

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Бизнес-информатика»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ А. Н. Пупков
« _____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.05.02 « Бизнес-информатика»

Разработка аналитической системы по взаимодействию с потребителями на
рынке образовательных услуг на основе центра чтения Государственной
универсальной научной библиотеки Красноярского края

Руководитель _____	доцент кафедры БИ, к.т.н.	О.А. Царева
Выпускник _____		Н.И. Швецова
Нормоконтролер _____		А.В. Раскина

Красноярск 2016

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Бизнес-информатика»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ А.Н. Пупков

« ____ » _____ 2016 г

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы**

Студенту Швецова Наталья Игоревна

Группа УБ 12-09 Направление (специальность) 38.03.05.02 Кафедра «Бизнес-информатика»

Тема выпускной квалификационной работы «Разработка аналитической системы взаимоотношений с потребителями на рынке образовательных услуг на основе Общественной организации «Центр чтения» на базе Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края».

Утверждена приказом по университету № _____ от _____

Руководитель ВКР Царева О. А. – доцент кафедры «Бизнес информатика» ИУБПЭ СФУ

Исходные данные для ВКР нормативные и законодательные документы; специальная, научная литература; учредительные документы объекта исследования; внешняя информация об исследуемом предприятии.

Перечень разделов ВКР: 1 Анализ и формирование современной системы взаимоотношений с потребителями на рынке образовательных услуг. 2 Обоснование необходимости внедрения системы управления взаимоотношениями с потребителями в Общественной организации «Центр чтения». 3 Разработка аналитической системы по взаимоотношениям с потребителями на рынке образовательных услуг на основе организации «Центр чтения».

Перечень графического или иллюстративного материала с указанием основных чертежей, плакатов, слайдов: актуальность темы исследования; цели и задачи ВКР; конкурентные преимущества и конкурентная среда организации «Центр чтения» маркетинг продвижения; характеристика организации ; современное состояние деятельности организации; Технологии создания и актуальность веб-сайта; проект «Сайт Центр чтения Красноярского края»; анализ автоматизации муниципальных библиотек Красноярского края; модель аналитического обеспечения процесса управления взаимоотношениями с потребителями.; выбор и обоснование технических и программных средств для автоматизации исследуемого бизнес-процесса; расчет экономической эффективности внедрения информационной разработки; итоги и выводы.

Руководитель ВКР _____ О.А. Царева

Задание принял к исполнению _____ Н.И. Швецова

« ____ » _____ 2016 г.

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа на тему «Разработка аналитической системы взаимоотношений с потребителями на рынке образовательных услуг на основе Общественной организации «Центр чтения» на базе Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края». Пояснительная записка состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников. Общий объем пояснительной записки - 829 стр. Пояснительная записка содержит 20 таблиц, 18 иллюстраций и список использованных источников с 35 ссылками.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЧТЕНИЯ, ВЕБ-САЙТ, ИНТЕРНЕТ, ЦЕНТР ЧТЕНИЯ, БИБЛИОТЕКИ.

Выгодное размещение организации в Интернете считается одной из важных основополагающих ее успеха. Не говоря уже о том, что, отсутствие сайта у организации принимается целевой аудиторией как признак малого уровня фирмы, вне зависимости от реального качества предоставляемых услуг. Это принуждает все прогрессивные фирмы делать интернет-проекты. Сейчас сайт есть у любого Центра чтения, вне зависимости от его узнаваемости. И он оказывает явное влияние на уровень репутации. Интернет может стать инструментом действенного продвижения услуг лишь в том случае, ежели на нем в удачном свете представлены продукты и сервисы, которые предполагаются, программист постоянно работает над усовершенствованием реализации с помощью веб-сайта.

Целью дипломной работы является разработка аналитической системы взаимоотношений с потребителями на рынке образовательных услуг на основе «Центр чтения».

Содержание

Введение.....	6
1 Анализ и формирование современной системы взаимоотношений с потребителями на рынке образовательных услуг.	8
1.1 Анализ конкурентных преимуществ и конкурентной среды организации «Центр чтения» маркетинг продвижения.....	8
1.2 Общая характеристика организации «Центр чтения».	21
1.3 Современное состояние деятельности организации «Центр чтения» ..	35
2 Обоснование необходимости внедрения системы управления взаимоотношениями с потребителями в организации «Центр чтения».....	45
2.1 Технологии создания и актуальность веб-сайта «Центр чтения».....	45
2.2 Проект «Сайт Центр чтения Красноярского края».	53
2.3 Анализ автоматизации муниципальных библиотек Красноярского края	59
3 Разработка аналитической системы по взаимоотношениям с потребителями на рынке образовательных услуг на основе организации «Центр чтения»	64
3.1 Модель аналитического обеспечения процесса управления взаимоотношениями с потребителями.....	64
3.2 Выбор и обоснование технических и программных средств для автоматизации исследуемого бизнес-процесса.....	69
3.3 Оценка экономической эффективности внедрения информационной разработки.....	78
Заключение	86
Список использованных источников	87
Приложения.	91-96

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время более трети центральных библиотек субъектов Российской Федерации заявляют о наличии центра чтения. Несмотря на относительно небольшой исторический период существования таких центров, можно говорить об определенной эволюции их развития, сложившихся направлениях деятельности, успехах, неудачах и проблемах. Следует отметить, что в каждом регионе сложилось свое обозначение для данной структуры: Центр чтения, Центр книги, Центр книги и чтения. Кроме того, в названии может отражаться и приоритетное направление деятельности центра: Региональный методический Центр чтения, Гуманитарный Центр чтения, Виртуальный Центр чтения. Как обобщенное название, в данной работе будут использоваться понятия «центры книги и чтения» и «центры чтения».

Для повышения интереса к чтению, уже недостаточно просто иметь уникальный продукт или услугу, на которую существует спрос среди населения города, рыночное пространство гудит от "информационного шума", который создают тысячи конкурентов, желающие перекричать друг друга.

Наиболее эффективная стратегия - это построение долгосрочных доверительных отношений со всеми существующими и потенциальными клиентами (желательно - персонально с каждым из них), при которых они знали бы о возможностях и конкурентных преимуществах наших продуктов и услуг, и могли бы в нужный момент ими воспользоваться, причем им не пришлось бы постоянно прилагать к этому огромные усилия.

Сегодня невозможно представить себе ни одну уважающую себя компанию без собственного web-сайта. Преимущества сайта - это удобство, практичность, дешевизна, доступность и высокая скорость передачи информации в электронном виде становятся основными критериями, которые составляют основу основой для использования, и представления для

аудитории. В вышеперечисленных достоинствах сайт становится основным лицом компании во внешнем мире. С задачей создания сайта компании юридических и физических лиц сталкиваются ежедневно и отдельные разработчики, и фирмы специализирующиеся по предоставлению услуг по созданию сайта. Целью дипломного проекта является разработка сайта и наполнение web-сайта. Выбрать методы и принципы разработки сайта, наилучшим образом позволяющие соблюсти требования заказчика. Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи: сформировать требования заказчика, провести анализ программных средств, рекомендованных для создания сайтов с учетом их полезных качеств и ограничений, разработать дизайн сайта на основе требований заказчика, обеспечить наполнение сайта текстом и графикой, тестировать сайта для выявления логических и технических ошибок, провести экономический расчет стоимости разработки сайта. Работа выполнялась с использованием специальной литературы по информатике, интернет – ресурсов, оценки цены разработки, с учетом анализа рынка услуг по разработке сайта.

1 Анализ и формирование современной системы взаимоотношений с потребителями на рынке образовательных услуг

1.1 Анализ конкурентных преимуществ и конкурентной среды «Центр чтения» маркетинг продвижения

Спрос на библиотечные услуги, в силу их специфики, носит двойственный характер. Традиционные бесплатные услуги обращены ко всем, они удовлетворяют безвозмездно потребности всех слоев населения, проживающего в зоне обслуживания библиотеки. В данном случае уместно определение «Читательский спрос – требования читателей в учреждениях, занимающихся распространением книги (книжный магазин, библиотека), на те или иные разновидности печатной продукции, а также на конкретные документы». Данное определение можно расширить, включив в него бесплатные массовые мероприятия библиотеки, обслуживание льготных категорий потребителей и т.д.

Сегментация рынка библиотечных услуг проводится по определенным признакам, в том числе: по возрастным признакам (возможна демографическая сегментация - дети, молодежь, люди старшего возраста); социально-экономическим признакам (выделение сегментов по уровню образования, профессиональной принадлежности); поведенческой сегментации (зависит от мотивов обращения в библиотеку, потребности в конкретных источниках информации и др.).

Для разных групп потребителей и применительно к различным ситуациям обслуживания может наблюдаться достаточно широкий диапазон требований. Так, для научных сотрудников в качестве обязательного выступает требование к полноте предоставления информации, для представителей деловых кругов - актуальность и аналитическая переработка, а для разных возрастных групп - в зависимости от решения конкретных задач (студенты - учебная литература, пенсионеры - вопросы социальной защиты).

Приведенные признаки сегментации не являются регламентированными и исчерпывающими, так как с увеличением предлагаемых библиотеками продуктов и услуг, усложнением потребностей читателей возрастает количество обращений потребителей. В этих условиях библиотеки стремятся, используя арсенал маркетинга, оптимально выбрать для себя определенные сегменты рынка, в наибольшей степени удовлетворяющие потребности читателей и улучшающие финансовое положение библиотек.

Наиболее популярным способом все же является возрастная сегментация и, руководствуясь именно этим способом, проводятся различные мероприятия.

Для детей проводятся различные фестивали, на которых презентуются новые книги детских писателей, обсуждаются списки книг рекомендованных к чтению в начальных классах, ну а самых маленьких могут научить читать так, чтобы они мерили прочитанное не страницами, а новыми впечатлениями.

В то время как дети заняты увлекательными изданиями и развлекательной программой, взрослые могут подумать о своем духовном развитии, и могут прослушать курс лекций на иностранных языках, либо посетить поэтический вечер посвященный изданию новой книги или дню рождения великого писателя.

Большой акцент ставится на молодежь, для ее вводится много новшеств в библиотечном пространстве. Библиотеки, выступая инициаторами проведения крупных акций и мероприятий, рассчитанных на молодёжь, должны стараться привлекать ее к участию на всех этапах - от планирования до реализации и подведения итогов.

Модели привлечения молодёжи к деятельности библиотек могут быть различны. Это зависит от социокультурной ситуации в регионе, от потребностей и настроений молодежной аудитории, от профиля

организаций-партнеров, от имиджа самой библиотеки в молодежной среде и иных важных факторов, определяющих политику библиотеки.

Рекомендуем некоторые формы участия молодёжи в деятельности библиотеки, апробированные российской и зарубежной практикой: добровольное участие молодежи наряду со штатными специалистами библиотеки в реализации какого-либо конкретного проекта, инициированного библиотекой; поддержка библиотекой инициативы группы молодых пользователей по проведению того или иного мероприятия или созданию клубного объединения, представляющих для них интерес; сотрудничество библиотеки с молодежными общественными объединениями (например, экологическими) по реализации социально значимых проектов; введение в штат библиотеки молодых специалистов с уже действующими проектами, которые ранее реализовывались ими на других площадках; привлечение наиболее активных молодых пользователей в качестве волонтеров для представления библиотечных программ в учебных заведениях и организациях, расположенных в зоне обслуживания библиотеки, при проведении интернет-конференций, трансляции мероприятий на Сети, организации опросов населения или пользователей библиотеки; привлечение пользователей к участию в молодежных библиотечных советах (например, в молодёжном совете при директоре, в совете молодежного отдела библиотеки). Области применения молодежных волонтерских (добровольческих) инициатив в библиотечной практике разнообразны. Так, в роли экспертов молодые люди способны обоснованно предложить, что им хотелось бы видеть и иметь в библиотеке. Они могут: участвовать в разработке дизайна библиотечных помещений (создание портфолио дизайна «молодежной зоны», выражение своих эстетических предпочтений с помощью обычного или он-лайн-опроса, помощь в создании художественных инсталляций во внутренних помещениях библиотеки или декорировании наружных стен библиотеки в стиле граффити); участвовать в формировании библиотечного фонда (посещение

волонтерами книжных магазинов, ярмарок и выставок, анализ ассортимента, предлагаемого электронными книжными магазинами, организация «ящика для предложений (пожеланий)» для пользователей библиотеки или библиотечного сайта для размещения там своих рекомендаций, опрос ровесников из числа друзей, сокурсников, коллег). Польза для молодёжи от добровольного участия в деятельности библиотеки: приобретается опыт работы в профессиональном коллективе, опыт командной работы; повышается интерес к чтению; возникает ощущение собственной значимости; появляется площадка для творческой, общественной самореализации и т.д.

Польза для библиотеки: возможность наладить контакты с молодёжью, которая пока не пользуется библиотечными услугами; молодёжь знает, что хотят читать их сверстники, а это делает библиотечный фонд более ориентированным на пользователя; увеличивается количество новых пользователей из числа участников молодежных проектов, их друзей и родственников; улучшается имидж библиотеки в глазах молодёжи; увеличиваются знания библиотекарей об интересах и потребностях молодёжи, тем самым повышается их профессиональная квалификация, формируется конструктивный опыт общения с молодёжью.

Наибольшее число пользователей библиотеки составляют все таки женщины – 65,9%, а мужчины составляют – 34,1%. В числе читателей преобладают люди с высшим (28,1%) и средним специальным образованием (25,3%), или те, кто продолжает учебу, и при опросе был показан как имеющий незаконченное высшее образование (19,2%).

Как позволяют судить результаты проведенного нами исследования, в библиотеку приходят люди, как уже имеющие образование, так и овладевающие определенными знаниями. В составе респондентов 20% учащихся школ, 11,5% студентов вузов.

По данным отчетов библиотек в 2015г. основными группами пользователей библиотеки являлись: пенсионеры и люди пожилого возраста;

учащаяся молодежь; служащие и рабочие; домохозяйки; инвалиды; работники старательских артелей; безработные; командировочные. Со статусом «временных работников» каждую весну в район прибывает группа людей из стран СНГ, (узбеки, таджики, армяне, казахи, киргизы), украинцы, немногочисленные представители других национальностей России, которые становятся пользователями (читателями) нашей библиотеки.

Возможна так же и иная типизация посетителей библиотеки. Тип вовлеченности в культурную жизнь в целом определяет характер взаимодействия с библиотеками, в зависимости от того, как люди посещают библиотеки (какими услугами пользуются, по каким поводам приходят) можно выделить три группы читателей. Активным участникам соответствуют специализированные пользователи, тусовщикам — редкие гости, а интровертным группам — посетители по необходимости.

Специализированные пользователи — самая малочисленная группа (20%), но именно они активнее всех читают, посещают библиотеки (предпочитая центральные и большие городские) и участвуют в их деятельности. Как правило, они приходят работать с книгами в читальном зале. Поскольку издания, доступные в читальном зале обычно не выдают по абонементу, эти читатели чаще других пользуются копировальными услугами. Группа представлена людьми сравнительно старшего возраста — среди них меньше всего молодых читателей до 25 лет, каждый третий — старше 40 лет. Немаловажная особенность специализированных пользователей: в этой группе больше людей с высоким доходом, т.е. самыми вовлеченные читатели в потенциале активнее других могут пользоваться платными услугами. Кроме того, эта категория чаще других участвует в мероприятиях. Они активно пользуются Интернетом, получая через него информацию о программах библиотеки в 2 раза чаще, чем другие группы посетителей.

Посетители по необходимости (24%) — противоположность специализированных пользователей. Чаще всего они обращаются в районные

библиотеки или библиотеки учебного заведения. Это объясняется, скорее всего, необходимостью найти специализированное издание или обычную книгу, когда ехать в крупную библиотеку нет возможности и/или желания. Это подтверждается характером работы с изданиями: посетители по необходимости реже всех работают в читальном зале, но почти всегда (85%) забирают книги домой. Такая модель посещения характерна для студентов. Среди посетителей по необходимости больше всего учащихся (57%) и людей младше 25 лет. Доход представителей группы достаточно низок — только треть читателей получают больше 25 000 рублей в месяц. Эта категория реже других покупает книги, предпочитая брать их в библиотеке (25%) и скачивать в Интернете (25%). Они мало посещают мероприятия, которые проходят в библиотеках, но могут оказаться в числе гостей за компанию, если пригласят знакомые.

