

Попов Г.А.

*Вице-президент ISUA,
Российская книжная палата*

Современные информационные технологии в тематическом планировании и организации книжного рынка

Представлен поэтапный план создания российской системы Books in print.

Переход от жесткого планирования выпуска книг, существовавшего в условиях прежней системы, к стихийно складывающемуся книжному рынку принес издателям новые проблемы. Первая среди них — проблема распространения книжной продукции. Если раньше книга выпускалась исходя из "потребностей общества", определявшихся соответствующими партийно-административными структурами, независимо от того будет ли эта книга раскуплена, то сейчас издатель должен выпустить такую книгу, которая должна быть продана. В результате книжный рынок сопровождается значительными тематическими пробелами; дублированием, приводящим к перепроизводству отдельных книг; сокращением выпуска книг, необходимых для развития образования, культуры, науки и экономики. В основном рынок наполняется коммерческой литературой, как правило, детективного, приключенческого и эротического содержания. Реклама книжной продукции осуществляется хаотично, информированность читателей о новых книгах весьма низка, отсутствуют тематические планы большинства издательств. Поэтому читатели и наиболее крупные потребители книг, например библиотеки разного уровня, испытывают серьезные проблемы их приобретения, прежде всего из-за отсутствия достаточно полной и своевременной информации о вышедших книгах, их издателях и распространителях. В этом состоит одна из причин, почему социально значимые книги часто не имеют коммерческого успеха и требуют государственной поддержки.

В создавшемся положении необходимо более тесное взаимодействие издателей и книгораспространителей, основанное на добровольном представлении оперативной информации о

планируемых к выпуску и находящихся в продаже книгах в специализированную систему, наделенную определенными полномочиями и функциями по распространению данной информации как в России, так и за рубежом. Аналогичные системы, известные под названием Books in print, успешно функционируют в развитых странах (США, Англии, Германии, Франции и др.) и являются организационным началом книжного рынка этих стран. Структура западной книжной торговли базируется на следующих сущностях:

- национальный Books in print,
- издатель (издательство),
- оптовик (дистрибьютор),
- книжный магазин,

покупатель (оптовик, дистрибьютор, библиотека и т. д.). Из перечисленного понятия "оптовик" и "дистрибьютор" нуждаются в пояснении. Отличие оптовика от дистрибьютора состоит в том, что оптовик оплачивает тираж книги издателю и становится владельцем тиража, а дистрибьютор берет у издателя тираж книги без оплаты и распространяет его согласно командам издателя, остающегося по-прежнему владельцем книг. В этом случае издатель оплачивает все услуги дистрибьютора. Как правило, крупные книготорговые организации совмещают функции оптовика и дистрибьютора, работая с одними издательствами как оптовики, а с другими как дистрибьюторы.

На примере крупной книготорговой организации Koch, Neff & Oetinger (Германия) обозначим стандартный набор функций оптового звена:

- закупка книг у издателей. (фирма работает с более чем 2,7 тыс. издательств);

- выпуск и распространение каталогов о книгах в наличии, потребителями которых являются более чем 7,5 тыс. книжных магазинов;

- по данным каталогам осуществляется заказ книг покупателями;

- складирование, хранение и отправка потребителям книг. Фирма работает с 5 тыс. книжными магазинами, обеспечивает распространение 230 тыс. наименований в год как внутри страны, так и за рубежом. Складские операции осуществляются с помощью передовой технологии (компьютеризированной и механизированной), базирующейся на двух факторах: ISBN (в виде штрихкода) и вес книги;

сбор заказов на книги у покупателей (книжные магазины, мелкие оптовики и т. д.). Сбор заказов осуществляется по специальному протоколу (по телефону) одновременно с выводом этих данных в компьютер, последующей обработкой и выдачей необходимой информации для складских операций и формирования упаковок книг;

транспортная система, обеспечивающая доставку книг из издательств на фирму и с фирмы — покупателям. Основу транспортной системы составляют специально оборудованные автомобили. Доставка книг осуществляется в более чем 1000 точек страны. Ежедневно обслуживаются 1700 клиентов (покупателей) и отправляется около 200 т груза.

Экономические показатели данной фирмы таковы:

прибыль компании составляет 10% от объема реализации по оптовой работе;

прибыль по дистрибьюторской работе — 58% от годового оборота;

годовой оборот фирмы — 14 млн марок, причем 10% от суммы — за экспортную продажу книг, 63% — за продажу книг через книжные магазины, 27% — за продажу через книжные клубы, книжные отделы в крупных магазинах, книгопочту и т. д.

