

1	2	3
2	Ценовая политика	2.1. Определение методов установления конечных цен на предлагаемую научно-техническую продукцию 2.2. Создание процедуры калькуляции себестоимости научно-технической продукции
3	Коммуникативная политика	3.1. Разработка методологических основ проведения рекламно-информационной политики вуза на рынке научно-технической продукции 3.2. Определение требований к участию вуза в торгах, выставках, ярмарках научно-технической продукции
4	Дистрибутивная политика	Установление партнерских отношений в области НИОКР с другими вузами и организациями
5	Организационная политика	Создание в организационной структуре вуза подразделения, ответственного за деятельность на рынке научно-технической продукции

Е.А. Симап, аспирантка

БГЭУ (Минск)

ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНАЯ УГРОЗА КНИГОИЗДАНИЮ?

Долгое время в обществе бытовало мнение, что “бумажное” книгоиздание, задавленное непосильными налогами, уйдет в Интернет и там обретет если не новую жизнь, то второе дыхание. Начало существованию этого мифа было положено 14 февраля 2000 г. В этот день американское издательство Simon & Shuster представило на своем сайте две главы нового романа Стивена Кинга “Верхом на пуле”. Каждый желающий мог скачать их, уплатив всего один доллар. Автор заявил, что, если 75 % читателей, воспользовавшихся этой услугой, вышлатят издательству оговоренную сумму, он продолжит публикацию романа. За несколько дней на приглашение издателей откликнулось более полумиллиона посетителей сайта по всему миру. Причем 76 % от этого числа честным образом заплатили по доллару.

Энтузиасты электронной книготорговли провозгласили 14 февраля началом новой эры — эры e-books, т.е. электронных книг.

Увы, оптимистические прогнозы не оправдались: вторая попытка Кинга опубликовать в том же режиме главы другого своего произведения провалилась. Интернет-взломщики мгновенно отладили технологию, позволяющую скачивать защищенный текст бесплатно, процент платежей не превысил 50 %, и в скором времени проект был свернут.

Однако пиратство и плохо организованная система электронных платежей не являются единственной причиной, по которой e-books по-прежнему остаются экзотикой для абсолютного большинства читателей. Пока для электронных книг не будет придумано носителя, по своему удобству сопоставимого с обычной бумажной книгой, ни о какой реальной конкуренции^{*} в коммерческой сфере говорить не придется.

Существует и несколько иная версия e-books: торговля реальными книгами через сеть Интернет. В мире это единственная более или менее процветающая отрасль электронного бизнеса. Всемирно известный виртуальный магазин Amazon.com представляет собой редчайший пример прибыльного сетевого предприятия. Впрочем, всего около полугода назад руководство Amazon'a торжественно объявило, что после многих лет миллионных убытков им наконец-то удалось заработать свой первый доллар.

Если так обстоят дела у западных издательств, то можно себе представить, насколько бедственно положение их отечественных коллег. Многим памятно громкое закрытие одного из проектов интернет-торговли — магазина Arcadia.ru. Не лучшие времена переживают и другие книжные магазины — Ozon, Bolero.

В России покупка книг в Интернете — удел немногих избранных: услугами виртуальных магазинов пользуется, по разным оценкам, от 1 до 2 % читающей аудитории. Это связано в первую очередь с низким уровнем компьютеризации страны, а также со слабым развитием инфраструктуры. Отечественные интернет-торговцы обеспечивают оперативное выполнение заказов лишь в крупных городах.

Как это ни печально, приходится признать: пока что разумной альтернативы изданию настоящих книг и “живой” торговле ими не существует. Если же со стороны государства не будут предприняты специальные усилия, охвативший книжный мир ступор может затянуться на многие годы. Речь не о вмешательстве чиновников в книготорговлю. Книжный бизнес нуждается в предоставлении ему режима наибольшего благоприятствования в том, что касается и налогового, и административного регулирования.