Редкие гости – самая массовая категория посетителей (56%). Большая их часть (68%) вовсе не ходят в библиотеки и посещают культурные мероприятия (в частности, фестивали) спонтанно. Маловероятно, что посетители этого типа зашли бы в районную библиотеку, увидев на ней баннеры о фестивале. Если редкие гости приходят в библиотеку, то они в равной степени часто работают с изданиями на месте или забирают книги с собой. Данная категория читателей реже всех участвуют в мероприятиях, которые проходят в библиотеке. Они, как правило, покупают или скачивают книги в Интернете – причем электронными изданиями редкие гости пользуются почти в 2 раза чаще, чем другие группы (43% против 24%).

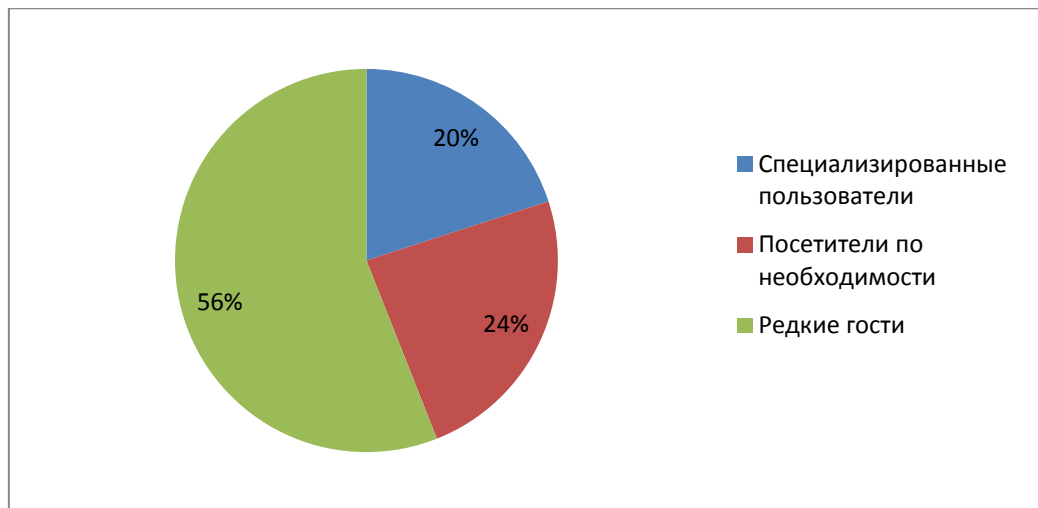


Рисунок 1 – Типы посетителей библиотеки

Исследование подтвердило, что посещение библиотек не входит в число популярных культурных практик горожан. Лишь небольшая доля посетителей использует культурный потенциал библиотек целиком, участвуя в лекциях, семинарах и т.п. Поэтому проведение событий - перспективный способ расширить возможности библиотек в качестве культурных площадок и потенциально привлечь внимание публики ко всему спектру их услуг. Однако работа на самые заинтересованные и активные группы посетителей библиотек требует уточнения информационной политики, в частности, более нюансированного медиа освещения, в том числе – яркой представленности в интернете.

Указом Президента России 2015 год объявлен Годом литературы, тем самым определено стратегическое направление деятельности публичных библиотек по продвижению книги, формированию читательских пристрастий.

В 2015 году, 28 января, Год литературы начался в Московском Художественном театре и феврале это начинание подхвачено в регионах страны, в том числе и в Красноярском крае. На встрече во МХТе Президент страны выразил надежду на то, что Год литературы поможет возродить понимание хорошей художественной литературы и всех удивительных и не всем известных возможностей родного русского языка, который входит в

число самых выразительных и образных языков мира. Свое выступление Владимир Владимирович Путин завершил очень значимыми для всей страны словами для понимания миссии этой акции: «Сохранив свою культуру, свой язык, литературу, сохраним себя как нация, как народ, как страна. И тысячелетняя Россия останется Россией». Здесь же Президентом страны была сформулирована главная цель Года литературы: «...возродить в обществе ценность хорошей книги принципиально важно».

В реализации обозначенной Президентом страны цели огромная роль принадлежит публичным библиотекам как проводникам просветительских идей среди различных категорий населения. Осознавая это, все публичные библиотеки Красноярского края разработали планы мероприятий, направленные на привлечение внимания жителей края к литературе, к чтению.

Год литературы – яркий, объединяющий общество проект, направленный на поддержку книги и чтения. Основные цели и задачи Года литературы — привлечь особое внимание общества к отечественной литературе, сделать русскую литературу, русский язык мощным фактором идейного влияния России в мире, вызвать у подрастающего поколения интерес к чтению, повысить качество литературы.

Главная цель деятельности публичных библиотек в Год литературы – поддержка зарождения у подрастающего поколения интереса к чтению, возвращение в ранг активных читателей многочисленные группы сравнительно образованных работающих красноярцев, которые определяют настоящее страны и края, закладывают основы будущего и которые по разным причинам перестали или почти перестали читать за последнюю четверть века.

В этой связи особое внимание должно быть уделено решению следующих задач:

- 1) повышение качества библиотечного фонда;

2)создание в библиотеке комфортных условий для чтения литературы на различных носителях;

3)повышение читательских компетенций населения;

4)раскрытие потенциала как читающих, так и не читающих жителей местного сообщества, особенно детей и молодежи;

5)позиционирование в среде детей и молодежи положительного образа человека читающего;

6)формирование у читателей, прежде всего, у детей и молодежи, навыков регулярного чтения, вкуса чтения хорошей литературы на примере творчества литературных классиков;

7)расширение читательского кругозора детей с помощью популяризации имен современных детских авторов, организация максимального доступа к книжным новинкам, к информации о них;

8)формирование и развитие культуры семейного чтения;

9)выявление успешных образцов работы с читателями и популяризации чтения для дальнейшего их распространения. [1]

Годами ранее был организована Красноярская ярмарка книжной культуры, которая преследует те же цели, что объявленный год литературы по стране. Представляет ежегодную ярмарку книжной культуры Фонд Михаила Прохорова совместно с Правительством Красноярского края и Администрацией города Красноярска. Проект носит долгосрочный характер, позиционирует Красноярск как центр книжной культуры и призван объединить издателей, книгораспространителей и культурное сообщество из центральных регионов России и городов Дальнего востока, Сибири и Урала. Красноярская ярмарка книжной культуры предлагает новаторский подход к пропаганде чтения: презентацию бытования книги в современном мультимедийном культурном поле, анализ эволюции и трансформации книги в ее конкурентной борьбе с новыми видами искусств и информационными носителями.

За время своего существования Красноярская ярмарка книжной культуры стала мероприятием федерального значения, и, учитывая состав участников выставочной и культурной программы, давно приобрела международный статус.

Цели проекта

- 1) пропаганда книги и чтения как культурного досуга;
- 2) представление лучших российских издателей и стимулирование системы распространения интеллектуальной книги в Сибири;
- 3) интеграция фрагментированного культурного сообщества Сибирского и Дальневосточного регионов;
- 4) расширение читательской аудитории и повышение статуса письменной культуры.

Программа ярмарки строится с учетом трех основополагающих функций книги в обществе:

а) Книга как продукт (цикл мероприятий для профессионального книжного сообщества): семинары и мастер-классы для библиотекарей; круглые столы по проблемам распространения книг, по авторскому праву, по аудио- и электронным книгам; семинары по новым полиграфическим технологиям и др.

б) Книга как искусство: выставки, инсталляции, перформансы, музыкальные и видеопрограммы; семинары и мастер-классы по книжному дизайну, дискуссии и лекции по книжной иллюстрации; обсуждения и презентации по теме эволюции книги (возрождение эксклюзивной книги, рукописной книги, жанра альбома) и др.

в) Книга как социальный институт: дискуссии и круглые столы о состоянии современной литературы, о литературных премиях, о жанровых инновациях в литературе; театральные гастроли (спектакли по мотивам книг); презентации современных писателей и поэтов и др.

Ярмарка проводится в форме выставки лучших издательств и презентации книжных новинок, которая сопровождается насыщенной

профессиональной и культурной программой, что делает ее полноценным культурным фестивалем. В рамках КРЯКК проходят встречи с писателями и поэтами, мастер-классы, презентации, круглые столы, дискуссии, выставки, театральные представления, концерты, кино-показы. Неизменно организуется большая образовательная программа: лекции и семинары для библиотекарей, музеологов, филологов, журналистов, экскурсоводов-краеведов.

Часть проектов и конкурсов начинаются еще до официального старта Красноярской ярмарки книжной культуры и захватывают не только официальные площадки проведения, но и городское пространство.

Во время проведения КРЯКК в центральный город Сибири со всего мира приезжают различные музыкальные и театральные коллективы, писатели, беллетристы, поэты и художники. По традиции в один из дней ярмарки проходят дебаты литературной премии «НОС». Много внимания всегда уделяется детской программе ярмарки, направленной на формирование с ранних лет интереса и любви к литературе, искусству и творчеству. Занятия с детьми проходят в форме познавательных и увлекательных игр, викторин, творческих мастер-классов, которые проводят известные художники, писатели, актеры и музыканты.

Ежегодно Красноярская ярмарка книжной культуры объединяет более 200 издательств, в культурной программе принимают участие сотни гостей из России и стран мира, а посещают ярмарочные события с каждым годом все больше и больше жителей города и края. [2]

На основе имеющихся данных можно проанализировать рост популярности Красноярской ярмарки книжной культуры, были использованы данные с 2010 по 2015 год, и с уверенностью сказать, что ярмарка выполняет свою функцию в популяризации чтения. За последние пять лет число как посетителей, так и издательств принимающих участие в пропаганде культуры чтения среди населения страны, возросло и с уверенностью

продолжит расти. На рисунке 2 видно, что с 2010 года число посетителей ярмарки выросло с 35000 человек, до 55000.



Рисунок 2 – Число посетителей Красноярской ярмарки книжной культуры.

На рисунке 3 также можно увидеть положительную тенденцию, среднее число издательств остается неизменным из года, в год.

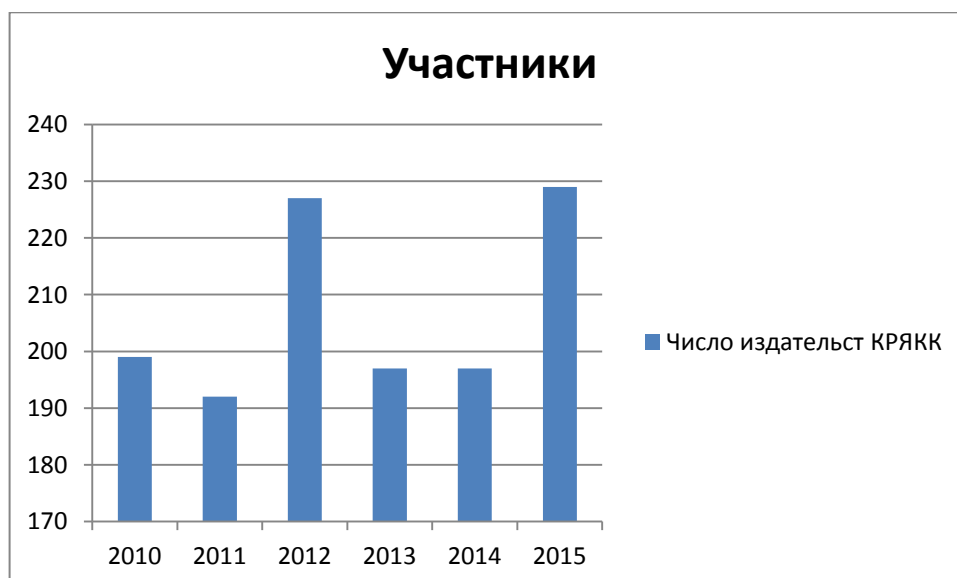


Рисунок 3 – Число издательств принявших участие в Красноярской ярмарки книжной культуры.

Еще одним ярким мероприятием нашего города является фестиваль «Зеленый», который проходит уже шесть лет подряд и каждый год одним из участников этого фестиваля становится Красноярская краевая детская библиотека. На площадке фестиваля она открывает читальный зал на свежем воздухе. Сотрудники библиотеки вывезут на поляну несколько десятков килограммов книг. Уверены, они откроют для вас книжки, которые вас очень-очень удивят объемные, электронные, для самых маленьких, в общем, если у вас семья библиофилов.

В Красноярске существует организация деятельность, которой очень важна для культурного просвещения жителей нашего города и края, это Центр чтения Красноярского края. Ежемесячно на сайте «Центр чтения Красноярского края» публиковалась не представленная ранее в Интернете информация о жизни и творчестве отечественных и зарубежных писателей, о наиболее интересных литераторах Красноярского края: биографические сведения, литературоведческие очерки, фрагменты произведений.

На базе Центра проходят литературные фестивали, встречи с писателями, конкурсы и выставки. На сайте Центра обновляется и пополняется информация об отечественных, зарубежных и красноярских писателях, о мероприятиях, акциях и конкурсах библиотеки. В 2015 г. сайт посетили 17148 уникальных пользователей. В рамках открытия Года литературы прошла презентация книжно-иллюстративной выставки «...Я – космический артист», посвящённой 90-летию со дня рождения Иннокентия Смоктуновского. В экспозиции было представлено более 200 изданий из фондов библиотеки, а также оцифрованные статьи на интерактивных панелях. Выставку посетили 580 человек. В вечере памяти Михаила Успенского приняли участие почитатели его творчества, литераторы, журналисты, близкие, коллеги и друзья писателя. Для мероприятия «Осень в Париже» в Красноярской краевой филармонии была подготовлена тематическая площадка «Книжная лавочка Дюма» об истории и культурных

традициях Франции. Выставочную площадку библиотеки посетили более 350 человек.

1.2 Общая характеристика организации «Центр чтения»

В последние годы в России наблюдается снижение интереса к чтению. Это явление вызывает беспокойство у широкой общественности, т.к. уровень развития книжной культуры большей мере определяется духовный потенциал нашего общества.

“Чтение – уникальный феномен культуры, в каждой стране оно выполняет социоохраняющую функцию далеко выходящую за рамки удовлетворения информационных и образовательных потребностей общества. В российской культуре, начиная с 20 века и до недавних времен, литература занимала центральное место. Ориентация на печатное слово в полной мере отвечало нашим национальным особенностям, коммуникативное посредничество, живой диалог с современниками и предками – едва ли не главная роль чтения – были востребованы обществом. Самое дивительное, что у русского народа такое отношение к печатному слову и чтению не менялось на протяжении веков, какое бы содержание ни вносилось в декларацию о значении книги чтения для народа”. [3]

Именно поэтому сейчас особенно актуальны исследования ведущих специалистов в области книжного дела, дискуссии на страницах массовой и профессиональной печати, форумы в Интернете.

Обсуждаются следующие вопросы:

- государственная поддержка книгоиздания, средств массовой информации и распространения печатных изданий;
- формы и методы пропаганды чтения;
- чтение и новейшие информационных технологий;
- чтение детей и подростков;
- школьное чтение;

- читательская культура в провинции;
- качество современной художественной литературы;
- роль библиотеки в информационном обществе и т.п.

Анализируя результаты исследований современной русской литературы и культуры чтения в том числе, можно обозначить ряд проблем:

- рост числа “нечитателей”;
- появление людей с вторичной функциональной неграмотностью;
- потеря интереса к книге и чтению у детей и юношества;
- вымывание из репертуара чтения “серьезной” литературы;
- преобладание низкопробной литературы, навязывающей российским гражданам чужие стереотипы восприятия, мышления и поведения, искажающей историю и традиции Российского государства;
- обеднение и засорение современного русского языка (и языка современной художественной литературы в том числе);
- резкое снижение качества литературы для детей и подростков;
- кризисное состояние библиотечного дела;
- в книжных магазинах большинство российских городов предоставлено не более 10% выходящих книг;
- вытеснение книгочтения Интернетом;
- недостаточная пропаганда чтения;

Острота этих проблем свидетельствует о кризисе чтения России. Качество чтения народа определяет уровень развития его культуры. Сегодня прогнозы культурологов пессимистичны: если ситуация с чтением в стране не изменится в лучшую сторону, появится угроза уничтожения великой русской культуры. [25]

7 сентября 2001 года Всероссийским Конгрессом в поддержку Чтения была выдвинута концепция Национальной программы “Чтение” – документы “для разработки общенациональной программы мер сохранения и приумножения исторического, духовного, научного и культурного богатства страны”. “Цель этой программы – всемерная поддержка Чтения, важнейшего

элемента культуры, инструмента повышения интеллектуального потенциала нации, творческой и социальной активности российского общества”. [4]

Конгресс в поддержку Чтения предлагает комплекс мер, которые “ после соответствующей работы государственных органов могли бы стать государственной программой. В числе этих мер – учреждение Центра чтения с правами государственного института при Правительстве Российской Федерации с исследовательскими, методологическими, методическими и пропагандистскими функциями полномочиями межведомственной координации в этих областях, установления сотрудничества с ЮНЕСКО, Международной ассоциацией чтения, Институтом “Открытое общество” и другими международными и национальными государственным и общественными организациями, действующими в этой сфере”. [4]

Реализацией программы “Чтение” на местном уровне является организация региональных Центров чтения.

