



Рис. 4. Соотношение общего количества научных публикаций белорусских авторов и количества публикаций, выполненных при поддержке различных фондов (2006–2009)

Анализ данных о цитировании как один из методов оценки научной деятельности позволяет выявить степень влияния того или иного исследования на развитие науки, вклад в науку отдельных ученых и организаций, однако необходимо учитывать и другие характеристики, отражающие различные стороны научно-исследовательской работы.

Список использованных источников

1. Писляков В. В. Наукометрические методы и практики, рекомендуемые к применению в работе с Российским индексом научного цитирования [Электронный ресурс] / В. В. Писляков. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/projects/citation>. – Загл. с экрана.

УДК 024.2 : 004

А. А. Чекмарёв,

зав. отделом НБУВ,

кандидат экономических наук

Л. А. Чупрына,

зав. отделом НБУВ

ЭЛЕКТРОННЫЕ РАСЧЕТЫ ЗА ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ БИБЛИОТЕЧНОГО САЙТА В КОНТЕКСТЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Рассматриваются отдельные аспекты проблемы комплексного сочетания коммерческого и некоммерческого маркетинга в сфере библиотечного сервиса. В частности, предоставления онлайн-овых платных услуг на библиотечном сайте в контексте переориентации маркетинговой стратегии на читателя как клиента. На примере сайта НБУВ исследуется актуальность вопроса и возможные способы электронных расчетов за услуги.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия библиотеки, услуги в режиме онлайн, оплата за услуги сайта, sms-сервис, электронные деньги.

Library site: electronic calculation for paid service in the context of marketing strategy.

Certain aspect of complex coinciding for commercial and non-commercial marketing in the sphere of library service are considered. The problem for on-line paid service on a library site in the context of reorientation marketing strategy to a user as a client is highlighted. The goal of this problem and possible ways for electronic services are under investigation taking into account VBLU activity in this sphere.

Keywords: marketing strategy of a library, on-line service, payment for site service, paid service, sms-service, electronic money.

Возрастание требований к библиотечному сервису обусловлено изменением стандартов жизни общества, логикой развития современных информационных потребностей, человека, соответственно, и инфраструктуры их удовлетворения. Стремительное увеличение объемов электронной информации, создание коллекций электронных документов, коррекция стратегии формирования фондов в связи с расширением возможностей телекоммуникационного доступа к удаленным информационным ресурсам, использование интернет-технологий предопределили направление развития сферы услуг библиотек и информационных центров.

Количество, качество и доступность информационных ресурсов во многом характеризуют уровень развития библиотек и их способность реагировать на запросы потребителей.

Фонды библиотек в последнее время все чаще пополняются за счет электронных источников. Количество документов из Интернета, используемых в библиотеках, стремительно возрастает. Университетские библиотеки сканируют учебники, и это позволяет решать проблему информационного обеспечения учебного процесса. Интенсивно идет перевод в электронную форму историко-культурных фондов. Сайты региональных библиотек трансформируются в региональные информационные порталы. Обновляется технология формирования, использования и распространения информационных ресурсов.

Учитывая эти тенденции, необходимо проведение мониторинга и оценки потребностей пользователей в ресурсах библиотек с анализом информационного рынка в аспекте поставщиков информации, объемов предоставляемой информации, а также конкретной тематической направленности для формирования на этой основе рекомендаций по использованию имеющегося информационного рынка.

Важным звеном при этом является анализ каналов передачи информации, как традиционной доставки печатной продукции, так и телекоммуникационных. Иными словами, сегодня библиотеки должны иметь единую систему комплексного информационного обслуживания пользователей.

В связи с этим возрастает роль маркетинговой стратегии библиотеки. Маркетинговый подход фактически увязывает возможности библиотеки с потребностями культурно-информационного рынка и является средством влияния библиотеки на пользователя. Поэтому в научной литературе этим вопросам уделяется значительное внимание. В публикациях И. А. Давыдовой, И. Б. Михновой, Г. Л. Цесарской, С. Г. Матлиной, О. О. Борисовой, Н. Ключиной, З. В. Майзик, Н. Соколовой освещены теоретические и практические вопросы отдельных составляющих маркетинговых коммуникаций в деятельности библиотек.

