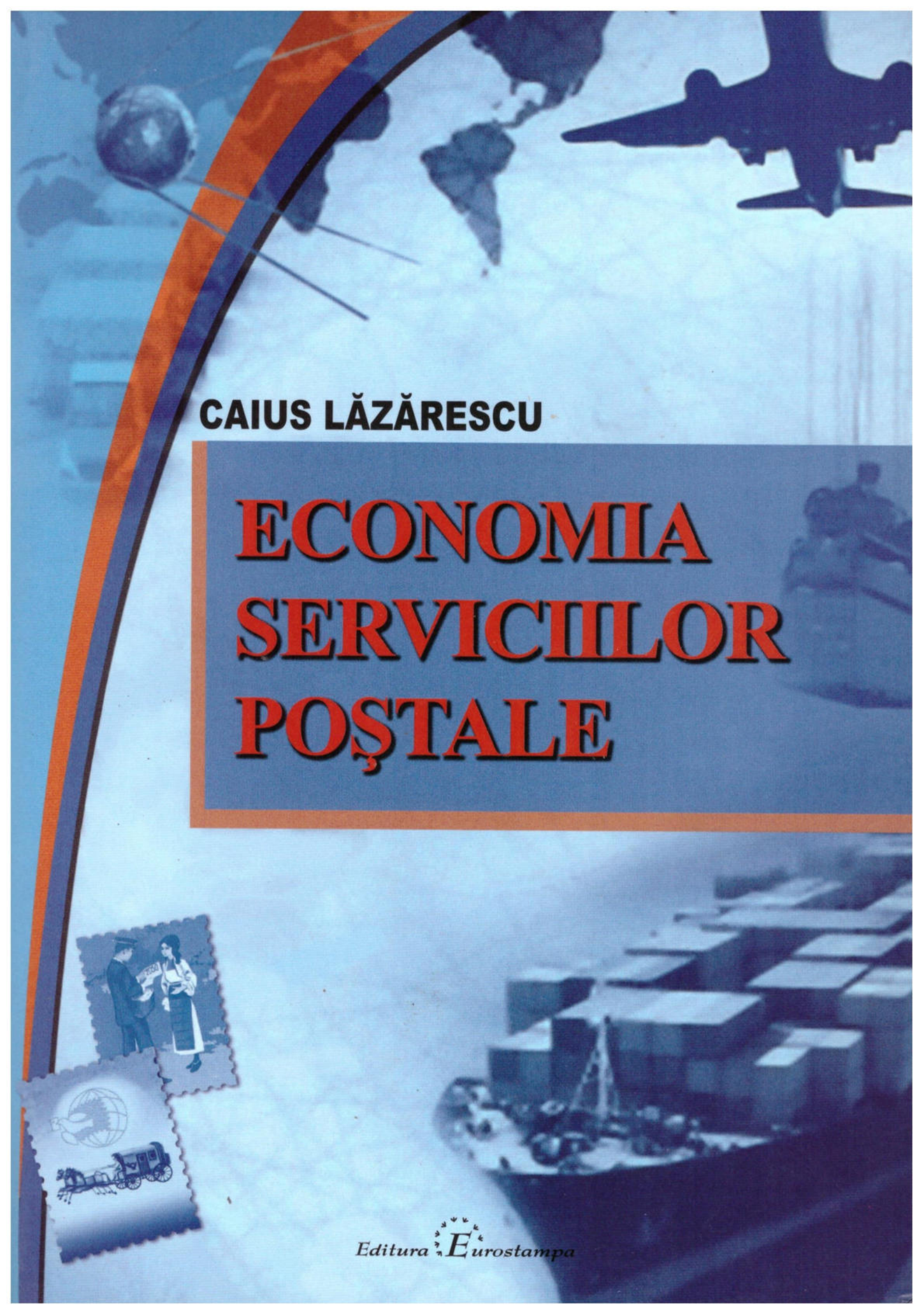




CAIUS LĂZĂRESCU

ECONOMIA SERVICIILOR POȘTALE



Editura  **Eurostampa**

Dr. ec. Caius Lăzărescu

Cuvânt înainte

Posta într-o nouă imagine

Introducere

CAPITOLUL 1. Serviciile în România Contemporană

1.1. Definiția și clasificarea serviciilor

1.2. Rolul serviciilor în economia modernă

1.3. Serviciile de interes public

1.4. Serviciile în România contemporană

CAPITOLUL 2. Serviciile Poștale

2.1. Serviciile poștale în România

2.2. Evoluția serviciilor poștale

2.3. Serviciile poștale în România contemporană

2.4. Serviciile poștale în România contemporană

2.5. Serviciile poștale în România contemporană

2.6. Serviciile poștale în România contemporană

CAPITOLUL 3. Serviciile poștale în România contemporană

3.1. Serviciile poștale în România contemporană

3.2. Serviciile poștale în România contemporană

3.3. Serviciile poștale în România contemporană

3.4. Serviciile poștale în România contemporană

3.5. Serviciile poștale în România contemporană

3.6. Serviciile poștale în România contemporană

CAPITOLUL 4. Serviciile poștale în România contemporană

4.1. Serviciile poștale în România contemporană

4.2. Serviciile poștale în România contemporană

4.3. Serviciile poștale în România contemporană

4.4. Serviciile poștale în România contemporană

4.5. Serviciile poștale în România contemporană

4.6. Serviciile poștale în România contemporană

4.7. Serviciile poștale în România contemporană

4.8. Serviciile poștale în România contemporană

4.9. Serviciile poștale în România contemporană

4.10. Serviciile poștale în România contemporană

4.11. Serviciile poștale în România contemporană

4.12. Serviciile poștale în România contemporană

4.13. Serviciile poștale în România contemporană

4.14. Serviciile poștale în România contemporană

4.15. Serviciile poștale în România contemporană

4.16. Serviciile poștale în România contemporană

4.17. Serviciile poștale în România contemporană

**- ediția a doua -
revăzută și adăugită**

Editura Eurostampa

TIMIȘOARA, 2010

Dr. ec. Caius Lăzărescu

ECONOMIA

STUDIU DE POSTAL

Editură acreditată de Ministerul Educației și Cercetării prin Consiliul Național al Cercetării Științifice din Învățământul Superior, cod 184.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