Региональный Центр чтения ставит своей целью повышение статуса книги и развитие читательской культуры в регионе.

Для реализации этой цели Центр:

- объединяет специалистов из государственных органов, учреждений, организаций, фондов для разработки и проведения мероприятий, направленных на поддержание престижа чтения и его общественной значимости;

- организует и проводит широкие книжно- читательские акции, шопинг- фестивали с использованием зрелищных и массмедийных форм, разрабатывает и создает изобретательную и рекламную продукцию с книжной символикой;

- осуществляет координацию работы и методическое руководство деятельностью заинтересованных организаций в проведении компаний, связанных с пропагандой книги в городе и крае;

- привлекает новых партнеров для совместной работы по продвижению чтения.

Деятельность регионального Центра чтения направлена на поддержание престижа чтения в крае (области) и его общественной значимости, изменение сложившейся ситуации в регионе по привлечению к чтению и пользованию библиотеками массовых категорий населения. Это предполагает наличие краеведческого аспекта в работе Центра (пропаганда продукции местного книгоиздания, произведений местных авторов; трансляции информации об истории книжного дела в крае (области); организация деятельности Центра чтения с участием особенностей региональной культуры).

Читатели, вовлеченные в круг деятельности Центра чтения, должны иметь возможность:

- узнавать о новинках книжного рынка, о редких книжных изданиях, получать информацию о поступлении новых книг в магазины и библиотеки;
- по-новому взглянуть на классические художественные произведения;
- узнать интересные факты из жизни книг и людей, их пишущих и их читающих;
- получить информацию об экранизации или театральной постановке того или иного художественного произведения;
- воспользовавшись помощью Центра чтения, опубликовать произведения собственного сочинения;
- побеседовать с интересными людьми – деятелями культуры и культуры чтения в том числе, высказывать свое мнение о прочитанных книгах;
- получить информацию о мероприятиях, связанных со спецификой деятельности Центра чтения (выставках, презентациях, акциях, конкурсах) и принять в них участие.

Центра чтения ставит своей целью повышение статуса книги и развитие читательской культуры. Для реализации главной цели необходима активизация технических, информационных, кадровых ресурсов.

Информационные ресурсы.

Для работы Центра чтения необходима мощная информационная база, позволяющая разработать стратегию повышения статуса книги в обществе. Желательно, чтобы сотрудники Центра чтения располагали как можно более полной информацией:

- о проблемах современной культуры, культуры чтения, общественном мнении о книге и чтении (характере и результатах социологических исследований в этой области);
- о государственной политике в области культуры и культуры чтения в том числе; особенностях региональной культурной политики;
- о новинках книжного рынка;
- о поступлениях новых книг в магазины и библиотеки;
- о событиях культурной жизни региона и страны, так или иначе связанных с деятельностью Центра чтения.

Центра чтения может разрабатывать собственные методики изучения культуры чтения в регионе; совместно со средствами массовой информации, учебными заведениями, писательскими организациями, творческими союзами, управлением образования и управлением культуры разрабатывать и проводить социологические исследования. Сотрудничество с книжными магазинами, издательствами, библиотеками позволит выявить особенности книжного рынка в регионе и проблемы комплектования библиотечных фондов. Эта информация необходима для составления рекомендательных списков: “Где и какую книгу можно приобрести, взять почитать? Какая книга готовится к изданию?” и т.п. Кроме того, подобное сотрудничество поможет Центру чтения влиять на формирование библиотечных фондов, ассортимент книжных магазинов (многие книжные магазины работают с заказами покупателей, таким “заказчиком” может стать Центр чтения, владеющий информацией о новинках российского книгоиздания).

Сотрудники Центра чтения – человек, хорошо разбирающийся в вопросах литературы и искусства, активно интересующийся культурной жизнью страны и края, способный к аналитической и творческой

деятельности; это специалист использующий в своей работе новейшие информационные технологии, умеющий организовать разного деловые и творческие контакты, работать с аудиторией.

Особая миссия в выполнении главной цели Центра чтения – развитие читательской культуры – у библиотекаря, человека, играющего одну из главных ролей упорядочении информационных потоков, имеющего непосредственный контакт с книгой и организующего контакт читателя с книгой. На библиотекаря, как на сотрудника Центра чтения, ложится дополнительная обязанность приобщать к чтению, пропагандировать хорошую литературу, воспитывать читательский вкус не на правах учителя, но на правах человека, осведомленного обо всем книжном многообразии, способного квалифицированно посоветовать, что читать. [27]

Ценность библиотекаря как сотрудника Центра чтения определяется еще и тем, что он находится в постоянном взаимодействии с читателем, что позволяет:

- во-первых, определить читательские предпочтения;
- во-вторых, реализовать главную цель Центра чтения – приобщение к чтению;

Библиотекарь на рабочем месте может оценить характер читательской аудитории, предпочтения каждой из читательских групп, оперируя знанием фонда библиотеки, порекомендовать литературу, подходящую в том или ином случае.

Если Центр чтения организуется на базе библиотеки, то на ее сотрудников ложится обязанность организовать и контролировать деятельность Центра:

- составлять планы мероприятий;
- определять перспективы развития;
- налаживать деловые контакты с партнерами;
- проводить компании и акции Центра чтения;
- изучать читательскую культуру и т.п.

Повышая престиж чтения, Центра чтения организует и проводит широкие книжно-читательские акции, шоппинг-фестивали с использованием зрелищных и массмедийных форм, разрабатывает и создает изобретательную и рекламную продукцию. Поэтому важным аспектом деятельности Центра чтения является установление партнерских отношений со специалистами разного профиля:

- филологами,
- журналистами,
- писателями, поэтами,
- книгоиздателями,
- учителями, преподавателями,
- социологами,
- психологам,
- дизайнерами, художниками,
- веб-мастерами, программистами.

Деловые отношения могут быть основаны на устных договорах или подтверждены документами, имеющими юридическую силу (в данном случае необходима консультационная помощь юристов).

Деятельность Центра чтения должна осуществляться в современном информационном режиме. Он характеризуется, во-первых, доступностью новейших информационных технологий, во-вторых, разделением аудитории на тех, кто предпочитает традиционный источник знаний – книгу; тех, кто использует в основном Интернет; и тех, кто практически не читает. Необходимо ориентироваться на все читательские группы и пропагандировать книгу, применяя в том числе и современные способы передачи информации. В работе Центра чтения могут быть максимально задействованы:

- Интернет (возможна трансляция позиции Центра чтения через собственный сайт, позволяющий наладить связь с читателями –

пользователями Интернета; возможно также использование ресурсов других сайтов, так или иначе связанных с деятельностью Центра чтения.);

- электронная почта;

- различные компьютерные программы, позволяющие создавать и транспортировать текст и изображения, для создания разного плана рекламной и изобразительной продукции.

Все это требует соответствующего уровня оснащения оргтехники.

Современная библиотека стремится к сохранению своих позиций не только как информационный, но и как информационно-просветительский центр, своеобразный компас во все увеличивающемся объеме информации. В сфере досугового чтения, которая является главной для Центра чтения, особенно необходим такой компас. Традиционные библиотечные формы работы уже предполагают пропаганду различной литературы: выставки и выставки-просмотры, обзоры, литературные вечера и т.п. выполняют рекомендательную функцию. Раньше эти формы были действенны, во многом они не утратили актуальность и сейчас. Однако актуальность эта обусловлена существованием очень немногочисленной группы читателей библиотеки, которые продолжают интересоваться выставками, посещают поэтические вечера и презентации. Большинство же пользователей приходит в библиотеку не за советом, что почитать, а с конкретными запросами. Также “за кадром” остаются и “нечитатели”. В связи с этим приведем фрагмент статьи В. Д. Стельмаха “Читатель и современное литературное сообщество: возможность диалога”.

“Советская идеология и пропаганда всегда были ориентированы не на человека или группу, но на массу, безликую и однородную, с общим выражением лица. Поэтому адресных методик и технологий приобщения к чтению практически нет. Методические издания по культуре чтения, воспитанию художественного вкуса и пропаганде той или иной литературы, издающихся библиотеками в большом количестве, содержат, как правило, перечень традиционных и хороших освоенных форм и методов,

адресованных прежде всего, пользователем библиотек и продвинутым читательским слоям. Вопрос, что делать с подавляющим большинством людей, которые не читают вообще или почти, ставит в тупик даже профессиональных распространителей книг.

Не жанр рекламно-методической продукции, адресованной людям “с улицы” – например, яркие памятки (книжные закладки, буклеты), содержащие внешне элементарные, а по сути, глубоко профессиональные советы. Немногочисленные попытки выпуска обыденной продукции с книжной символикой являются собой оглушительные примеры культурной и социальной бестактности. Мы получаем результат прямо противоположный задуманному вместо разметки жизненного пространства литературными символами происходит их разрушение, точнее – ниспровержение до уровня низкого и обыденного.

Наконец, и у нас нет, и по сути, никогда не было групп подготовленных специалистов, для которых продвижение книги в не читающем сообществе являлось бы не побочной, но основной формой деятельности. По сути, мы имеем дело со слабо профессионализированной и концептуально определенной сферой.

Однако дело не только, точнее, не столько технология, сколько не ясности и неопределенности основной идеи – идеи диалога профессионального сообщества с массовой аудиторией, построенного на соотношении разных ценностных миров и представлений. Его условием является принятие языка массового чтения, умение преподнести “наши” ценности в “их” оболочке, в привычной для читателя форме, подстраиваясь под культуру нижних слоев”. [5]

Все сказанное свидетельствует о том, что необходимо искать другие методы пропаганды литературы, более подходящее к современной социальной ситуации, более эффективные и современные. Проблема методики и методологии представляется более важной, чем проблема содержания. Действительно, содержание, Может быть, и имеет право быть

самым разным: можно сосредоточиться исключительно на художественной литературе, или расширить круг до литературы по искусству в целом, или до литературы широкого профиля. Однако методы, используемые для продвижения этой литературы в местном сообществе, должны быть как можно более результативны, иначе усилия будут тщетны. Одним из отличий Центра чтения от библиотеки является как раз стремление искать нетрадиционные методы, максимально использовать современные информационные технологии. Однако и в том случае, если вы продолжаете работать в традиционном направлении, верным шагом будет открытие Центра чтения на базе библиотеки. Тому есть несколько причин. Во-первых, открытие Центра чтения, так или иначе стимулирует деятельность библиотеки в сфере пропаганды чтения. Во-вторых, мероприятия, проведенные под эгидой Центра, привлекают гораздо больше внимания общественности, и появится возможность сделать гласным то, что раньше проходило незаметно. Наконец, открыв Центр, заявив цели и задачи его работы, будет проще найти нужных партнеров, спонсоров для сотрудничества с вами. [33]

Методы работы, подразумевающие непосредственный контакт с читателями

1) Комплекс мероприятий, включающий сразу несколько жанрово-тематических форм. Например, Неделя интеллекта, которая была проведена Челябинским Центром чтения. В программе Недели были встречи с поэтами, мастер-классы, тренинги, консультации педагогов, психологов по интеллектуальному развитию и восприятию личности. Другой интересный пример – литературный марафон (Мурманский Центр чтения), во время которого его участники – писатели, журналисты, другие представители творческой интеллигенции объехали восемь населенных пунктов Мурманской области, организуя литературные вечера, праздники, дискуссии.

2)Бенефис читателя. Это своеобразная презентация литературных вкусов конкретного человека, который имеет навык публичных выступлений и чья личность может представлять интерес для многих людей. Это может быть известный культурный деятель, бизнесмен, политик и др., рассказывающий о любимых книгах, авторах, о том, как они повлияли на его жизнь. Также очень эффективной окажется радио- или теле-версия проекта.

3)Проект заказа выставок в библиотеке. В рамках проекта читатели пишут письменные пожелания – увидеть выставки по интересующим их темам, затем, согласно некоторым из пожеланий (мотивации выбора могут быть самыми разными), организуются выставки литературы.

4)Вечер вопросов и ответов. Одна из самых свободных и динамичных форм. На вечер библиотека приглашает ученых: филологов, литературоведов, вузовских или школьных преподавателей, которые грамотно и в то же время максимально интересно и популярно отвечают на любые вопросы читателей по интересующей их художественной литературе.

5)Организация выставки читательских иллюстраций к различным произведениям художественной литературы.

6)Конкурс читательских эссе на литературные темы. Возможна также публикация эссе в печати. Сходный по содержанию проект – “Письма о литературе” – конкурс писем писателям, современным или других эпох, о воздействии их произведений на взгляды и мировоззрение пишущего читателя. Оба проекта могут осуществляться и с помощью Интерне-сайта.

7)Проект – “Если весь город прочтет одну книгу”. Этапы реализации проекта включают пропаганду определенной книги, конкурсы, читательскую конференцию.

8)Анкетирование в библиотеке. Вы можете самостоятельно или с привлечение специалистов создать небольшие анкеты, посвященные проблемам чтения читательским предпочтениям. Затем предложить вашим читателям ответить на вопросы анкеты и сделать доступным ее результаты. Если результаты привлекут внимание пользователей, можно организовать

также их обсуждение, пригласив филологов, педагогов, социологов на встречу с читателями.

9)Из опыта ЮНЕСКО в сфере популяризации и развития чтения. Наиболее известная инициатива ЮНЕСКО по продвижению чтения – провозглашение Всемирного дня книги и авторского права (23 апреля), который отмечается с 1996 года. 23 апреля – дата символическая: в этот день в 1616 году умерли Сервантес, Шекспир, это также день смерти или рождения многих других писателей. Идея отмечать этот день родилась в Каталонии, для которой этот день Святого Георга, покровителя Каталонии. Он объединил два праздника: День книги и День розы. В этот день принято дарить близким книгу и розу, в книжных магазинах покупателю дарят розу за каждую купленную книгу. Эта красивая каталонская традиция была положена в основу Программы ЮНЕСКО “Подари книгу, подари розу”. [6]

Всемирный день книги активно отмечается в странах Европы. В книжных магазинах, на улицах, станциях метр организуются книжные распродажи, для привлечения внимания приглашаются популярные актеры, музыкальные группы, в библиотеках осуществляется бесплатное распространение народных книг. Интересный пример празднования Всемирного дня книги – 24-часовое чтение “Дон-Кихота” в Мадриде в 2001 году. Среди чтецов, непрерывно сменяющих друг друга, были как члены правительства, ведущие общественные деятели, так и обычные читатели. Акция проходила не только в столице, но и по всей стране, в том числе на морских судах и в одной из тюрем. В 2001 году по инициативе ЮНЕСКО была провозглашена также “Всемирная столица книги”.

Методы работы с опосредованным контактом с читателями

1)Объявление конкурса на сайте. Например, Челябинский центр чтения провел на своем сайте два конкурса: на разработку логотипа Центра чтения и на разработку рекламного текста по сохранности книги (работы можно было присылать по электронной почте). Центр чтения Нижнего Новгорода проводил конкурс на лучшую информацию в СМИ о библиотеке, а Тверской

центр книги - конкурс фотографий «Человек и книга». Во всех случаях с конкурсными работами можно познакомиться на отдельной странице сайта.

2) Викторины и опросы. Эту форму можно проанализировать на сайте Тверского центра книги и чтения. Здесь пользователям предлагается ответить на вопросы нескольких викторин (например, «Узнать произведение по заключительной фразе», «Писатели XX века»), тут же узнать правильные ответы. Также проводятся в интерактивном режиме (ваше мнение будет учтено, и вы сможете увидеть общий рейтинг) опросы: «Что из современной литературы вы читаете?», «Перечислите 10 великих романов современности», «Назовите 5 лучших современных поэтов». Используя зарубежный опыт, можно провести на сайте опрос на тему: «Какие книги повлияли на вашу жизнь и как они изменили ее?».

