

ЭКОНОМИКА**Старкова Татьяна Николаевна**

старший преподаватель

Ананина Елизавета Александровна

студентка

Санкт-Петербургский государственный университет

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

г. Санкт-Петербург

**ПОСТКРОССИНГ – ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД В
УВЕЛИЧЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ ПОЧТОВОЙ
УСЛУГИ**

***Аннотация:** в статье рассматривается реализация международного проекта «Посткроссинг», созданного с целью коммуникации людей посредством использования услуг почтовой связи. Перечисляются и описываются виды Посткроссинга, приводится статистика количества почтовых отправлений по данному проекту. Автор отмечает возрастание популярности данного проекта среди людей разных стран, что приводит к росту прибыли от продажи знаков почтовой оплаты и увеличению спроса на открытки, а также влияет на психоэмоциональное состояние человека.*

***Ключевые слова:** посткроссинг, спрос, потребительская ценность, почтовые карточки.*

Развитие электронных услуг существенно снизило спрос на услуги почтовой связи: открытки стали низко востребованной продукцией, поэтому интересно рассмотреть проект, который вдохнул новую жизнь в этот вид связи. Посткроссинг – уникальный проект, который помогает людям получать открытки со всей планеты. Главная его идея заключается в том, что, отправляя открытку одному участнику проекта, вы получаете открытку от другого, то есть система непрямого обмена, при этом используется универсальная услуга почтовой связи.

Зачем? – существует много людей, которые любят получать традиционную почту, справедливо считая, что эти услуги отличает низкая стоимость и высокая потребительская ценность. Этот некоммерческий проект был открыт 14 июля 2005 г. на сайте www.postcrossing.com, автором считается Paulo Magalhães.

Различные виды инноваций тесно связаны между собой, а порою и переплетены. Технологические инновации обычно являются предтечей инноваций технических (поэтому их иногда объединяют, называя производственными). Технические инновации влияют на содержание процессов производства, тем самым, создавая условия для управленческих инноваций, поскольку вносят изменения, связанные с внедрением нового продукта, в организацию производства. *Управленческие инновации* воплощаются в новых управленческих технологиях, административных решениях и организационных структурах. *Социальные инновации* находят свое выражение в новых формах, методах и подходах к вопросам образования и повышения квалификации [3, с. 19].

В посткроссинге применены технические, управленческие и социальные инновации. *Технические* – позволяют создать базу адресов, *управленческие* – заложить принципы эффективного использования; добровольности; *социальные* – расширить географические познания людей.

В посткроссинге выделены несколько типов обмена: официальный обмен, обмен через форум проекта, обмен по кругу, путешествующий конверт.

Официальный обмен – термин, которым обозначаются открытки, отправленные через автоматизированный механизм официального сайта, который предполагает один из трёх статусов для каждой открытки: пути (travelling), получена (registered), истек срок доставки (expired).

Первый статус означает, что открытка на данный момент находится в пути либо еще не была отправлена пользователем. Регистрация открытки производится с помощью идентификационного кода, состоящего из двух частей: двух букв и цифр. Буквы соответствуют коду страны отправителя в формате ISO 3166. Число же обозначает порядковый номер открытки, отправленной с помощью си-

стемы из данной страны. После того как открытка зарегистрирована, она приобретает новый статус «получена». В случае если по истечении 60 дней с момента отправления открытка так и не была зарегистрирована, ей присваивается статус «истек срок давности», после чего уменьшается на единицу число открыток, имеющие статус «в пути». Статус «истек срок давности» находится в системе из-за существующего лимита на количество открыток одного пользователя, одновременно находящихся «в пути». Для начинающих пользователей лимит равен 5 и возрастает с увеличением числа дошедших до адресата открыток, отправленных участником.

Обмен через форум проекта. Тег (tag) – обмен открытками «по цепочке». Каждый отметившийся в соответствующей теме на форуме (как правило, каждая тема имеет свою тематику) отправляет открытку предыдущему пользователю и получает открытку от следующего за ним. Тег с предлагающимися открытками (offer tag) – вид обмена, в котором участник предлагает имеющиеся у него открытки, а заинтересовавшиеся пользователи форума выбирают конкретные понравившиеся почтовые карточки. При таком обмене вам отправляют выбранную вами же открытку. Отличие от обычных тегов состоит в том, что тут вы отправляете открытку следующему за вами пользователю, а предыдущий шлет вам.

Помимо вышеперечисленных тегов, существуют и такие, которые привязаны к конкретной стране. Эти обмены позволяют получать всем желающим открытки из одной лишь этой страны. Например, обмен «Россия – остальной мир» подразумевает, что желающие участники могут получить открытку из России, отметившись в ветке тега, если он относится к любой другой стране. Пользователи из России в таком случае, получают открытки от них.