LĂZĂRESCU, CAIUS

Economia serviciilor poștale / Caius Lăzărescu. – Ed. a 2-a rev. și adăugită. - Timișoara : Eurostanpa, 2010

Bibliogr.

ISBN 978-606-569-138-4

65:656.8(498.4)

Tiparul executat la **Eurostanpa**
Timișoara, Bd. Revoluției nr. 26
Tel./fax: 0256 - 204 816
E-mail: edituraeurostanpa@gmail.com
www.eurostanpa.ro

CUPRINS

Cuvânt înainte	9
Poșta într-o nouă imagine	11
Introducere	13
CAPITOLUL 1 .Serviciile în Economii Contemporane.....	17
1.1.Definirea și taxonomia Serviciilor.....	17
1.2.Clasificarea serviciilor după funcția economică.....	25
1.3.Serviciile de consum din România	32
1.4.Serviciile în contextul economiilor și tendințele lor pe plan mondial	34
CAPITOLUL 2.Serviciile Poștale	43
2.1.Serviciile poștale în perioada de tranziție în România	59
2.2.Eliminarea discrepanțelor economice dintre mediul rural și urban	62
2.3.Sectorul poștal pe plan mondial.....	70
2.3.1.Principalele puncte ale raportului UPU la cel de al 23-lea Congres	71
2.3.2.Serviciile poștale la nivelul Uniunii Europene	74
CAPITOLUL 3. Serviciile poștale în cadrul C.N.P.Română, Organizarea serviciilor Poștale.....	79
3.1.Organizarea actuală a structurii operative a Poștei Române	83
3.2.Marca poștală și marca poștală electronică	84
3.3. Politici internaționale privind organizarea activităților poștale	87
3.4. Serviciile poștale în contextul noilor economii	88
3.5. Condițiile Uniunii Europene.....	91
CAPITOLUL 4.Managementul Serviciilor Poștale.....	93
4.1. Scurt istoric al organizării serviciilor poștale	95
4.2 Organizarea serviciilor poștale pe organizarea teritorială	98
4.3.Poșta rurală	103
4.4. Organizarea serviciilor poștale pe teritoriul actual al României	104
4.5.Oficii poștale organizate pe teritoriul actual al Direcției Regionale de Poșta Timișoara.....	111
4.5.1.Organizarea serviciilor poștale în actualul teritoriu al Banatului și Ardealului.....	111
4.5.2.Organizarea serviciilor poștale pe teritoriul actual al Direcției Regionale Poștale Timișoara.....	113
4.6.Organizarea rețelei poștale	115
4.6.1.Prezentarea trimiterilor poștale	116
4.6.2.Prelucrarea trimiterilor poștale prezentate	117