Эффективность работы книготорговой организации строится на следующих принципах:

выпуск и распространение книжных каталогов, в том числе специализированных;

стратегия закупки книг у издателей;

минимизация возвратов книг от покупателя из-за ошибок в технологии (не более 2%);

быстрота выполнения заказа покупателя (время, затраченное на выполнение заказа от момента его получения до доставки соответствующих книг покупателем);

минимизация поставки бракованных книг (не более 0,2%).

Основой стабильности действующих связей между издателем, оптовыми звеньями и книжными магазинами является твердая цена на книжную продукцию и система торговых скидок, устанавливаемых издателями. Оптовику издатель дает наибольшую скидку — до 45% от установленной издателем цены, книжному магазину — до 30%. Такой подход дает равные возможности книготорговым организациям. Наибольшее число книг (80%) издательства распространяют через дистрибьюторов и книжные магазины, 20%

— через оптовиков; более 50% всех издателей страны пользуются дистрибьюторами.

Концептуальная модель книжного рынка представлена на рис. 1, где показаны действующие связи между сущностями книжного рынка.

Заказы, как уже говорилось, осуществляются по каталогам (на традиционном носителе и на CD-ROM), выпускаемым оптовым звеном. Поэтому каталоги на книжную продукцию являются одним из основных информационных инструментов в организации книжного рынка. Любой каталог представляет собою довольно сложную информационную структуру. Он состоит из описаний книг, находящихся в наличии в торговой организации. Само описание состоит из двух частей: библиографическое описание и экономическая информация (цены, устанавливаемые налоги, информация о дистрибьюторах и оптовиках). Описание книги дает потенциальному покупателю полное представление о потребительских свойствах книги, ее коммерческих характеристиках и адресе приобретения. Информация о книгах в изданиях на CD-ROM снабжена информационно-поисковой системой, позволяющей осуществлять поиск данных о книгах по любому элементу описания.

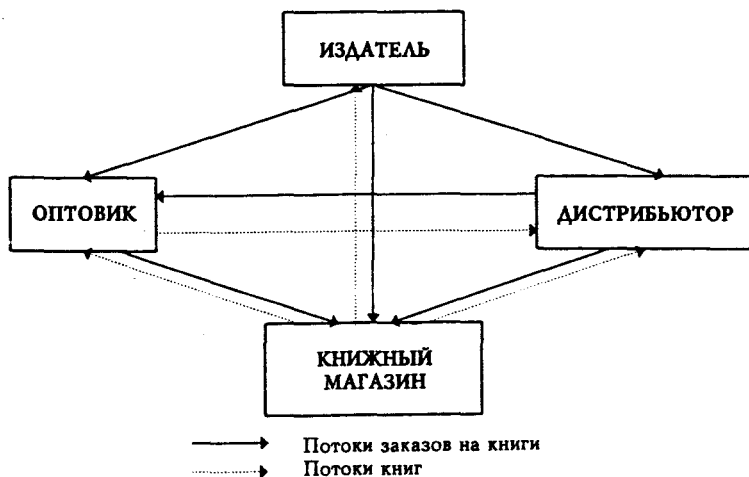


Рис. 1. Концептуальная модель книжной торговли Германии

Однако каталоги, выпускаемые оптовиками, не отражают все книги, издаваемые в стране. Поэтому для придания книжной торговле системной завершенности западные страны стали выпускать сводный каталог книг, находящихся в печати, или Books in print, который образует единое книжное пространство, позволяющее любому субъекту книжной торговли иметь полную и точную информацию о книгоиздании страны.

Системы, называемые Books in print, работают во всех развитых странах и обеспечивают эффективную ориентировку в книжной торговле любому заинтересованному потребителю. Более того, они являются важной составляющей в организации единого информационного пространства страны.

На примере германского Books in print определим функции подобной системы:

информирование потенциальных покупателей о книгах, находящихся в наличии, ценах на них, издателях, оптовиках и дистрибьюторах. Для этого два раза в год выпускается и распространяется сводный каталог Books in print в семи томах (200 тыс. с.) плюс один дополнительный том в год. Издания о книгах in print на CD-ROM выпускаются 9 раз в год. Информация о книгах in print предоставляется на дискетах, по электронной почте, а также в режиме online. На базе сводных каталогов и изданий на CD-ROM оптовые организации готовят собственные уточненные каталоги. Общий объем одного издания на CD-ROM — 650 тыс. названий книг. Общее количество подписчиков 10 тыс., цена подписки 1800 марок за год;

сбор информации от издательств о имеющихся в наличии книгах в установленной форме; обработка, ведение, поддержка и актуализация информации о книгах in print. В настоящее время в германском Books in print в базе данных находится 650 тыс. названий книг in print, 350 тыс. названий книг out of print; ежегодно вводятся в базу данных 60 тыс. названий новых книг; 400 тыс. названий ежегодно актуализируются. Информация о книгах поступает в систему от 12 тыс. издателей. (Необходимы пояснения по поводу терминов in print и out of print: первый означает, что книги находятся в продаже (в наличии), а издательство осуществляет постоянную их допечатку в соответствии с покупательским спросом. Проданные книги, но не имеющие дальнейшего покупательского спроса, перестают выпускаться (допечатываться) и находятся в состоянии out of print, однако при появлении (возобновлении) спроса они вновь становятся книгами in print.

