Алока Банк», «Халк Банки», «Ипотека банк» и т. д.

В целях дальнейшего развития системы безналичных расчетов на основе пластиковых карточек, сокращения внебанковского оборота наличных денежных средств, стимулирования производства банки Узбекистана выпускают микропроцессорные пластиковые карточки и открывают платежные терминалы.

В республике созданы и функционируют несколько систем банковских карточных расчетов, общая эмиссия которых приближается к 3,7 млн карточек (по состоянию на 01.01.2008). Карточные системы на базе DUET (Direct Universal Electronic Transactions) имеют единый эмиссионно-процессинговый центр, обслуживаемый Единым общереспубликанским процессинговым центром при Ассоциации банков Узбекистана.

В банках Узбекистана на основе отдельных программно-технических комплексов производится обслуживание международных магнитных карточек VISA и Europay/MasterCard (общая эмиссия составляет 23 тыс. ед). В республике открыто свыше 17,5 тыс. пунктов обслуживания по пластиковым карточкам.

До 2010 г. ОАО «Узбекистон почтаси» успешно сотрудничало с Интернет-платежной системой «eKARMON». Система интернет-платежей «eKarmon» представляла из себя инструмент для удобной и оперативной оплаты при помощи сети Интернет. Она позволяла моментально покупать, продавать, предоставлять услуги в сети Интернет. Система оперировала в национальной валюте «сум» и ограничивала свое действие исключительно границами Республики Узбекистан.

Система Е-Кармон была первым проектом в сфере электронной коммерции в Узбекистане. Система, созданная в 2008 году, была утверждена правительством в качестве пилотного проекта в рамках развития в стране электронной коммерции.

По данным, которые озвучивались представителями компании в системе eKarmon, было зарегистрировано несколько десятков тысяч кошельков, что говорит о востребованности данной системы в Республике.

Не рассматривая другие позиции электронного рынка, можно сделать некоторые выводы, что в стране состояние электронной коммерции и рынка находится на стадии становления. Необходимо проводить реформы в системе электронной коммерции, которые позволят дальше развивать данное направление рынка. Ведь для современного предпринимателя электронная коммерция – это дополнительный шанс не только расширить возможности своего предприятия, но и активно способствовать росту национальной экономики.

3.2 Внедрение новых информационно-коммуникационных технологий в почтовую связь для функционирования услуги электронной коммерции

ВПС все в большей степени способствует развитию эффективных почтовых служб в мире. Создание имени домена высокого уровня .post представляет собой стратегическую возможность для всего сектора. Благодаря общим техническим стандартам, используемым в мировом масштабе, новые технологии являются мощным рычагом для взаимного подключения сетей и систем и способствуют интеграции мировой почтовой сети. В области электронной торговли доставка заказанных через Интернет товаров осуществляется физическим способом. В этом смысле почтовый сектор играет важную роль в развитии рынка посылок и повышении качества службы.

На смену традиционным способам совершения платежей все чаще приходят электронные деньги.

Появление «электронных денег» – ответ на стремительное развитие Интернета и, в частности, электронной коммерции.

Ровно полвека назад, в 1958 г., Bank of America выпустил первую в мире универсальную банковскую карту, которая получила название BankAmericaCard и стала широко известна во всем мире как Visa. Она быстро завоевала популярность. Всего за шесть лет (с 1961–го по 1967-й) объем операций с BankAmericaCard увеличился почти на 350% – с 75 до 335 млн долларов США. Количество держателей универсальной карты за этот же период возросло до 2,7 млн человек.

Между тем такое положение не устраивало многих игроков рынка. И в 1967 г. ряд американских банков учредили вторую межбанковскую карточную ассоциацию Interbank Card Association (ICA). Входящие в ICA банки выпустили карту Master Charge, переименованную в 1979 г. в MasterCard.

Популярность нового вида платежей не вызывала сомнений – количество действующих карт Visa по итогам 1980 г. составило 73 млн. штук, для MasterCard аналогичный показатель достиг 55 млн. штук. По оценкам аналитиков, на сегодняшний день тройку лидеров мирового рынка пластиковых карт составляют Visa, MasterCard и American Express.

Рост рынка электронных карт совпал с бурным развитием информационно-коммуникационных технологий, в том числе решений для электронного обмена данными EDI и электронных переводов (EFT – Electronic Funds Transfer). В 1975 г. в США устанавливаются первые банкоматы, а спустя четыре года там же появляются первые электронные терминалы – EFTPOS, заложившие технологическую базу электронных платежей.

Катализатором распространения электронных платежей стало появление персональных компьютеров, Интернета, технологий электронных переводов и т.д., что благоприятно отразилось на динамике рынка электронной коммерции. В 1993 г. в сфере электронных платежей произошла революция – глава криптографического отдела CWI Дэвид Чаум предложил принципиально новую технологию для реализации идеи «электронные деньги». Это была система eCash, принцип действия которой заложен в большинство существующих сегодня электронных платежных систем.

Идея eCash заключалась в том, что наличность хранится на жестком диске персонального компьютера, а управление ею, как и выполнение операций, осуществляются посредством специального программного обеспечения и подключения к глобальной сети. В 1994 г. в США была совершена первая покупка через Интернет с использованием технологии eCash. В 1995 г. бельгийской компанией Proton была создана первая моновалютная микропроцессорная карточка для мелких покупок, а известная сегодня платежная система Mondex предложила первый электронный кошелек.

После выхода постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан от 24 сентября 2004 г. № 445 «О мерах по дальнейшему развитию системы расчетов на основе пластиковых карточек» современные платежные средства (пластиковые карты) в Узбекистане получили широкое распространение. Это позволило усовершенствовать механизм выплаты заработной платы, пенсий и социальных пособий; оптимизировать процесс сбора коммунальных платежей, оплаты услуг транспорта и связи; осуществлять бюджетные (налоговые, таможенные) и иные обязательные сборы в безналичной форме и сократить расходы на эмиссию наличных денег. Для этих целей национальному оператору почтовой связи необходимо было организовать обслуживание платежных карточек и развить сеть банкоматов и электронных терминалов.

Успешная реализация этой услуги будет способствовать внедрению и развитию таких услуг как Интернет-коммерция и Электронный кошелек.

В ближайшие годы именно электронная коммерция станет важнейшей составной частью мировой экономической инфраструктуры. В связи с этим одним из приоритетных направлений становится развитие электронной коммерции, что для нашей страны очень важно как с позиций подъема внутренней экономики, так и с позиций участия в мировом экономическом процессе, в частности в деятельности Всемирной торговой организации.