3) Рекомендательные списки литературы на сайте. На многих сайтах есть информация о наиболее интересных новых поступлениях в библиотеку. На сайте того же Тверского центра книги вы увидите рекомендации как библиотекарей, так и других читателей. На сайте Красноярского центра чтения создано две рубрики, «Книжная полка» и «Новинки», где пользователи могут познакомиться с рецензиями на различные книги по искусству, филологии, художественные. Списки можно составлять с учетом различных критериев: для различных возрастных, социальных, профессиональных групп читателей. Говоря о форме опроса, нельзя не рассказать и о зарубежном опыте. В 2003 году в Великобритании был осуществлен проект Большое чтение BBC. На первом этапе проекта все желающие голосовали за свою самую любимую книгу по телефону или с помощью электронной почты. Затем все данные были обработаны, и выявлены 100 самых предпочитаемых книг. Далее на телевидении был подготовлен цикл передач научно-популярного характера об этих книгах и их авторах. Наконец, на последнем этапе состоялось еще одно голосование, на этот раз уже за лучшую книгу из сотни. С получившимся рейтингом можно познакомиться на сайте

<http://www.bbc.co.uk/arts/bigread/>. Безусловно, он достаточно спорный. Однако главная цель проекта не в том, чтобы выбрать лучшее произведение мировой литературы, а в том, чтобы организовать мощную пропаганду этой литературы. Судите сами: за время осуществления проекта процент продаж в книжных магазинах ста книг-лидеров вырос в два раза.

4)Выпуск необычной полиграфической продукции, способной привлечь внимание широкой общественности. Так, Мурманский Центр чтения выпустил плакат «Читающий чемпион», на котором изображены известные в регионе спортсмены с книгами в руках и надпись: «Читай! И ты - победишь!». Буклет Красноярского центра чтения также получил признание у пользователей благодаря качественному дизайну и разнообразию опубликованной информации: буклет включил в себя официальные сведения о Центре, перечень предлагаемых возможностей, интересную подборку цитат о книге и чтении, фотографии.

5)Создание литературной карты региона (или города), на которой отмечаются места, связанные с тем или иным автором или произведением. Такой проект был реализован Центром книги Библиотеки Конгресса США.

6)Проект “Литературное развитие известных людей прошлого и будущего”: реклама литературных источников через связь с биографией известных личностей.

7)Выпуск аудио- и видеодисков с записями чтения литературных произведений в исполнении известных людей: актеров, спортсменов, политических деятелей.

Условия для эффективной работы Центра чтения:

- максимально активное сотрудничество с различными организациями, учреждениями образования и культуры, СМИ, которые также могут стать соучредителями или партнерами Центра;

- поиск спонсоров, привлечение инвестиций в проекте Центра;

- заявление о Центре и его мероприятиях в СМИ и грамотная PR-кампания;

- наличие контакта с не читающей и мало читающей аудиторией;
- использование наиболее активных методов, открытых и современных форм по продвижению книги и чтения.

1.3 Современное состояние деятельности организации «Центр чтения»

Говоря о проблемах культуры чтения и низком статусе чтения в современном обществе, мы подразумеваем, во-первых, досуговое чтение, во-вторых, не исчезновение этого процесса из жизни современного человека, а отсутствие в “списке литературы” наиболее достойных по эстетическим и информационным критериям источников. Действительно, чтение, мотивированное учебной, научной, профессиональной деятельностью, всегда остается актуальным. В сфере досуга же в полной мере проявляется свобода человека в выборе литературы. Чтение как процесс получения информации через текст также не теряет актуальность. Текстовая информация господствует и в сети Интернет. Проблема же заключается в том, что большая часть читателей предпочитает массовую литературу более высоким видам – беллетристике и классике.

Литература, которая получила низкую оценку по многим параметрам (эстетическому, аналитическому, содержательному, языковому, с точки зрения формы и т.д.) изначально пользовалась спросом у многочисленной группы читателей благодаря, как ни парадоксально, своим минусам: читать такую литературу легко, она не требует глубокого сопереживания, умственного напряжения, ставка делается зачастую лишь на сюжетность и примитивную, штампованную описательность. Востребованность делает издание массовой литературы выгодным мероприятием, отсюда обилие рекламы, броских иллюстраций, обложек, что еще увеличивает число читателей. Беллетристика, классика, хорошая публицистика воспринимается либо как что-то устаревшее, далеко от современных проблем, либо как

скучное и сложное. В действительности классическое произведение никогда не теряет современного звучания и в большей степени способно обогатить внутренний мир человека. Популяризация классики, более или менее удачная, существует и сейчас. В театрах ставят Чехова, Островского, Булгакова, Мольера, Шекспира, в последнее время стала популярна и экранизация классики. Однако очевидно, что этого недостаточно. Недостаточно и немногочисленных попыток учителей-новаторов словесности, которые своим мастерством и любовью пытаются привить вкус к хорошей литературе. Все это отдельные, немногочисленные случаи, которые делают ситуацию менее критической, но не решают проблему в основе. “Структура российского чтения в последние годы неизменно эволюционировала в пользу прагматичного чтения. Духовное чтение, которое в основном определяется пристрастиями читателей к художественной литературе и литературе по искусству, сложилось год от года не только в силу экономических обстоятельств, но из-за мощного давления телевидения массмедиа, которым не противостоит работа государства в области воспитания у граждан потребности в чтении”. [7]

Со школой и вузом человек рано или поздно теряет связь, с библиотекой же эта связь не должна быть потеряна никогда. Миссия библиотеки была и есть не просто в предоставлении нужной информации, а в активной пропаганде чтения, в выполнении просветительской и рекомендательной функции. “Принцип ноосферизации жизни мирового сообщества позволяет рассматривать вопрос о роли информации в этом плане одновременно в двух плоскостях – общесоциальной и гуманитарно-личностной, и библиотекарям отводится роль не только “навигаторов” знаний, но и хранителей культуры, ее гуманистических ценностей”. [8]

Именно с целью такого активного сотрудничества с читателями и создан Центр чтения Красноярского края, реализующий одно из направлений программы “Чтения” Пушкинской библиотеки. В рамках этой программы также работают региональные Центры чтения в Твери, Архангельске, Пскове,

Челябинске, Владимире, Нижнем Новгороде, Мурманске. Наш центр начал свою работу в марте 2003 года. Центр базируется в Государственной универсальной научной библиотеке Красноярского края, но библиотека является координатором деятельности многих организаций-партнеров: высших и средних учебных заведений, музеев, других библиотек. В нашем случае это: Сибирский Федеральный Университет, Красноярский государственный педагогический университет, Красноярский литературный музей, Красноярский литературный лицей, Краевой библиотечный коллектор, Краевая детская библиотека. Центр чтения стремится сотрудничать и с радио и ТВ каналами города.

Цель проекта – способствовать сохранению и развитию культуры чтения в регионах, возрождению творческого чтения, чтения избирательного. Такое чтение возможно, когда есть только восприятие и оценка информации, но и сотворчество. Только напряжением чувств, мыслей, фантазий человек становится читателем, а автор обретает равноправного себе партнера. Творческое чтение продолжает не массовую, но высокую общественную культуру. “Самая функция библиотеки – это соединение читающего мира и мира книг, который сколь угодно долго может находиться в пассивном состоянии, пока Чтение не оживит эту “спящую красавицу” и не засияет новыми красками”. [9]

Аудитория, на которую мы рассчитываем в процессе работы, достаточно широка и разнообразна по социальным, образовательным, возрастным критериям. Прежде всего, это молодежь, которая больше подвержена негативным факторам в выборе литературы. Но это и дети, и люди старшего возраста. Социологические исследования контрастируют существование феномена “отложенной читательской деятельности”. Суть феномена в том, что современные студенты, не имея возможности уделять много времени досуговому чтению сейчас, откладывают чтение определенных книг на будущее, видят себя читающими через десять лет. Ученые предполагают, что такой феномен может объяснить высоким

авторитетом и привлекательностью книжной коммуникации, которые запечатлены не в сознании, скорее в подсознании нынешнего поколения молодежи.

Деятельность краевого Центра чтения осуществляется в четырех основных направлениях:

1) проведение акций, фестивалей, праздников, направленных на повышение читательского интереса к книге, чтению, библиотеке, привлечение к чтению новых читателей;

2) организация персональных и тематических выставок и выставок-просмотров, раскрывающих красоту и ценность книги, художественного слова;

3) подготовка и выпуск полиграфической продукции (афиши, закладки, буклеты), информирующей о работе Центра чтения, его ресурсах и возможностях;

4) создание собственного сайта в Интернет с возможностью публикации разноплановых материалов о книге, чтении, мероприятиях Центра чтения и многого другого.

Успешная деятельность по всем четырем направлениям не только способствует решению основных проблем – причин создания Центра чтения (проблема снижения читательского интереса к хорошим книгам, проблема отсутствия у многих групп читателей ориентиров в выборе литературы), но попутно увеличивает число читателей библиотеки, информирует пользователей о ее ресурсах, проводимых мероприятиях. Кроме того, существование Центра чтения на базе Государственной универсальной научной библиотеки с одной стороны делает его авторитетным органом, имеющим профессиональное право рекомендовать читателям определенную литературу, а с другой стороны способствует улучшению имиджа библиотеки в целом.

Теперь подробнее по всем четырем направлениям.

1) Мероприятия и акции различались как по форме, так и по содержанию. Мы старались, чтобы было современным, актуальным и то, и другое.

В 2007 году в рамках Национального года русского языка и Года культуры в крае был реализован мега проект “Читающий край”, ставший самым масштабным красноярским проектом в поддержку чтения. Он осуществляется силами Министерства культуры Красноярского края, Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края, Центра чтения Красноярского края, Красноярской региональной общественной организации “Писатели Сибири”, Краевой детской библиотеки, Краевой юношеской библиотеки, ЦБС края. Фестиваль проходил с апреля по октябрь на территории более чем пятнадцати районов края, включил в себя самые разнообразные акции. С апреля по октябрь по инициативе Центра чтения и Государственной универсальной научной библиотеки на краевом ради и телевидении транслировались телепередачи и репортажи о чтении, современной и классической литературе.

Совместно с Красноярской общественной организацией “Писатели Сибири” и редакционной коллегией журнала “День и Ночь” Центром чтения был учрежден конкурс на краевую литературную премию. Премия вручалась красноярским издательствам по следующим номинациям: “Красноярскому издательству, пропагандирующему и издающему классическую литературу”, “Красноярскому издательству, издающему произведения местных авторов”.

Был организован фотоконкурс “Читающий Красноярск”, а также конкурс-эссе “Книга в моей жизни”. В литературном конкурсе победитель выбирался по четырем возрастным номинациям: 8-12 лет; 13-16 лет; 17-25 лет; старше 25 лет.

Совместно с КГПУ им. Астафьева в рамках фестиваля был проведен конкурс художественного чтения среди молодежи. Краевая научная библиотека и Центр чтения, также в рамках фестиваля, летом провели в центральном парке культуры и отдыха книжно-литературную акцию “Библиотека без стен”. В программу акции входили: театрализованное

представление для детей “Будем с книгою дружить”, литературные конкурсы и викторины, беспроигрышная лотерея, социологический опрос “Книжная полка читающего Красноярца”. Хотелось бы обратить внимание на социологический опрос, очень простой по форме и содержанию, а так же в обработке получения данных. “Полка читающего Красноярца” представляет собой большой лист ватмана, на который все желающие наклеивают полоски цветной бумаги, написав предварительно на них название своей любимой книги, или книги, которую человек сейчас читает. В конечном итоге, получается своеобразная “книжная полка” с большим количеством цветных корешков, которая очень наглядно отображает уровень читательских пристрастий. Это яркая, эффективная форма социологического опроса. Проводить его можно как в пределах библиотеки, так и за ее стенами. Еще одно важное преимущество “полки” в том, что она не требует больших материальных затрат.

По инициативе Центра в рамках того же мегапроекта был организован Библиокараван “Читающий край”, включающий в себя встречи писателей, журналистов, литературоведов с читателями края.

Завершался фестиваль Праздником чтения, на котором были приглашены писатели из регионов России, подводились итоги конкурсов, состоялось награждение победителей, вручение премий, призов.

В апреле 2008 года в Государственной универсальной научной библиотеке прошло поэтическое состязание “Король поэтов”. Учредители конкурса (Центр чтения поэтические объединения городов края, научная библиотека СибГТУ) стремятся возродить традицию поэтических состязаний, положенную еще Николаем Гумилевым и продолженную в разное время в разных сибирских городах (Томск, Кемерово). В этот раз поэтическое состязание получило название “Король реванша”. Побороться за титул “Короля поэтов” могли только те, кто уже принимал участие в этом конкурсе в 2004 или 2006 годах, но не вошел в число победителей.

Каждому из участников турнира пришлось выдержать жесткую конкуренцию. По условию конкурса в нем могут участвовать поэты-непрофессионалы, независимо от возраста и принадлежности к литературным объединениям. Поэты из разных городов Красноярского края выставляют свое творчество на суд профессионального жюри и публик. Три тура ожидало на пути к финалу. В первом туре каждый участник читал по одному стихотворению, во втором туре поэты читали два поэтических произведения, в третьем туре 5 поэтов представляли зрителям и жюри три стихотворения из своего творчества. “Королем поэтов” 2008 года стал поэт Рустам Карапетьян. “Король поэтов” и еще шесть финалистов получили право издания сборника стихов под общей обложкой. Стихотворения победителей публикуются на сайте Центра чтения в “Творческой мастерской”.

В зале присутствовало профессиональное жюри, голоса которого удваивались, однако определяющим все же было мнение аудитории. Около 200 человек голосовали поднятием рук (одна рука – один голос, две руки – два голоса, скрещенные руки – три голоса). Голосование на конкурсе заменяло традиционные аплодисменты.

“Король поэтов”, безусловно, полусерьезное – полушутливое звание, неслучайно оно пишется в кавычках. Может быть, аудитория, да и профессиональное жюри (состоявшее вовсе не из литературоведов, а из поэтов же) пропустили кого-то более талантливое. Но цель проведения конкурса заключается главным образом не в абсолютно объективной оценке творчества поэтов, а скорее в создании атмосферы, суть которого – во внимательном отношении к поэтическому слову, умении видеть и ценить красоту образов, рифм, размеров, интонаций. И эта цель была достигнута. Многие из участников отметили удивительную благожелательность публики, творческий поэтический настрой. А результаты... Как сказала директор красноярского литературного лицея, поэт Марина Саввиных: “Когда я узнала результаты конкурса, я была очень рада. Все получилось очень справедливо.

Потому что, люди, которые побелили, уже давно и постоянно активно пропагандируют поэзию в Красноярске”.

В будущем при организации мероприятий мы планируем расширять сотрудничество с учредителями и партнерами Центра чтения, привлекать студентов и преподавателей-филологов, учеников литературного лицея, журналистов. Центр чтения стремится к тому, чтобы о Центре знали и говорили, чтобы наша работа была востребована.

2) За время работы Центра чтения различные отделы библиотеки в соответствии с целями Центра чтения координировали тематику своих выставок.

Информация о выставках регулярно публикуется на сайте Центра чтения в Интернете, на открытии самых значимых присутствуют СМИ. Мы стараемся привлекать больше внимания к нашим выставкам с помощью качественных дизайнерских решений, продумывая композиции (создания рубрики), подбора интересных цитат по теме выставки, использования различных носителей информации в качестве экспонатов: книг, периодических изданий, грампластинок, нот.

Самой значительной выставкой за последние годы стала Книжная экспозиция, подготовленная Государственной универсальной научной библиотекой и Центром чтения в рамках мероприятий празднования юбилея Гоголя в апреле 2009 года. “Изюминкой” экспозиции стала созданная сотрудниками Центра чтения электронная презентация по творчеству Н. В. Гоголя, демонстрировавшаяся на большом экране. Впоследствии подобная презентация была создана по творчеству А. С. Пушкина пушкинским дням, проходившим в библиотеке в начале 2009 года.

3) Для информирования как можно большего числа читателей о работе общественной организации научной библиотекой создаются буклеты Центра чтения, рассказывающие о ресурсах библиотеки, Центра чтения, оформленные цитатами классиков о книги и чтении. В буклете сделан акцент на том, что наша цель – развитие досугового чтения: буклет не только информирует о

богатых фондах библиотеки, но и привлекает внимание к чтению как к творческому процессу, приносящему радость. Также Центр чтения готовит разнообразные программы, афиши, приглашения, закладки, информирующие о предстоящих мероприятиях Центра чтения. Интересные памятки были выпущены Центром чтения к мероприятиям, посвященным юбилею Н. В. Гоголя в 2009 году.

В каждой такой памятке под названием “Время читать классику” содержится краткая информация о жизни и творчестве писателя, а также – о самых известных произведениях Гоголя. Тексты, содержащиеся в таких памятках, были написаны легким доступным языком, с немалой долей юмора. Вот, например, заметка о повести “Нос”: “Чисто фанатический рассказ из 1836 года. В основе сюжета – необъяснимое исчезновение носа коллежского асессора Ковалева. Рассказывая эту безумную историю, автор доброй иронией и юмором наполняет каждый эпизод. По-настоящему забавно читать панические размышления майора Ковалева о том, как же ему теперь жить без носа. И жениться безносому проблематично...А ведь действительно, на нос в жизни редко обращаешь внимание!” В дальнейшем планируется издание таких памяток по произведениям других классиков русской литературы.

