

протестировать заявленный сервис, но примечательно само его появление [5].

В зарубежных БД возможен импорт записей о публикациях во множестве различных форматов, что удобно для последующей обработки с помощью стороннего или собственного программного обеспечения. Обращение с данными из РИНЦ предполагает большой объем ручной обработки.

В заключение обратим внимание, что рассмотренный программно-технологический комплекс находится в опытно-промышленной эксплуатации с конца января 2011 г. Данные, получаемые из WoS, Scopus и РИНЦ, полностью интегрированы в собственную БД трудов сотрудников Института нефтегазовой геологии и геофизики (ИНГГ) и Информационно-поисковую систему «Геология и геофизика» [6, 7]. Работа с БД Scopus прошла апробацию на полномасштабной отработке профиля организации в Государственном научном центре вирусологии и биотехнологии «Вектор» и ИНГГ СО РАН.

Литература

1. Гуреев В. Н., Мазов Н. А. Изучение информационных потребностей ученых с использованием библиомет-

рического анализа для оптимизации комплектования // Библиосфера. – 2012. – № 4. – С. 57–66.

2. Raan A. F. J. van. The use of bibliometric analysis in research performance assessment and monitoring of interdisciplinary scientific developments // Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis. – 2003. – Bd 1. – S. 20–29.
3. Bibliometrics Publication Analysis as a Tool for Science Mapping and Research Assessment 2008. – URL: http://ki.se/content/1/c6/01/79/31/introduction_to_bibliometrics_v1.3.pdf (дата обращения: 12.10.2012).
4. ResearcherID integration with Web of Science (2012) : resource doc. – URL: <http://wokinfo.com/5DAF/> (дата обращения: 10.07.2012).
5. Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX. – URL: http://elibrary.ru/projects/science_index/science_index_org_info.asp (дата обращения: 12.10.2012).
6. Мазов Н. А. Оценка потока научных публикаций академического института на основе библиометрического анализа цитирования // Информационные технологии в гуманитарных исследованиях. – Новосибирск, 2011. – № 16. – С. 25–30.
7. Мазов Н. А., Гуреев В. Н. Проблемы идентификации метаданных в наукометрических базах данных Web of Knowledge, Scopus и РИНЦ на примере профилей авторов // Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса : 19-я междунар. конф. «Крым 2012» (2–10 июня 2012 г., г. Судак) : тр. конф. – М., 2012. – С. 1–4. – CD-ROM.

УДК 655.4/5:004
ББК 76.184с51

КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ (НА ПРИМЕРАХ КНИГОТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА)

© О. Н. Альшевская, 2012

Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук
630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15

Обобщен опыт работы предприятий книгораспространения по использованию в своей деятельности цифровых технологий и продуктов: печать по требованию, интернет-магазин, электронные клиентские базы данных и др. Как один из элементов успешной деятельности книготоргового предприятия в цифровую эпоху рассмотрено развитие традиционной для книжного магазина культурно-досуговой деятельности.

Ключевые слова: книгораспространение, букридер, интернет-магазин, электронная клиентская база, культурно-досуговый центр.

This article summarizes the experience of the book distribution companies on the use of digital technology: «Print-On-Demand», Internet-shops, electronic client databases, etc. As one of the elements of success in book-selling business in the digital age – the development of cultural and leisure activities in traditional book store.

Key words: Book distribution, bookreader, online store, e-customer base, cultural and recreational center.

На сегодняшний день в нашей стране бумажные носители информации в книжной торговле преобладают над электронными –

потребитель пока еще чаще и охотнее покупает книги в книжных магазинах, а не скачивает их из Интернета. Согласно экспертной оценке ведущих

дистрибьюторов цифрового контента, объем продаж электронных книг в России составил в 2012 г. 235–250 млн руб., т. е. всего лишь 0,3% ее книжного рынка. Но темпы роста этого сегмента достаточно велики: плюс 80% к продажам 2010 г.

Таким образом, по мнению экспертов, соотношение сил в книгораспространении неуклонно и интенсивно меняется. Негативные прогнозы развития традиционного книгораспространения основаны и на общеотраслевых показателях, которые демонстрируют практически полную остановку роста выручки в рублевом выражении в 2011 г. на фоне сокращения количества проданных экземпляров в среднем на 5–8% [1, с. 10].

Современность и успешность книжного магазина сегодня во многом предполагает активное использование цифровых решений в различных вариантах – это продажа букридеров («читалок») и электронных книг, организация интернет-магазинов, внедрение печати по требованию, создание и эффективное использование электронных клиентских баз.