В последнее время в системе электронной коммерции – торговле находят широкое применение системы электронного документооборота. Через Интернет покупатель направляет в электронный магазин заявку в виде электронного документа на определенные товары. Многие системы электронного документооборота используются при бронировании авиационных и железнодорожных билетов, мест в гостиницах и т.д., а также для оплаты услуг, в частности коммунальных и услуг операторов связи.

Роль почтового сектора в электронной торговле позволяет ему усилить свое значение в содействии развитию международной коммерции и торговли

для отдельных лиц и малых, небольших и средних предприятий, в частности, уделить особое внимание сельским местностям и областям, не охваченным услугами надлежащим образом.

С учетом развития ИКТ в стране, перспективным направлением в развитие электронной торговли может стать система «Электронного кошелька», позволяющая населению посредством Интернета приобретать товары и услугу, в том числе оплачивать услуги сотовых операторов, интернет-провайдеров, международной и городской телефонии, а также коммунальных служб.

Возможность открытия электронных кошельков и оплата посредством электронных денег за услуги почтовой связи, в том числе за услугу электронной коммерции, может дать более широкое развитие электронной торговли, что благоприятно отразится на почтовой сфере, которая может стать связующим звеном в этой цепочке.

Для совершенствования и более широкого развития услуги электронной торговли с использованием ИКТ в сфере почтовой связи может быть создание электронной торговой площадки ОАО «Узбекистон почтаси», которая предназначалась бы для:

- развертывания сайтов электронной коммерции;
- обеспечения функций управления содержимым каталогов, позволяющих создавать и внедрять сложные электронные каталоги, а также управлять ими;
- обеспечения механизмов для создания динамических маркетинговых кампаний, целевых сегментов рынка и персонализированных предложений и продуктов;
- поддержки покупателей и оперативного сотрудничества с ними через Интернет;
- предоставления средств для укрепления деловых связей, управления деловыми контактами между поставщиками и клиентами.

На рисунке 1 изображена предлагаемая схема работы электронной торговой площадки.

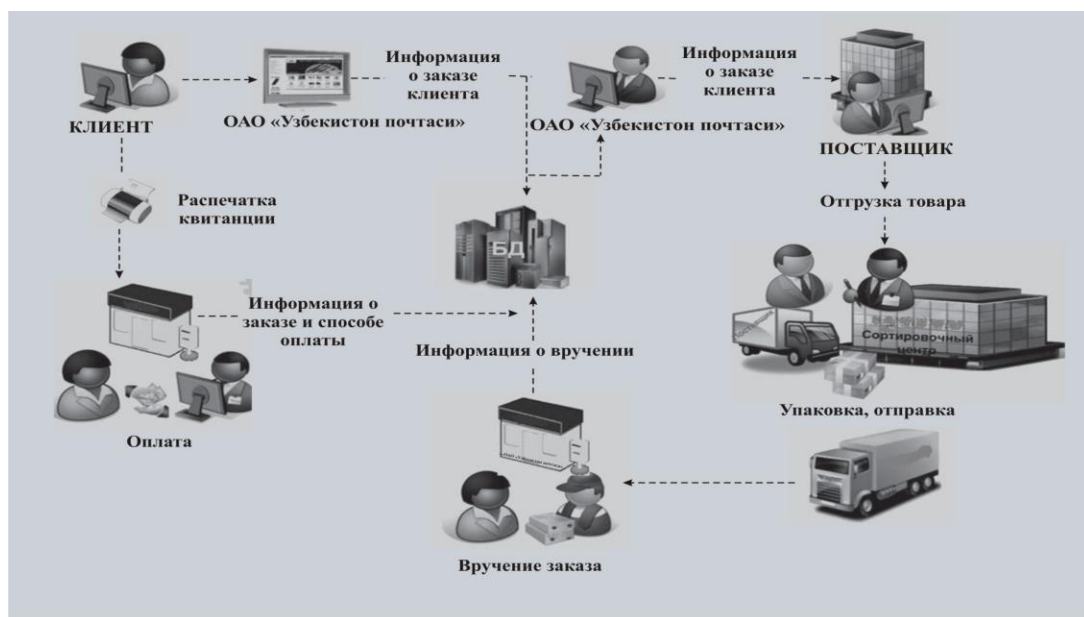


Рисунок 1 – Схема работы предлагаемой электронной торговой площадки

Теперь опишем систему работы предлагаемой электронной торговой площадки. Клиент заходит на сайт, выбирает любой понравившийся ему товар и оформляет заказ. При этом клиент выбирает способ оплаты заказа двумя способами: при помощи электронного кошелька или наложенным платежом (все данные о клиенте при совершении покупки автоматически попадают в электронную форму квитанции, остается только распечатать ее, прийти в ближайшее отделение связи и оплатить заказ).

Информация о заказе и платеже клиента в режиме on-line передается на центральный сервер ОАО «Узбекистон почтаси», где ответственный работник производит мониторинг и исполнение заказов. Предварительно он связывается с поставщиком для проверки наличия того или иного вида товара на складе.

При подтверждении наличия товара поставщик осуществляет отгрузку на сортировочный центр ОАО «Узбекистон почтаси», где производится формирование заказа, упаковка и последующая отправка клиенту. После чего производится доставка почтовых отправлений (заказа) согласно утвержденным срокам пересылки почтовых отправлений ОАО «Узбекистон почтаси». После вручения заказа информация также в режиме on-line попадает на центральный сервер ОАО «Узбекистон почтаси». В последующем ОАО «Узбекистон почтаси» производятся взаиморасчеты с поставщиками за поставленные товары.

3.3 Состояние услуг почтовой связи с использованием ИКТ на объектах почтовой связи ОАО «Узбекистон почтаси»

На базе транспортной сети оператора филиала «UzNET» АК «Узбектелеком» с 2003 года были начаты работы по построению и введению в действие корпоративной компьютерной сети (ККС) ОАО

«Узбекистон почтаси», соединяющей филиалы и объекты почтовой связи в единую сеть.

Сегодня к ККС по выделенным линиям связи подключены локальные компьютерные сети 15 филиалов, 187 производственных участков и узлов почтовой связи, а также автоматизированные рабочие места (АРМ) 1085 отделений почтовой связи.