4.6.3. Asigurarea locațiilor pentru prezentarea trimiterilor poștale	127
4.6.4. Unitățile poștale din mediul rural	129
4.6.5. Remiterea trimiterilor poștale prezentate	134
4.6.5.1. Transportul trimiterilor poștale prezentate	134
4.6.5.2. Transmiterea trimiterilor poștale prezentate	137
4.6.5.3. Distribuirea trimiterilor poștale în mediul rural ..	138
4.7. Concluzii și propunerii de perfectare a managementului serviciilor poștale în mediul rural din D.R.P. Timișoara	140
4.7.1. Politica de personal	145
CAPITOLUL 5. Marketingul Serviciilor Poștale	150
5.1. Specificul serviciilor poștale	151
5.2. Piața serviciilor poștale	152
5.3. Marketingul serviciilor poștale	153
5.4. Piața Poștală Europeană	168
5.4.1. Evoluția Pieței Poștale	170
5.4.2. Poșta, unitate prestatoare de servicii poștale	171
5.4.3. Efectele Aplicării Concepției de marketing în serviciile poștale și reformele acestora	172
5.4.4. Serviciile poștale oferite de către operatorul național Compania Națională Poșta Română (C.N.P.R.)	175
5.4.5. Servicii suplimentare care se pot oferi expeditorilor la serviciile standard	178
5.4.6. Analiza mediului de afaceri în serviciile poștale	179
5.4.7. Analiza prestatorului de serviciu universal	183
5.4.8. Calitatea serviciilor poștale	185
5.4.9. Chestionar	187
5.4.9.1. Comentariul propriu al rezultatelor sondajului	193
CAPITOLUL 6 Problemele integrării serviciilor poștale din România în cerințele și exigențele U.E.- U.P.U. Cerințele privind integrarea serviciilor poștale în general	195
6.1. Cartea Verde a serviciilor poștale	195
6.1.1. Natura Documentului/perioadaei de consultare	195
6.1.2. Sectorul Poștal al Comunității	196
6.1.3. De ce trebuie să fie implicată Comunitatea	197
6.1.3.1. Lipsa actuală de armonizare	197
6.1.3.2. Implicațiile pentru piața interioară	198
6.1.3.3. Performanțele serviciilor transfrontaliere	199
6.1.3.4. Disparități	199
6.1.3.5. Distorsiuni comerciale	200