4)Создание собственного сайта в Интернет с возможностью публикации разноплановых материалов о книге, чтении, мероприятиях Центра чтения и многого другого.

В Центре чтения разработана программа проведения регионального семинара-тренинга “Организация регионального Центра чтения”. В ходе проведения семинара будет использован опыт работы Центра чтения Красноярского края. Цель семинара-тренинга –дать практические рекомендации по организации Центра чтения, принятию управленческих и профессиональных решений, анализу и оценке ситуации, формированию условий для дальнейшего развития Центра.

Создание регионального Центра чтения, как в Красноярске, Пскове, Нижнем Новгороде, Твери, имеет большое значение и очень актуально. Необходимо не только констатировать уменьшение читательской аудитории, но и попробовать воспрепятствовать этому процессу. “На экранах телевидения и кино, в большинстве своем, предлагаются суррогаты жизненных коллизий, созерцательное восприятие которых не требует размышлений о жизни и о своей роли в ней. Прочтении литературы возникает другой механизм воздействия на людей – сопереживание, формирование своего отношения к событиям, что помогает человеку выстаивать собственные ценностные ориентиры. Чтение – уникальный феномен культуры, в каждой стране оно выполняет социоохраняющую функцию, далеко выходящую за рамки удовлетворения информационных и образовательных потребностей общества”. [10]

Подводя итоги всему выше сказанному, можно сделать следующие выводы.

2. Обоснование необходимости внедрения системы управления взаимоотношениями с потребителями в организации «Центр чтения»

2.1 Технологии создания и актуальность веб-сайта «Центр чтения»

Современные информационные технологии позволяют расширить деятельность Центра чтения, вывести ее на качественно новый уровень. Интернет предоставляет множество новых форм работы с пользователями. Расширение мировой сети и возрастающее ее влияние можно оценивать по-разному: если останавливаться только на отрицательной оценке, то окажется, что Интернет – полная противоположность библиотеке и книге, так как дает лишь информацию, а не знания. Содержание сайтов всемирной сети разнолико, вследствие свободного доступа к ней самых разных людей и организаций. До сих пор большой проблемой остается отсутствие единого полноценного каталога, обеспечивающего быстрый доступ к нужным ресурсам. Действующие поисковые системы лишь отчасти решают эту проблему: пользователь Интернет вынужден несколько раз формулировать свой запрос, и нет гарантии как попадания на нужную страницу, так и непопадания на ненужную. И все же, согласившись с тем фактом, что запретить ограничить распространение Интернет невозможно, необходимо использовать его многочисленные преимущества. [23]

Первым таким несомненным преимуществом является неограниченно большая русскоязычная аудитория: потенциальный посетитель вашего сайта может жить и в соседнем доме, и за тысячу километров. Но, чтобы приобрести такую аудиторию, нужно, чтобы содержание сайта и дизайн отвечали потребностям пользователей. Человек, пришедший в библиотеку, так или иначе задерживается в ней, даже если в итоге не находит полноценной информации. Пользователь Интернет одним нажатием клавиши закрывает страницу, показавшую ему бесполезной и неинтересной. Аудиторию в Интернет, пожалуй, даже труднее приобрести и удержать, чем

читателей в библиотеке. Зато популярный сайт посещает огромное количество людей каждый день, гораздо больше, чем возможно охватить с помощью традиционных массовых мероприятий.

Второе преимущество – быстрый и качественный мониторинг общественного мнения о проблемах чтения, конкретных книг. С помощью круглого стола, форма, статистики посещаемости вы сможете определить читательские предпочтения, интересующие темы, популярные формы, и соответственно, координировать содержание сайта и в целом работу Центра чтения, более активно и эффективно реализуя его цели. Для необходимости создания интерактивной связи с посетителями сайта, возможности подсчета числа посещений.

Третье преимущество – современность, актуальность, популярность. Информация, помещенная на веб-сайте, для многих людей априори является более интересной, авторитетной, чем полученная иным путем. Следовательно, по сути, нет лучшего средства пропаганды чтения, книжной рекламы, если речь идет о массовой аудитории, чем сайт Центра чтения в Интернете.

Стоит отдельно сказать и о тех преимуществах, которые дает всемирная сеть собственно для пользователя. Во-первых, это быстрота получения информации самого разного характера. Во-вторых, представление этой информации в виде мультимедиа, то есть, текст сопровождается звук, видео, графика. Вследствие этого усиливается элемент наглядности, что очень важно для первичного уровня овладения знаниями. В-третьих, возможность общаться по интересующим проблемам с другими посетителями Интернет в режиме онлайн. В-четвертых, найденный текст, видео, фото, и т.д. можно быстро “присвоить” себе, распечатав на принтере, переписав на флеш карту или просто скопировать на жесткий диск компьютера, в то время, как в библиотеке большая часть литературы доступна только в читательском зале, где ее нужно конспектировать или ксерокопировать, а абонемент ограничен определенным сроком.

Таким образом, если сравнить традиционный источник информации с Интернет, то получится следующая картина:

Таблица 1 – Сравнение традиционных источников с Интернет

Книга	Веб-сайт
Практически абсолютная доступность всем членам общества через сеть книжных магазинов, библиотек.	Ограниченная доступность. Предполагает наличие компьютера и возможности подключения к сети.
Предмет материальной культуры, представляет ценность сама по себе, не зависимо от содержания. Со временем теряет качество материального выражения.	Информация хранится в цифровом виде. Теоретически время на таким способом хранения невластно.
Статичность, невозможность изменять содержание и его структуру. Ограниченный объем.	Динамичность, возможность не только дополнять содержание и видоизменять его, но и по-разному структурировать. Неограниченный объем.
Достаточно сложный поиск, облегченный наличием оглавления.	Быстрый и удобный поиск даже небольших фрагментов информации.
Совмещение текста с изобретательной информацией, но ограниченно.	Мультимедийные технологии позволяют разные сферы.
Затрудненная обратная связь с читателем.	Возможность быстрой обратной связи с посетителями сайта.

Вы видите, что Интернет имеет как плюсы, так и минусы. Задача в том, чтобы максимально использовать все возможные преимущества.

Все сказанное позволяет сделать вывод: веб-сайт Центра чтения полезен и необходим как самой организации, так и ее пользователям.

Безусловно, самой лучшей рекомендацией по созданию сайта будет знакомство с сайтами и определение концепции собственно варианта.

Этапы создания сайта Центра чтения можем представить следующим образом:

1) Определение концепции сайта.

- цели создания.

- задачи, которые конкретизируют те аспекты глобальной цели, которые реально будут отражены.

- ограничение возможностей, лучше качественно сделать несколько рубрик, чем создать большое количество и не иметь реальных средств их поддержки. Поэтому заранее определить свои возможности в трех аспектах: библиотечный ресурс, технические ресурсы: количество компьютеров, принтер, сканер, программное обеспечение, кадровый ресурс.

2) Поиск и установление партнерских контактов. Определение роли каждого из партнеров и/или учредителей Центра в работе сайта. Партнерами/учредителями могут стать вузы, школы, музеи, ТВ и радио, каналы, другие библиотеки.

3) Создание макета сайта, то есть определение композиции каждой страницы.

4) Описание дизайна сайта.

5) Создание рубрики сайта со своеобразным содержанием в каждой из них. Написание текстовой информации, подбор графического, музыкального сопровождения.

6) Техническое создание сайта.

7) Непрерывное обновление сайта, оперативное реагирование на запросы посетителей, редактирование, усовершенствование формы, содержания, дизайна.

К началу 2004 года в сети Интернет функционируют восемь сайтов региональных Центров чтения при библиотеках. Несмотря на неравнозначность качества дизайна, содержания, объема, каждый сайт отличает своя изюминка. Остановимся на конкретных примерах.

Сайт Центра чтения Челябинской областной универсальной научной библиотеки “Мир чтения – 20 век” отличает, на наш взгляд, самая оригинальная и удачная эмблема: схематично изображенный читающий человек. На главной странице есть бегущая строка “Анонсы Центра”. На первой же странице (так организовано большинство главных страниц сайтов) помещена официальная информация о Центре, гиперссылки на другие страницы сайта: “Документы” (на сайте открывается Положение о Центре чтения, Устав, Комитет), “Полезная информация” (список издающих организаций Челябинской области), “Новинки” (список новых поступлений в библиотеку с короткими аннотациями, библиотечными шифрами, изображениями обложек), “Клубы” (публикуется рассказ о прошедших мероприятиях Центра чтения с фотографиями), “Выставки и мероприятия” (анонсы грядущих событий). Интересна и оригинальная рубрика “Конкурсы”. В ней помещены условия и результаты конкурсов.

Центр чтения в Нижнем Новгороде имеет множество партнерских контактов: с Нижегородской Государственной Академической Филармонией, кафедрой литературы ННГУ, Институтом Гете в Германии, книгоиздательскими организациями города, сетью книжных магазинов. Кроме традиционных рубрик, таких, как “О проекте”, “Новости”, “Архив” (статьи о прошедших в рамках работы Центра чтения мероприятиях), “Новая литература из фондов библиотеки”, “Конкурсы”, сайт содержит ссылки на электронные библиотеки и другие сайты Центров чтения. Также безусловным достоинством сайта является обилие фотографий.

Сайт Тверского Центра книги и чтения наиболее полноценно выполняет цель и задачи создания Центра чтения, отличается как разнообразием форм, так и качеством содержания. Сайты можно только

пожелать более интересный дизайн. На главной странице вы можете принять участие в социологическом опросе. В ходе опроса определяется наиболее интересный жанр современной литературы. Несколько опросов есть еще и на странице “Участвуем”.

В рубрике “Обсуждаем” посетителям предлагается высказать свое мнение на нескольких форумах. Форум на сайте – одно из главных преимуществ, с его помощью вы можете организовать обсуждение любых проблем чтения, узнать, что волнует и интересует людей. Обсуждаемые темы могут быть самые разные.

Рубрика “Рекомендуем” содержит информацию о новинках библиотеки, произведениях-юбилеях текущего года, литературный календарь. Грамотно сформировать рубрику “Полезные ссылки”. Здесь посетитель может выйти на литературную критику в Интернете, литературные форумы, страницы литературных произведений и их героев, персональные страницы авторов. Таким образом, сайт становится проводником по Интернету, что бывает необходимо неопытным пользователям.

Сайты всех центров чтения находятся на стадии развития и становления, многое еще будет меняться и усовершенствоваться. Однако уже сейчас можно отметить определенные тенденции. Поскольку Центры чтения действуют на основе библиотеки, то и содержание сайтов формируется на основе библиотечных фондов и массовых мероприятий: рубрики, посвященные обзору новинок, рекламе книг, анонсу выставок, конференций, концертов и т.д. То есть, информация о библиотеке транслируется через Интернет, и это является несомненным плюсом.

Но, с другой стороны, отсутствует или фиктивность партнерских контактов и содержания сайтов сказывается в небольшом разнообразии форм, а также недостаточно просто информировать пользователей о наличии определенных изданий в библиотеке, поступлений новых книг, предстоящих или прошедших мероприятиях.

Наибольшее число посетителей могут привлечь на сайт тексты разных жанров о книгах и авторах: рецензии, статьи, диспуты, ответы на вопросы читателей, справки, очерки и т.д. Уже говорилось о том, что Интернет даст не знание, а информацию. Нужно попробовать с помощью Интернета давать знания, то есть, информацию, окрашенную оценкой специалиста. Ведь мы стремимся не просто к тому, чтобы люди больше читали, но читали и предпочитали литературу, как можно более высокую по эстетическим показателям. К сожалению, этот рекомендательный аспект представлен на сайтах не достаточно. При написании текстов научнопопулярного филологического характера необходимо, чтобы библиотека сотрудничала с преподавателями, учителями, студентами. Тогда возможно будет, и прежде всего, с помощью сайта, активно формировать читательский вкус. При составлении рекомендаций целесообразно учитывать критерии хорошей книги с точки зрения рядового читателя:

1) Книга должна быть полезной, т.е. нести познавательную информацию, которая может как-нибудь пригодиться.

2) Книга должна внушать оптимизм.

3) Книга должна соотноситься с реальной жизнью.

4) Книга должна читаться легко.

При создании сайта вы будете опираться на собственную концепцию, однако можно рассмотреть примерную расширенную структуру, которая ни в коем случае не является обязательной. Названия рубрик носят рабочий характер. Рубрики так или иначе представлены на сайтах. Однако это не означает, что создавать как можно больше рубрик: для начала достаточно нескольких, но сформированных качественно.

1) Главная страница: эмблема сайта Центра чтения, краткая официальная информация, фотографии, графика, самые последние или важные. Гиперссылки на другие страницы сайта. Поисковая система по сайту.

2) Рубрика “Основные документы”: текст устава Центра чтения, комитет, рабочая группа, информация об учредителях, партнерах. Фотографии.

3) Рубрика “Новости, анонсы”: новости проекта, анонсы различных мероприятий, проходящих в библиотеки и в других учреждениях образования и культуры города/региона. Место, время проведения, условия посещения или участия.

4) Рубрика “Мероприятия”: рассказы о наиболее интересных мероприятиях. Фотографии, впечатления.

5) Рубрика “Новинки библиотеки”: информация о книгах, недавно поступивших в библиотеку и изданных в текущем и прошлом годах. Аннотация. Рецензии. Фотографии обложек.

6) Рубрика “Книги библиотеки”: рецензии или тексты других жанров о книгах из фондов библиотеки разных лет издания.

7) Рубрика “Форумы”: текст, представляющий тему или проблему для обсуждения на форуме. Возможность высказывать свое мнение и послать сообщения. Возможность прочитать мнения других пользователей.

8) Рубрика “Конкурсы”: условия литературных конкурсов, результаты.

9) Рубрика “Викторины”: задания с несколькими вариантами ответов и возможностью выбрать верный и узнать результаты.

10) Рубрика “Ваши сочинения”: создана возможность публикации сочинений посетителей сайта и возможность обсудить их на форумах.

11) Рубрика “Полезные ссылки”: ссылки на литературную критику, форумы на других сайтах, адреса других сайтов Центров чтения в Интернете и пр.

12) Рубрика “Библиография”: публикация библиографических списков литературы по определенным, интересующим посетителей темам (конечно, тематика ограничена филологическим направлением, искусствоведением).

13) Рубрика “Читатели о книгах”: возможность для читателей высказать свое мнение, дать рекомендацию, написать рецензию на прочитанную книгу.

14) Рубрика “Специалисты о книгах”: мнения, рекомендации, высказывания специалистов (учителей, преподавателей, ученых).

15) Рубрика “Ваши вопросы”: возможность для посетителей задать вопрос и получить ответ.

Даже самое интересное содержание и форма много проигрывают при отсутствии качественного оформления. Если ресурсы не позволяют вам заказывать дизайн сайта в специальных фирмах, нужно постараться украсить веб-страницы фотографиями, цитатами, оригинальной композицией, продумать цветовую гамму. Очень важно, чтобы полезное еще было и красиво.

2.2 Проект «Сайт Центр чтения Красноярского края»

В июне 2003 года Центр чтения Красноярского края вышел в сети Интернет с собственным веб-сайтом: www.chitai.kraslib.ru. Работа над сайтом – одна из самых интересных и многогранных в деятельности Центра чтения. И в то же время – одна из самых трудных. Сайт качественно отличаются от всех других форм и проектов Центра чтения, которые вне зависимости от масштаба конечны. Сайт в перспективе “вечная” форма и поэтому не может быть статичным. Как бы хорошо и качественно ни было подготовлено содержание, дизайн сайта, он потеряет своих пользователей очень скоро, если не будет постоянно обновляться. Поэтому, открывая сайт, вы одновременно берете на себя ответственность видоизменять и усовершенствовать его, иначе нет никакого смысла открывать его вовсе.

Цель проекта сайта Центра чтения определяется как возможность информировать большое количество пользователей Интернет о работе общественной организации Центра чтения Красноярского края, публиковать разноплановые материалы, способствующие усилению интереса к книге, чтению, библиотеке.

Актуальность проекта мотивируется очень широко и раскрывается в двух направлениях, во-первых, в связи с актуальностью и значимостью работы Центра чтения, во-вторых, в связи с возможностью и необходимостью работать в современном информационном режиме, используя потенциал Центра чтения.

