УДК 655.5

Ж. М. Ковба

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

СУЧАСНА СИСТЕМАТИЗАЦІЯ У КНИЖКОВІЙ ТОРГІВЛІ. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ

Розглядаються принципи, види систематизації видавничої продукції за кордоном, стан книготоргової бібліографії в книжковому бізнесі України. Пропонуються напрями створення книготоргової класифікації як складової частини інформаційного забезпечення книговидання і книгопоширення на базі загальних принципів і правил обміну даними між партнерами.

Асортимент, бібліографія, бізнес, база даних, видавництво, категорія, класифікація, маркетинг, стандарти, УДК

Сучасний стан книжкової справи в Україні попри всі негаразди свідчить про зростання кількості суб'єктів бібліотечної, видавничої, книготорговельної діяльності. Якість їхнього партнерства у комерційній галузі залежить від наявності та дотримання правил обміну даними в єдиному інформаційному просторі [3].

У пострадянських реаліях фактично йдеться не лише про правила, а й формування новітньої інформаційно-пошукової бази галузі. Систематизація (класифікація) літератури у книжковій справі неможлива без дослідження і аналізу розв'язання цієї проблеми в інших країнах.

Нині задіяні два основних види бібліографії: загально національна, яка забезпечує потреби бібліотечних спільнот і найповніше подає зміст опублікованих видань. Ведеться головними бібліотеками країни, як от бібліотека Конгресу (США), Бібліотека Британського музею (Великобританія чи організаціями — Російська книжкова палата РФ).

Книготоргова бібліографія забезпечує діяльність видавничо-книготоргових організацій і підприємств, зокрема супроводжує замовлення літератури у видавництвах, торгові операції збуту.

Книготоргову бібліографію провадять спеціалізовані організації (Букер Компані в США, Уайтакер й сини у Великобританії, Бухгандель у Німеччині, в Росії з початку 90-х рр. кожна книготоргова організація самостійно).

В англомовних, німецькомовних країнах проблеми книготоргової систематизації з'явилися і почали вирішуватися 10–15 років тому задля необхідності ефективного використання новітніх інформаційних технологій, зокрема торгівлі через Інтернет.

У розвинених країнах до кінця XX ст. були розроблені спеціальні книготоргові систематики, які тепер успішно використовуються суб'єктами

книготоргівлі практично у загальнонаціональних масштабах.

Для прикладу, англійська систематика асортименту містить 17 основних розділів з використанням алфавітної індексації. У повному вигляді англійська класифікація складається з чотирьох рівнів з додатковими цифровими поділами — Bic Standard Subject Categories:

A — мистецтво;
C — мовознавство, літературознавство, бібліографія;
E — англійська мова для навчання;
F — белетристика;
Y — довідкові й інформаційні видання, міждисциплінарна тематика;
H — гуманітарні науки;
J — суспільні науки;
K — економіка, економічні науки; бізнес, промисловість;
Z — право;
M — медицина;
P — математика, науки про землю, землевпорядження;
T — техніка, прикладні науки, сільське господарство;
U — інформаційно-обчислювальна техніка;
V — родина, дім, побут.

Німецька класифікація містить вісім основних товарних груп з цифровою індексацією з дотриманням додаткового поділу.

Повний варіант німецької книготоргової систематики має п'ять рівнів, які згідно зі своїми потребами проставляють роздрібні книготоргові підприємці.

Розділи першого ряду Warengruppen Sistematik den Buchhadel такі: 1— художня література; 2 — література для дітей юнацтва; 3 — туризм; 4 — спеціальні книги, книги корисних порад; 5 — гуманітарні науки, мистецтво, музика; 6 — математика, природничі науки, техніка, медицина; 7 — суспільні науки, право, економіка; 8 — навчальна література (освіта); 9 — вільний розділ [6].

Обидва приклади свідчать про поділ асортименту на традиційні для ринку стійкі товарні групи, зіставні ємністю, видання групуються за типовидовими характеристиками (цільове, читацьке призначення, характер інформації, матеріальна конструкція). Ця прагматична систематизація товарних груп підпорядкована завданням інформаційного забезпечення торгових процесів, методів маркетингу, логістики.

Схожі за сутністю книготоргові класифікатори є в інших країнах.

У 90-х рр. XX ст. у Росії почалася розробка варіантів УДК адаптованих до міжнародних. З ініціативи й за участю Торгового дому «Бібліо-Глобус» був підготовлений скорочений варіант УДК для книжкової торгівлі. У 1998 р. уведено ОСТ 29-130-98 «Видавнича і книготоргова інформація». Індекс УДК почав проставлятися в електронних бібліографічних робочих документах Торгового Дому.

