

## Электронная коммерция в издательской индустрии

Виолетта Сергеевна Молчанова

Сочинский государственный университет, Российская Федерация  
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а  
Аспирант, младший научный сотрудник  
E-mail: v.molchanova\_1991@list.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается вопрос взаимодействия сферы электронной торговли и издательской индустрии. Отмечена популяризация развития данного направления в сфере научных журналов открытого доступа.

Описывается модель онлайн издания научного журнала. Даны основные этапы поддержки издания. Проанализирована модель «взаимосвязь издатель-посредник-заказчик». Рассмотрена деятельность электронных брокеров на рынке предоставления электронных услуг. Описаны угрозы подобной активности для издателей. На примере возможного электронного брокера обсуждается создание и перспективы развития международной платформы для индексации научных периодических изданий.

В статье проанализирована деятельность ООО Научный издательский дом «Исследователь», а также датабазы Open Academic Journals Index (OAJI). Приведена библиометрическая характеристика журнала «European Researcher».

**Ключевые слова:** электронная коммерция, электронные технологии, издательская индустрия, база данных, OAJI, научная периодика, научные журналы.

**Введение.** Технологии электронной коммерции постепенно внедряются во все сферы бизнеса. Издательская деятельность может служить хорошим примером взаимодействия отраслей. Издание конкурентоспособных научных журналов на сегодняшний день не представляется возможным без их электронного обеспечения. Увеличение читательской аудитории, индексирование в международных базах, учет наукометрических показателей невозможен без соответствующей веб поддержки. Следовательно, возникает необходимость перенесения бизнес-процессов в онлайн сферу, а это значит, присутствие электронных средств обеспечения. Коммерческие онлайн сделки могут быть успешно применены к издательской отрасли, но при этом должна соблюдаться их соответствующая правовая поддержка.

**Материалы и методы.** Для написания статьи были использованы современные работы российских и зарубежных ученых в области исследования текущих тенденций развития электронной коммерции и ее взаимодействии с различными бизнес-отраслями. Информация была собрана в учебных изданиях, научных публикациях, а также в открытых ресурсах сети Интернет.

В данной статье были использованы такие общенаучные методы как принцип сравнения и синтеза полученных результатов. При написании статьи мы основывались на принципах объективности и системности. Это позволило нам рассмотреть издательскую индустрию во взаимодействии со средствами электронной коммерции.

**Обсуждение.** Теоретические основы электронной коммерции широко освещены в трудах М. Рейнольдс [1], А.Н. Соколовой, Н.И. Геращенко [2]. Сегмент электронной коммерции как отдельной экономической отрасли в Российской Федерации обсуждается в работах Е.В. Горшениной, П.А. Сорокина П.А. [3], К.С. Холодковой [4]. Подходы к правовому регулированию понятия «электронной коммерции» исследованы ученым О.Д. Скиба [5]. Я.А. Прокопенко рассмотрела электронную коммерцию с точки зрения методологического подхода – исследования причин появления разнообразных бизнес-моделей. Отбор материалов производился по авторитетным зарубежным базам журналов и статей в области менеджмента и предпринимательства: EBSCO, Scopus и Web of Science [6].

Исследователь А. Скупола [7] рассматривает применение методов электронной коммерции в издательской сфере на примере функционирования электронных баз данных и

электронной периодики. Электронный научный журнал открытого доступа представляется как субститут печатного издания, с большими возможностями для развития.

К. Хендерсон, Д. Смит применяют теоретические методы исследования вопроса функционирования бизнес-модели электронной издательской деятельности [14]. В работах Р. Кларка [8, 9], Г. Вейнера [10] обсуждаются функции издателя журнала, такие как позиционирование журнала на международных информационных платформах, его поддержка, продвижение, и, разумеется, соответствующие издержки процесса.

**Результаты.** Сегодня под электронной коммерцией понимается бизнес-процесс, протекающий на основе информационных технологий или осуществление коммерческой деятельности посредством интернета.

К продуктам, успешно вовлеченным в электронную коммерцию, относятся: журналы научные/ненаучные, газеты и онлайн базы данных.

Внедрение общедоступных онлайн-услуг в издательскую сферу (например, создание электронного журнала на смену его печатной версии) предполагает, что многие издательские процессы упрощаются, либо подлежат замене на электронные аналоги. Поддержка модели онлайн-издания включает в себя 4 аспекта:

- безопасность данных;
- авторское право;
- оплата;
- распространение данных.