Таким образом, книги могут переходить из состояния *in print* в состояние *out of print* и наоборот. Например, ежегодно из базы данных *in print* 35 тыс. наименований книг переходят в базу данных *out of print*);

поддержка национальной библиографии, проведение конференций и выставок, внедрение новых форм книжной торговли, выпуск книг и реклама. Система *Books in print* функционирует в рамках биржевого союза, объединяющего 2800 издательств и 3500 книготорговых организаций.

Зарубежный опыт книжной торговли и книгоиздания говорит в пользу создания у нас соответствующей национальной системы, формирующей единое книжное пространство страны. Однако российская ситуация имеет ряд особенностей, которые не позволяют копировать имеющиеся системы.

Западные системы *Books in print* появились в результате эволюционного развития книжной торговли, особенно его оптового звена. Они создавались на весьма развитой базе оптовой торговли, книжных магазинов и издающих организаций. Каждый из субъектов книгоиздания в своей работе использовал многое из того, что впоследствии явилось элементом *Books in print*. Этим особенно отличалось оптовое звено, содержавшее в себе модель будущей национальной системы. Западный книжный рынок имел сложившиеся книгораспространительские организации, устойчивые связи между издателями и продавцами. Таким образом, создание единой национальной системы было естественным шагом в дальнейшей организации книжного рынка.

В условиях стихийности российского книжного рынка практически отсутствует аналогичное оптовое звено, несущее основную нагрузку в книгораспространении; резко сокращено число книжных магазинов. Это вынуждает многие издательства создавать свои собственные книгораспространительские структуры. Прежняя книготорговая система фактически разрушена, многие ее звенья занимаются несвойственными им функциями. Наличие большого числа издателей (более 6 тыс.), среди которых достаточно много случайных, нацеленных на извлечение "быстрых" денег, мгновенно, в случае необходимости, изменяющих свой вид деятельности, создает дополнительные трудности в разработке общенационального *Books in print*. Поэтому на 1-м этапе разработки своей системы необходимо создать практическую модель, включающую наиболее значимые государственные и частные издательства, которые имеют опыт работы в рыночных условиях и расположены в Москве.

Возможно, на этом этапе следует подключить организации, имеющие опыт книгораспространения, например библиотечный коллектор.

Внедрение информационной технологии сбора, обработки, хранения и распространения издательской информации о планируемых и находящихся в наличии книгах и брошюрах осуществить на базе Российской книжной палаты (РКП), А/О "Диалог" и западных партнеров, имеющих опыт создания национальных Books in print, например: Bowker, Online computer systems. Очевидно, что ядром этой технологии должна быть база данных о книгах in print с необходимой коммерческой информацией: о издателях и книгораспространителях (адреса, телефоны, расчетные счета и т. д.), о ценах и условиях поставки книг. С издателями должны быть заключены договоры на поставку информации о книгах in print, в которых необходимо определить их обязательства по отношению к создаваемому Books in print.

Требуется разработать принцип образования цены на книгу с учетом существующих инфляционных процессов, убедить издательства хранить определенный процент тиража книги до выхода следующего номера каталога, обеспечивая тем самым наличие книг для потенциального покупателя.

Информация о книгах in print в согласованном формате должна передаваться издателями по электронной почте (Релком); режим передачи определяется заключенным договором. РКП совместно со своими партнерами будет обеспечивать распространение данных о книгах in print по сети Релком, на CD-ROM, в режиме online и на традиционных носителях. По сети Релком информация должна распространяться ежедневно. Периодичность выпуска CD-ROM — не реже одного раза в месяц на условиях подписки. Режим online может предоставляться наиболее крупным потребителям. Среди способов распространения информации о книгах in print предпочтение следует отдать CD-ROM: большой объем размещаемой информации (более 1 млн записей о книгах на один оптический диск), относительная дешевизна распространения в сравнении с электронной почтой и режимом on line, наличие информационно-поисковой системы, позволяющей более эффективно работать с базой данных по сравнению с другими способами, освоенная технология изготовления (выпуск каталогов Books in print на отечественной полиграфии практически невозможен из-за большого объема).

Поддержку данного проекта осуществляют РКП (библиографические базы данных), А/О "Диалог" (технические средства, программное обеспечение), Релком (электронная почта в режиме телеконференции), издательства; западные партнеры: Bowker (Англия), Online computer system (США), международное агентство ISBN предоставляют ноу-хау.