6.1.4. Obiectivele Cărții Verzi.....	200
6.1.5. Principiile politice fundamentale	200
6.1.6. Opțiuni generale.....	201
6.1.6.1. Liberalizarea completă	201
6.1.6.2. Armonizarea completă.....	201
6.2. Principalele exigențe ale directivei poștale	213
6.3.Ordonanța nr.31/30.01.2002 privind serviciile poștale.....	215
6.4. Cerințele privind integrarea serviciilor poștale în mediul rural...	218
CAPITOLUL 7. Alte aspecte. Aspecte tratate de Uniunea Poștală	
Universală	222
7.1.Importanța poștei	225
7.2 Piața mondială de scrisori.....	225
7.3.Piața serviciilor financiare	227
7.4.Serviciile de tip “Noua Economie”	228
7.5.Operatorii poștali	229
7.6 Programe și obiective poștale	230
7.6.1.Restructurarea	230
7.6.2 Expansiune și diversificare	231
7.7.Produse și servicii.....	231
7.8.Reforma poștală și modele de reformă	232
7.9.Evoluția recentă a reformelor în contextul actual.....	234
7.9.1.Concurența	235
7.9.2.Reglementări	235
7.9.3.Privatizarea	236
7.9.4.Serviciul universal și serviciile furnizate în interes public....	236
7.9.5.Costul serviciului universal.....	237
7.9.6.Reforma Poștală.....	239
7.9.6.1.Serviciul universal.....	239
7.9.6.2.Stabilirea echilibrului între viabilitatea FSU reformă, și obligații sociale	240
7.9.7.Reglementarea poștală	241
7.9.8. Sisteme de cheltuieli terminale	241
7.9.8.1. Repostaj	242
7.9.9. Investițiile poștale	243
CAPITOLUL 8. Serviciul Universal și organismele interne și internaționale care reglementează serviciile poștale.....	245
8.1 Serviciul Universal în Europa.....	245
8.1.1.Calitatea Serviciul Universal	247
8.2.Obiectivele Directivei poștale	249
8.3 Importanța economico-socială a serviciilor poștale	254
8.4.Automatizarea operațiunilor poștale.....	258

8.4.1. Automatizarea operațiunilor de prezentare	259
8.4.2. Automatizarea operațiunilor în timpul prelucrării	262
8.4.3. Automatizarea prelucrării coletelor	262
8.4.4. Automatizarea altor operațiuni	265
8.4.5. Alte soluții tehnologice	265
8.4.6. Accesul la serviciul universal	265
8.5. Consecințele asupra locurilor de muncă în sectorul poștal	266
8.6 Organisme interne și internaționale de specialitate care coordonează serviciile poștale	267

Anexe	273
Bibliografie	291

CUVÂNT ÎNAINTE

POȘTA ÎNTR-O NOUĂ IMAGINE

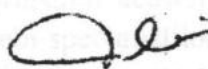
Fără să cunosc prea multe lucruri despre autorul acestei cărți, prin lecturarea ei și a numelui ce-l poartă acesta, gândul m-a purtat, fără să vreau, cu sute de ani în urmă pentru a-mi aminti câte ceva despre cel de la care dl. Lăzărescu și-a preluat prenumele – CAIUS.

Și aceasta pentru că o lucrare de acest gen, în domeniul poștal, scrisă de o singură persoană, care nu deține nici o funcție administrativă deosebită în structura Ministerului Comunicațiilor sau a Companiei Naționale Poșta Română – neavând deci privilegiul de a avea un acces facil la documente –, a constituit pentru acesta o misiune de mare curaj, făcând astfel dovada unor calități preluate odată cu alăturarea celebrului prenume: ambiție, perseverență, răbdare și tenacitate deosebită.

Prin publicarea ei, Poșta apare într-o nouă imagine și postură, respectiv aceea a unei instituții vii, în plină schimbare, capabilă să contribuie la marile transformări pe care le așteptăm cu toții, odată cu demararea procesului de integrare europeană.

Ec. Traian Taloi

Director Direcția Servicii Financiare
Compania Națională Poșta Română



POȘTA ÎNTR-O NOUĂ IMAGINE

Deși poșta face parte din viața noastră cotidiană, majoritatea dintre noi asimilând-o cu imaginea factorului poștal sau cu o scrisoare timbrată, puțini suntem însă în situația de a fi avut ocazia să trecem și dincolo de ghișeele instalate în oficiile poștale, pentru a cunoaște mai bine complexitatea acestei activități.

Prin editarea acestei cărți, autorul, dr. Caius Lăzărescu – reputat specialist în domeniul serviciilor poștale – încearcă a ne introduce în lumea reală a acestei instituții de prestigiu, nominalizată în anul 2006 de către „Ziarul financiar” în topul celor mai valoroase 100 de companii din România.

Lucrarea, intitulată *Economia serviciilor poștale*, structurată pe opt capitole distincte, dar armonios legate între ele, face o analiză cu obiectivitate științifică asupra rolului pe care îl au serviciile și în mod special serviciile poștale în cadrul economiei naționale, dar și asupra modului în care au evoluat și sunt organizate în prezent aceste servicii, precum și exigențele generate de apartenența la Uniunea Poștală Universală – ca organism specializat al ONU, și la integrarea în cadrul Uniunii Europene.