В связи с поддержкой безопасности данных (в частности, защите опубликованных материалов), а также соблюдения норм авторского права назревает необходимость регламентирования деятельности так называемых «электронных посредников». Их деятельность заключается в предоставлении сервисов электронных подписок.

На рисунке 1 схематически представлена взаимосвязь издатель-посредник-заказчик.

Скупола А. в своем исследовании уделяет внимание существованию двух видов электронных посредников. К первому можно отнести так называемых брокеров. Между издателем и брокером устанавливается связь – подписка, что обязывает производителя сообщать обо всех видах изменениях в продукте, а брокер, в свою очередь, не имеет права осуществлять коммерческих сделок.

Примером, который может представлять угрозу для издателя, может служить Ovid Technologies Inc. Организация ставит своей целью получение прибыли и без достижения предварительных соглашений с издательской организацией осуществляет коммерческие операции с информацией, т.е. продает научные статьи третьим лицам.

В результате издатель теряет контроль над деятельностью и остается в неведении, сколько копий его продукта было распространено [7].

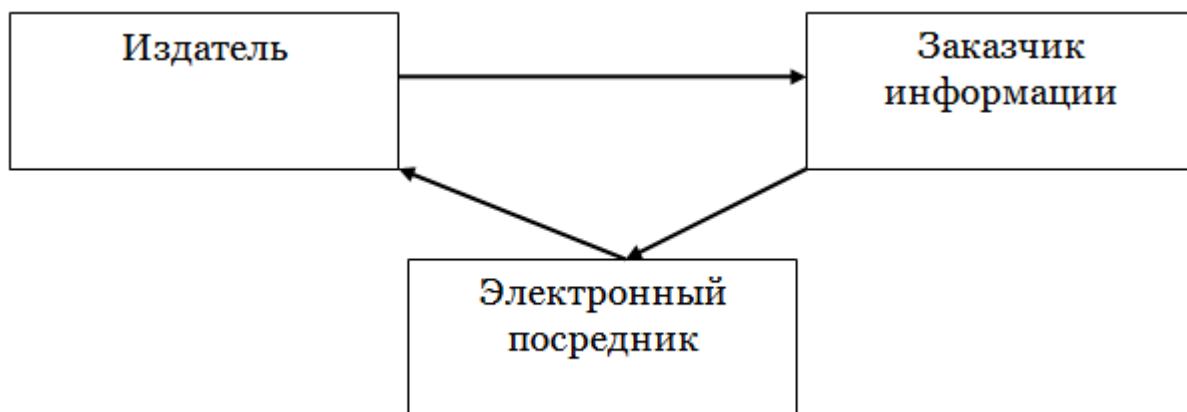


Рис. 1. Взаимосвязь издатель-посредник-заказчик

Источник: составлено автором

*Пример возможного электронного брокера: Open Academic Journals Index (ОАИ)*

Open Academic Journals Index (г. Сочи, Российская Федерация) является полнотекстовой базой данных научных журналов открытого доступа. База была создана в

2013 г. Миссия заключается в создании международной платформы для индексации научных периодических изданий [11].

По состоянию на октябрь 2015 г. в базе ОАИ индексируется 1878 научных журналов, 4706 журнальных выпусков, 96269 авторов, 56740 статей из 86 стран.

Ниже на рисунке 2 представлена диаграмма, иллюстрирующая динамику количества выпусков/статей за период январь-октябрь, 2015 г. В целом отмечается активность в ежемесячном обновлении контента, что свидетельствует об интересе к ресурсу со стороны научных агентов.