Создание сайта Центра чтения расширяет деятельность Центра во многих аспектах:

- увеличивает число людей, знающих о функционировании Центра чтения, и число читателей библиотеки;
- выявляет потенциальных пользователей, имеющих потребность в рекомендациях при чтении литературы;
- способствует формированию определенной культуры чтения, чтения творческого, избирательного.
- способствует усилению внимания общественности (особенно специалистов) к проблемам книги и чтения;

Реализация проекта “Сайт Центра чтения Красноярского края” сделала возможным воплощение концепции Центра чтения (в ряде случаев имеются в виду не самостоятельные сайты Центров, а страницы на сайтах библиотек). На всех сайтах отчетливо прослеживается информирующее направление: анонсы мероприятий, выходные данные новых книг, адреса и реквизиты магазинов, книгоиздательств, полезные ссылки. На сайте же Красноярского Центра чтения сделан акцент не только на информирующем, но и на реализующем направлении. Здесь публикуется не только краткая информация о книгах, но и рецензии, выдержки из текста, иллюстрации. Уникальной является рубрика “Это интересно”. Кроме того, на сайте открыт самостоятельный форум для интерактивного обсуждения различных проблем чтения, книг. Анонсы, помещенные на сайтах Центров чтения, в основном освещают только работу библиотек, на базе которых действуют Центры чтения. Одна из задач красноярского творческого коллектива – вовремя информировать пользователей обо всех выставках, презентациях,

праздниках, фестивалях, литературных вечерах и т.д., проходящих в различных учреждениях образования и культуры, являющихся учредителями и партнерами Центра чтения.

Содержание сайта направлено на возникновение и усиление у посетителей интереса к чтению художественной и научнопопулярной (прежде всего, эстетического профиля) литературы, а форма (сайт) в наибольшей степени способствует тому, чтобы это содержание не только нашло читателей, но и имело престижный характер. Интернет сейчас в моде, и информация, полученная из него, представляется молодежи (а именно на молодежь прежде всего направлена деятельность Центра чтения) более значимой, авторитетной, чем просто взятая из книг, услышанная из уст преподавателей.

Сочетание полезного и интересного содержания, которое формируется специалистами-филологами, работающими в библиотеке, и эффективной формы делает работу сайта Центра чтения показателем качественно нового уровня обслуживания читателей:

Структуру сайта можно представить следующим образом (перечень рубрик):

- “О нас” (официальная информация о Центре чтения, устав),
- “Это интересно” (интересные факты о книгах и писателях),
- “Книжная полка” (рецензии на различные книги из фондов библиотеки),
- “Новинки” (рецензии на книги, недавно поступившие в библиотеку),
- “Рецензии” (информация о рецензиях на новую художественную литературу, опубликованных в различных печатных источниках),
- “Архив” (информация об уже проведенных мероприятиях Центра чтения),
- “Круглый стол” (интерактивное обсуждение различных проблем Центра чтения),

- “Афиша”, “Новости” (информация о предстоящих мероприятиях Центра чтения),
- “Полезные ссылки” (интернет адреса сайтов центров чтения России и различных литературных сайтов),
- “Творческая мастерская” (художественные произведения посетителей сайта).

В процессе работы над проектом были использованы такие формы и методы, как:

- сбор и публикация информации о предстоящих мероприятиях Центра;
- оперативное отслеживание новых книг библиотеки, представляющих интерес с точки зрения создателей сайта, написание и публикация рецензии на них;
- написание и публикация рецензии на разножанровую литературу по искусству, культуре, художественную из фондов библиотеки (представляющую особую ценность или просто интересную);
- поиск и публикация различных фактов, цитат, рецензий и другой интересной информации о книгах, авторах, читателях;
- создание открытого форума, определение проблемы для обсуждения на нем;
- публикация официальной информации о Центре чтения: устава, состава Совета, сведений о партнерах;
- определение дизайна сайта и реализация с помощью компьютерных программ Corel Draw, Photo Shop, Word и др.
- определение технических характеристик сайта и его разработка и обновление.

В результате реализации проекта будут решены следующие задачи:

- информирование пользователей Интернет о мероприятиях Центра чтения на предстоящий период;
- ознакомление посетителей сайта с аннотациями и/или рецензиями на наиболее интересные новые книги, поступившие в библиотеку;

- знакомство пользователей с рецензиями на книгу по искусству, культуре, литературоведению, художественные из фондов библиотеки (создание рекомендательного списка чтения по выбору авторов проекта);

- привлечение внимания различных категорий пользователей к современной и классической художественной литературе;

- организация открытого форума для посетителей с возможностью обсуждения различных проблем книги и чтения;

- привлечение внимания различных организаций – учреждений образования и культуры для совместной работы в рамках деятельности и программы Центра чтения;

Успешная реализация проекта позволяет говорить о решении таких проблем, как:

- проблема нетворческого, некритичного отношения к книге и чтению в современном обществе;

- проблема отсутствия ориентиров в выборе литературы читателями (особенно в сфере досуга);

- проблема недостаточного информирования пользователей о ресурсах библиотеки, проводимых ею мероприятиях.

Открытие и обновление собственного сайта Центра чтения в Интернет привело к следующим результатам:

- усиление внимания пользователей к хорошей литературе, самым интересным книгам и авторам;

- повышение читательского спроса на литературу (прежде всего художественную);

- увеличение числа читателей библиотеки;

- привлечение к совместной работе других учреждений образования и культуры.

Таким образом, официальный сайт Центра чтения информирует пользователей Интернет о работе Центра чтения, предоставляет возможность для высказывания своего мнения о книгах на открытом форуме, знакомит с

аннотациями и рецензиями на разножанровую литературу из фондов библиотеки, особо акцентируя внимание на новинках. Работа сайта привлекает все больше внимания партнеров проекта. В расширении сотрудничества с учреждениями образования и культуры – залог быстрого и эффективного развития сайта.

Продолжение работы над сайтом Центра чтения открывает много интересных и значимых перспектив:

- создание возможности публикации литературнохудожественного творчества посетителей сайта. Создание отдельной рубрики “Ваши сочинения” (рабочее название);

- открытие отдельных рубрик “Книжные магазины и книгоиздательства г. Красноярска”, “Полезные ссылки”;

- создание рубрики “Библиография” (рабочее название), в рамках которой будет осуществляться подбор литературы (составляться библиографический список литературы) по определенным темам;

- создание рубрики “Читатели о книгах”, в которой будут публиковаться рецензии, впечатления читателей о прочитанных книгах;

- создание рубрики “Специалисты о книгах”, в которой будут публиковаться рекомендации литературоведов, искусствоведов и т.п.;

- усовершенствование дизайна сайта с помощью применения анимационных компьютерных программ, программ растровой и векторной графики;

- создание счетчика посетителей с целью диагностики и коррекции содержания сайта, определения степени его актуальности и престижности.

Таким образом, перспективы развития очень широки и мотивируются как спецификой Интернета, так и тем, что аналогов проекта в России очень мало. В процессе развития сайта обещает стать эпицентром обсуждения и решения проблем чтения в регионе.

2.3 Анализ автоматизации муниципальных библиотек Красноярского края

Автоматизация муниципальных библиотек Красноярского края является приоритетным направлением деятельности министерства культуры Красноярского края, ГУНБ Красноярского края. Эта деятельность осуществлялась в рамках долгосрочной целевой программы «Культура Красноярья» на 2007–2009 годы, затем аналогичных программ на 2010–2012 годы и 2013–2015 годы.

Была поставлена и в 2012 году успешно выполнена задача по оснащению сельских библиотек компьютерной техникой. В результате к концу 2012 года 954 сельские библиотеки оснащены 926 комплектами компьютерной техники и МФУ.

По состоянию на 01.01.2015 число персональных компьютеров в муниципальных библиотеках Красноярского края составило 3 156 ед. (+70 ед. к уровню 2013 года и +215 ед. к уровню 2012 года), из них подключенных к сети Интернет – 2005 ед. (63,5%). Для пользователей к сети Интернет подключены 1232 ед. компьютерной техники (+154 ед. к уровню 2013 года и +463 ед. к уровню 2012 года).

Стопроцентное оснащение сельских библиотек компьютерами за счет краевого бюджета в 2012 году создало условия для активного внедрения в их деятельность информационно-коммуникационных технологий.

По итогам 2014 года в среднем на одну библиотеку приходится 2,7 компьютера, в 2013 году этот показатель составлял 2,6 компьютера, в 2012 – 2,5. В сельских библиотеках этот показатель составляет 1,8 компьютера, в детских – 4,4 компьютера, в городских – 9,4 компьютера.

Число посещений Web-сайтов муниципальных публичных библиотек составило 1 140,4 тыс. ед. За три года число обращений на библиотечные сайты значительно увеличилось (+888,3 тыс. обращений, или на 77,9% больше, чем в 2014 году).

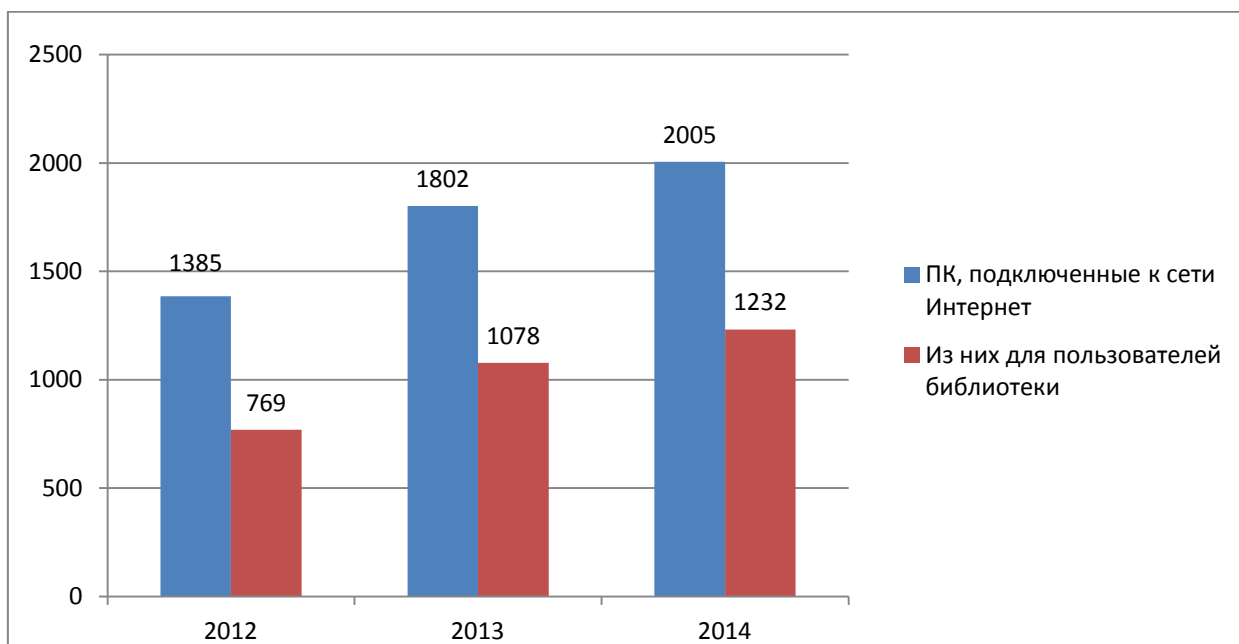


Рисунок 4- Число посещений Web-сайтов муниципальных публичных библиотек

Число единиц копировально-множительной техники составляет 2325 ед. (+117 ед. к уровню 2012 года).

Число муниципальных библиотек, имеющих доступ в Интернет, в том числе с устройства пользователя составляет 635 библиотек (+288 библиотек к уровню 2012 года).

Красноярский край по обеспеченности муниципальных библиотек компьютерной техникой лидирует среди библиотек Сибирского федерального округа, занимая 1-е место.

Благодаря реализации «дорожной карты» растет число библиотек, подключенных к сети Интернет. Если в 2012 году их число составляло 347 (29,5% от общего числа библиотек), то в 2014 году этот показатель равен 635 библиотекам (54,4%). К сети Интернет подключены 435 сельских библиотек из 937, имеющих компьютерную технику (46,4%), в том числе: 90 из 96 детских библиотек (93,8%) и 110 из 119 городских библиотек (92,4%).

В 2014 году из федерального бюджета Красноярскому краю были выделены средства на подключение библиотек к сети Интернет в объеме 2,7 млн. руб., в 2015 году на эти средства планируется подключить не менее 50 библиотек, в основном, посредством спутниковых каналов связи.

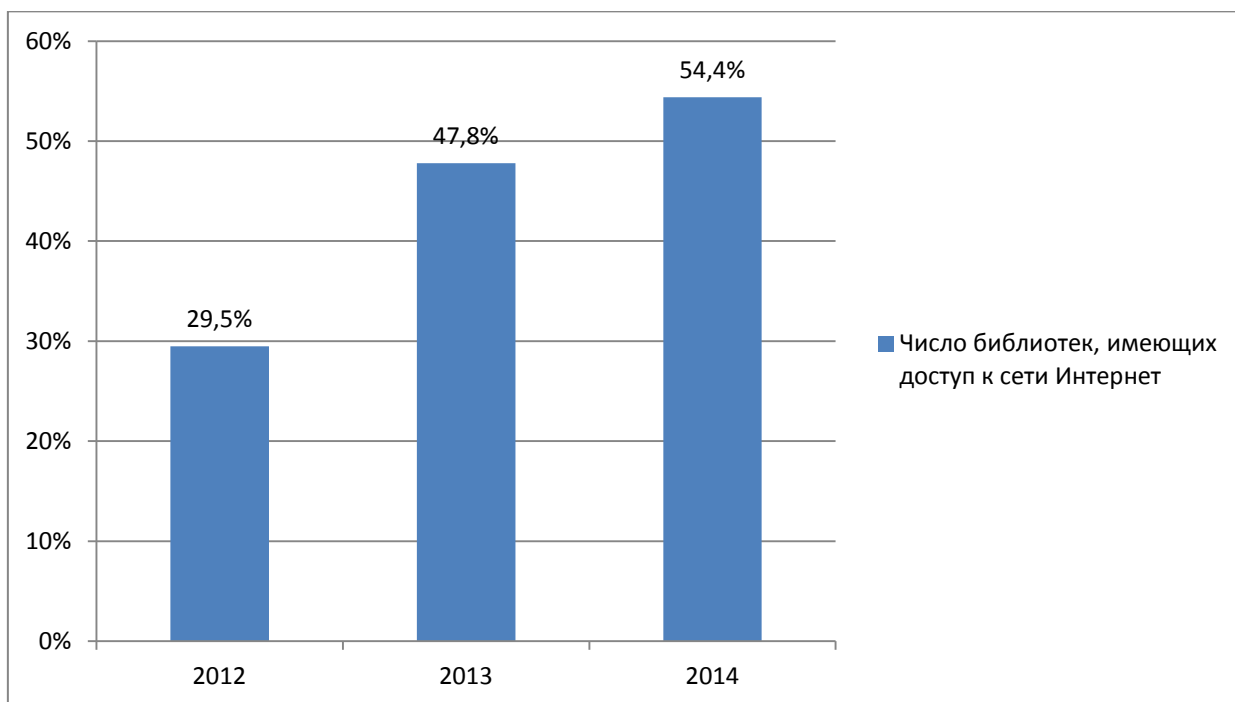


Рисунок 5- Число библиотек, имеющих доступ к сети Интернет

На сегодняшний день 100% центральных библиотек муниципальных образований ведут работы по созданию электронных каталогов.

Совокупный объем электронного каталога муниципальных библиотек составляет 2 142,1 тыс. записей (+502,6 тыс. записей к уровню 2013 года). В течение года он увеличился на 23,5%. Особенно интенсивно рост объема электронного каталога и других баз данных идет в городских библиотеках, где за один год объем электронных ресурсов был увеличен в два раза (города Ачинск, Красноярск, Сосновоборск, ЗАТО г. Зеленогорск).

В 2014 году электронные каталоги создавали 84 муниципальные библиотеки Красноярского края, из них доступ населению к ним через Интернет предоставляют 29 библиотек (на 4 библиотеки больше, чем 2013 году). Для сравнения: три года назад электронные каталоги создавали 78

библиотек, однако организовать удаленный доступ к ним через сеть Интернет смогли только 19 библиотек.

Увеличивается объем собственных электронных баз данных – с 2 105,7 тыс. библиографических записей в 2012 году до 2 989,1 тыс. библиографических записей в 2014 году (+883,4 тыс. записей). В целом за 3 года объем электронных баз данных увеличился на 29,6%.

Одновременно идет работа библиотек по переводу карточных каталогов в электронные. Эту деятельность осуществляют центральные библиотеки всех муниципальных образований края. В 2012 году карточный каталог ЦБС г. Норильска полностью переведён в электронный, подходит к завершению аналогичная работа в ЦБС взрослого населения им. Горького и ЦБС для детей им. Н. Островского в г. Красноярске (ввод составил 97%). Остальные библиотеки продолжают работу по ретроконверсии своих фондов.

