

Домашнее задание для группы 2-го курса № 202

по специальности «Почтовая связь»

ФИО преподавателя: Плотникова Елена Александровна

Адрес электронной почты преподавателя для отправления готового выполненного домашнего задания: lena.plotnikova064@yandex.ru

МДК 04.01.

«Технология почтовой связи».

15.05.2020 года.

Тема: «Распространение периодических печатных изданий».

Вид домашнего задания:

1. Прочитать лекцию в учебнике.
2. Написать конспект, по данной теме.
3. Ответить на контрольные вопросы:
 - а) Как распространяются периодические издания?
 - б) Что такое карточная и адресная системы экспедирования печати?
 - в) Чем различаются централизованный и децентрализованный способы печатания газет?

Источники: Учебник В.В. Шелихов, Н.Н. Шнырева, Г.П. Гавердовская, «Организация почтовой связи», стр. 166-169.

Учебник В.В. Шелихов, Н.Н. Шнырева, Г.П. Гавердовская, «Оператор связи», стр.313-316;

Интернет-ресурсы:

- 4.Официальный сайт ФГУП «Почта России» www.russianpost.ru
- 5.Официальный сайт УФПС Саратовской области www.sarpost.ru
- 6.Информационно правовая система «Консультант плюс» www.consultant.ru
- 7.Сайт ФГУП «Почта России» для клиентов www.pochta.ru

8.1. Общие положения

В России одной из традиционных форм работы почтовой связи является распространение газет и журналов по почтовой подписке. В 1918 г. специальным декретом Совета Народных Комиссаров РСФСР функции по распространению газет были возложены на государственную почту. Только в СССР и Китае 90 % всей периодики распространялось по подписке через почту, остальное продавалось в розницу через сеть киосков «Союзпечати» («Роспечати»). В остальном мире соотношение подписки и розницы было прямо противоположным. Основной особенностью подписки на периодику является то, что клиенту продается товар, которого еще нет, который появится (выйдет в свет) только через 4...6 месяцев после его покупки (оформления подписки).

В 1992—1994 гг. после принятия Закона Российской Федерации от 27.12.91 № 2124-1 «О средствах массовой информации» была проведена демонополизация распространения периодических изданий. Функции по организации и приему подписки были переданы из местных агентств «Роспечати» в УФПС. За агентствами «Роспечать» были сохранены функции по розничной продаже печатных изданий. Начали создаваться центральные негосударственные агентства по распространению периодических изданий, была приватизирована розничная сеть «Роспечати», созданы альтернативные почте доставочные структуры.

Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» введен ряд понятий и определений, регулирующих распространение периодических печатных изданий. В частности, под распространением продукции средств массовой информации (СМИ) понимается продажа (подписка, доставка, раздача) периодических печатных изданий; под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции СМИ по договору с редакцией, издателем или на иных законных основа-

ниях. Не допускается воспрепятствование осуществляемому на законных основаниях распространению продукции СМИ. Продукция для некоммерческого распространения должна содержать пометку «Бесплатно». Каждый выпуск печатного издания должен содержать следующие сведения:

- название издания;
- наименование учредителя (соучредителей);
- фамилия, инициалы главного редактора;
- порядковый номер издания и дата его выхода в свет, для газет — время подписания в печать; плановое и фактическое;
- подписной индекс — для изданий, распространяемых через организации почтовой связи;
- тираж;
- цена, либо пометка «Свободная цена», либо пометка «Бесплатно»;
- адреса редакции, издательства, типографии.

Тираж определяется главным редактором на основании итогов подписки и заказов по рознице. Изъятие, а равно уничтожение тиража или его части допускается только по вступившему в силу решению суда. Распространители несут уголовную, административную, дисциплинарную или иную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации за нарушения, выразившиеся в воспрепятствовании осуществляемому на законном основании распространению продукции СМИ или в незаконном распространении продукции СМИ без его регистрации в установленном порядке либо после решения суда о прекращении или приостановлении его деятельности.

Периодические печатные издания распространяются по подписке и в розницу. Распространение подписных тиражей газет и журналов проводится по карточной и адресной системам. При *карточной* системе распространения периодические издания сортируются в газетно-журнальных экспедициях общим посылом до объектов почтовой связи, из которых они поступают в доставочные ОПС для расписывания по конкретным подписчикам. При *адресной* системе распространения периодические издания в экспедициях сортируются по конкретным подписчикам в их почтовые адреса и пересылаются им в виде писем или бандеролей.