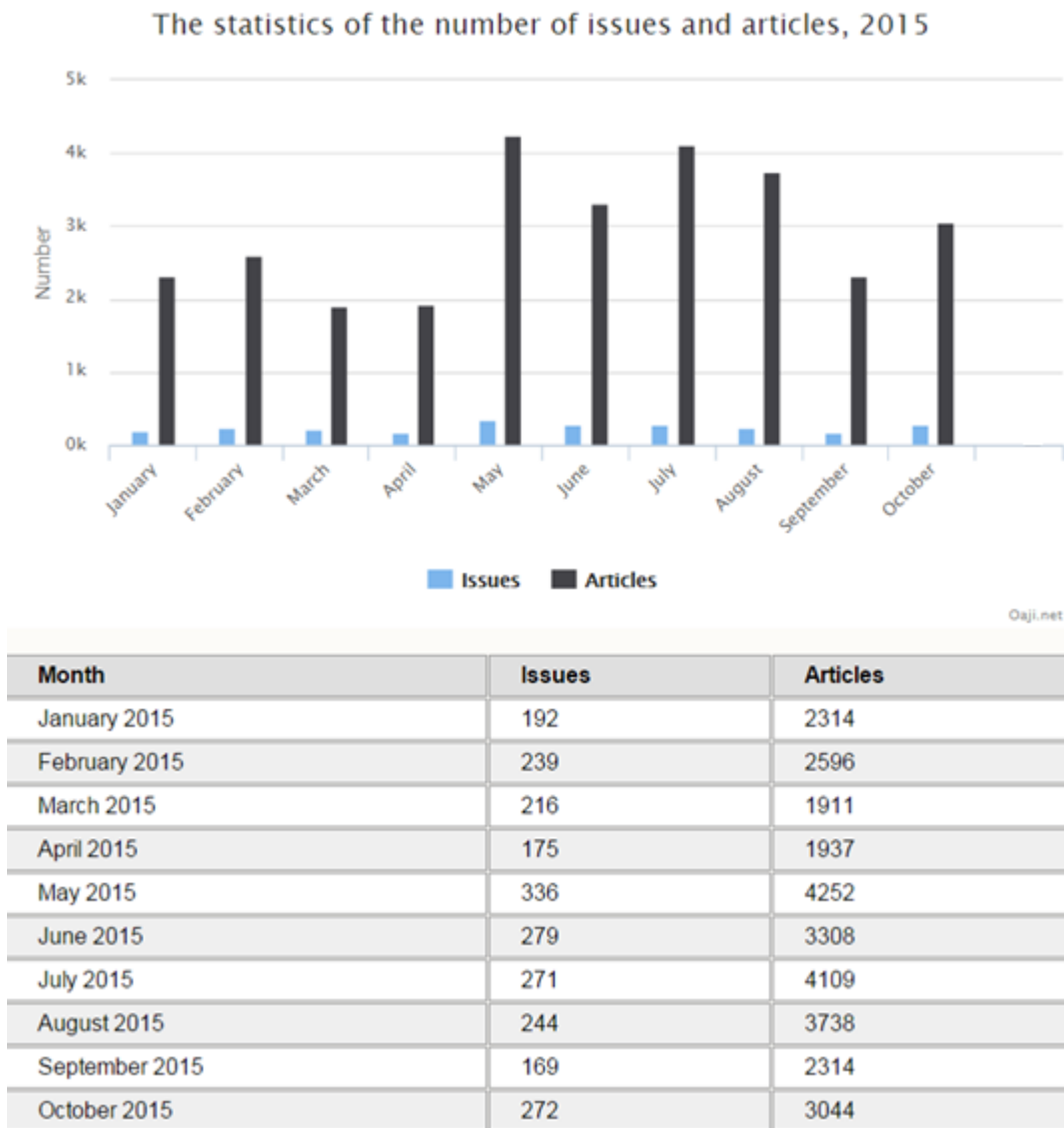


Рис. 2. Динамика количества выпусков/статей за период январь-октябрь, 2015 г.  
 Источник: <http://oaji.net/statistics.html>

К перспективам развития ОАИ относятся:

- позиционирование на рынке электронных услуг как мощного электронного агента, обеспечивающего взаимосвязь между журналами открытого доступа и конечными потребителями результатов научных трудов путем установления связи (электронной подписки на журналы) между издателем и заказчиком.

- проведение исследований по всем сферам научного знания в зависимости от потребностей пользователя.

К задачам издательства, в первую очередь, относится, вывод журналов на принципиально иной уровень, увеличение географии авторов, расширение редакционных советов, путем привлечения ученых из профильных университетов, формирование устойчивого роста скачиваний в РФ и за рубежом. Во-вторых, обеспечение полиграфической

привлекательности изданий, модернизации сайтов путем их реструктуризации и расширения индексирования в полнотекстовых и других базах.

*Деятельность ООО Научный издательский дом «Исследователь в сфере издания электронных научных журналов открытого доступа»*

Работа Academic Publishing House Researcher тесно связана с улучшением качества научных статей, с поддержанием уровня выпускаемых изданий, повышением количества цитирований в глобальных индексах и получением импакт-фактора Web of Science. Приоритетом является достижение соответствующих индикаторов для вхождения журналов в глобальные международные базы. Результатом реализации цели должно стать вхождение журналов в Scopus и/или Web of Science [13, 15].