Некоммерческие предприятия (библиотеки) могут использовать философию и инструментарий маркетинга так же, как и коммерческие. Они также должны находить и идентифицировать свои рынки, исследовать потребности пользователей, предлагать соответствующие услуги и товары, создавать каналы распространения услуг, заниматься рекламой и налаживать связи с общественностью.

Сочетание в комплексе коммерческого и некоммерческого маркетинга

в библиотеках решает две задачи: выполнение библиотекой ее общественных функций на более высоком уровне и получение прибыли для обеспечения этого уровня.

Сегодня проявление такого сочетания наблюдаем, в частности, в переориентировании маркетинга в сфере библиотечных услуг на читателя как на клиента.

Если ранее библиотекаря не слишком интересовали подробности и мотивы запроса пользователя (он исполнял его в пределах своей компетенции и в соответствии с существующими правилами, а библиотека при этом как монополист на услуги была уверена, что пользователь все равно придет), то сегодня ориентация на клиента выдвигает на первый план заботу о нем, его вкусах и запросах. Удовлетворение информационных потребностей клиента выступает, прежде всего, как условие динамичного развития самой библиотеки и продвижения ее услуг на информационном рынке.

Если говорить о платных услугах библиотечных сайтов, то ориентация на потребителя требует решения задачи не простой продажи информационных услуг, а, во-первых, производства именно тех из них, которые на данный момент пользуются наибольшим спросом, во-вторых, могут реализоваться с максимальным эффектом, приемлемым для потребителей образом.

Основные ожидания современного пользователя библиотечного сайта относительно платных информационно-библиотечных услуг, связанные с переходом от традиционных форм к электронным, можно сформулировать следующим образом:

- Оперативное (в идеале – в режиме онлайн) круглосуточное обслуживание (в отличие от традиционного – только в часы работы библиотеки).

- Библиотечный сайт должен обеспечивать доставку информационного продукта на «рабочий стол» пользователя. Другими словами: пользователь зашел, увидел, купил.

- Использование для информационного обслуживания не только фонда библиотеки, но и информационных ресурсов других учреждений.

Таким образом, речь идет о дистанционном обслуживании пользователей сайта в режиме онлайн.

Ряд крупных библиотек Украины, России предоставляют целый комплекс платных информационных услуг с помощью своих сайтов. Например, одним из наиболее интенсивно развивающихся направлений информационного обслуживания читателей источниками в цифровой форме

является электронная доставка документов. Эта форма обслуживания предусматривает обеспечение удаленных абонентов документами из фондов библиотеки. В настоящее время документы чаще всего пересылаются абоненту по электронной почте в формате файлов pdf, txt, doc, tiff. Однако нередко размер файлов столь значителен, что их пересылка по электронной почте не представляется возможной. В этом случае применяется иная технология доставки, при которой документ выкладывается на FTP-сервер библиотеки, а пользователю сообщается пароль доступа к этому материалу (такая методика используется, в частности, в Институте научной информации по общественным наукам РАН). Однако расчеты за предоставленные услуги производятся неоперативно, через оплату счетов в банковских учреждениях.

Перечень платных услуг НБУВ превышает полсотни позиций, часть из них ориентирована на удаленного пользователя, но предоставляются они не в режиме онлайн, поскольку способы оплаты предусмотрены традиционные.

Сегодня уже совершенно очевидно – предоставление онлайн-услуг библиотечными сайтами продиктовано алгоритмом развития современных информационных потребностей человека, который всегда стремился удовлетворять эти потребности оперативно, и сейчас для этого появляются широкие возможности.

Это подтверждается и статистическими данными. В частности, количество пользователей Интернета в Украине превысило 12 млн [1], постоянно увеличивается и количество онлайн-библиотечных пользователей.