Неординарное событие для российского книжного рынка – старт продаж собственного ридера в компании «Буквоед» (Санкт-Петербург) в декабре 2011 г. Ридер компании «Буквоед» – это электронная книга с сенсорным экраном, доступом в Интернет через Wi-Fi и, соответственно, возможностью покупать (закачивать) электронные книги непосредственно на само устройство.

Генеральный директор книготорговой сети «Буквоед» Д. А. Котов так комментирует это событие: «Мы не конкурируем с производителями “читалок”. Мы продаем устройство-интерфейс взаимодействия клиента с сетью “Буквоед”. Мы продаем персональный магазин “Буквоед”, который будет находиться в сумочке у каждого его купившего. Через это устройство человек в первую очередь сможет купить у нас любую книгу, как электронную, так и бумажную. Через наше устройство клиент будет накапливать, читать и хранить свою личную библиотеку, а также сможет посмотреть, какие мероприятия проходят в этом месяце в сети “Буквоед”, какие новинки появились. Таким образом, он будет реализовывать более широкую, более интересную функцию читателя» [1, с. 16].

Но «Буквоед» – столичная компания, а положение и деятельность столичных и региональных книготорговых предприятий во многом различаются. По словам руководителя крупнейшей сибирской книготорговой компании «ПродалитЪ» В. Перевозникова, «продажа ридеров в Иркутске (600 тыс. населения) не только экономически неприемлема на данный момент, но и не имеет перспективы на ближайшее будущее. Многие вещи (планшетики, «читалки»), распространенные в мегаполисах, нереальны в регионах» [2]. Подобного

мнения придерживается и генеральный директор книготорговой сети «Аристотель» М. Ю. Трифонов: «Мы не торгуем ридерами или иными приборами, потому что не видим хороших условий закупки и хорошей маржи в данном продукте» [3].

С учетом исторически сложившейся неразвитости российской инфраструктуры доставки книжного ассортимента в регионах, можно предположить востребованность на периферии еще одного достижения развития цифровых технологий – терминалов печати по требованию. Но на самом деле Print-On-Demand – этот «убийца» бумажных книг – не спешит в региональные книжные магазины.

Адекватно вписаться в современную цифровую среду книгораспространению помогает активное развитие интернет-торговли. Годом постепенного развития книжной онлайн-торговли был назван 2009 г.: продажи через Интернет, вопреки общему падению рынка, не только не снизились, но даже возросли [5]. В 2010–2011 гг. книжная интернет-торговля продолжала бурно развиваться.

Для регионального книгопокупателя развитие книжной онлайн-торговли трудно переоценить: проникновение Интернета в регионы России уравнивает столичных покупателей и «провинциалов» в пользовании любыми электронными информационными ресурсами, в том числе в возможности покупать книги через Интернет.

Наиболее крупный российский книжный интернет-магазин – OZON.ru. По оценкам покупателей, «практически любое издание, которое вы ищите в Интернете, высветится в его каталоге» [6]. Общий книжный ассортимент, доступный для заказа клиентам OZON.ru, в апреле 2011 г. составлял около 370 тыс. наименований. Еще 120 тыс. наименований книг с недавнего времени стали доступны в разделе «Книги по требованию» (книга печатается по заказу клиента).

Кроме богатейшего ассортимента OZON.ru, сибирский книгопокупатель может воспользоваться и другими книжными интернет-магазинами. В Новосибирске, Томске, Омске, Иркутске, Красноярске и других сибирских городах открыты многочисленные пункты доставки заказов практически всех крупнейших российских книжных интернет-магазинов.

Кроме того, в последнее время многие сибирские издатели и книготорговцы либо открыли интернет-магазины, либо предлагают онлайн-заказ своего ассортимента с почтовой или курьерской доставкой. Такие возможности покупателям предоставляют книготорговая компания «Британия – Миллениум», книжные магазины «Капитал», «Березка», «Букинист», книжная сеть «Почитай-ка» – «Скрепка», «Экор-книга», компания «Сибверк», оптово-розничная компания «Книга-клад», оптовая компания «Эксмар плюс», книжный магазин «Шко-

льная планета», книготорговая компания «Автокнига». Интернет-магазины имеют оптово-розничные подразделения издательств: «АСТ», «Эксмо», «Питер», «Олма Медиа групп», Сибирского университетского издательства, книготорговой компании «Мирс» и др.