В 2014 году отмечено активное использование в городских и районных библиотеках технологии QR-кодирования.

В 2014 году активизировалась работа по оцифровке библиотечных документов краеведческого характера, что связано с приобретением оборудования. В совокупности по муниципальным библиотекам оцифровано 23 тыс. документов, что на 10 тыс. документов больше, чем в 2013 году и почти в 4 раза больше, чем три года назад. В настоящее время библиотеки заняты оцифровкой местных газет.

По итогам 2014 года 118 муниципальных библиотек имеют Интернет-сайты и Web-страницы (в 2013 году – 103 библиотеки). За последние три года число веб-сайтов (или Web-страниц на сайтах администраций муниципальных образований) увеличилось на 29 единиц. Свои сайты имеют 8 специализированных детских библиотек. В 5 молодежных библиотеках созданы молодежные страницы, в г. Красноярске молодежные страницы созданы также в библиотеках-филиалах. Блоги библиотекарей существуют в городах Красноярске и Минусинске, аккаунты библиотек в социальных сетях имеют 30% муниципальных образований края.

Развитию регионального межбиблиотечного сотрудничества способствует работа Красноярского ИРБИС-клуба, которому в 2014 году исполнилось 10 лет. Среди участников Ирбис-клуба 19 (31,7%) центральных библиотек муниципальных образований края. За 2014 год зафиксировано более 5 000 тыс. обращений пользователей к ресурсам ИРБИС-корпорации.

Уже много лет Красноярский ИРБИС-клуб проводит активную, целенаправленную работу по внедрению системы автоматизации библиотек ИРБИС, продвижению информационных технологий, способствует повышению профессионального уровня библиотечных специалистов края. Мероприятия ИРБИС-клуба проходят в разных библиотеках города, что позволяет лучше узнать специфику их работы, наглядно увидеть результаты внедрения САБ. Для этого используются различные форматы: круглые столы, обучающие семинары, мастер-классы, консультации и др. Количество мероприятий, их тематика определяется ежегодным планом работы, который формируется исходя из рекомендаций и пожеланий, высказанных участниками. Вопросы, рассматриваемые на заседаниях, часто выходят за рамки внедрения определенной АБИС и затрагивают проблемы, актуальные на данный момент для всего библиотечного сообщества, в том числе маркетинговая деятельность библиотек, аспекты клиентоориентированного подхода к обслуживанию пользователей, работа библиотеки в социальных сетях и др.

В связи с реализацией политики Правительства Красноярского края по информатизации библиотек, выделением субсидий бюджетам муниципальных образований на эти цели в последние три года идет активное создание электронных ресурсов и их использование в удаленном режиме. Тематика этих ресурсов отражает как историю «малой» родины, так и сегодняшний день территории. Все больше библиотек, в том числе и сельских, создают интерактивные программы обучения информационной культуре.

Ряд библиотек обобщили опыт информатизации библиотечной деятельности, подготовив издания на данную тему: «Использование QR-кодов в библиотеках» (ЗАО г. Железногорск), «По страницам сайта» (Уярский район). [13]

3 Разработка аналитической системы по взаимоотношениям с потребителями на рынке образовательных услуг на основе организации «Центр чтения»

3.1 Разработка прототипа модели аналитического обеспечения процесса управления взаимоотношениями с потребителями.

Процесс создания сайта начинается с осознания проблемы, когда есть осознание того, что сайт – это необходимый инструмент для ведения успешного развития культуры чтения. Соответственно в конкретной ситуации с Центром чтения, побудительными мотивами для разработки сайта являются неспособность существующего сайта решать актуальные для Центра задачи. Причины «недееспособности» сайта разные; например, неудобная структура сайта, старый («немодный») дизайн, другие мотивы.

Таким образом, осознавая проблему, Центр чтения начинает искать пути ее решения. На данном этапе у программиста должен достаточно четко сформироваться цели и задачи проекта (а также критерии оценки достижения этой цели). Если это не получается, то шансов на успешный результат достаточно мало.

В глобальном понимании цели и задачи могут интерпретироваться следующим образом:

Цели - это то, чего хочется достигнуть в будущем, это надежды (ожидания, перспективы), которые могут сбыться или не сбыться вследствие определенных действий. Все цели должны быть: измеримыми, достижимыми, ограниченными во времени. Четкий ответ на вопрос: достигнуты ли поставленные цели, можно получить по прошествию определенного времени, отведенного на их достижение.

Целями моего проекта можно назвать следующие пункты:

1)Повышение узнаваемости и лояльности потребителя к бренду или компании, поддержание положительного имиджа компании;

- 2) Увеличение числа клиентов и партнеров компании;
- 3) Увеличение объема продаж услуг и продуктов;
- 4) Контакт с целевой аудиторией, предоставление ей необходимой и актуальной информации, оперативное взаимодействие с клиентами, партнерами, дилерами;
- 5) Продажа товаров и услуг посредством Интернета;
- 6) Маркетинговые исследования.

Задачи – это достаточно конкретные действия, направленные на достижение цели. Задачи ставятся на начальном этапе и имеют определенные требования (технические задания, бюджет и др.). Правильная постановка задач способствует достижению конечных целей.

Перед создателями сайта, ставится не одна, а как правило несколько задач, направленных на достижение главных целей проекта. Вот некоторые из них:

- 1) Разработка стильного дизайна, учитывающего фирменный стиль компании;
- 2) Создание удобных, полезных или развлекательных сервисов для целевой аудитории (например, флеш-игры, в основе которых лежит какое-то взаимодействие с продвигаемым продуктом);
- 3) Создание среды общения (форумы, блоги, доски объявлений);
- 4) Создание маркетинговых инструментов (обратная связь, анкетирование, опросы, тестирования);
- 5) Создание ресурса, удобного для совершения покупки – выбора, приобретения и, возможно, использования товара или услуги (каталоги продукции с возможностью оплаты и заказа товара, площадки, предоставляющие информацию на платной основе и т.д.).

На первом этапе очень важно правильно определить цели и задачи сайта, а также выделить наиболее важные из них. Правильная постановка задачи и четкое понимание конечной цели – залог предсказуемого результата.

Для начала дизайнер в специальной графической программе создает иллюстрацию всех страниц будущего веб-сайта с прорисовкой всех графических (банеров, кнопок, фотографий) и текстовых элементов. Дизайнер создает дизайн веб-страниц с учетом пожеланий заказчика и задания. Говоря о визуальном представлении веб-сайта, нельзя не остановиться на таком моменте, как различия между фиксированными и резиновыми сайтами.

Современные мониторы имеют различные разрешения. В разговоре о веб-сайтах нас особенно интересует ширина. Размер монитора по ширине в пикселях может быть 800, 1024, 1280, 1600 и даже больше. Более того, пользователь может просматривать сайт в полускрюченном окне.

Фиксированный дизайн сайта предполагает одну единую ширину сайта для всех разрешений экрана и для всех ширин окон, т.е. если ширина сайта 1000 пикселей, то на экране 800 пикселей будет появляться горизонтальная прокрутка, а на экране 1280 пикселей – пустые поля слева и справа (или только с одной стороны)

Такое построение сайта позволяет четко управлять композицией сайта и однозначно знать, где будет каждый элемент навигации на каждом экране. Этот тип сайта позволяет использовать более насыщенные графические элементы.

Не фиксированный дизайн, в отличие от фиксированного «подстраивается» под ширину экрана.

Это приводит к тому, что сайт без горизонтальной прокрутки увидит большинство пользователей, но на разных экранах форма сайта будет непредсказуемой, что сильно не нравится дизайнерам.

Возникает вопрос: “Зачем знать эти различия”? Затем, чтобы правильно выбрать подход к графическому представлению сайта, а дизайнер, прежде чем начать работу обязан точно знать, какой будет сайт: фиксированный или не фиксированный.

После того, как клиент утвердил дизайн-макет (в письменном виде или по электронной почте) за работу принимается верстальщик – это тот человек, который переводит дизайн-макет на язык, понятный компьютеру с использованием языка HTML. Верстка представляет собой процесс интеграции текстового содержания, графики и программных компонентов в единое целое, т. е. придание страницам окончательного вида. В процессе верстки страницы приобретают вид, в котором они предстанут перед конечным пользователем (за исключением информационного наполнения).

На данном этапе осуществляется дополнительная проверка качества выполняемой работы, производится оптимизация web-страниц под особенности различных браузеров, используемых посетителями сайтов для навигации по Интернету. Учитываются особенности представления страниц при различных настройках глубины цвета и экранных разрешений.

Четкое разделение обязанностей обеспечивает выполнение каждого этапа специалистами в своей области. Это позволяет нам повышать скорость работы и, самое главное, обеспечивать высокое качество web-сайтов.

Очень часто этап программирования и верстки объединяют в один. На небольших проектах оба действия в состоянии выполнить один человек. На крупных проектах в силу специфики работ эти этапы разделяют и выполняются различными специалистами.

На фазе программирования (как правило, с использованием DHTML, PHP, Perl, ASP и баз данных) происходит написание всех страниц сайта, осуществляется формирование порядка работы меню, расставляются гиперссылки, создается динамика на сайте, программируются такие составляющие, как гостевая книга, форум, новостная лента и прочее.

Если сайт должен иметь администраторский интерфейс то он создается именно на этапе программирования.

Самое главное на этапе программирования определить, на какой системе администрирования (Content Management Site) будет работать наш сайт. Сегодня на рынке можно найти большое количество систем

администрирования. Для того, чтобы правильно определиться системой администрирования надо ответить себе на ряд вопросов.

В результате работы верстальщика и программиста получается так называемый «сырой» сайта, т.е. сайт без информационного наполнения. Физически сайт в таком виде представляет из себя набор файлов.

Сроки выполнения работ по верстке и программированию зависят от сложности проекта и могут составлять от недели до 2-х месяцев.

На этом этапе информация, предоставленная заказчиком, размещается на сайте, т.е. путем перевода в специальный формат текст и графика располагаются на сайте на определенных страницах, и эта информация становится доступной для просмотра.

Срок исполнения опять же зависит от сложности проекта, объема информации, который надо расположить на сайте, и того вида, в котором Заказчик ее представил. Если информация представлена в электронном виде, а графика не требует дополнительной обработки (например, изменение размера, добавление дополнительных элементов и проч.), то наполнение сайта происходит достаточно быстро. Если необходима дополнительная работа, как например, поиск или набор текста, сканирование фотографий или создание рисунков, то этап наполнения сайта может стать одним из самых длительных. [14]

3.2 Выбор и обоснование технических и программных средств для автоматизации исследуемого бизнес-процесса

Руководствуясь современными тенденциями в сфере программирования, для разработки веб-сайта были выбраны такие языки, как HTML, CSS, JavaScript.

При планировании и создании любого Web-ресурса важно помнить, что главный критерий, на который следует ориентироваться в процессе

разработки страниц, это удобство конечного пользователя, то есть будущих посетителей вашего сайта или домашней странички. Для того, чтобы посетители могли ознакомиться с содержимым ресурса сайта, создается сайт. Сложность в том, что посетителей существует великое множество, которые используют широкий спектр аппаратных средств и программного обеспечения. Отсюда вытекает необходимость определенной стандартизации подходов к Web-дизайну, выработки алгоритмов, которые могли бы удовлетворить всю потенциальную аудиторию, позволяя людям адекватно и с максимальным комфортом воспринимать содержимое разработанного сайта. Единственно возможным выходом в этой ситуации было бы адаптировать сайт к тем минимальным параметрам пользовательской системы, ниже которых отображение графической и текстовой информации на экране компьютера будет затруднительно.

Клиентская среда является передним краем работы приложения, непосредственно, в этой среде, отображаются HTML-страницы в окне и обслуживаются истории сеансов HTML-страниц, отображаемы в браузере в течение сессии. Следовательно, объекты этой среды, обязаны иметь возможность манипулировать историей, окнами и страницами. Для этого и необходим клиентский язык – JavaScript.

При работе с сервером необходим PHP (или Perl) и реляционная база данных MySQL.

HTML – это язык оформления документов, а не программирования и в первую очередь, это средство разметки текста. Первоочередная задача программиста – разметить текст, описать с помощью тегов его структуру, сказав: “Это – параграф, это – цитата, это – список, а это - раздел”.

Язык HTML содержит большое количество элементов, позволяющих оформить документ, так как этого требует регламент. Если не устраивает способ оформления документа браузером (хочется изменить шрифт, предложенный по умолчанию, или сделать его больше) - добавьте HTML-теги форматирования текста. Если и после этого внешний вид вас не

утраивает, то нанесите последний штрих: воспользуйтесь таблицами стилей (CSS).

Динамический HTML – это коммерческий термин, созданный для характеристики технологий, которые были введены в четвертой версии Web-браузеров и позволяли обходить ограничения HTML.

DHTML представляет собой комбинацию Web-стандартов:

CSS + JavaScript + DOM + XHTML = DHTML

где: CSS – определяет атрибуты объектов, JavaScript – изменяет объекты, DOM – находит объекты, XHTML – создает объекты (выполняет разметку текста).

Созданная на основе DHTML страница может меняться без обращения к серверу за дополнительными данными, т.е. представляет собой клиентской код, который в свою очередь, позволяет увеличить интерактивность Web-страниц:

Преимущества DHTML:

- Поддерживается всеми браузерами.
- Используются стандартные технологии.
- Можно вносить изменения в Web-страницы после ее загрузки.
- Текстовые файлы DHTML загружаются быстрее, чем Flash и Java.
- Не требует модулей расширения.
- Прост в изучении.
- Высокая скорость разработки Web-страниц.

Недостатки DHTML:

- Разный вид Web-страниц из-за несовместимости браузеров и определенных систем.
- JavaScript и CSS весьма чувствительны к ошибкам в синтаксисе.
- Ненадежная работа в связи с ошибками в браузерах.

CSS – язык таблиц каскадных стилей. Он разработан для того, чтобы расширить возможности по оформлению Web-страниц.

Для чего нужен CSS.

CSS используется веб-разработчиками для задания внешнего вида веб-страниц. CSS разработан для отделения основного содержимого документа от оформления этого содержимого. Такое отделение предоставляет для веб-разработчикам большую гибкость, упрощает задание внешнего вида документа и оформления повторяющихся элементов разметки.

При использовании HTML и CSS важно понимать, следующее:

- HTML-код формирует текст логически, т.е. задает структуры Web-страниц: расположение и порядок следования абзацев, графических изображений, строк и ячеек в таблице и особое значение отдельных фрагментов текста.

- Таблицы стилей CSS формируют тексты физически, т.е. задают представление Web-страниц: каким шрифтом будут набраны обычный текст абзацев, каким цветом выделить заголовок и будет ли у таблицы рамки, и пр.

Правила хорошего тона Web-дизайна требуют, чтобы представление Web-страниц было отдельно от ее структуры. Поэтому профессиональные Web-дизайнеры по возможности выносят определение стилей CSS в отдельные файлы.

К тому же, HTML-код, не загроможденный определениями стилей, становится более читабельным. Дело в том, что в HTML одновременно присутствуют теги логического и физического форматирования Web-страниц. Так, существуют теги выделения текста полужирным шрифтом `` и ``, также теги `<i>` и `` выделения текста курсивом. Однако теги физического форматирования `` и `<i>` просто выделяют текст (поэтому они признаны устаревшими и не рекомендованными к использованию), но теги логического форматирования `` и `` не просто выделяют текст, но и придают ему особую важность. Если загрузить Web-страницу в специальный Web-обозреватель для незрячих, то он прочитает текст Web-страницы вслух, выделяя при этом содержимое тегов `` и `` особой интонацией.

Каскадные таблицы стилей по сути не динамичны. Они позволяют определять, как будет выглядеть документ при загрузке и не более того. Но свойства Web-страниц, созданных с помощью CSS, можно динамически менять посредством языка JavaScript.

Все языки программирования, используются при разработке Web-сайтов, можно разделить на две большие группы.

К первой относятся те из них, код которых выполняется на компьютере посетителей сайта – в его браузере. Это всем известный JavaScript, VBScript, Java-апплеты. Программы, написанные на этих языках, встраиваются в код Web-страниц.

Во вторую группу непосредственно попадают те языки, программы на которых выполняются на том компьютере, где расположен Web-сервер. Эта группа гораздо обширнее, именно к ней и относится PHP, однако от своих собратьев он выгодно отличается своей простотой. Создавая программы на этом языке, нет необходимости учитывать все те многочисленные мелочи, которые отравляют жизнь программистам на C++ или Perl: не надо заботиться о правах доступа к файлам сценария или прописывать точные пути к различным модулям и т.д. Для тестирования PHP-программ на локальном компьютере необязательно устанавливать на нем ту же операционную систему, что и у провайдера хостинга сайта, где они будут применяться, - достаточно лишь загрузить соответствующий Web-сервер и подключить к нему модуль PHP и целиком сосредоточиться на решаемой проблеме.