В 2010 году был запущен один из главных проектов издательского дома – мультидисциплинарный ежемесячный журнал «European Researcher». С момента своего основания журнал публиковал статьи на русском и английском языках, а с августа 2012 года перешел на выпуск двух частей журнала в месяц (одна на русском языке, а вторая на английском). Благодаря наличию выходных данных на английском языке, уже в 2011 году журнал начинает индексироваться в зарубежных базах. С 2011 года вводятся и требования к статьям – обязательная структура (введение, материалы и методы, обсуждение, результаты и выводы). Минимальное количество ссылок в статье – 10. Несмотря на то, что журнал являлся коммерческим проектом, в журнале были введены категории авторов, которые освобождались от платы за публикацию. Так, например, от платы освобождались все российские ученые, имеющие по данным РИНЦ от 300 цитирований, помимо этого освобождались от платы представители дальнего зарубежья.

Таблица 1

**Библиометрическая характеристика журнала «European Researcher»**

Годы	Кол-во номеров	Кол-во статей	Кол-во ссылок	Среднее число ссылок на статью
2010	2	45	301	6,6
2011	13	371	2499	6,7
2012	22	414	3923	9,4
2013	28	420	5501	13,1
2014	24	254	4199	16,5
Итого	89	1504	17673	11,7

На рисунке 3 графическим образом проиллюстрирована ситуация с количеством публикуемых статей в журнале за период 2013–2014 годы (из расчета – суммарное за год).

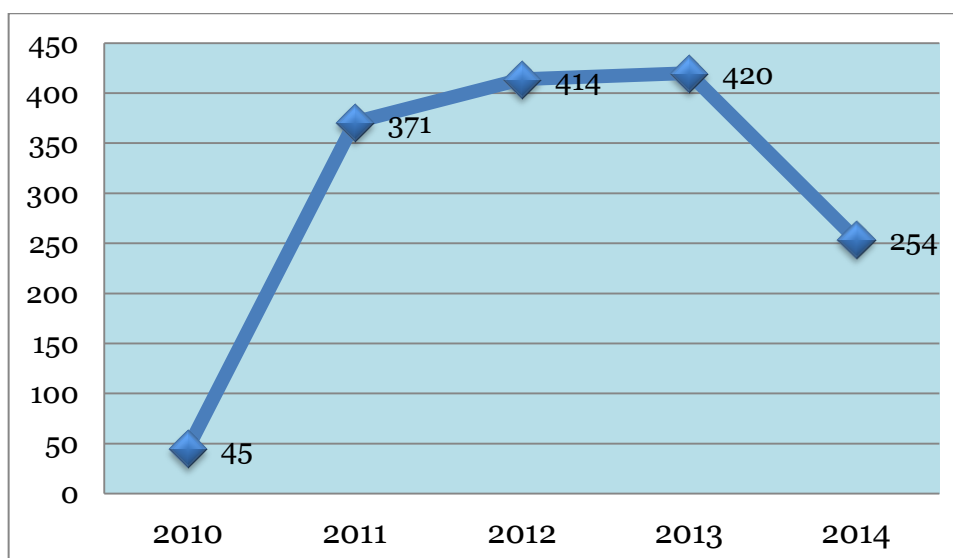


Рис. 3. Динамика количества публикаций в журнале «European Researcher» по годам, ед.

Особое внимание следует уделить показателю 2014 г. – 254 ед. Подобный спад обусловлен сразу несколькими факторами. Увеличились требования к отбору предоставляемых на рецензирование рукописей в отношении качества, степени изученности и научной новизны материала.

По состоянию на декабрь 2014 года журналы издательства индексируются во многих международных наукометрических базах данных второго рейтинга, к их числу относятся: CrossRef (Великобритания); CiteFactor (США); Journal Index (США); Universal Impact Factor (Австралия); Global Impact Factor (Австралия); ResearchBib (Япония), Sherra Romeo (Испания); Open Academic Journals Index (Россия); Российская электронная библиотека (Россия). Из них в CrossRef (Великобритания), Научной электронной библиотеке (Российская Федерация) и Open Academic Journals Index (Российская Федерация) полнотекстово [12].

