

«Каждая наша книга должна найти своего читателя»

В условиях книжного изобилия очень важно присутствие персоналий или брендов, которым мы доверяем. И в отличие от зачастую анонимного импринта Высшая школа экономики — это высочайшая марка качества и на рынке образования, и на рынке издания научного и образовательного продукта. И сегодня у нас есть возможность узнать о том, как строится издательская политика этого учебного заведения, о его книготорговых инициативах и работе с электронным контентом.

Издательский дом Высшей школы экономики (далее – ИД ВШЭ) специализируется на выпуске научной, учебной и справочной литературы по профильным дисциплинам университета: экономика, менеджмент, бизнес-информатика, социология, политология, психология, право, история и др. Издаются как книги российских авторов, прежде всего преподавателей и научных сотрудников Школы, так и переводная литература. В 2013 году было выпущено 160 книжных изданий совокупным объемом более 1700 уч.-изд. листов, суммарным тиражом 23 тыс. экземпляров.

– Елена Анатольевна, расскажите, пожалуйста, об основных сериях и издательских проектах Высшей школы экономики.

– Елена Иванова: Действительно, мы стараемся не выпускать отдельные книги, легко теряющиеся на книжном рынке, а объединять их в серии. В 2009 году в ВШЭ стартовал проект издания серийных монографий по социально-экономическим наукам. В нем книги ведущих российских исследователей представлены в одном ряду с книгами их известных зарубежных коллег. Было основано пять книжных серий: «Экономическая теория», «Социальная теория», «Политическая теория», «Теория и практика образования», «Исследования культуры». За пять лет существования вышло в свет около 70 наименований книг, ведется работа еще над 20-ю. Столь крупномасштабного проекта в последнее время не запускало ни одно даже коммерческое издательство. Практически каждая книга проекта становится ожидаемой читателями, презентуется и обсуждается на ведущих дискуссионных площадках Москвы, в СМИ, в Интернете. Книга Ирины Глущенко «Общепит. Микоян и советская кухня» вышла не только двумя тиражами в нашей стране, но и в Польше. Сам проект и многие из выпущенных в нем книг стали лауреатами главных российских книжных конкурсов, в их числе конкурс АСКИ «Книги России», конкурс «Университетская книга» и др.

В 2011 году в университете впервые был объявлен конкурс на издание переводных учебников. По его итогам в 2012 году к публикации было отобрано восемь книг, выпущенных ведущими зарубежными издательствами, такими как Cambridge, Oxford,

Princeton, Stanford University Press. Первые книги серии «Переводные учебники ВШЭ» уже вышли в свет. Это «Руководство по закупкам» под ред. Н. Димитри, Г. Пига и Дж. Спаньола, учебники С. Смит, Дж. Ле Гранда и К. Проппер «Экономический анализ социальных проблем», П. Давидссона «Исследуя предпринимательство», Т. Эриксона «Что такое антропология?». Остальные отобранные издания должны выйти до конца 2014 года. В 2013 году был объявлен второй этап конкурса переводов, по итогам которого были отобраны еще семь книг, и сейчас ведется работа по получению авторских прав на них.

Мы стараемся получить авторские права не только на бумажную версию книги, но и на электронную, что, как правило, влечет за собой дополнительные расходы. И это касается и проекта по выпуску серийных монографий, и проекта по выпуску переводных учебников. Только получив право на распространение электронной версии книги, мы можем быть уверены, что она будет доступна всем заинтересованным читателям. Наши книги в электронном виде доступны в ведущих агрегаторах авторского права – таких как «ЛитРес», «Университетская библиотека онлайн», «Майб্রари», «КнигаФонд», Biblio Rossica.

– В 2012 году в ВШЭ было принято решение о запуске проекта по подготовке авторских учебников ведущими профессорами и преподавателями ВШЭ. Как развивается этот проект? Какие тиражи и распространение получили эти издания?

– Е. И.: Да, в 2012 году в ВШЭ было принято решение о запуске такого проекта с авторским вознаграждением до 500 тыс.



Елена Иванова



Владимир Солдатов

руб. Было установлено, что принимаемые к изданию учебники должны быть написаны на базе основных учебных курсов, и потому мы рассчитываем на массовые тиражи с широким распространением по России и постсоветскому пространству. Все учебники должны выйти в свет с грифом УМО или уполномоченного Минобрнауки России вуза по соответствующему направлению подготовки. Первые 17 книг отобраны к изданию. По условиям конкурса продолжительность написания учебника может достигать четырех лет. Но уже в начале 2014 года в свет вышел первый учебник – «Правовое регулирование рынка ценных бумаг» А.С. Селивановского; еще один учебник сейчас в работе и три – на грифовании. Все они пополняют серию «Учебники Высшей школы экономики». С момента основания в 2003 году в этой серии вышло более 50 наименований книг совокупным тиражом более 170 тыс. экземпляров. Но в какой-то момент стало ясно, что без дополнительной материальной подпитки ее перестали пополнять значимые произведения, способные претендовать на звание учебника.

– Все издания ВШЭ отличают качественная подготовка текстов, про-

фессиональные верстка и дизайн. И при этом поражает невысокая цена книг. Каким образом удается этого достигать? Окупаются ли в итоге эти издания, или такой цели не ставится?