Внедрение корпоративной компьютерной сети позволило:

- организовать оперативный обмен электронными данными в среде распределенных «клиент – сервер» приложений автоматизированных систем;
- осуществлять доступ к корпоративным сетевым ресурсам, обмен сообщениями электронной почты и т.д.;
- оказывать новые виды услуг на базе Интернет технологий с организацией доступа к глобальным сетям.

На данный момент в ОАО «Узбекистон почтаси» предоставляются следующие услуги с использованием современных информационных технологий.

Электронный денежный перевод – пересылка денежных средств с использованием системы ЭДП (система ЭДП – система, предназначенная для осуществления операций ввода, хранения, передачи и выдачи информации по денежным переводам пользователям системы по их запросам с использованием комплекса программных технических средств и телекоммуникаций). Первая автоматизированная система «Электронные денежные переводы» (АС «ЭДП») была внедрена ОАО «Узбекистон почтаси» с 1 декабря 2005 года.

На сегодняшний день к АС ЭДП подключены 1280 автоматизированных рабочих мест. Это позволяет оказывать услугу «Электронный денежный перевод» не только в областных центрах, но и в каждом районном центре и городах областного значения. Автоматизированные рабочие места оснащены современными

персональными компьютерами, закупка которых была осуществлена поэтапно.

В целях оказания услуги по международным электронным денежным переводам в 2008 году ОАО «Узбекистон почтаси» подключилось к международной системе электронных денежных переводов «IFS Light» ВПС. В целях совершенствования системы международных электронных переводов в феврале 2011 года система IFS-Light заменена системой IFS. Через данную систему установлен обмен ЭДП Украиной, Россией, Казахстаном, Белоруссией и Молдовой.

В августе 2011 года был разработан интерфейс между системами IFS и корпоративной компьютерной сети (ККС) ОАО «Узбекистон почтаси». Принятые меры позволили значительно сократить время прохождения международных переводов внутри республики.

Внедрение системы ЭДП позволило повысить эффективность и качество, а также существенно совершенствовать технологический процесс оказания услуги по переводу денежных средств. Объем полученных доходов этого рынка за 2013 год составляет 116,5 млрд. сум.

Конкуренция на рынке денежных переводов существует и продолжает развиваться. Коммерческие банки осуществляют международные денежные переводы таких систем, как Вестерн Юнион, Золотая корона, Мигом, Юнистрим, Быстрая почта, Контакт, Анелик и других.

Услуга *«Приём коммунальных и других платежей»* является одной из самых востребованных и предоставляется во всех почтовых отделениях Республики Узбекистан.

В 2012 году проведены работы по модернизации программы «Автоматизированная система приема платежей» и опытной эксплуатации АСПП второй очереди, позволяющей оперативно обмениваться цифровой информацией с биллинговыми системами поставщиков услуг. В настоящее время система приема платежей подключена к биллинговой системе

«Узбекэнерго» в режиме on-line, 164 рабочих места объектов почтовой связи подключены к биллинговым системам «Узтелекома».

Сегодня в отделении почтовой связи можно оплатить услуги коммунальные платежи, а именно: внести плату за жилье, газ, воду, отопление, электроэнергию и телефон. Осуществляется приём платежей за услуги сотовой и факсимильной связи, кабельного телевидения и Интернет. В отделении почтовой связи можно оплатить налоги и штрафы, что позволяет населению сэкономить время и получить услугу в ближайшем к месту проживания отделении почтовой связи.

Гибридная почта – при использовании технологии гибридной почты информация, предназначенная к рассылке, вместе с базой имен и адресов ее получателей направляется в электронном виде в ближайшие к адресатам печатные центры, где она распечатывается в виде индивидуализированного документа и упаковывается в почтовый конверт. На базе АС ЭДП с 1 марта 2012 года внедрена услуга «Гибридные денежные переводы», позволяющая оказывать услуги по приему и оплате почтовых переводов, как из автоматизированных, так и неавтоматизированных отделений почтовой связи.

Принятый у клиента денежный перевод из отделения почтовой связи доставляется до городского (районного) узла почтовой связи традиционной почтой, а далее по сети АС ЭДП. Таким образом, ускоряется доставка и выплата денежного перевода получателю.

С внедрением в 2012 году гибридных почтовых переводов значительно сокращен срок пересылки денежных средств через почтовую сеть ОАО «Узбекистон почтаси» между любыми населенными пунктами республики от 14 дней до 4 дней.

Электронная почта (e-mail) – является расширением списка основных услуг ОАО «Узбекистон почтаси» и позволяет значительно ускорить и упростить обмен сообщениями, что позволяет дополнительно:

транспортировку сообщениями между почтовыми отделениями; возможность пересылки графических сообщений и других не текстовых сообщений; возможность доставки сообщений любому абоненту сети Internet в мире; значительное снижение стоимости пересылки сообщения.

Электронная почта во многом похожа на обычную почту. С ее помощью письмо – текст, снабженный стандартным заголовком (конвертом) – доставляется по указанному адресу, который определяет местонахождение компьютера и имя адресата, и помещается в файл, называемый почтовым ящиком адресата, с тем, чтобы адресат мог его достать и прочесть в удобное время. При этом между почтовыми программами на разных компьютерах существует соглашение о том, как писать адрес, чтобы его все понимали.

Услуга электронной почты, которую может предложить почтовая связь, является возможность открытия на коммерческой основе абонентских электронных почтовых ящиков (с присвоением адреса) для любых физических и юридических лиц. Это позволяет клиентам принимать и передавать любые виды документов (включая текстовые файлы, телеграммы, звуковые сообщения, факсы и т.п.).

Слежение за прохождением регистрируемых почтовых отправлений.
В целях выполнения требований ВПС и обеспечения взаимодействия филиала «Халкаро почтампт» с пунктами обработки почты (ОПП) филиалов и узлами почтовой связи (УПС) в соответствии с договором заключенным с фирмой ООО «REBIC» разработана «Автоматизированная система мониторинга прохождения регистрируемых почтовых отправлений» (АСМПРО) ОАО «Узбекистон почтаси».

Новый программный комплекс предоставляет филиалу «Халкаро почтампт» такие возможности как:

- автоматическая загрузка данных о поступившей почте (обработка входящих EDI сообщений);

- автоматическая выгрузка данных об исходящей почте (формирование исходящих EDI сообщений);
- отражение информации о состоянии прохождения почтовых отправлений через пункт таможенного контроля функционирующего при филиале «Халкаро почтампт»;
- репликацию между базой данных филиала «Халкаро почтампт» и ОАО «Узбекистон почтаси»;
- электронное взаимодействие филиала «Халкаро почтампт» через корпоративную компьютерную сеть ОАО «Узбекистон почтаси» с обменными пунктами филиалов и узлами почтовой связи.