Так, портал Национальной библиотеки Украины имени В. И. Вернадского (НБУВ) ежедневно посещают до 40–50 тыс. пользователей. Если в 2004 г. такие посещения составляли 2,3 тыс., то в декабре 2010 г. – свыше 50 тыс. Имеет место тенденция к увеличению спроса на полнотекстовые ресурсы. Наиболее популярным является депозитарий электронных копий научной периодики Украины – к нему обращается 80 % пользователей, которым ежедневно предоставляется свыше 300 тыс. статей.

Кроме традиционных информационно-библиотечных услуг (от составления тематических библиографических справок до составления тематических автоматизированных баз данных) большие библиотеки, эволюционирующие в направлении информационных мультимедийных центров, готовы предоставлять результаты своих научно-исследовательских работ.

К примеру, часть продукции, представленная на портале НБУВ, со-

здана научными сотрудниками библиотеки как информация на базе информации. В частности, Служба информационно-аналитического обеспечения органов государственной власти (далее – Служба), кроме информационно-аналитических обзоров, бюллетеней, реферативных сборников, представляет на своей интернет-странице аналитические и научные статьи, сборники, материалы из собственной базы данных, которые являются результатом как индивидуальных, так и коллективных творческих усилий, и на которые распространяются положения законов об интеллектуальной собственности и авторских правах.

С целью изучения спроса на продукцию Службы ее сотрудниками в мае 2009 г. проведено исследование активности пользователей интернет-страницы Службы. Оказалось, что в течение месяца ресурс посетили почти 30 тыс. пользователей, ежедневно скачивалось от 6 до 8 тыс. файлов. При этом в праздничные дни, на которые май богат, активность ощутимо снижалась. Наибольшей популярностью пользуются выпуски «Україна: події, факти, коментарі», «Резонанс», «Шляхи розвитку української науки», «Євро-2012 у відгуках ЗМІ», а также сборники «Наукові праці НБУВ», аналитические статьи сотрудников Службы.

О наличии спроса на научные и аналитические статьи сотрудников библиотеки, и в частности Службы, свидетельствует факт незаконной продажи в Интернете материалов, скачанных из сайта НБУВ различными предприимчивыми пользователями, в виде рефератов, курсовых и пр.

Итак, имея информационный продукт, который удовлетворял бы потребности пользователя настолько, что он был бы готов заплатить незначительные средства (5–10 грн), сайт с высокой посещаемостью мог бы в контексте переориентации на читателя как на клиента предложить платные услуги в режиме реального времени.

Тем более, что объем рынка электронной коммерции в Украине составляет около 700 млн грн. И это единственный рынок, объем которого увеличивается ежемесячно на 50 % [2].

Но обязательно возникает вопрос электронных расчетов за платные услуги сайта в режиме онлайн. Примеров его успешного решения в государственных библиотеках Украины найти не удалось.

Однако можно использовать опыт, наработанный украинскими субъектами электронной коммерции. Наиболее приемлемыми в нашем случае способами расчета представляются sms-сервис и электронные деньги.

Sms-сервис (sms-биллинг, короткие номера) позволяет оплачивать товар или услугу прямо со счета мобильного телефона, путем отправки

sms-сообщения. В ответ на отправленное сообщение абоненту направляется короткий пароль (sms-ключ), с помощью которого он получает доступ к выбранной им услуге (например, скачивание файла). Такой сервис предоставляют биллинговые компании, имеющие соответствующее программное обеспечение и соглашение с мобильным оператором.

Стоимость платежа ограничена сеткой коротких номеров оператора сотовой связи, обычно это значения от 0,1 до 10 долл. с шагом 0,5–2 долл. Максимальная сумма одного платежа составляет 10 долл.

Примером использования такого сервиса государственными органами может быть организация Киевской городской администрацией платы за парковки в Киеве.