**Заключение.** В заключение следует отметить тенденцию популяризации применения электронной коммерции в издательской индустрии. Оплата электронных публикаций, наличие электронных провайдеров, брокеров и датабаз открытого/закрытого типа свидетельствует о наличии цепочки взаимодействий между целым рядом производителей и заказчиками продукции.

В связи с чем, возникает необходимость защиты электронной сферы. Следует уделить внимание таким острым вопросам как защита авторского права и интеллектуальной собственности.

#### Примечания:

1. Рейнольдс М. Электронная коммерция. М.: Лори, 2010. 560 с.
2. Соколова А.Н., Геращенко Н.И. Электронная коммерция. Мировой и российский опыт. М.: Открытые системы, 2010. 318 с.
3. Горшенина Е.В., Сорокин П.А. Интернет-технологии в электронной коммерции. Экономические исследования. № 2, 2010. [Electronic resource]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/04/07/1268019201/GS.pdf>
4. Холодкова К.С. Анализ рынка электронной коммерции в России // Современные научные исследования и инновации. 2013. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/10/26760>
5. Скиба О.Д. Правовое регулирование электронной коммерции в международном праве. Молодой ученый. 2014. №11.1. С. 58-62. №11.1. С. 58-62.
6. Прокопенко Я.А. Развитие бизнес-моделей на основе применения Интернет-технологий // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 7 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/07/56148>
7. Scupola, A. (2002). The impact of electronic commerce on industry structure – the case of scientific, technical and medical publishing. J. Information Science 28(4), 275-284.

8. Clarke R. (1999). Key Issues in Electronic Commerce and Electronic Publishing. (Presentation at "Information Online and On Disk 99", Sydney, 19-21.1.1999). [Electronic resource]. URL: <http://www.rogerclarke.com/EC/Issues98.html>
9. Clarke R. (2007). The Cost-Profiles of Alternative Approaches to Journal-Publishing. First Monday. Vol.12(12), [Electronic resource]. URL: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2048/1906>
10. Weiner G. (2001). The Academic Journal: Has it a Future? Education Policy Analysis Archives. Vol.9(9), 1-19. DOI: <http://dx.doi.org/10.14507/epaa.v9n9.2001>
11. Open Academic Journals Index (OAJI). [Electronic resource]. URL: <http://oaji.net>
12. Academic Publishing House Researcher. [Electronic resource]. URL: <http://www.aphr.ru/eng/mainpage.html>
13. eMarketer Inc. Global B2C Ecommerce Sales to Hit \$1.5 Trillion This Year Driven by Growth in Emerging Markets. [Electronic resource]. URL: <http://www.emarketer.com/Article/Global-B2C-Ecommerce-Sales-Hit-3615-Trillion-This-Year-Driven-by-Growth-Emerging-Markets/1010575> (available at 25.09.2015).
14. Henderson, K&Smith, J (ed.) (1999). Electronic commerce in the on-line and electronic publishing industry: a business model for web publishing' Paper presented at Redefining the information chain: new ways and voices, Ronneby, Sweden, 10/05/99 – 12/05/99, pp. 37-50.
15. Пять тенденций в книгоиздании в 2015 году [Electronic resource]. URL: <http://libinform.ru/read/foreign-experience/Pyat-tendentcij-v-knigoizdanii-v-2015-godu/>

UDC 33

## Electronic Commerce in Publishing Industry

Violetta S. Molchanova

Sochi state university, Russian Federation  
Sovetskaya Str., 26 a, Sochi, Krasnodar region 354000  
Post-graduate student, junior researcher  
E-mail: v.molchanova\_1991@list.ru

**Abstract.** The article discusses the interaction between electronic commerce and the publishing industry. The popularization of this development in the sphere of open access scientific journals has been identified.

The model of online edition of the scientific journal is described. The basic stages of edition support are given. The model "the relationship of publisher-intermediary-customer" is analyzed. The article discusses the operation of electronic brokers on electronic services market. It describes the threat of such activity for publishers. Based on the example of possible electronic broker there is discussed the creation and development prospects of the international platform for indexing the scientific periodicals.

The article explores the activities of Ltd Academic Publishing House "Researcher", as well as database Open Academic Journals Index (OAJI). The article gives the bibliometric characteristics of the journal "European researcher".

**Keywords:** e-commerce, electronic technology, the publishing industry, database, OAJI, scientific periodicals, scientific journals.