Реализация вышеописанных функций в новой системе позволяет:

- уменьшить повторный ввод данных, который является одним из факторов задержки почты;
- усовершенствовать контроль над прохождением почтовых отправлений;
- воспользоваться данными, хранящимися в базе данных, для автоматизированного формирования различных отчетов и статистических данных;
- осуществлять контроль над прохождением почты, посредством запроса через WEB сайт ОАО «Узбекистон почтаси».

Система работает с применением технологии штрихкодов и позволяет оперативно получать и обмениваться информацией о прохождении почтовых отправлений с операторами почтовой связи других государств, а также позволяет отображать данную информацию на сайте ОАО «Узбекистон почтаси».

Интернет-магазин – позволяет, не выходя из дома сделать покупки почтовых марок, классеров с набором почтовых марок, которые имеются в каталоге. Для этого необходимо просто зайти на сайт ОАО «Узбекистон почтаси» (www.pochta.uz) и оформить заказ по Интернету.

В соответствии с реализацией задачи «Создание системы учета оплаты и доставки товаров через Интернет магазин» ОАО «Узбекистон почтаси» в рамках Программы «Модернизация сети почтовой связи, внедрение и развитие новых видов услуг на базе информационно-коммуникационных технологий» и организация оказания услуг товары почтой» 15 марта 2010 года разработало «Временный порядок реализации почтовых марок и филателистической продукции через «Интернет магазин» ОАО «Узбекистон почтаси» и внедрен данный вид услуг. При покупке через данный Интернет-магазин, заказанный товар доставляется почтой по указанному адресу в пределах территории Республики Узбекистан.

Internet-кафе – для пользователей, которые не могут себе позволить высокоскоростное подключение к Internet (в дополнение к компьютеру), представляется возможность аренды компьютера, подключенного на высокой скорости к Internet за почасовую оплату, а также сканирование документов, запись CD, ксерокопирование документов и другие.

В объектах почтовой связи функционируют 47 Интернет-кафе (ИК), из них 5 расположены в сельской местности. В ИК имеется 236 комплектов компьютерной техники, из них 189 персональных компьютеров используются при оказании услуг: доступа в Интернет, компьютерные игры, ксерокопия, распечатка документов и других видов услуг.

Прием заявок на вызов курьера через Интернет

Услуга АС «Курьер» внедрена в филиале "Тошкент почтамти" в 2011 году и дает возможность пользователям услуг на вызов курьера по указанному адресу для отправки курьерского отправления.

Дистанционное обучение

В 2010 г. внедрена автоматизированная система дистанционного обучения (АСДО). Данная система используется для повышения квалификации работников почтовой связи. В настоящее время к системе имеют доступ все рабочие места, подключенные к ККС.

Учет и контроль распространения периодических печатных изданий

В филиале «Тошкент почтамти» эксплуатируется автоматизированная система «Почтамита» включающая в себя программу «Подписка». К данной системе подключены 4 узла почтовой связи, 1 производственный участок, 5 участков подписки и 158 отделений почтовой связи.

В 2012 году начата разработка новой автоматизированной системы «Подписка», включая прием подписки через Интернет.

В настоящее время через сайт (www.pochta.uz) Общества оказываются интерактивные услуги:

- поиск почтовых отправлений EMS;
- поиск регистрируемых почтовых отправлений.

На сайте размещена информация для пользователей услуг:

- индексы объектов почтовой связи Республики Узбекистан;
- тарифы на услуги почтовой связи;
- рекламная и другая информация для пользователей.

Для обеспечения информационной безопасности в автоматизированных системах используется 2036 ключей электронно-цифровой подписи (в системе «E-Hujjat» – 350).

В 2012 году Общество стало полноправным членом Телематического кооператива, в который входит 140 стран, объединивших усилия для разработок в области почтовой логистики, международных финансовых систем и других современных почтовых электронных услуг.

Членство в кооперативе позволяет Обществу иметь льготные тарифы и специальные скидки за использование телематических продуктов, в частности, программ IFS и PNG, а также безвозмездно контролировать электронный обмен данными по событиям, используя программу оценки качества QCS.

3.4 Перспективы развития электронных услуг в Ташкентском филиале ОАО «Узбекистон почтаси»

Не секрет, что новое поколение инфокоммуникационных технологий, которое для удобства все чаще называют Интернет-технологиями, обеспечивает предприятиям всех отраслей широкий спектр новых услуг, источник доходов и экономии. Не является исключением и почтовая связь. Инфокоммуникационные решения в почтовой сфере можно условно разделить, с точки зрения их целевого использования, на 4 основные группы:

1. Автоматизация работы с почтовыми отправлениями;
2. Обеспечение финансовых услуг (от простой системы переводов до полноценного банка в зависимости от страны);
3. Новые клиентские услуги, которые обеспечивают Интернет-технологии;
4. Новые инструменты управления персоналом.

Показатели по итогам работы Ташкентского филиала ОАО «Узбекистон почтаси» за 2013 год в сравнении с 2012 годом выглядят следующим образом:

Объем услуг

Наименование показателя	2012 год	2013 год	2013 г. к 2012 г., Темп роста, снижения (%)
Письменная корреспонденция (простая, заказная)	714,6	713,8	99,8
Посылки	5,4	5,6	103,7
Печатные издания	5117,2	5125,0	100,1
Денежные переводы	92,0	94,5	102,7
Выплата пенсий и пособий по поручениям	3161,4	3084,0	97,5

Доходы от оказанных услуг

Наименование показателей	Единица измерения	2012 год	2013 год	2013г. к 2012 г. (%)
Доходы за письма и бандероли (простые, заказные)	тыс. сум	222471	270447	121,5
Доходы за посылки	тыс. сум	171374	209774	122,4
Доходы за распространение печатных изданий	тыс. сум	834237	1131023	135,5
Доходы за переводы денежных средств	тыс. сум	652348	727805	111,6
Доходы за выплаты пенсий и пособий	тыс. сум	6016926	6999126	116,3
Доходы от доп.услуг почтовой связи	тыс. сум	16860	16449	97,5
Доходы от основной деятельности	тыс. сум	10212101	11926430	116,8

Как видно из таблиц, при незначительном снижении объемов по пересылке письменной корреспонденции и выплате пенсий и пособий, доходы от основной деятельности выполнены на 116,8 %, что подтверждает эффективность деятельности предприятия.