Проект осуществляется при участии Министерства культуры, Министерства науки и Комитета по печати, Ассоциации книгораспространителей стран содружества независимых государств, Ассоциации книгоиздателей, Ассоциации объединений, предприятий и организаций полиграфической промышленности и Международного сообщества книголюбов. Длительность осуществления данного проекта с учетом реальной эксплуатации системы составляет 1 год. Концептуальная модель российского "Books in print" представлена на рис. 2.

На 2-м этапе развития системы Books in print к ней должны подключиться российские издатели (не менее 90% книжной продукции, выпускаемой на территории России). Необходимо начать создавать оптовые звенья книжной торговли, вводить в действие специализированные транспортные системы и т. д. Детализация порядка развития системы должна быть выполнена после полугодичной работы на 1-м этапе.

Организационная и функциональная структура системы базируется на следующих организациях: РКП, А/О "Диалог", Релком, Bowker (Англия), Online computer system (США) и московских издательствах, поставляющих данные о книгах in print: "Высшая школа", "Детская литература", издательская группа "Прогресс", "Книжная палата", "Машиностроение", "Мир", "Просвещение", "Радио и связь", "Республика", "Художественная литература", "Экономика", издательско-производственное и книготорговое объединение "Наука", Стройиздат, "Вагриус", "Дрофа", "Терра".

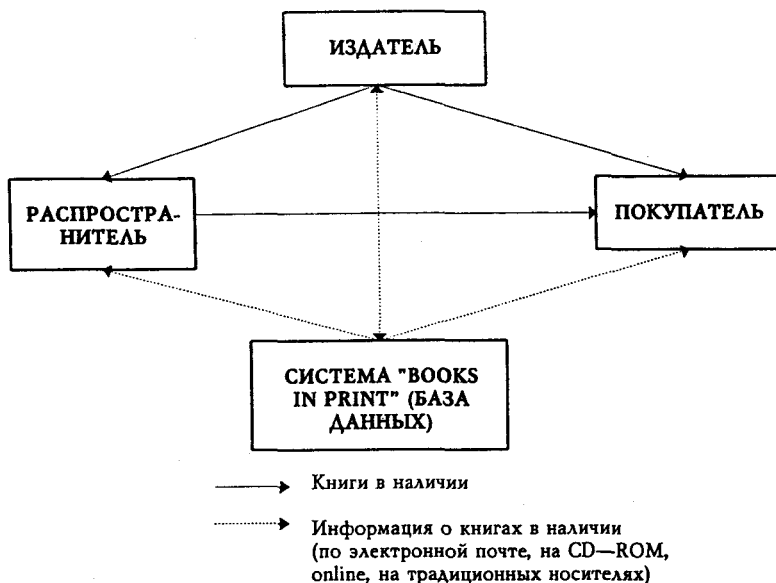


Рис. 2. Концептуальная модель Российского Books in print (1-й этап)

Основными потребителями информации о книгах in print являются книгораспространительские организации, библиотеки (отечественные и зарубежные). Доставку книг предполагается производить существующими транспортными системами (железнодорожный транспорт, авиатранспорт, книга почтой и т. д.). Транспортные и иные расходы, связанные с доставкой книг, включаются в стоимость книги.

Основными функциями системы являются:

сбор, обработка, актуализация и распространение информации о книгах in print среди библиотек, книгораспространителей, издательств и других заинтересованных организаций. Распространение информации ведется на дискетах, CD—ROM, по электронной почте, online, с помощью каталогов в традиционной форме;

предоставление пользователям на коммерческой основе информации из библиографических баз РКП (об изданиях отдельных авторов, произведениях зарубежных авторов, изданиях на

иностранных языках, по индивидуальным запросам потребителей и др.);

распространение на коммерческой основе зарубежной информации о Books in print на всех видах носителей.

Технологическое обеспечение системы состоит из следующих частей:

технические средства (компьютеры, сетевое обеспечение, каналы, оргтехника и т. д.);

информационное обеспечение (форматы передачи данных, состав баз данных, описание выпускаемой информации на всех видах носителей, инструктивно-методические материалы по сбору, обработке, распространению и актуализации информации);

организационная документация (типовые договоры с издателями и распространителями, входящими в круг системы, типовые договоры с потенциальными потребителями информации);

программное обеспечение (выбор пакетов прикладных программ, используемых в системе для поддержки технологии в целом, функциональное (индивидуальное) программное обеспечение).

Технологическое обеспечение базируется на ресурсах РКП, А/О "Диалог" и Релком, в отдельных случаях, при выпуске изданий на CD-ROM для зарубежного потребителя используются ресурсы Bowker (Англия) и Online computer system (США). Основой взаимодействия указанных организаций являются заключенные договорные отношения.