

А

Татьяна Владимировна Грехова,
кандидат исторических наук,
директор научной библиотеки ВГУЭС,
Исполнительный директор
консорциума ТРИКОН

Современные формы сотрудничества в системе библиотеки-издательства-книготорговые фирмы

По данным социологических исследований Аналитического Центра Юрия Левады, 40 процентов нашего населения не читает книг, 52 процента их никогда не покупает. Только 20 процентов читает периодику тогда как всего несколько лет назад газеты и журналы читали 50 процентов. Подписка на газеты за 15 лет сократилась в стране в шесть раз, на журналы - в шестнадцать! Есть в отчете и цифры посещения библиотек современным россиянином, тоже нерадостные.

Сегодня для большинства населения, библиотеки остаются едва ли не самым доступным образовательным и культурным центром. А во многих регионах - просто единственным источником, где можно почитать свежую прессу или ознакомиться с книжными новинками. Таким образом, библиотеки являются самыми активными потребителями на книжном рынке и, естественно, вызывают повышенное внимание, интерес со стороны издателей, книготорговых организаций.

Поскольку я руковожу вузовской библиотекой, в статье, преимущественно, будут рассматриваться особенности работы на рынке учебной и научной литературы.

Итак, к началу нового тысячелетия просматриваются следующие *тенденции современного рынка учебной и деловой литературы:*

- ☐ Стабильный рост количества наименований
- ☐ Снижение средних тиражей
- ☐ Увеличение стоимости книг
- ☐ Ужесточение гос.контроля закупочной деятельности библиотек и вузов(закон ФЗ-94)
- ☐ Фиксированное кол-во обучающихся по специальностям

Рассмотрим подробнее каждую из тенденций.

Стабильный рост количества наименований

- ☐ По данным РКП за последние три года прирост числа наименований изданий составил 27.6%
- ☐ Выпуск книг в 2005 году превысил планку в 95 тыс. наименований книг и брошюр
- ☐ В 2007 г. прогнозируется общий тираж в 100 тыс. наименований

Расширение ассортимента учебной литературы – фактор отрадный. Но -ассортимент наименований увеличивается, в основном, в таких областях, как экономика, менеджмент, маркетинг, право, иностранные языки. В то же