Несмотря на достигнутые показатели, перспективным направлением деятельности предприятия является внедрение новых видов услуг, в т.ч. с использованием ИКТ. Ташкентская область является столичной областью, наиболее близко расположенной к столице нашей страны – г. Ташкент, с развитой сетью отделений почтовой связи. Но на сегодняшний день не все 322 действующих отделения почтовой связи Ташкентского филиала подключены к системам ЭДП, приема платежей, мониторинга прохождения регистрируемых почтовых отправлений.

Глава 4. Безопасность жизнедеятельности

4.1 Разработка плана размещения оборудования с учетом санитарных требований

При выборе технологической оснастки руководствуются тем, что ее конструктивные особенности должны соответствовать характеру выполняемых работ и операции, обеспечивать максимальное использование технологических возможностей оборудования. Она должна быть удобна для пользования, безопасна в работе, должна обеспечивать минимальные затраты времени при ее монтаже на рабочем месте.

Состав и конструктивные особенности организационной оснастки должны способствовать экономии трудовых движений, удобству рабочей позы, безопасности труда, рациональному использованию производственной площади. В отличие от технологической оснастки, которая жестко определяется содержанием технологического процесса, организационная оснастка зависит от большого количества факторов: специфики предметов и средств труда; типа производства; системы обслуживания рабочих мест; санитарных и эргономических факторов и др. При недостатке организационной оснастки или нерациональной ее конструкции, у рабочих возникают непроизводительные движения, из-за чего неизбежны потери рабочего времени. В тоже время ее излишки ведут к неоправданным дополнительным финансовым затратам, загромождают рабочее место, затрудняют перемещение рабочего, транспортировку предметов труда, что в конечном счете приводит к снижению уровня производительности труда.

Одним из важнейших элементов организационной оснастки, позволяющим организовать взаимодействие основных и вспомогательных рабочих, являются *устройства и средства связи на рабочих местах*. Конкретный их вид зависит от состава выполняемых работ, системы

обслуживания рабочих мест основных рабочих, специфики производства в целом и конкретного рабочего места. Средства сигнализации и связи призваны обеспечить минимальное время на передачу сигнала, надежность и простоту работы, указывать причину и объект вызова.

Рабочее место обеспечивается и необходимой справочной, технической и учетной документацией, к которой относятся: чертежи, паспортные данные оборудования, схемы, инструкции по ремонту, уходу и эксплуатации оборудования, наряды и графики обслуживания, карты организации труда и др. Ее наличие является важным условием для организации рационального трудового процесса на рабочем месте. Документация должна быть краткой и исчерпывающей по содержанию, наглядной, легко читаемой и понятной для исполнителя. При необходимости она может служить пособием для обучения рабочих.

Планировка рабочих мест. В системе мероприятий по организации рабочего места существенное значение имеет рациональная его планировка. Правильная планировка рабочего места позволяет устранить лишние трудовые движения и непроизводительные затраты энергии рабочего, эффективно использовать производственную площадь при обеспечении безопасных условий труда.

Под планировкой рабочего места понимается взаимное (в трехмерном измерении) пространственное расположение на отведенной производственной площади основного и вспомогательного оборудования, технологической и организационной оснастки и самого рабочего (или группы рабочих).

Рациональная планировка рабочего места обеспечивает удобную рабочую позу, возможность применения передовых приемов и методов труда, минимальные траектории движений рабочего их количество, минимальные траектории движений предметов труда, соблюдение строгой последовательности, при которой один элемент работы плавно

непосредственно переходит в другой. При этом расположение средств и предметов труда должно удовлетворять основным требованиям, нарушение которых ведет к непроизводительным затратам рабочего времени и энергии работника, преждевременному утомлению и снижению производительности труда, нерациональному использованию производственных площадей:

- не создавать тесноты на рабочем месте;
- не вызывать излишних движений, наклонов, хождений и перемещения предметов труда, оснастки и готовой продукции;
- к рабочему месту должен быть обеспечен свободный доступ для профилактических ремонтов и осмотров, а также аварийного обслуживания;
- рационально использовать отведенную под рабочее место производственную площадь;
- планировка рабочего места должна учитывать технологические маршруты, маршруты работы, возможность применения наиболее целесообразных в данных условиях транспортных средств.

При проектировании планировки рабочих мест различают внешнюю и внутреннюю планировку. *Под внешней планировкой* понимается положение данного рабочего места относительно других рабочих мест участка, линии, цеха, грузопотоков, стен, колонн и т.д.

Основным требованием к рациональности внешней планировки является:

- обеспечение минимального расстояния перемещений рабочего в течение смены;
- экономное использование рабочей площади и удобств в работе.

Критерием рациональности планировки может быть сравнение затрат времени на выполнение операции, тарифных ставок рабочего и амортизационных отчислений за использованную производственную площадь при всех возможных вариантах планировки.

Санитарными нормами предусмотрено, что на каждого рабочего должно приходиться не менее $4,5 \text{ м}^2$ производственной площади при высоте помещения 3,2 м. В машиностроении приняты следующие размеры удельной площади, приходящейся в среднем на один станок вместе с проходами: для мелких станков - до $10\text{-}12 \text{ м}^2$; для средних - $15\text{-}25 \text{ м}^2$; для крупных - $30\text{-}45 \text{ м}^2$. Расстояние между оборудованием в пределах рабочей зоны должно быть не менее 800 мм, а между боковыми и задними плоскостями - не менее 500 мм. Ширину главных проездов рекомендуется устанавливать не менее 3000 мм, а ширину проездов между оборудованием - равной ширине тележки с грузом плюс 800 мм с обеих сторон.

Разработка планировки рабочего места, ее последующая рационализация осуществляется на основе проведенного анализа, либо в ходе проведения аттестации рабочего места, в следующей последовательности:

- определяется (или уточняется) его общее местоположение на участке в соответствии со специализацией данного рабочего места и характером выполняемых работ, а также с учетом технологических и транспортных потоков;

- уточняется размещение основного оборудования в зоне рабочего места относительно технологического и транспортного потока, источника света, электроснабжения и т.д.;

- осуществляется привязка вспомогательного оборудования, постоянно участвующего в технологическом процессе (транспортеры, подъемно-транспортные устройства и т.д.), к основному технологическому оборудованию;

- устанавливается рациональное месторасположение исполнителя в процессе труда по отношению к основному технологическому и вспомогательному оборудованию с учетом характера данной операции (работы) и размеров оптимальной рабочей зоны;

- определяются места размещения организационной и технологической оснастки, тары с материалами и готовой продукции с учетом их минимальных расстояний до исполнителя;

- оценивается степень рациональности планировки рабочего места

Внутренняя планировка рабочего места представляет собой размещение технологической оснастки и инструмента в рабочей зоне, инструментальных шкафах и тумбочках, правильное расположение заготовок и деталей на рабочем месте. Она должна обеспечить удобную рабочую позу, короткие и малоутомительные движения, равномерное и по возможности одновременное выполнение трудовых движений обеими руками.