Un loc aparte în cadrul lucrării îl ocupă prezentarea activității specifice de marketing, derulată în sectorul poștal, precum și identificarea principalelor elemente ce determină necesitatea realizării unor reforme profunde, pentru a putea face față cerințelor impuse de economia de piață.

Și, deși la o primă trecere în revistă a cuprinsului acestei lucrări, am fi tentați să facem aprecierea că ea se adresează îndeosebi specialiștilor din domeniul poștal, în realitate ea se dorește un ghid pentru toți cei care vor să afle evoluția uneia dintre cele mai vechi activități.

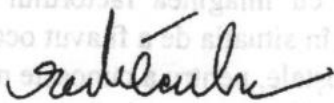
Totodată, prin prezentarea activității poștale în adevărata ei complexitate și în strânsă corelație cu evoluția societății omenești, autorul încearcă să omprime timpul pentru a ne înfățișa imensa evoluție a instituției poștale, de la epoca poștalionului la aceea de ghișee informatizate.

Pe de altă parte, problematica abordată dovedește o activitate deosebit de laborioasă pentru o bună documentare, precum și multă migală pentru a prezenta cititorului elementele cele mai relevante din activitatea poștală.

Prin lecturarea acestei cărți – chiar dacă uneori este foarte tehnică – de către cei care apelează la serviciile poștale, se va asigura, cu certitudine, o înțelegere mai exactă a ceea ce reprezintă Poșta Română în prezent și unde trebuie ea să ajungă – la un model greu de ains în lupta concurențială – dezvoltarea serviciilor financiar-poștale și nu numai, chiar acelor servicii financiare de tip bancar, pe care Poșta să le vândă prin ghișeele sale, cu activitate comercială.

Elena Petculescu

Președinte de Onoare Bancpost
Președinte al Comisiei Internaționale
de Servicii Poștale și de Business



INTRODUCERE

Noile strategii poștale nu mai pot fi abordate la modul simplist al serviciilor poștale, ele trebuie abordate în contextul piețelor poștale, avându-se permanent în vedere atât produsele poștale, cât și actorii din piața poștală. Dezvoltarea mijloacelor de comunicare, pierderea monopolului asupra serviciilor poștale, liberalizarea serviciilor, crearea piețelor poștale, apariția noilor operatori de servicii poștale și, implicit, a concurenței, cât și schimbarea statutului furnizorilor de serviciu universal în societăți comerciale, impun crearea unei economii a serviciilor poștale bazate pe politici specifice de management și marketing.

În cazul furnizorilor de serviciu universal, politicile de management și marketing trebuie să combine particularitățile serviciilor poștale cu particularitățile economiei de piață. Serviciul universal este cu costuri ridicate, care în noul context sunt suportate de către furnizor, ale cărui resurse se limitează tot mai mult datorită liberalizării serviciilor poștale. Se impune un management care să dezvolte serviciile poștale astfel încât serviciul universal să aibă o pondere cât mai mică, pentru a putea fi suportat. O pondere mare a serviciului universal în economia serviciilor poștale determină creșterea costurilor. În anul 2006¹, trimerile poștale din sfera serviciului universal reprezentau 50,14% din total trafic, din care traficul trimiterilor interne reprezenta 49,54 % iar traficul trimiterilor poștale externe reprezenta 65,91%. Aceste procente mari, cu tendință de creștere, determină costuri ridicate pentru serviciul universal.

Pe de altă parte, recesiunea economică a anilor '70 și dezvoltarea tot mai mult a sectorului terțiar al serviciilor, care este în plină dezvoltare și începe să domine economiile naționale, pun în dificultate furnizorii de servicii poștale.

Dacă serviciile poștale au apărut din nevoia de comunicare, evoluția lor și statutul actual de societate comercială confirmă faptul că menținerea și dezvoltarea lor satisfac și nevoia economică. Pe lângă satisfacerea acestor noi nevoi, serviciile poștale reduc mult cheltuiala cu transportul trimiterilor.