Основними критеріями систематизації були зміст, характер інформації, матеріальна конструкція видання (відображалися відповідними символами схеми), галузь застосування.

Недоліки такої систематизації скоро далися взнаки. Особливо відсутність можливості вирішувати питання маркетингу, логістики, пріоритетні для видавців і книготорговців.

На початку 2000 р. почалася розробка книготоргової класифікації представниками провідних книготоргових підприємств країни (Санкт-Петербургский дом книги «Мастер книга»; «Библио-Глобус», Молодая гвардия, Московский дом книги) [6].

Розробники брали участь у підготовці робочих моделей трьох важливих документів «Виды систематизации издательской продукции», «Виды изданий по целевому назначению», довідник «Виды товара» [8].

В основі робочих моделей поєднання товарної пропозиції і типово-видових характеристик видавничої продукції (цільове, читацьке призначення, характер інформації, матеріальна конструкція). Так у довіднику «Виды товара» представлені не лише друковані видання, а й усі товари, які входили до асортименту книгарень. Класифікаційна схема містила 15 розділів [4]. З них лише п'ять друковані видання. Наприклад: 1 — аудіопродукція; 2 — відеопродукція; 3 — іграшки (електронні іграшки); 4 — образотворчі видання; 5 — канцелярські товари; 6 — картографічні видання; 7 — нотні видання; 8 — навчальні наочні посібники; 9 — пазли; 10 — подарункові видання (упаковка, рамки); 11 — програмні продукти; 12 — різне; 13 — сувеніри; 14 — текстові видання; 15 — філателія.

Класифікатор «Виды изданий по целевому назначению» трирівневий. Перший рівень — містить 21 розділ. В основі поділ на кілька ознак. Цільове і читацьке призначення, ступінь аналітико-синтетичної переробки інформації, матеріальна конструкція, другий і третій рівені — жанр споживацька група. Варто подати приклад основного ряду: 1 — видання для дозвілля; 2 — видання для широкого кола читачів; 3 — інформаційні видання; 4 — літературно-художні видання; 5 — літературно-художній журнал; 6 — науково-популярні видання; 7 — науково-популярний журнал; 8–16 — за тематикою (аналогічно з розділами 5–6); 17 — рекламні видання; 18 — релігійні видання; 19 — довідкові видання; 20 — навчально-методичні видання, навчальні програми; 21 — навчальні видання.

Російська книжкова палата підготувала скорочений варіант УДК, який нині можна вважати пріоритетним у книготорговій практиці. Ця схема використовується також центральним колектором наукових бібліотек для зведеного тематичного плану комплектування [5].

«Книготорговий класифікатор» (КТК) призначений для систематизації книготоргового асортименту видавничої продукції характеризується комерційною доцільністю, зручний і зрозумілий для працівників при розстановці книг у торговому залі. Основний ряд містить до десяти розділів,

які доповнюються фіксованим другим, третім і четвертим рівнями деталізації з огляду на потреби підприємства-користувача книготорговим класифікатором.

Одночасно в окремих книготоргових підприємствах Росії використовуються модернізовані варіанти колишньої «Єдиної класифікації літератури». Великі книготоргові підприємства у процесі формування власних інформаційних ресурсів (асортиментних баз даних) з допомогою новітніх інформаційних технологій створюють оригінальні класифікації, орієнтовані на облік та відображення специфічних особливостей сучасного книжкового асортименту й вирішення практичних завдань.

Можна виокремити дві тенденції: орієнтація на модернізацію традиційної схеми ЄКЛ та орієнтація на зарубіжний досвід (зокрема німецький).

В Україні питання систематизації книготоргового асортименту на маргінесі обговорення, дискусій про місце і роль вітчизняної видавничої продукції в інформаційному просторі держави, відродження зруйнованої книготоргової мережі, якості і кількості видавничого репертуару.

Позитивними «меседжами» у плані розробки новітніх класифікацій документів, яким є й книга можна вважати появу проекту Українського науково-дослідного інституту архівної справи та документознавства «Загальна схема класифікації документної інформації в систематичних каталогах архівних установ України», діяльність книжкової палати України в напрямі розробки дипозитарію інформації про видання, які вийшли друком і плануються до видання.

Видавнича і книготоргова практика свідчить як про стихійне використання зарубіжного досвіду (зокрема російського) так і про серйозні проблеми систематизації в незмінному тріумвіраті: видавництво — видавець — книготорговий працівник — споживач (покупець).