Для соблюдения этих условий пользуются рядом выработанных практических правил:

- для каждого предмета должно быть отведено определенное место;
- предметы, которыми пользуются во время работы чаще, должны располагаться ближе к рабочему и по возможности на уровне рабочей зоны;
- предметы необходимо размещать так, чтобы трудовые движения рабочего свести к движениям предплечья, костей и пальцев рук;
- все, что берется левой рукой, располагается слева, все, что правой справа, материалы и инструменты, которые берутся обеими руками, располагаются с той стороны, куда во время работы обращен корпус рабочего.

Внутренняя планировка рабочего места должна обеспечить такое оперативное пространство, при котором рабочий может свободно выполнять необходимые трудовые приемы и действия, размещать материальные элементы производства и формировать рабочие зоны с учетом зон досягаемости при различных рабочих позах, как в горизонтальной, так и в вертикальной плоскостях. Пределы досягаемости и нормальные зоны движений рук рабочего в горизонтальной и вертикальной плоскостях, а также оптимальные габаритные размеры рабочих мест для человека среднего

роста, занятого выполнением различного рода работ, разработанные с учетом требований физиологии труда.

4.2 Пожарная безопасность

Пожары наносят громадный материальный ущерб и в ряде случаев сопровождаются гибелью людей. Поэтому защита от пожаров является важнейшей обязанностью каждого члена общества и проводится в общегосударственном масштабе.

Противопожарная защита имеет своей целью изыскание наиболее эффективных, экономически целесообразных и технически обоснованных способов и средств предупреждения пожаров и их ликвидации с минимальным ущербом при наиболее рациональном использовании сил и технических средств тушения.

Пожарная безопасность – это состояние объекта, при котором исключается возможность пожара, а в случае его возникновения используются необходимые меры по устранению негативного влияния опасных факторов пожара на людей, сооружения и материальных ценностей

Пожарная безопасность может быть обеспечена мерами пожарной профилактики и активной пожарной защиты. Пожарная профилактика включает комплекс мероприятий, направленных на предупреждение пожара или уменьшение его последствий. Активная пожарная защита - меры, обеспечивающие успешную борьбу с пожарами или взрывоопасной ситуацией.

Пожар – это горение вне специального очага, которое не контролируется и может привести к массовому поражению и гибели людей, а также к нанесению экологического, материального и другого вреда.

Горение – это химическая реакция окисления, сопровождающаяся выделением теплоты и света. Для возникновения горения требуется наличие

трех факторов: горючего вещества, окислителя и источника загорания. Окислителями могут быть кислород, хлор, фтор, бром, йод, окиси азота и другие. Кроме того, необходимо чтобы горючее вещество было нагрето до определенной температуры и находилось в определенном количественном соотношении с окислителем, а источник загорания имел определенную энергию.

Наибольшая скорость горения наблюдается в чистом кислороде. При уменьшении содержания кислорода в воздухе горение прекращается. Горение при достаточной и над мерной концентрации окислителя называется полным, а при его нехватке – неполным.

Процесс возникновения горения подразделяется на несколько видов:

Вспышка – быстрое сгорание горючей смеси, не сопровождающееся образованием сжатых газов.

Возгорание – возникновение горения под воздействием источника зажигания.

Воспламенение – возгорание, сопровождающееся появлением пламени.

Самовозгорание – явление резкого увеличения скорости экзотермических реакций, приводящее к возникновению горения вещества при отсутствии источника зажигания. Различают несколько видов самовозгорания:

Химическое – от воздействия на горючие вещества кислорода, воздуха, воды или взаимодействия веществ;

Микробиологическое – происходит при определенной влажности и температуры в растительных продуктах (самовозгорание зерна);

Тепловое – вследствие длительного воздействия незначительных источников тепла (например, при температуре 100 С тирса, ДВП и другие склоны к самовозгоранию).

Самовоспламенение – самовозгорание, сопровождается появлением пламени.

Взрыв – чрезвычайно быстрое (взрывчатое) превращение, сопровождающееся выделением энергии с образованием сжатых газов.

Пожар на предприятии наносит большой материальный ущерб народному хозяйству и очень часто сопровождается несчастными случаями с людьми.

Основными причинами, способствующими возникновению и развитию пожара, являются:

- нарушение правил применения и эксплуатации приборов и оборудования с низкой противопожарной защитой;
- использование при строительстве в ряде случаев материалов, не отвечающих требованиям пожарной безопасности;
- отсутствие на многих объектах народного хозяйства и в подразделениях пожарной охраны эффективных средств борьбы с огнем.

Требования пожарной безопасности к технологическому оборудованию:

Технологическое оборудование при нормальных режимах работы должно быть пожаробезопасным, а на случай опасных неисправностей и аварий необходимо предусматривать защитные меры, ограничивающие масштабы последствий пожара.

С обслуживающим персоналом объекта должны быть изучены характеристики пожарной безопасности, применяемых или производимых (потребляемых) веществ и материалов.

Применять в производственных процессах и хранить вещества и материалы с неизученными параметрами по пожарной и взрывной опасности запрещается.

Технологическое оборудование, аппараты и трубопроводы, в которых обращаются вещества, выделяемые взрывопожароопасные пары, газы и пыль, как правило, должны быть герметичными.

Запрещается выполнять производственные операции на оборудовании, установках и станках с неисправностями, которые могут привести к загораниям и пожарам, а также при отключении контрольно-измерительных приборов, по которым определяются заданные режимы температуры плавления, концентрации горючих газов, паров и другие технологические параметры.

Горячие поверхности трубопроводов и оборудования в помещении, в которых они вызывают опасность воспламенения материалов или горючих газов, паров, жидкостей или пыли, должны изолироваться негорючими материалами для снижения температуры поверхности до безопасной величины.

Для контроля за состоянием воздушной среды в производственных и складских помещениях, в которых применяются или хранятся вещества и материалы, способные образовывать взрывоопасные концентрации газов и паров, должны устанавливаться автоматические газоанализаторы.