В апреле 2011 г. открыл свой интернет-магазин, считая направление интернет-продаж перспективным, «ПродаЛитЪ». Руководитель компании В. Ю. Перевозников отмечает: «у него низкий старт, но в целом интернет-магазин выгоден, потому что иногда заказывают такие книги, которые уже никогда не продать в оффлайне» [2]. Действует интернет-магазин и в компании «Мирс» (Хабаровск), работает он только на территории Дальнего Востока и имеет небольшой оборот.

Книжная интернет-торговля, при условии отработки книготорговыми и издательскими компаниями логистических цепочек – каналов, по которым выбранная и заказанная в сети книга найдет своего покупателя, – в ближайшем будущем будет иметь большое значение для развития регионального книжного рынка и, возможно, станет одним из основных каналов книгораспространения.

Важным, стимулирующим деятельность книготоргового предприятия, является развитие клиентских баз на основе цифровых технологий. Работа с постоянными покупателями, ведение картотек постоянных покупателей – необходимое условие функционирования книжного магазина. Специалисты магазина, занимающиеся обратной связью с покупателями, постоянно в электронном формате уточняют их текущие потребности, таким образом, каждый клиент получает интересующие именно его рассылки – новинки по тематике, приглашения на авторские встречи, заседания клубов. Магазины стимулируют покупательскую активность, ежемесячно награждая клиентов по результатам совершенных ими покупок.

Столичный книжный магазин «Библиоглобус» (Москва) имеет огромную электронную клиентскую базу – более 300 тыс. активных клиентов. На региональном уровне подобные примеры многократно скромнее, но активно работают с электронными клиентскими базами специализированные книготорговые предприятия: компания «Британия – Миллениум», оптово-розничная компания «Автокнига», антикварно-букинистический магазин «Сибирская горница» и многие др.

Активное внедрение в деятельность магазина цифровых технологий должно сопровождаться развитием традиционной для книжного магазина культурно-досуговой деятельности. Подобного варианта придерживаются многие зарубежные магазины.

Основой такой организации деятельности книжного магазина является определенным образом сформированная идеология магазина как места

досуга и отдыха. Хотя книги продолжают занимать там примерно 50% ассортимента, сами магазины постепенно превращаются в досуговые центры, где можно приобрести не только книги, но и сувениры, игры, товары для хобби. Книжный магазин становится местом, куда люди могут прийти и провести несколько часов: ходить, блуждать, переходить из одного отдела в другой, вовлекаться в различную деятельность помимо традиционной покупки.

Меняется не только маршрут потребителя по магазину и выкладка книг, сам формат магазина, когда покупатель должен зайти, что-то быстро купить и выйти, уже не актуален. Чтобы сохранить за собой потребителя, магазин должен предоставить не только расширенный сервис, информационное сопровождение, но и определенную «интересность».

Превращение магазинов в культурные центры городов, хотя несмело, но приходит и на российский книжный рынок. Наиболее характерно это для столичных городов. Пример интереснейшей книготорговой площадки – «Парк культуры и чтения», открытый в Санкт-Петербурге в 2010 г. компанией «Буквоед». Немногочисленны, но реализованы подобные проекты и в регионах. Интересный опыт организации культурно-досуговой деятельности предлагает крупнейший книжный магазин Новосибирска «КапиталЪ».

Литературный магазин «КапиталЪ» открыл свои двери для покупателей 12 сентября 2008 г. Сегодня это один из самых больших книжных магазинов Новосибирска: площадь его торговых залов – около 1500 кв. м., ассортимент книг насчитывает более 90 тыс. наименований. В торговых залах для удобства покупателей размещены уютные диваны; в помещении книжного магазина работает кафе «Чашка кофе».

«КапиталЪ» позиционирует себя не только как магазин, но и как культурный центр. В Новосибирске он стал известен организацией многочисленных встреч со знаменитостями. Гостями литературной гостиной магазина в 2011–2012 гг. были известные писатели, ученые, деятели культуры и искусства: автор популярных бизнес-книг Константин Бакшт, издатель Павел Подкосов, психолог Нелли Власова, фотохудожник Евгений Иванов, кинокритик Андрей Малов, детский писатель, трижды удостоенный национальной детской литературной премии «Заветная дверь», Станислав Востоков, писатель, журналист, поэт, Дмитрий Быков, бизнес-тренер Сергей Азимов и многие др.