Одним из преимуществ sms-платежей является то, что воспользоваться ими может практически каждый владелец мобильного телефона – уровень покрытия сотовой связи высокий, а совокупная абонентская база операторов мобильной связи в Украине в 2010 г. составила 55 млн 367 тыс. [3].

Удобство, оперативность и перспективность таких расчетов очевидны, как и сегодняшние их недостатки: высокая комиссия операторов сотовой связи и юридическая неопределенность для бюджетных организаций.

В Украине доля владельца сайта в зависимости от стоимости услуги (стоимости sms) составляет от 10 до 40 %. У российских операторов этот процент может быть несколько большим [4].

Особенность sms-сервиса – незначительные суммы платежей за предоставленные услуги – имеет свои плюсы и минусы. Позитив, в частности, проявляется в низком уровне электронного мошенничества. Низкая цена также является дополнительной мотивацией, чтобы воспользоваться услугой.

С другой стороны, невысокая доходность этого бизнеса оставляет неизменной ситуацию с распределением доходов в пользу мобильных операторов.

Можно предположить, что с развитием электронной коммерции sms-сервис как способ электронных расчетов будет и дальше развиваться и совершенствоваться, но надежность, оптимальные для пользователя формы приобретет, вероятно, при условии законодательного вмешательства государства.

Расчеты электронными деньгами (ЭД). Электронные деньги – удобное расчетное средство, с помощью которого можно покупать товары, оплачивать услуги, получать оплату за выполненную работу, не отходя

от компьютера. Такие операции стали реальными благодаря появлению электронных платежных систем, которые продолжают в Украине развиваться. Их на сегодняшний день насчитывается около десятка, но самые активные – Web-Money Transfer и «Интернет.Деньги» (на технологии PayCash).

Причем для совершения сделок купли-продажи кошельки должны иметь как покупатели, так и продавцы. Операции с использованием электронных денег проводятся через сайты электронных платежных систем.

Участниками электронной платежной системы могут быть как юридические, так и физические лица. Необходимое условие использования интернет-денег на программной основе – наличие на компьютере клиентского приложения – интернет-кошелек (аналог банковского счета) и регистрация в системе.

С помощью Web-Money Transfer можно совершать мгновенные транзакции, связанные с передачей имущественных прав на любые онлайн-товары и услуги.

При осуществлении транзакций с пользователя взимается комиссия – 0,8 %, но не менее одного цента. Комиссия снимается с кошелек дополнительно, а корреспонденту будет переведена указанная сумма. Дополнительную комиссию с пользователя снимут при переводе средств в наличность. Но тут уже все зависит от того, где именно выводятся средства. В разных пунктах ввода-вывода денег берут разные проценты от выводимой суммы (обычно, от 5 % и выше).

Вводить, выводить или пополнять деньги в кошельке можно разными способами:

- скретч-картами;
- банковскими переводами;
- почтовыми переводами;
- внесением наличных.

К платежной системе Web-Money Transfer деньги можно вводить с помощью скретч-карт номиналом от 50 до 500 WMU.

Продвигается на этом рынке также Национальная система массовых электронных платежей (НСМЭП), носителем информации в которой является смарт-карта [5].

К недостаткам электронных расчетов можно отнести задержки с выплатой средств – доли владельца сайта. Большинство операторов перечисляют деньги после 15 числа месяца, следующего за отчетным (то есть заработок за январь поступит не ранее 15 февраля).

Однако одной из главных проблем, возникающих на пути внедрения

таких расчетов за платные услуги, представляется моральная неготовность большинства постсоветских, украинских в том числе, потребителей оплачивать информационные услуги библиотек. Причины этого, вероятно, скорее субъективно-психологические, чем объективно-материальные. Здесь и психологическая настороженность относительно новых форм работы, и пережитки «общенародной» формы собственности, и опасения, небезосновательные, возможного мошенничества – заплатишь, а тебя обманут (по оценкам экспертов, доля мошенничества в сфере электронных расчетов составляет 1–2 % от объема всех операций), и наличие в Интернете хотя и некачественной, однако бесплатной информации и т. п.

