

## Взгляд со стороны на отчет АО «Почта России» за 2019 год

В.В. ШЕЛИХОВ,  
заслуженный работник связи Российской  
Федерации

В июле 2020 г. АО «Почта России» разместило на своем сайте годовой отчет за 2019 год (далее — отчет) о суммарных итогах деятельности ФГУП и АО «Почта России» в отчетном году, экономических показателях, финансовом положении и перспективах развития [1].

Необходимо сказать, что практика публикации открытых данных по итогам деятельности органов государственной власти и хозяйствующих субъектов существует уже давно и повсеместно. Что касается Почты России, то первый такой отчет был выпущен в 1993 г. В то время политика открытости для почтовой связи в своей деятельности была одним из приоритетов. Основные требования к содержанию открытого отчета были сформулированы руководством Министерства связи России (первый заместитель министра Б.П. Бутенко), Федеральным управлением почтовой связи при Минсвязи России (генеральный директор В.А. Поляков), Федеральной службой почтовой связи Российской Федерации (директор Б.А. Цибульский).

К сожалению, с 2013 г. такие отчеты Почты России прекратили выходить. Максимум, что можно было найти в публичном пространстве, — это отчеты руководителя, доклады о финансово-хозяйственной деятельности да отчеты эмитента. Отрадно, что с приходом нового руководства правильная традиция возобновлена. Более того, мне понравился способ адресной рассылки отчета по инфор-

агентствам и другим СМИ. Вызывает уважение такая открытость.

Теперь, собственно, об отчете. В нем приведено значительное количество самой разнообразной информации, которую возможно использовать при анализе эффективности деятельности АО «Почта России». Однако в нем имеются существенные недостатки, которые и предлагается обсудить.

После внимательного прочтения отчета у меня сложилось впечатление, что в законченном виде документ никто из высшего руководства АО «Почта России» не читал. Не читали его и руководители профильных подразделений АО «Почта России». Ничем другим нельзя объяснить наличие по тексту различного рода «перлов». Например, на стр. 3 размещены миссия АО «Почта России» и ее слоган. Подчеркну, что это — основополагающие понятия профиля компании.

Миссия организации проясняет представление руководства и сотрудников о том, зачем и для чего создана их организация, это понимание о месте компании в будущем. А что мы видим в профиле АО «Почта России»? «Мы находим дороги там, где их нет». Это как? Дороги нет, а ее кто-то нашел? Чем-то напоминает философскую притчу про поиски черной кошки в темной комнате. Либо авторы отчета перестарались, либо руководство АО «Почта России» так представляет будущее своей компании.

Этот тезис косвенно подтверждается и содержанием миссии. Там в качестве точки получения услуг почтовой связи обозначены **традиционные** почтовые отделения. А это как? Судя по всему, авторы текста знают, где в России существуют и нетрадиционные

почтовые отделения. Специально для них поясню, что существуют **стационарные** отделения почтовой связи и **передвижные** — других нет.

Профиль компании изобилует подобными неточностями и оговорками. Там же указано, что больше 80 % географии — города с населением до 20 тыс. человек и сельские населенные пункты. Что такое 80 % географии? Это процент охвата территории страны услугами почтовой связи или процент территории страны, занятый сельскими населенными пунктами и городами с численностью менее 20 тыс. человек? По данным Росстата, городские жители составляют 75 % от общей численности населения страны, по его же данным число населенных пунктов с населением более 20 тыс. человек не превышает 0,44 % от их общего количества [2]. Что-то цифры не сходятся. И собственно, для чего такая информация в профиле компании, если чуть выше в миссии уже продекларировано предоставление услуг каждому человеку на всей территории страны независимо от удаленности пункта проживания?

В отчете нет четкого структурирования приводимой информации. Поэтому показатели, характеризующие то или иное направление деятельности, разбросаны по разным разделам, и их требуется разыскивать и стыковать. В качестве основы по структуре отчета можно предложить следующие варианты:

использовать структуру стратегии Общества (раз это отчет);

взять за основу направления деятельности (ст. 5 Федерального закона от 29.06.2018 № 171-ФЗ «Об особенностях реорганизации федерального государственного унитарного предприя-