Обмен по кругу (round robin), также объединяет пользователей в группы по определенному критерию. В классическом варианте данного вида обмена каждый из участников шлет открытку каждому из членов своей группы.

Путешествующий конверт. Такой тип обмена, в котором группа участников отправляет один и тот же конверт друг другу по цепочке. Такой вид обмена высоко ценится любителями марок, т. к. конверт, после прохождения своего полного пути от участника к участнику, становится полностью покрыт ими. Более того, по такой системе может осуществляться и обмен открытками, где каждый участвующий может взять из конверта несколько понравившихся открыток, затем вложить в конверт свои открытки и отправить его дальше, следующему участнику.

Другие виды обмена. На форуме посткроссинга существуют обмены различных схожих тематик, а именно обмен марками, монетами или мелкими банкнотами. Принцип организации этих обменов аналогичен принципу обмена открытками.

В мире ежедневно отправляют и получают тысячи открыток. На начало ноября 2014 г. статистика выглядит так:

26,665,814 открыток было получено за всё существование проекта;

475,094 открытки в пути к получателю на данный момент;

512,213 зарегистрированных пользователей из 212 стран.



Рис. 1. Карта мира

(Синий цвет – страны, участвующие в проекте Посткроссинг. Красный цвет – страны, ещё не являющиеся участниками проекта Посткроссинг)

Суммарное расстояние, пройденное всеми отправленными в рамках проекта открытками составляет более 135 млрд. км, что в 900 с лишним раз превосходит расстояние от Земли до Солнца.

Географическое распределение пользователей представлено на рис. 2.

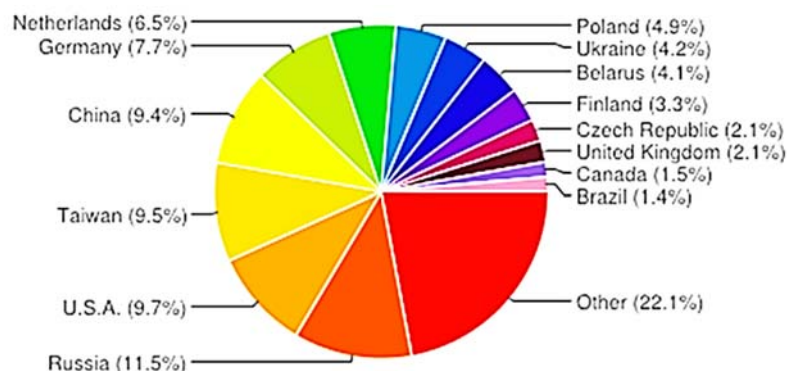


Рис. 2. Распределение пользователей по странам мира

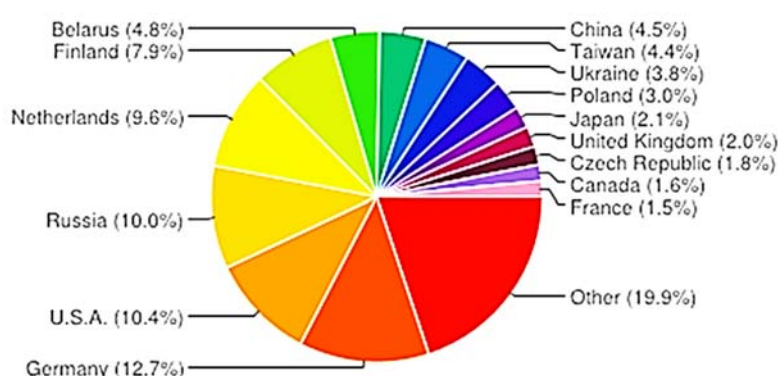


Рис. 3. Распределение количества отправленных открыток по странам мира

Как видно из рис.1-3, Россия занимает 1 место в мире по количеству участников (59,099) и 3 место по количеству отправленных открыток за всё время существования проекта (2,668,006).

Открытка с идентификационным кодом RU-1 000 000 вышла 24 мая 2012 г. из города Уфы и дошла в город Тольятти.

Сайт посткроссинга хранит в себе различную статистику не только для каждой страны и для всего проекта в целом, но и для каждого пользователя.

Основываясь на статистических данных с официального сайта и статистикой пользователей, оценка средней стоимости одной отправленной открытки: по России составляет 9 руб., в другие страны – 22 руб.

Один среднестатистический пользователь за время участия в проекте отправляет в среднем 15% открыток от общей массы по России и 85% открыток в другие страны. Таким образом, за время существования проекта российскими пользователями было отправлено: более 400 тысяч открыток по России на сумму

3,6 млн. руб.; в другие страны – приблизительно 2,3 млн. открыток на сумму более 49, 9 млн. руб. Как мы видим, за время участия России в проекте, участниками было потрачено свыше 53 млн. руб. на отправку почтовых карточек. И это только официальная статистика, не считая открыток, отправленных вне проекта друзьям и близким под влиянием возросшего интереса к данному занятию [4].