– Е. И.: При качественной редакционно-издательской подготовке и хорошем полиграфическом исполнении цена на наши книги, действительно, не запредельная. Конечно, издательская деятельность не рассматривается в Школе с точки зрения прибыльности, чего не может себе позволить коммерческое издательство. Себестоимость книги не обременена затратами на аренду, коммунальные платежи, транспорт и многое другое. Эти расходы полностью берет на себя Школа. И в целом инвестором вышеописанных издательских проектов выступает ВШЭ. Но это не значит, что мы не считаем деньги и не стараемся нарастить объемы сбыта, т.е. вернуть сделанные вложения. Тот факт, что в последние годы наращивать объемы реализации книг становится всё сложнее, заставил нас разработать новую концепцию сбыта и продвижения литературы, поддержанную Школой, о которой расскажет мой коллега Владимир Солдатов, руководящий отделом реализации в ИД с этого года.

– Важное направление – организация системы маркетинга и дистрибуции изданий ВШЭ. Расскажите, каковы основные направления этой работы, на что делаете акцент?

– Владимир Солдатов: Основная маркетинговая идея проста и не нова: каждая наша книга должна найти своего читателя. Мы как образовательное учреждение выполняем просветительскую миссию, поэтому стремимся к тому, чтобы книги ИД были максимально доступными читателям. Мы сотрудничаем и с сетевыми, и с независимыми книжными магазинами. Сетевые магазины, естественно, предпочитают новинки. Независимым книжным ассортимент издательства интересен ввиду уникальности. Сейчас крайне мало качественной литературы, например, по социально-экономическим наукам, а стабильный спрос на нее есть.

Двигаясь навстречу читателю, мы активно участвуем в книжных выставках и фестивалях – больших, как Открытый книжный фестиваль в Москве, ММКВЯ, КРЯКК, Non/fiction, и маленьких, как прошедшие в апреле «Умные выходные» в РГУ. Присутствие наших книг в образовательных, научных центрах, учреждениях культуры является важной задачей. Мы регулярно проводим презентации новинок на различных площадках: в книжных магазинах, на выставках и в других местах, таких как, например, обновленная библиотека Достоевского в Москве. Особое



внимание мы уделяем интернет-торговле и сотрудничеству с библиотеками.

– В этом году отмечает 5-летие университетский книжный магазин «БукВышка», получивший за эти годы несколько профессиональных наград. В чем специфика магазина, каков его ассортиментный охват?

– В. С.: В совсем небольшом помещении магазина «БукВышка» очень уютно расположилось более 8 тысяч наименований книг. Это учебная, справочная, научная, общеобразовательная литература. Наряду с книгами ИД ВШЭ и других российских издательств имеется широкий ассортимент книг на английском, французском, немецком и итальянском языках. Представлена продукция Oxford, Harvard, Princeton, Stanford, Yale University Press, ELI, Longman, Collins, Pearson, Penguin, MacMillan, Kaplan, Barron's, BPP, Usborne, Ladybird, Quercus, Ullmann, Prestel и других издательств. В магазине работают опытные продавцы-консультанты со знанием английского языка. Помимо книг в магазине имеется большой выбор мультимедийной продукции и сувениров с символикой ВШЭ.

– Развитие книжной интернет-торговли становится трендом последних лет. Активно развивается собственный интернет-магазин издательства ВШЭ. Как организованна его работа?

– В. С.: Интернет-торговля видится нам наиболее важным направлением распространения книг ИД. Наши книги представлены в интернет-магазине OZON.ru и ряде других. В апреле был запущен собственный интернет-магазин id.hse.ru/shop, торгующий только книгами ИД. Цены максимально приближены к прайсовым, но несколько превышают их, потому что мы против недобросовестной конкуренции и демпинга. Интернет-магазин снабжен удобным рубрикатором, хорошо настроена навигация по тематикам, сериям и авторам. В Школе для ряда ее научно-образовательных нужд внедрен сервис для отправки платежей онлайн с помощью



банковских карт. Благодаря этому для покупателя нашего интернет-магазина доступны два способа оплаты: безналичный, по банковской карте, и наличный. Доставку покупок осуществляет курьерская компания «Даймэкс-Док», имеющая пункты самовывоза в 49 городах России, курьерской доставкой охвачены 300 городов России. Для читателей из других городов покупка в интернет-магазине ИД ВШЭ – самый быстрый, надежный и доступный способ получить наши книги, потому что книжных магазинов за пределами Москвы катастрофически мало. Другим путем распространения книги по дальним регионам становится бурно развивающаяся электронная дистрибуция.

– В последние годы энергично развивается дистрибуция электронных книг, особенно в сегменте научной и образовательной литературы. Насколько активно вы развиваете данное направление?

– В. С.: Как сказала выше Елена Анатольевна, мы плотно работаем с электронными библиотеками, и их перечень постоянно расширяется. Для нас важна репутация ресурса на рынке, надежность и защищенность контента. Как образовательное учреждение, мы заинтересованы в попадании наших книг в электронные каталоги библиотек, особенно библиотек вузов. Однако мы не забываем о рядовых покупателях, потому что продажа в электронном виде – это способ сделать книгу доступной по всей территории России по умеренной цене вне зависимости от желания книжных магазинов ею торговать, наличия этих магазинов в населенном пункте, доставочных возможностей интернет-магазинов. Для научных работников, преподавателей, учащихся это важно. Выручка от электронных продаж книг ИД на сегодняшний день составляет не более 5% от выручки с продаж бумажных книг. Однако эта ситуация стремительно меняется: выручка от электронных продаж книг ИД за 1 квартал текущего года превысила ее объем за весь 2013 год.