Нині видавці переймаються впровадженням маркетингових служб або намагаються вижити. Процес комунікації з книготорговими працівниками зводиться до індивідуалізованих каналів, особистісного спілкування телефоном, епістолярно, через Інтернет. Систематизована друкована чи електронна інформація, призначена для книжкової торгівлі, чи не у кожного видавця індивідуальна. В основі систематизації асортиментних позицій поєднання класифікаційних поділів УДК або ЄКЛ. У нечисленних гуртових книготоргових організаціях аналогічна ситуація.

Досвід використання різних індивідуальних класифікаційних схем свідчить, що паралельне існування в одній професійній галузі (книгорозповсюдження) кількох книжкових класифікацій, (до того ж мало чим, або кардинально несхожих) ускладнює обмін інформацією, необхідною для співпраці, ефективного просування асортименту, а це прямо впливає на результативність господарської діяльності.

У новітніх книгарнях задіяні тематична і товарна класифікації. Для прикладу «Книгарня Є» використовує таку товарну класифікацію: бестселери, нові надходження, Foreng books, аудіокнига, музика (CD, DVD), фільми (DVD),

ігри, альбоми та фотоальбоми, географічні карти і путівники, гуманітарні науки, довідкова література (довідники, енциклопедії), додатковою буває група канцтоварів. Паралельно наявна книготоргова класифікація базується на тематиці, цільовому призначенні і прибутковості. Так типовими є розділи: езотерика, економіка, історія, книги для дітей та юнацтва, комп'ютерна література, кулінарія, культура і мистецтво, медична література, навчальна література, педагогіка, виховання, подарункові видання, поезія, публіцистика, релігійна література, словники та розмовники, суспільні науки, технічна література, хобі, дім, дозвілля.

Сумно, але покупці погано орієнтуються у таких класифікаційних схемах, що утруднює пошук потрібних видань. Їхні звернення до працівників книгарень і відповіді останніх іноді бентежать, оскільки свідчать про незнання асортименту, що й казати принципів групування. Ускладнює ситуацію, що основним покупцем на ринку стає покоління кінця 80-х рр. XX ст., виховане на базарних зразках книготоргівлі, де про систематизацію асортименту не йдеться.

В умовах прогресуючої інтеграції книжкового бізнесу, враховуючи необхідність ефективної взаємодії партнерів по бізнесу доцільно об'єднати зусилля: Національного комітету з питань радіо та телебачення, Книжкової палати України, Української асоціації видавців і книгорозповсюджувачів, Українського науково-дослідного інституту поліграфічної промисловості, провідних видавців, фахівців мережевих книгарень, гуртово-роздрібних книготоргових організацій, кафедр вишів, які готують спеціалістів книжкової торгівлі.

Оскільки міжнародний досвід свідчить, що УДК може задовольнити потреби видавництв, бібліотек, книжкової торгівлі, доцільно розглядати питання систематизації у книготоргівлі в комплексі класифікаційних систем книжкової справи.

Стартом науково-практичних розробок будуть напрацювання Книжкової палати (проект «Класифікаційна система України»). У Книжковій палаті здійснено переклад таблиць УДК з англійської українською мовою, створено базу даних міжнародного та українського еталонів таблиць УДК. Оновлюється база УДК внаслідок внесення змін і доповнень (випуск «Зміни та доповнення до УДК») [1, с. 259–260].

Книжкова палата має змогу працювати з фахівцями багатьох країн світу, що дозволяє розширювати межі застосування УДК у діяльності суб'єктів книговидання і книгорозповсюдження.

На основі міжнародного, переважно російського досвіду, аналізу даних про стан інформаційно-бібліографічної діяльності видавців, книжкової торгівлі доцільно підготувати для обговорення проект єдиної схеми стандартного бібліографічного запису, ідентифікації книжкових товарів за індексом ISBN і штрих-коду, класифікації видань за УДК й книготорговою класифікацією. Враховуючи розвиток інформаційних технологій, це дозволить впроваджувати електронний обмін даними за допомогою галузевого стандарту ONIX [4].

Останніми роками Книжковою палатою України розроблено низку національних стандартів, які регламентують бібліографічну інформаційну діяльність [1, с. 254–255].

Перспективними є пропозиції Книжкової палати України та Асоціації видавців і книгорозповсюджувачів «використовувати відповідний комунікаційний формат типу USMARC (США), DUSMARS (Росія), UNIMARC (Юнеско) чи розробляти український варіант формату USMARK на базі комунікативного формату UNIMARC, що дає змогу враховувати різні правила каталогізації».

Пропонуються варіанти проектів «Книготоргової класифікації» для систематизації асортименту на основі УДК. Переваги класифікації за схемою: УДК, комерційна доцільність, зручності використання у книготоргових процесах, зрозумілість, а отже комфорт пошуку для покупців. Десятковий поділ фіксує не більше десяти рубрик у розділі. Перші три рівні фіксовані, подальша деталізація за потребами книготоргових організацій (підприємств), які впроваджуватимуть «книготоргові класифікації».