Furnizorul de servicii poștale îi revine obligația de a asigura uniform atât serviciul universal, cât și celelalte servicii și sarcina de a realiza activități economice în două medii socio-economice diferite, mediul rural și mediul urban.

¹ Raport 2006 ANRC, p. 29

Mediul rural a fost abordat legislativ, instrucțional și organizatoric separat până la perioada comunistă; în perioada comunistă – respectiv economia socialistă –, mediul rural este evidențiat numai prin instrucțiuni poștale: „Instrucțiuni privind tratarea problemelor comune ale serviciilor poștale interne”. În perioada postdecembristă și până în prezent, mediul rural este abordat doar prin păstrarea instrucțiunilor din economia socialistă, cu excepția unei perioade scurte, 01 octombrie 2000 – 01 mai 2001, când este abordat și organizatoric, prin înființarea, în cadrul Companiei Naționale Poșta Română, a entității poștale POSTRURAL.

Atât realitatea, cât și forurile suprastatale Uniunea Europeană (UE) și Uniunea Poștală Universală (U.P.U.) impun abordarea separată a mediului rural, în vederea eliminării discrepanțelor dintre acesta și mediul urban.

Această lucrare se bazează pe studiile efectuate de autor până în anul 2004, pentru realizarea tezei de doctorat cu tema „Posibilități de perfecționare a managementului și marketingului serviciilor poștale în mediul rural din Direcția Regională de Poșta Timișoara”, sub coordonarea profesorului universitar doctor Fruja Ioan. În țara noastră, literatura de specialitate este foarte modestă și se rezumă la instrucțiuni, norme de lucru și legislație; acest tip de literatură era suficientă pentru perioada când furnizorul de servicii poștale avea statutul de instituție a statului și avea ca obiectiv doar abordarea juridică și funcțională a serviciilor poștale. Ca urmare, volumul de față se înscrie ca o deschidere, acoperind o necesitate a domeniului printr-un studiu original și aprofundat.

Pentru o mai bună abordare a serviciilor poștale din punct de vedere economic, a fost nevoie de o definire și o prezentare teoretică a serviciilor, de o prezentare a sectorului economic terțiar și de o prezentare a serviciilor poștale în acest context. În esență, pentru furnizarea de servicii poștale este nevoie de rețeaua poștală și de mijloacele de comunicare. Aceste două elemente explică de ce serviciile poștale nu au suferit decât modificări de formă și nu de fond, adică reorganizarea rețelei poștale și înlocuirea mijloacelor de comunicare. Nevoia de comunicare a determinat dezvoltarea mijloacelor de comunicare, iar mijloacele de comunicare au stimulat nevoia de comunicare, menținând permanent intercondiționarea.

Mijloacele de comunicare, la început, asigurau un simplu serviciu de comunicare, apoi evoluția lor a avut alt scop, de a asigura servicii de comunicare mai complexe, iar în prezent, în era internetului, creează posibilitatea de a oferi pachete de servicii. Posibilitățile oferite de mijloacele de comunicare, de mijloacele de locomotie și căile de comunicații oferă mari posibilități în dezvoltarea serviciilor poștale, ceea ce presupune o schimbare de optică în abordarea lor. Pe lângă rețeaua poștală și mijloacele de comunicare, este necesară și o strategie poștală, care trebuie să corespundă strategiei Uniunii Poștale și a Uniunii Europene. Strategia U.E. este obligatorie pentru România, ca țară membră, deoarece trebuie să asigure servicii poștale corespunzătoare spațiului poștal U.E., dar aceste