При отсутствии серийно выпускаемых газоанализаторов должен осуществляться периодический лабораторный анализ воздушной среды.

В пожароопасных цехах и на оборудовании, представляющем опасность взрыва или воспламенения в соответствии с требованиями ГОСТ 12.4.026-76*, должны быть вывешены знаки, запрещающие пользоваться открытым огнем, а также знаки, предупреждающие об осторожности при наличии воспламеняющихся и взрывчатых веществ.

В практике тушения пожаров наибольшее распространение получили следующие принципы прекращения горения:

- 1) изоляция очага горения от воздуха или снижение концентрации кислорода путем разбавления воздуха негорючими газами (углеводороды $CO_2 < 12-14\%$).

- 2) охлаждение очага горения ниже определенных температур;

3) интенсивное торможение (ингибирование) скорости химической реакции в пламени;

4) механический срыв пламени струей газа или воды;

5) создание условий огнепреграждения (условий, когда пламя распространяется через узкие каналы).

Вещества, которые создают условия, при которых прекращается горение, называются огнегасящими. Они должны быть дешевыми и безопасными в эксплуатации не приносить вреда материалам и объектам.

Вода является хорошим огнегасящим средством, обладающим следующими достоинствами: охлаждающее действие, разбавление горючей смеси паром (при испарении воды ее объем увеличивается в 1700 раз), механическое воздействие на пламя, доступность и низкая стоимость, химическая нейтральность.

Недостатки: нефтепродукты всплывают и продолжают гореть на поверхности воды; вода обладает высокой электропроводностью, поэтому ее нельзя применять для тушения пожаров на электроустановках под напряжением.

Тушение пожаров водой производят установками водяного пожаротушения, пожарными автомашинами и водяными стволами. Для подачи воды в эти установки используют водопроводы.

К установкам водяного пожаротушения относят спринклерные и дренчерные установки.

Спринклерная установка представляет собой разветвленную систему труб, заполненную водой и оборудованную спринклерными головками. Выходные отверстия спринклерных головок закрываются легкоплавкими замками, которые расплавляются при воздействии определенных температур (345, 366, 414 и 455 К). Вода из системы под давлением выходит из отверстия головки и орошает конструкции помещения и оборудование.

Дренчерные установки представляют собой систему трубопроводов, на которых расположены специальные головки-дренчеры с открытыми выходными отверстиями диаметром 8, 10 и 12,7 мм лопастного или розеточного типа, рассчитанные на орошение до 12 м² площади пола. Дренчерные установки могут быть ручного и автоматического действия. После приведения в действие вода заполняет систему и выливается через отверстия в дренчерных головках.

Пар применяют в условиях ограниченного воздухообмена, а также в закрытых помещениях с наиболее опасными технологическими процессами. Гашение пожара паром осуществляется за счет изоляции поверхности горения от окружающей среды. При гашении необходимо создать концентрацию пара приблизительно 35 % .

Пены применяют для тушения твердых и жидких веществ, не вступающих во взаимодействие с водой. Огнегасящий эффект при этом достигается за счет изоляции поверхности горючего вещества от окружающего воздуха. Огнетушащие свойства пены определяются ее кратностью – отношением объема пены к объему ее жидкой фазы, стойкостью дисперсностью, вязкостью. В зависимости от способа получения пены делят на химические и воздушно-механические.

Химическая пена образуется при взаимодействии растворов кислот и щелочей в присутствии пенообразующего вещества и представляет собой концентрированную эмульсию двуокиси углерода в водном реакторе минеральных солей. Применение химических солей сложно и дорого, поэтому их применение сокращается.

Воздушно-механическую пену низкой (до 20), средней (до 200) и высокой (свыше 200) кратности получают с помощью специальной аппаратуры и пенообразователей ПО-1, ПО-1Д, ПО-6К и т.д.

Инертные газообразные разбавители: двуокись углерода, азот, дымовые и отработавшие газы, пар, аргон и другие.

Ингибиторы – на основе предельных углеводородов, в которых один или несколько атомов водорода замещены атомами галоидов (фтор, хлор, бром). Галоидоуглеводороды плохо растворяются в воде, но хорошо смешиваются со многими органическими веществами:

- тетрафтордибромэтан (хладон 114B2);
- бромистый метилен;
- трифторбромметан (хладон 13B1);
- 3, 5, 7, 4НД, СЖБ, БФ (на основе бромистого этила);

Порошковые составы несмотря на их высокую стоимость, сложность в эксплуатации и хранении, широко применяют для прекращения горения твердых, жидких и газообразных горючих материалов. Они являются единственным средством гашения пожаров щелочных металлов и металлоорганических соединений. Для гашения пожаров используется также песок, грунт, флюсы. Порошковые составы не обладают электропроводимостью, не корродируют металлы и практически не токсичны.

Широко используются составы на основе карбонатов и бикарбонатов натрия и калия.

Аппараты пожаротушения: передвижные (пожарные автомобили), стационарные установки, огнетушители.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В связи с бурным развитием информационно-коммуникационных технологий сегодня перед почтой стоят гораздо более важные задачи, чем когда бы то ни было. Быстро развивающиеся информационно-коммуникационные технологии, бросающие вызов почте, должны рассматриваться как великолепные возможности, позволяющие почтовому сектору повысить свой вклад в прогресс и экономическое благосостояние республики.

Проведенные исследования ВПС указывают на то, что:

основные почтовые е-услуги быстро развиваются во всем мире, количество таких услуг между 2007 и 2010 гг. утроилось;

70 % стран во всем мире считают, что почтовые е-услуги имеют стратегически важное значение для будущего;

первая почтовая е-услуга — track-and-trace — была представлена в 1992 г;

хотя существует разрыв между промышленно развитыми и развивающимися странами с точки зрения развития почты, индекс е-услуг, установленный исследованием, показывает, что не все развивающиеся страны отстают, просматриваются лидеры в таких сегментах, как электронная почта, электронная торговля и электронные финансовые услуги;

развитие почтовых е-услуг больше определяется инновационными возможностями, нежели уровнем развития стран;

инфраструктуры ИКТ и регулирования, а также инновации являются важными факторами развития электронных почтовых услуг.

Рекомендации для развития электронных услуг на объектах почтовой связи Ташкентского филиала:

1. Дальнейшее подключение отделений почтовой связи Ташкентского филиала к автоматизированным системам ЭДП, приема платежей, мониторинга прохождения регистрируемых почтовых отправлений.