Основний ряд першого варіанта такий: 0 — суспільні науки, право, економіка; 1 — природничі науки, математика; 2 — прикладні науки, техніка, сільське господарство; 3 — медицина, здоров'я; 4 — виховання, освіта, педагогіка; 5 — дім, побут, спорт, туризм; 6 — художня література; 7 — література для дітей та юнацтва; 8 — філологія, мистецтво; 9 — універсальний розділ.

Другий варіант представляє торгово-бібліографічну класифікацію. Він поєднує принципи УДК і товарної пропозиції, актуальної для ринку. Класифікація десяткова, побудована за ієрархічною схемою має чотири рівні. Основний ряд: художня література; література для дітей та юнацтва; література для середньої школи та абітурієнтів; педагогіка; дім, побутове дозвілля; прикладні науки; техніка; медицина; природничі науки; математика; суспільні науки; право; економіка; гуманітарні науки; релігія; мистецтво; спеціальний розділ.

У кожному розділі література класифікується за другим-четвертим рівнями. Наприклад: література для дітей та юнацтва; для дошкільнят (другий рівень); жанр, тематика, види видань (третій-четвертий рівні).

Уніфікована класифікація може сприяти вирішенню кількох завдань: ефективного обміну інформацією про наявний асортимент (каталоги, прайс-аркуші, тощо) між суб'єктами книгорозповсюдження, максимальної зручності для покупців розстановки видавничої продукції в торговому залі, ефективного управління асортиментом книготоргових підприємств, проведення маркетингових досліджень книжкового ринку за товарними групами й розділами асортименту, а отже моніторинг галузевого ринку для визначення тенденцій його розвитку.

Важливим мотиваційним стимулом розробки єдиної систематизації книжкової продукції можуть бути методичні рекомендації видавцям,

книгорозповсюджувачам про організаційні, комерційні вигоди систематизації, стандартизації та уніфікації книжкової продукції. Зокрема, забезпечення випереджувальної перспективної бібліографічної інформації про видання, які готуються до друку, підвищення інформаційної взаємодії суб'єктів книжкового ринку, посилення конкурентоздатності, скорочення витрат на бібліографічні описи видань, підвищення оперативності і якості комунікації, посилення боротьби з контрафактними виданнями, а це шлях до зниження роздрібних цін і зростання обсягів продаж, прискорення руху потоку товарів, інформації, фінансів, починаючи від виробника і закінчуючи книготорговими підприємствами.

1. Афонін В. О. Сенченко М. У. Українська книга в контексті світового книговидання / В. О. Афонін, М. У. Сенченко. — К. : Кн. палата України, 2009. 2. Виды систематизации издательской продукции: опыт практического использования информационно-поисковой системы объединенного центра МДК. —М., 2001. 3. Ершова Г. Н. Информационные технологии в книжном деле / Г. Н. Ершова. — М., 2002. 4. Калинин С. Ю. Возможности использования УДК в книжном бизнесе. [Электронный ресурс] / С. Ю. Калинин. — Режим доступа : http://www.booksrearch.ru/using.UDK.htm. 5. Коркмазов Б. В. К проблеме систематизации в книжной торговле. [Электронный ресурс] / Б. В. Коркмазов— Режим доступа : http://www.booksrearch.ru/bookTradeSystematizatiom.htm. 6. Торгово-библиографическая классификация. — 2-е изд. перераб. и доп. — М., 2001. 7. Режим доступу: http://www.osp.ru/text/print/302/172938.html; http://standards.biblioglobus.ru; http://www.booksrearch.ru

СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМАТИЗАЦИЯ В КНИЖНОЙ ТОРГОВЛЕ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В УКРАИНЕ

Рассматриваются принципы, виды систематизации издательской продукции за рубежом, состояние книготорговой библиографии в книжном бизнесе Украины. Предложены направления создания книготорговой классификации, как составляющей информационного обеспечения книгоиздания и книгораспространения на базе общих принципов и правил обмена данными между партнерами.

CURRENT SYSTEMATIZATION STANDARDS IN BOOK TRADE. ITS DIFFICULTIES AND PROSPECTS IN UKRAINE

The author reviews the principles and categories of classifying of books published in Ukraine and abroad. The author analyzes issues of classification in Ukraine's book industry. The author outlines approaches to the creation of book trade classification as part of communication between publishers and partners. The classification system should be integrated into communication between publishers and partners.

Стаття надійшла 22.10.2010