Таким образом, общее состояние культуры производства и потребления информационных интернет-услуг пока что не способствует возникновению доверия между субъектами этих процессов и выработке устойчивых, общепринятых, четких и понятных правил на взаимовыгодных началах.

А это значит, что в случае введения оплаты за услуги сайта количество посетителей резко уменьшится. Насколько резко, можно увидеть на примере сайта «Социологайн», на котором для пользователей бессистемно предоставлялась литература социологической тематики. Владелец сайта для электронных расчетов за скачанные книги воспользовался услугами sms-сервиса. Стоимость одной sms составляла в среднем 30 руб.

За семь дней эксперимента он получил 102 sms (то есть скачали всего 102 книги – вместо привычных 20 тыс.), и его общий доход составил 1647 руб., что позволило спрогнозировать 430 закачек в месяц и около 7 тыс. руб. ежемесячного дохода [6].

На примере этого эксперимента можно сделать вывод, что вследствие введения платных сервисов на сайте с неуникальным контентом сохранить удастся лишь до 1 % от количества посетителей, которые пользовались сайтом на бесплатной основе.

Для частного сайта такой уровень доходности и посещаемости, возможно, и приемлем. Для государственных библиотек, которые заинтересованы в сохранении высокой посещаемости, стоит, наверное, совмещать на сайте широкий набор бюджетных услуг с введением оплаты за предоставление уникальных услуг и продукции собственного производства.

Оценивая состояние и тенденции развития методов электронных расчетов в режиме онлайн в системе комплексного информационного обслуживания пользователей в библиотеках Украины, можно говорить об их почти полном отсутствии. И решение этого вопроса, на наш взгляд, лежит в создании системы электронных расчетов в конкретной крупной

библиотеке – информационном центре, где имеется достаточный информационный ресурс, научный и библиотечный потенциал, а также система комплексного обслуживания пользователей. В этом направлении, имея все функциональные составляющие, могла бы активнее действовать Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского.

Как стимул к решению вопроса электронных расчетов за платные услуги библиотечных сайтов в режиме онлайн следует рассматривать и современную мировую тенденцию к увеличению популярности электронных книг. Достаточно сказать, что в США в начале 2010 г. каждый пятый читатель читал книги в электронном варианте. По данным компании Gartner, в 2011 г. реализация e-ридеров во всем мире превысит 11 млн единиц против 6,6 млн в 2010 г. На Amazon, к примеру, прирост продаж электронных книг составляет до 300 % в год. По прогнозам экспертов, украинский рынок в 2011 г. достигнет объема в 200 тыс. устройств, против 90 тыс. в 2010 г. [7].

На наш взгляд, важным в контексте реализации маркетинговой концепции библиотеки в современных условиях представляется взаимодействие библиотек с авторами и издательствами в обеспечении пользователей электронными версиями книг, в формате, удобном для пользователей e-ридеров. Библиотекам нужно занять эту нишу и напрямую работать с издательствами и авторами в формировании полнотекстовых ресурсов на основе законодательства об авторских правах.

При этом следует учитывать и организационные моменты. Состав производственной структуры библиотеки как системы производства информационных продуктов и услуг зависит от характера производственных процессов: чем они сложнее, тем сложнее структура, формы организации производства, объемы и условия работы библиотеки. Производственная структура библиотеки должна воспроизводить характер распределения труда между элементами системы.

Другими словами, реализуя свою маркетинговую стратегию (в том числе и в части внедрения электронных расчетов за платные услуги), библиотека должна решить вопросы координации маркетинговых усилий на всех уровнях и внести уточнения в производственную структуру. Среди прочего в крупных библиотеках это может быть введение (штатной или нештатной, на уровне распределения полномочий) должности маркетолога.

Кроме того, учитывается общий уровень готовности коллектива: профессиональный, психологический, кадровый и т. д.