strategii trebuie să abordeze distinct mediul rural, care în multe țări a rămas slab dezvoltat. Rămânerea în urmă a mediului rural s-a datorat lipsei infrastructurii și a mijloacelor de transport, cât și a unui sistem managerial specific economiei de piață. În multe zone, lipsa drumurilor comunale și județene amenajate a făcut ca și în anul 2007 să avem factori și agenți poștali care se deplasează pedestru, cu cal-căruță sau bicicletă, ceea ce conduce la deteriorarea calității privind timpii de circulație a trimiterilor poștale, dar este trist că, în alte situații, aceștia circulă pe drumuri asfaltate. Rezolvarea infrastructurii conform directivelor europene va scoate în evidență eficiența sistemului managerial practicat în serviciile poștale. Pentru a răspunde provocărilor pieței, managerii, împreună cu echipele manageriale, trebuie să ia decizii corecte și în timp util; pentru acest lucru, este necesar să aibă personal pregătit și date economice reale și actuale. Este necesară susținerea unor forme de învățământ superioare, în vederea instruirii personalului și a unui centru de cercetare poștală care să ofere permanent informațiile necesare. Economia de piață are, permanent, două mari obiective: *ce să facem* și *cât să facem*; managementul trebuie să aibă permanent ca obiectiv *cum să facem*. Dacă acest obiectiv nu este abordat corect și la timp, consecința este scăderea calității serviciilor și, implicit, eșecuri economice și chiar autoeliminarea din piața poștală.

Lucrarea tratează mai multe aspecte ale serviciilor poștale, cu părți distincte din mediul rural din Direcția Regională de Poștă Timișoara, pentru care s-au realizat studii de caz. Lucrarea prezintă Directiva Poștală Europeană cu modificările ei ulterioare, care a fost elaborată în vederea realizării spațiului poștal unic al U.E., și coordonarea reformei poștale inițiată de către U.P.U.

Pentru că studiile și cercetările care au stat la baza acestei lucrări se realizează în perioada de tranziție, respectiv de trecere de la economia de comandă la economia de piață, când s-au luat multe decizii care au produs modificări de fond în rețeaua poștală, s-au impus mai multe exemplificări. Nu s-a optat numai pentru o elaborare strict teoretică, ci pe o elaborare mixtă, teoretică cu exemplificări din practica poștală.

Prin această lucrare, ne-am propus să demarăm dezvoltarea unei literaturi de specialitate specifice serviciilor poștale, care să permită, pe lângă crearea unei culturi de specialitate, și o percepție din punct de vedere economic a serviciilor poștale. Este necesară dezvoltarea unui management și a unui marketing adecvate, bazate pe o cercetare și prospectare a pieței serviciilor în general și a serviciilor poștale în special, care să asigure integrarea cât mai rapidă a serviciilor poștale în economia de piață.

Autorul

Dr. Lăzărescu Caius, fostul meu doctorand având o pregătire economică de excepție, în domeniul economic și dezvoltării serviciilor rurale este un foarte bun cunoscător al sistemului poștal. A studiat acest sistem remarcându-se prin lucrările elaborate pe timpul studiilor universitare și de masterat cât și în timpul doctoratului, precum: „*Contabilitatea Serviciilor Poștale*”, la încheierea studiilor universitare, lucrarea de disertație „*Perfecționarea Sistemelor de Decontare în Serviciile Poștale*” la încheierea studiilor de Masterat și Teza de Doctorat cu tema „*Posibilități de Perfecționarea a Managementului și Marketingului Serviciilor Poștale în Mediul Rural din D.R.P.Timișoara*”. Comunicări științifice prezentate la simpozioane: „*Sistemul Poștal din Mediul Rural din regiunea de Vest Timișoara*”, „*Importanța Poștei*”, „*Serviciile Poștale în mediul Rural-studiu realizat în zona 5 vest*”, „*Globalizarea Serviciilor Poștale*”, Cărți Publicate: „*Economia Serviciilor Poștale*”, „*Automatizări și Tehnologie Poștală*”, în curs de apariție „*Managementul Serviciilor Poștale*”, „*Servicii financiare poștale*”. A conceput pentru prima dată în România un MASTER în domeniul serviciilor poștale care a putut fi realizat numai cu sprijinul Prof. Univ. Dr. Fruja Ioan, Prof. Univ. Dr. Ardelean Aurel Rectorul Universității de Vest „Vasile Goldiș” din Arad și Prof. Univ. Dr. Dumescu Florin Decanul Facultății de Științe Economice.

Acad. Prof. Univ. Dr. Ioan Păun Otiman