2. Увеличение количества терминалов пластиковых карточек в отделениях почтовой связи и у почтальонов.

3. Установка в неавтоматизированных отделениях почтовой связи платежно-справочных терминалов (инфокиоски), посредством которых можно:

оплатить коммунальные услуги в рамках единого расчетного и информационного пространства;

оплатить услуги операторов сотовой подвижной связи, интернет — провайдеров и др.

4. Внедрение в автоматизированных отделениях почтовой связи ОАО «Узбекистон почтаси» в том числе и Ташкентского филиала почтовых отправлений с электронным уведомлением о получении – услуга «E-mail сообщение об отправлении». Услуга предусматривает направление получателю электронного сообщения об отправке того или иного почтового отправления. Такая услуга позволяет заблаговременно известить получателя о направлении ему указанного почтового отправления, предоставляет ему возможность проконтролировать срок пересылки важного для него почтового отправления.

5. Внедрение в автоматизированных отделениях почтовой связи ОАО «Узбекистон почтаси» в том числе и Ташкентского филиала различных видов дополнительных услуг при отправке отправлений электронной почты. Такими услугами могли бы быть следующие.

– услуга «Песня почтой». Услуга предусматривает направление потребителю нот и слов запрашиваемой им песни из числа имеющихся в каталоге. Для обновления каталога ОАО «Узбекистон почтаси» должен установить связи с музыкальными программами на радио и телевидении, музыкальными издательствами, композиторами, поэтами, исполнителями, продюсерами и выступать в качестве популяризатора песен. Услуга может найти массового потребителя, особенно среди молодежи.

– услуга «E-mail сообщение, отпечатанное выбранным шрифтом».

Услуга предусматривает отправку e-mail сообщения с указанием номера шрифта из числа имеющихся образцов, которым оно должно быть отпечатано. Услуга дает возможность отправителю выбрать понравившийся ему шрифт, выразить с его помощью свою индивидуальность.

– услуга «E-mail сообщение, отпечатанное на художественном бланке». Услуга предусматривает направление получателю электронного сообщения с указанием номера художественного бланка из числа имеющихся образцов, на котором оно должно быть отпечатано или в который оно должно быть вложено.

– услуга «Отправление с оговоренной датой вручения». Услуга предусматривает пересылку электронного сообщения с оговоренной датой вручения. Такая услуга, с одной стороны, предусматривает заблаговременную отправку, что весьма удобно для объектов почтовой связи и повышает вероятность их своевременной доставки, а с другой, – свидетельствует о точности работы объекта почтовой связи, повышает доверие к нему со стороны потребителей.

6. Развитие электронной коммерции путем открытия таких информационных систем, как «Электронный кошелек» и «Электронная торговая площадка» в целом по ОАО «Узбекистон почтаси», также даст возможность для развития электронной коммерции на объектах почтовой связи Ташкентского филиала.

Возможность открытия электронного кошелька содержит такие качества как:

доступность – любой пользователь может открыть собственный электронный кошелек;

оперативность – переводы средств с одного кошелька на другой происходят практически мгновенно, а время совершения внешних операций определяется только скоростью работы платежной системы;

мобильность – независимо от местонахождения, пользователь может осуществлять любые финансовые операции в рамках электронной платежной системы.

7. Развитие Интернет-магазина ОАО «Узбекистон почтаси» – перспективный сектор доходов почтовой связи, поскольку их ассортимент вполне подходит для пересылки почтовыми отправлениями, особенно для сельского населения Ташкентской области.

В числе преимуществ Интернет-магазина – доступность магазина из любой точки страны. Нет необходимости рассказывать о товаре каждому покупателю, так как предоставляется большой объем информации о продукции/услуге, есть возможность предложить широкий ассортимент товаров и даже вести историю посещений магазина интернет-пользователями. А на основании имеющихся данных несложно обеспечить и персональный подход к покупателю, и автоматическое планирование.

Торговая площадка ОАО «Узбекистон почтаси» позволит предоставить инструменты для организации наилучших способов продаж товаров, отследить покупки клиентов, осуществлять поиск, перечисление и изменение параметров товара. Она также предоставит средства автоматизации и отслеживания всего коммерческого процесса, включая приобретение товара, выполнение обязательств по доставке, формированию товара, оплате и окончательным взаиморасчетам с поставщиками.

Процесс приобретения товара через Интернет будет больше напоминать посещение обычного магазина. Становится возможным, не покидая дома, получить всю необходимую информацию и принять решение о покупке. В результате этого объемы продаж будут неуклонно расти, и как следствие из этого почта будет получать доходы.

8. Внедрение услуги «Электронная марка» в ОАО «Узбекистон почтаси» также является перспективой внедрения электронных услуг для Ташкентского филиала.

Список использованной литературы:

1. Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-211 от 22.04.2009 г. «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Узбекистан «О почтовой связи» (в новой редакции).
2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан “О совершенствовании деятельности в почтовой связи” от 19 июля 2004 года за № 339.
3. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан “Об определении назначенного оператора в целях осуществления почтовой связи в соответствии актов Всемирного почтового союза” от 12 декабря 2011 года за № 327.
4. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан “О программе модернизации сети почтовой связи, внедрения и развития новых видов услуг на базе информационно-коммуникационных технологий до 2010 года» от 19 мая 2005 года за № 128.
5. Закон Республики Узбекистан 18 декабря 2007 года № ЗРУ-132 «О присоединении Республики Узбекистан к Соглашению о службах почтовых платежей (Бухарест, 5 октября 2004 года)».
6. Акты Всемирного почтового союза, материалы 25-го Конгресса ВПС, Доха, 2012.
7. «Правила охраны труда работников объектов почтовой связи», 2010.
8. Правила оказания услуг почтовой связи, Ташкент, 2011.
9. Почтовые правила, Ташкент, 2014.
10. “Временные правила оказания услуги “Электронный денежный перевод”, введенные в действие приказом ОАО “Ўзбекистон почтаси” от 19 ноября 2005 года за № 308.
11. Журнал «Почтовая Связь. Техника и технологии», Москва, 2010-2012 г.г.

13. Газета “Хабар”, 2011-2012 й.й.
14. Журнал ICTNEWS 16-30.04.2013г.
15. Отчетные данные Ташкентского филиала за 2012-2013 г.г.
16. Интернет-сайты www.ccitt.uz, www.pochta.uz, www.ziynet.uz,
www.tuit.uz, www.gov.uz.