Как отмечает П. Борхард [8], прежде чем начать эту работу, необходимо поставить и получить ответ на следующие вопросы:

- Готово руководство библиотеки ее поддержать?
- Согласны с этим органы управления?
- Готовы к новым подходам сотрудники библиотеки, а если нет, есть ли шанс их убедить?
- Есть ли в библиотеке сотрудники, готовые включиться в реализацию маркетинговой концепции и отвечать за отдельные участки работы?

Если ответом на все вопросы будет «да», значит, есть предпосылки для успешного начала.

Список использованных источников

1. Количество пользователей Интернета в Украине достигло 12,9 миллионов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.osvita.com/news/06-10-2010/1286355531/>. – Загл. с экрана.
2. Эксперт: объем рынка электронной коммерции в Украине ежемесячно увеличивается на 50% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newsru.ua/finance/15may2011/vonline.html/>. – Загл. с экрана.
3. Число абонентов сотовой связи в Украине растет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iks-consulting.ru/news/3150607.html>. – Загл. с экрана.
4. Обзор провайдеров sms-индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allpublication.ru.sms>. – Загл. с экрана; Обзор основных sms-биллингов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/blogs/ecommerce/28508>. – Загл. с экрана.
5. Розрахунки електронними грошима [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dtkk.com.ua/show/4cid0755.html>. – Назва з екрана.
6. Платные сервисы на сайте: неделя эксперимента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.socioline.ru/node/993>. – Загл. с экрана.
7. Рынок электронных книг на пороге взрывного роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.lvivmarket.com/2011/02/gynok-elektronnyh-knyh-na-porozhi-vybuhovoho-zrostannya/>. – Загл. с экрана.
8. Концепция маркетинга для публичных библиотек / П. Борхард [и др.] ; пер. с нем. Е. М. Ястребовой ; науч. ред. И. Б. Михнова. – М. : Библио-маркет, 1993. – 144 с.

УДК 001.93 (477)

Л. А. Литвинова,

младший научный сотрудник НБУВ

ФОНДЫ НБУВ ПО ИСТОРИИ НАН УКРАИНЫ ПЕРИОДА УАН-ВУАН (1918–1934) КАК ИСТОЧНИКОВАЯ БАЗА ДИССЕРТАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ КНИГОВЕДЕНИЯ, БИБЛИОТЕКОВЕДЕНИЯ, БИБЛИОГРАФОВЕДЕНИЯ

Рассмотрены диссертации по истории НАН Украины периода УАН-ВУАН, в которых источниковой базой является «Фонд АН УССР» и личные архивные фонды ученых, сконцентрированные в НБУВ.

Ключевые слова: диссертация, архивные фонды, источниковая база, Всеукраинская академия наук.

Dissertations are considered on history of National Academy of sciences of Ukraine of period of the Ukrainian academy of sciences- All-Ukrainian Academy of sciences, in that a source base are “Fund of Academy of sciences of the Ukrainian SSR” and personal archived funds of scientific, concentrated in Vernadsky National Library of Ukraine.

Keywords: dissertation, archival holdings, sources base, All-Ukrainian Academy of sciences.

С принятием независимости в Украине и снятием ограничений доступа к документам, которые были полностью на секретном хранении или в ограниченном использовании, ученые получили возможность исследовать и пересмотреть многие вопросы истории отечественной науки, которые трактовались с точки зрения советской апологетики. Доступ к закрытой источниковой базе дал возможность с новых позиций осветить отдельные исторические процессы.

Это касается как архивных документов, в частности тех, которые связаны с официальной деятельностью УАН–ВУАН, и материалов личного происхождения деятелей академии, так и опубликованных материалов по истории науки, потеря которых связана со свертыванием по политическим и идеологическим соображениям отдельных научных дисциплин, учреждений, организаций, преследованием и казнью ученых, которые представляли науку этих времен, и уничтожением в то же время их научных наработок. Не только имена людей вычеркивались из истории, но и