Интерес возрастает настолько, что зачастую участникам проекта становится мало того количества открыток, которые они отправляют с помощью официального сайта. Создаются новые площадки для обмена открытками и поиска друзей, готовых поддерживать их увлечение. Это ведёт к тому, что количество отправленных «официальных» открыток становится лишь малой, незначительной частью от общего количества путешествующих по миру почтовых карточек, отправленных из России.

Особое место в проекте отведено маркам, посвященным посткроссингу. 14 октября 2011 г. компанией, осуществляющей почтовые услуги на территории Нидерландов, впервые за всю историю почтовых служб был выпущен блок марок, посвященный посткроссингу. (см. рис. 4)

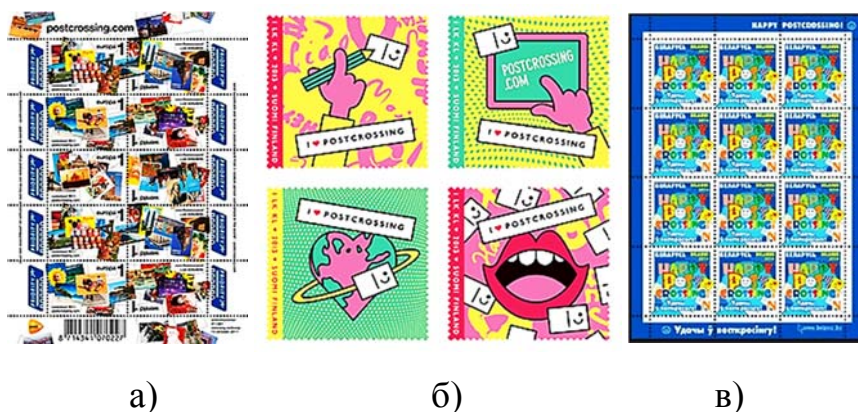


Рисунок 4. Блоки марок, посвященный посткроссингу, выпущенные в: а) Нидерландах; б) Финляндии; в) Белоруссии

Финляндия стала второй страной, последовав их примеру, и выпустила собственные марки в честь проекта Посткроссинг 9 сентября 2013 г. (см. рис. 4б). 2 января 2014 г. Белпочта так же выпустила собственные тематические марки в Белоруссии. (см. рис. 4в). В январе 2015 г. Россия выпустит марки, посвященные посткроссингу [1].

Посткроссинг и благотворительность. В условиях столь возросшего спроса на открытки проводится множество благотворительных кампаний по сбору средств для различных фондов помощи. Так, можно приобрести специальные открытки, изображения на которых – рисунки детей, инвалидов или людей с ограниченными возможностями. Средства, затраченные на их покупку, отправляются в благотворительные фонды, а сами открытки, скажем, с рисунками детей, разлетаются по миру и греют сердца получателей. При этом следует отметить, что оплата регистрации на сайте посткроссинга в рамках построения модели плановой и фактической цены потребления данной информационной услуги вряд ли станет для кого-то препятствием [2, с. 603].

Выводы. Таким образом, можно говорить о создании бизнес-модели, использующей электронные и бумажные технологии. Нарастающая популярность посткроссинга приводит к росту прибыли от продажи знаков почтовой оплаты, увеличению спроса на открытки. В тоже время происходит увеличение потребительской ценности услуги (психологической) – элемент неожиданности получения открытки из разных мест мира может превратить ваш почтовый ящик в ящик с сюрпризами, принести массу и других положительных эмоций, что может помочь определенной группе людей отвлечься, например, от привычки курения. Все это делает почтовые карточки настолько востребованным товаром, что в России открываются интернет-магазины, специализирующиеся на продаже открыток и сопутствующих товаров для этого уникального проекта.

Список литературы

1. Издательско-торговый центр «МАРКА» // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://rusmarka.ru/>
2. Копытко, О.И. Взаимодействие информационного и экологического менеджментов. О.И. Копытко, Т.Н. Старкова. Актуальные проблемы в науке и образовании. III международная научно-техническая и научно-методическая конференция: сб. научных статей / под ред. С.М. Доценко, сост. Г.А. Владыко, Е.А. Аникевич, Л.М. Минаков. – СПб: Санкт-Петербургский университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича, 2014. – 1291с.

3. Макаров, В.В. Управление инновациями и обеспечение качества в отрасли ИКТ: [монография] / В.В. Макаров. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2012. – 164 с.

4. Обмен открытками «Посткроссинг» // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.postcrossing.com/>