В настоящее время подписка осуществляется по нескольким основным каталогам. В их число входят: каталог российской прессы «Почта России», каталоги ОАО «Агентство «Роспечать» («Газеты и журналы», «Издания органов научно-технической информации»); Объединенный каталог «Пресса России» (том 1 — газеты и журналы; том 2 — книги и учебники), выпускаемый семью центральными агентствами по распространению печатных

СМИ. Основным отличием каталога российской прессы «Почта России» от других каталогов является то, что он выходит по каждому субъекту Российской Федерации отдельно и в нем представлены конечные подписные цены, поэтому нет необходимости вносить их вручную. Тираж каталогов «Почта России» достигает 280 тыс. экз., каталога «Роспечати» «Газеты и журналы» — 300 тыс. экз., Объединенного каталога — 210 тыс. экз. Каталоги выходят два раза в год. Всего через государственную почту распространяется по подписке около 10 тыс. наименований периодических изданий, из них 4,1 тыс. общероссийских, 5,9 тыс. региональных и местных изданий. За год оформляется примерно 60 млн подписок, доставляется 2,5...3,0 млрд экземпляров газет и журналов, а общая сумма подписных средств достигает 11 млрд руб.

Основная задача в области распространения периодической печати — быстрее продвижение газет и журналов из типографий до читателей. Эта цель достигается двумя способами: использованием скоростных видов транспорта при перевозке и децентрализацией печатания изданий. При *централизованном* способе печатания издания печатаются в том же городе, где и издаются. При *децентрализованном* способе печатания издания печатаются не только в городе, где они издаются, но и в других городах, куда фотополосы газет передаются из издательств в местные типографии по каналам электросвязи.

Редакции и издательства строят свои отношения с организациями, участвующими в процессе распространения периодической печати, на договорной основе. Они могут заключить договор с агентством по распространению или договор с УФПС на весь комплекс работ, составляющих законченный производственный цикл распространения изданий по подписке: формирование и выпуск каталогов, прием подписки, составление и обработка заказов, экспедирование, перевозка, доставка. В то же время редакции и издательства могут выбирать любых исполнителей отдельных работ этого производственного цикла в различных сочетаниях.

В заключаемых договорах определяется перечень оказываемых редакциям и издательствам услуг по распространению печати, тарифы на эти услуги, размеры скидок по оплате услуг, порядок и сроки выдачи заказов на периодические издания, порядок и сроки расчетов по принятым заказам и поставленной печати, условия исполнения рекламаций со стороны подписчиков, права и обязанности сторон, ответственность за неисполнение обязательств по договору.

Взаимоотношения подписчика с редакциями, издательствами и распространителями регулируются «Правилами распростране-

ния периодических печатных изданий по подписке», утвержденными Правительством Российской Федерации. При приеме подписки между подписчиком и распространителем оформляется договор подписки на периодическое печатное издание, в текст которого может быть включено условие доставки.

«Правилами распространения периодических печатных изданий по подписке» определено, что подписчиком является гражданин, имеющий намерение приобрести или приобретающий периодическое печатное издание по договору подписки исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже 1 раза в год.

Распространителями периодических печатных изданий по договору подписки могут выступать редакция или издатель, выполняющие функции по распространению периодических печатных изданий, другая организация или индивидуальный предприниматель, выполняющие функции по распространению указанных изданий на основании договора с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Методологическую работу по организации работы по распространению периодических изданий проводит ФГУП «Почта России». На сегодняшний день в отрасли действуют четыре инструкции: «По приему подписки и обработке подписной документации на периодические печатные издания», «О порядке экспедирования периодических печатных изданий», «По перевозке периодических печатных изданий», «О порядке обработки периодических печатных изданий в газетных узлах и отделениях почтовой связи». Хотя действующие субъекты, организующие распространение печатных изданий при помощи государственной почты, как правило, придерживаются основных положений этих документов для стыковки своих технологий с почтовыми технологиями обработки печати.

8.2. Прием подписки

периодических печатных изданий и