Регулярными интересными мероприятиями славится и самый большой магазин компании «Аристократель» – «Плиний Старший». В литературной гостиной магазина регулярно, не менее 2–3 раз в неделю проходят встречи с интересными людьми.

Руководитель компании М. Ю. Трифонов считает проводимые мероприятия экономически эффективными и важными для имиджа магазина.

Крупнейшей федеральной розничной книготорговой сетью после ухода «Топ-книги» стала объединенная розничная сеть: «Новый книжный» – «Буквоед» – «Читай-город». К 2012 г. она объединила более 200 магазинов во всех регионах России. В Сибирском Федеральном округе компания имеет магазины в Омске (3), Томске (3), Новосибирске и Новосибирской области (8).

Генеральный директор книготорговой сети М. Иванцов видит выживание книжного магазина в конвергенции продуктов: «Неизбежно происходят резонансные явления во всех трансформациях контента – это очень важная сегодня вещь, мир постепенно переходит из физической субстанции в виртуальную, и мы будем не воевать с электронной книгой, а будем с ней сосуществовать. Вышел фильм С. Ларрсона – и мы получили огромные продажи книг С. Ларрсона, сейчас вышел сериал по книгам Дж. Мартина – и будут еще большие продажи... Наша задача – найти правильный вид комплексного “разлива” этого контента и предложить его людям, которые приходят на нашу площадку, а для этого надо учиться смотреть на все шире, системно и работать с контентом во всех вариантах его предложения клиенту» [1, с. 15].

Книжная отрасль в целом и традиционная книготорговля в частности переживают сегодня не лучшие времена. Стремительно и необратимо сокращаются вещественные потоки, соответственно, уменьшается потребность в их обслуживании. Напротив, ассортимент цифрового контента колоссальный, формируется он в различных направлениях и тематиках. Кроме того, множатся стартапы, предлагающие услуги по конвертации книг в электронный формат и созданию приложений, рекомендательные сервисы, решения для мобильного контента и бизнес аналитики. У традиционных

книгораспространителей, имеющих опыт работы с книгой, есть шанс найти свое место в качестве агрегаторов цифрового контента, вписаться в его продвижение и систематизацию.

Обобщая сказанное о цифровом будущем книжного магазина, хочется акцентировать внимание на том, что большинство людей продолжают чувствовать книгу, театр, живую музыку, и это, собственно, и является основной системой защиты для традиционного книжного рынка. Несомненно, книжные магазины в цифровую эпоху должны становиться еще активнее, использовать в своей деятельности как цифровые решения в разных вариантах, так и реализовывать стратегию живого книжного пространства, предусматривающую большое количество событий в том или ином контексте, превращая книжный магазин в культурно-досуговый центр. Именно синергия большого количества разноплановых факторов станет надежной и стабильной опорой в долгосрочной перспективе развития, даст возможность книжному магазину найти свое место в нагромождении виртуальных ресурсов.

Литература

1. Книжный магазин в цифровую эпоху: профессиональная дискуссия // Кн. индустрия. – 2012. – № 3. – С. 10–19.
2. Книжный бизнес России 2011–2012: факты, прогнозы, тенденции / Б. С. Есенькин [и др.] // Кн. индустрия. – 2011. – № 8. – С. 19–20.
3. Трифонов М. Ю. Мы еще простудимся на похоронах электронной книги // Кн. индустрия. – 2012. – № 3. – С. 22.
4. «Академкнига» на Морском 22. – URL: <http://aristotel08.blogspot.ru/2012/03/22.html> (дата обращения: 14.07.12).
5. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2010 год : отраслевой анализ. докл. / под ред. В. В. Григорьева. – М., 2011. – С. 52.
6. Кузменко А. Как добиться успеха в информационную эру // Книжная индустрия. – 2009. – № 9. – С. 10.

УДК 002.2:004
ББК 76.10с51

ЦИФРОВЫЕ КОПИИ «УЧИТЕЛЬНОГО ЕВАНГЕЛИЯ» РАННЕЙ РУКОПИСНОЙ И ПЕЧАТНОЙ ТРАДИЦИИ¹

© А. Ю. Бородихин, А. В. Шабанов, 2012

*Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук
630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15*

Даются результаты работ по оцифровке выдающихся произведений древнерусской письменности и печати, которые ведутся в отделе редких книг и рукописей (ОРКиР) ГПНТБ СО РАН. Новизна и актуальность этого направления в исследовании книжной культуры средневековой Руси определяется факто-