Программы, написанные на PHP, выполняются на стороне сервера, т.е. начинают работать до загрузки страницы после подачи пользовательского запроса. Они обрабатываются программой-сервером и в качестве ответа на ваш запрос выдают динамически генерируемые страницы. Эти страницы могут содержать как и стандартные HTML-теги, так и “скрипты”, написанные на JavaScript или VBScript, которые начнут выполняться после полной загрузки браузером сгенерированной на сервере страницы.

JavaScript и VBScript предназначены, в основном, для придания динамичности страницы – выпадающего меню, меняющих цвет кнопок, различные переходы. Функции JavaScript, позволяют работать только с ресурсами клиентской машины и только с локальной файловой системой.

Среди локальных языков программирования наивысшим быстродействием обладает JavaScript, среди серверных рекорсменов по обработке не больших объемов данных и текста является Perl. PHP – на втором месте, но при этом имеет широчайшие возможности доступа практически к любым серверам баз данных.

Скрипты на JavaScript и VBScript встраиваются непосредственно в Web-страницу и остаются видны в коде страницы во время ее просмотра. То есть исходный текст любого скрипта, написанного на встроенном языке, мы можем посмотреть, открыв HTML-код страницы. Естественно, ни о какой секретности, безопасности или соблюдении авторских прав не может идти и речи – кто захочет, тот и увидит, скопирует и переделает на свой лад. Программы на Perl пишутся в виде отдельных файлов и подключаются с помощью директив SSI, тегов IFRAME или IMG. При этом в коде страницы мы получаем результат выполнения скрипта, а не его исходный код. Режим секретности – максимальный. Программы PHP, так же как и на JavaScript, встраиваются в тело страницы, но как и Perl-программы, возвращают пользователю только результат выполнения.

Популярность языка JavaScript связана с его широким кругом возможностей по взаимодействию с элементами Web-страниц без ее перезагрузки. Это позволяет прятать и показывать фрагменты дизайна, перемещать их и менять оформление. Путем таких действий можно создавать презентационный эффект, меню, небольшие игры, обрабатывать данные форм и управлять содержимым.

Слои представляют собой фрагменты HTML, которые можно размещать на Web-страницах путем наложения их друг на друга с точностью до пикселя. Слои все больше приобретают признание как средство верстки

Web-страниц и создания разных эффектов. Частично это связано с тем, что их параметры легко меняются динамически через скрипты, что дает возможность создавать меню и другие выразительные средства дизайна.

Через скрипты удобно получать и обрабатывать любые данные форм, это позволяет проверить информацию на правильность ввода перед ее отправкой на сервер. Можно создать “защиту от дурака” для контроля того, чтобы в элементы форм вводились корректные сообщения. Так, если в текстовом поле просят ввести число, следует сразу пересекать возможность ввода нечисловых символов.

Через скрипты можно делать предварительную загрузку изображения. Еще до прямого обращения к изображениям, браузер помещает их в свою память, чтобы по мере необходимости быстрее отобразить в документе. Основные параметры изображений, такие как: ширина, высота картинок и адрес графического файла, тоже можно менять динамически. Это позволяет создавать эффекты перекачивания, когда рисунок меняется на другой при наведение на него курсором мыши и обратно, когда курсор убирается с изображения. Подобным методом делаются и галереи фотографий – смена изображений происходит в пределах одной страницы.

Используемая многими дизайнерами возможность вставлять текущую дату, и даже время на страницы, реализуется с помощью объекта `Date`, специально созданного для работы с датой. Все что можно получить от времени, здесь уже есть.

JavaScript поддерживает полноценную работу с cookies – небольшие текстовые файлы на локальном компьютере, которых сохраняется техническая информация. Cookies можно использовать для сохранения даты последнего посещения пользователем, паролей, а также любой информации о действиях посетителя на сайте. Подобное применение позволяет персонализировать сайт и сделать его более удобным для посетителей.

Событием называется определенное действие пользователя или изменение состояния документа. JavaScript отслеживает большинство

событий и позволяет определять реакцию на них. Например, при загрузке Web-страницы происходит событие `onLoad`. Если необходимо запустить скрипт сразу после загрузки документа, следует этому событию назначить функцию, которая будет выполняться при его наступлении.

Скрипты позволяют создавать новые окна, задавать у этих окон вид отображения и формировать их содержимое. Причем, у созданных таким способом окон можно отключать адресную строку, полосы прокрутки, меню и управлять их размером и положением на экране.

Подход разных браузеров к объектной модели, хоть и стандартизирован, но еще не всеми до конца принят. Поэтому для создания универсального документа, одинаково работающего везде, приходится делать проверку, какой в данный момент используется браузер, и давать ему подходящий код.

Непосредственно JavaScript содержит все необходимые арифметические операции, поддерживать все стандарты математических функций, как с целыми числами, так и плавающей точкой.

Любую информацию можно вставлять через метод `write()` в уже созданный документ, например, сегодняшнюю дату, а также формировать полностью новый документ динамически. Это позволяет учитывать особенности поведения различных операционных систем и браузеров, выводя для них свой собственный текст.

Разумеется, здесь описаны не все возможности языка JavaScript, но и указанного достаточно, чтобы понять, что это мощное, гибкое, универсальное и удобное средство расширить возможности Web-страниц.

Нужно помнить, что при разработке приложения JavaScript существует разница между серверной и клиентской платформами.

PHP – это язык программирования, предназначенный для создания сайтов. PHP позволяет автоматизировать работу с сайтом. Это скрипт-языка, встраиваемый в HTML, который интерпретируется и выполняется на сервере, и выполняется на сервере. Отличие PHP от JavaScript, состоит в том, что

PHP-скрипт выполняется на сервере, а клиенту передается результат работы, тогда как в JavaScript-код полностью передается на клиентскую машину и только там выполняется.

В прошлом веке, чтобы создать сайт, достаточно было просто уметь работать с HTML и обладать художественным вкусом. Спустя некоторое время требования выше: использование JavaScript и Dynamic HTML стало рутинным, а дизайн страниц, не имеющих подобных улучшений, считался устаревшим. Вскоре правилом “хорошего тона” для корпоративного сайта стало применение сложных программ на Perl или C++. Однако Web-дизайнеры не желали мириться с такой ситуацией. И на свет появился PHP – язык программирования, обладающий возможностями сложных скриптовых языков, но в то же время удивительно простой и легкий в изучении и применении.

PHP является внедряемым языком сценариев. Цель языка состоит в том, чтобы позволить Web-разработчикам быстро создавать динамически генерируемые страницы. Кроме того, разработчикам Web-приложений нет необходимости говорить, что Web-страницы – это не только текст и картинки. Достойный внимания сайт должен поддерживать некоторый уровень интерактивности с пользователями: поиск информации, продажа продуктов, конференции и т.п. PHP работает как часть Web-сервера. В этом языке нет строгой типизации данных и нет необходимости в действиях по освобождению памяти. Программы, написанные на PHP, достаточно легко читаемы. Написанный PHP-код легко зрительно прочитать и понять.

На языке PHP можно сделать все, что угодно: обрабатывать данные из форм, создавать динамические страницы, получать и отправлять сеансы – cookies. Помимо этого в PHP встроена поддержка многих СУБД, что делает создание Web-приложений с использованием баз данных до невероятного простым, а так же, ко всему PHP понимает протоколы IMAP, SNMP, NNTP, POP3 и даже HTTP, имеет возможность работать с сокетами и общаться по другим протоколам. PHP может серьезно упростить работу создателя сайта.

С помощью команды `include()` можно автоматически вставлять один и тот же элемент HTML-кода во множество страниц, просто поместив их команду с именем файла, содержащего код общей части. В результате чего для обновления общей части будет достаточно отредактировать один файл – тот, который ее и содержит, и собственно изменяет все остальные страницы. Также, при обновлении новостей, редактированию придется подвергнуть лишь сам их текст, а не HTML-код заглавной страницы, что можно доверить и самому неопытному программисту.

Помощь Web-мастеру и службе поддержки Web-ресурса – это лишь весьма малая доля функций и возможностей PHP. Этот язык позволяет значительно обогатить сайт огромным количеством новых функций.

Одним из наиболее значимых преимуществ PHP можно назвать возможность легкой работы с серверами СУБД. Для этого нужно только установить на Web-сервере программу работы с базами данных и включить в текст PHP-сценария команду работы с ними. Способности языка достаточно сильно увеличиваются благодаря дополнительным модулям, содержащим различные функции. Они при надобности размещаются там же, где и установлен PHP-интерпретатор.

Для того, чтобы стать даже начинающим Web-программистом, достаточно освоить – три языка программирования- HTML, JavaScript, PHP.

После этого, выходя на более продвинутый уровень программирования, можно использовать такой инструмент как СУБД. [12]

3.3 Оценка экономической эффективности внедрения информационной разработки

Необходимо разработать web-сайт для «Центра чтения».

Цель проекта сайта Центра чтения определяется как возможность информировать большое количество пользователей Интернет о работе общественной организации Центра чтения Красноярского края, публиковать

разноплановые материалы, способствующие усилению интереса к книге, чтению, библиотеке.

При анализе экономической эффективности в первую очередь необходимо рассчитать стоимость разработки web-сайта.

График выполнения работ представлен в таблице 2.1

Таблица 2.1 – График выполнения работ по разработке web-сайта «Центр чтения»

№	Наименование работ	Длительность работ	
		в днях	в часах
1	Планирование web-сайта	3	33
2	Рабочее проектирование web-сайта	12	120
3	Отладка и тестирование web-сайта	7	71
4	Обобщение и оценка результатов	4	38
	Итого	26	262

Таким образом, на разработку web-сайта для Центра чтения было бы затрачено 26 дня, или 262 человеко-часа.

При расчете стоимости (составлении сметы затрат) разработки web-сайта учитываются следующие виды расходов:

- стоимость материалов и покупных изделий;
- основная заработная плата;
- дополнительная заработная плата;
- страховые взносы;
- накладные расходы;
- затраты на машинное время (затраты на электроэнергию).

Перечень затрат на материалы и покупные изделия приведен в таблице

Таблица 2.2 – Затраты на материалы и покупные изделия

№	Наименование	Единица измерения	Количество	Цена за единицу, руб.	Стоимость, руб.
1	Доступ в интернет	Мбит/сек.	2	-	1000
2	Канцтовары	Шт.	2	50	100
3	Бумага А4	Упаковка	1	121	121
4	Физ. Носители	Шт.	1	270	270
5	Итого	-	-	-	1491
6	Транспортные расходы (10% от п.6)	-	-	-	149,1
7	Итого	-	-	-	1640,1

Транспортные расходы учитываются в объеме 10% от суммы затрат на материалы и покупные изделия, что составляет 149,1 руб. Таким образом, затраты на материалы и покупные изделия равны

$$З_m = 1491 + 1491 * 10 / 100 = 1641,1 \text{ руб.} \quad (1.1)$$

К этой статье относится основная и дополнительная заработная плата разработчика web-сайта (программиста). Результаты расчета фонда заработной платы представлены в таблице 1.3.

Таблица 2.3 – Расчет фонда заработной платы

№	Должность: программист	Количество рабочих дней	Размер дневной оплаты, руб.	Заработная плата в месяц, руб.
1	Основная заработная плата	26	961,5	25000
2	Дополнительная заработная плата	-	-	2500
3	Итого фонд заработной платы	-	-	27500

В статью «Дополнительная заработная плата» входят выплаты, предусмотренные трудовым договором с руководством Центра чтения на разработку web-сайта. Размер дополнительной заработной платы разработчика web-сайта определяется в размере 10 процентов от основной заработной платы.

$$Z_{\text{доп}} = Z_{\text{осн}} * 10/100 = 25000 * 10/100 = 2500 \text{ руб.} \quad (1.2)$$

Следовательно, разработчику web-сайта всего на- числено

$$\text{Знач} = Z_{\text{осн}} + Z_{\text{доп}} = 25000 + 2500 = 27500 \text{ руб.} \quad (1.3.)$$

Таким образом, фонд заработной платы разработчика web-сайта составляет 27500 руб.

К отчислениям на социальные нужды относят страховые взносы в ПФР, ФСС, ФФОМС и взносы на страхование от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний.

Страховые взносы рассчитываются в размере 32,2 процентов от фонда заработной платы, что составит

$$СВ = \text{Знач} * 32,2/100 = 27500,00 * 30,2/100 = 8305,00 \text{ руб.} \quad (1.4)$$

Тарифы страховых взносов приведены в таблице 2.4.

Отчисления в пенсионный фонд ЗПФ составляют 22 процента от фонда заработной платы и равны

$$\text{Зпф} = (\text{Зосн} + \text{Здоп}) * 13/100 = 27500,00 * 22/100 = 6050,00 \text{ руб.} \quad (1.5.)$$

Отчисления в фонд обязательного медицинского страхования Змс равны

$$\text{Змс} = (\text{Зосн} + \text{Здоп}) * 5,1/100 = 27500,00 * 5,1/100 = 1402,50 \text{ руб.} \quad (1.6.)$$

Отчисления на социальное страхование Зсс равны

$$\text{Зсс} = (\text{Зосн} + \text{Здоп}) * 2,9/100 = 27500,00 * 2,9/100 = 797,50 \text{ руб.} \quad (1.7.)$$

Отчисления на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний равны

$$\text{Знс} = (\text{Зосн} + \text{Здоп}) * 0,2/100 = 27500,00 * 0,2/100 = 55,00 \text{ руб.} \quad (1.8.)$$

Численные значения отчислений на социальные нужды (страховые взносы), представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Расчет отчислений на социальные нужды (страховые взносы)

№	Отчисления на социальные службы	Тарифы страховых взносов, в%	Суммы страховых взносов, руб.

1	Отчисления в ПФР	22	6050
2	Отчисления в ФОМС	5,1	1402,50
3	Отчисления в ФСС	2,9	797,50
4	Отчисления на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний	2,0	55,50
5	Итого	34,2	8305,5

Размеры тарифов страховых взносов устанавливаются Федеральными законами. На момент разработки проекта необходимо руководствоваться действующим законодательством.

Накладные расходы, косвенные затраты – расходы, затраты, сопровождающие, сопутствующие основному производству, но не связанные с ним напрямую, не входящие в стоимость труда и материалов - дополнительные к основным затратам расходы для обеспечения процессов производства и обращения.

Накладные расходы Зн фирмы составляют 20 процентов (условно) от суммы основной и дополнительной заработной платы

$$Зн = (Зосн + Здоп) * 20/100 = 27500,00 * 20/100 = 5500,00 \text{ руб.} \quad (1.9)$$

Как следует из данных таблицы 2.1, на разработку и последующую отладку web-сайта для Центра чтения потребовалось 26 рабочих дня (Дн). В среднем с учетом перерывов программист работает за компьютером 6 часов в день. Себестоимость одного кВт/ч электроэнергии (С1квт/ч) для организаций составляет 2 рубля 10 копеек. При проведении расчетов в проекте необходимо в расчеты брать существующие на дату расчета тарифы.

Суммарная мощность энергопотребителей для АРМ программиста складывается из мощности, потребляемой системным блоком персонального компьютера, монитором, принтером и другим периферийным оборудованием, которая составляет 1,2 кВт. Следовательно, за 11 часов работы программиста суммарное энергопотребление за день составит:

$$P = 1,2 * 11 = 13,2 \text{ кВт/ч} \quad (1.10)$$

Таким образом, стоимость машинного времени $Z_{\text{маш}}$, необходимого для разработки web-сайта, составит:

$$Z_{\text{маш}} = P * D_{\text{н}} * C_{1\text{кВт/ч}} = 13,2 \text{ кВт/ч} * 23 * 2,10 \text{ руб./кВт/ч} = 637,56 \text{ руб.} \quad (1.11)$$

Затраты на машинное время учитываются как затраты на электроэнергию.

В результате выше произведенных расчетов мы получили итоговые затраты на разработку web-сайта (Таблице 2.5.).

Таблица 2.5 – Итоговая смета затрат

№	Наименование статей расходов	Сумма, руб.
1	Стоимость материалов и покупных изделий	1640,10
2	Основная заработная плата	25000,00
3	Дополнительная заработная плата	2500,00
4	Отчисления на социальные нужды	8305,50
5	Накладные расходы	5500,00
6	Затраты на машинное время	637,56
7	Итого	43583,16

Цена программного продукта (web-сайта) Ц определяется итоговыми затратами, которая, в свою очередь, составляет 30 процентов (условно) от фонда заработной платы:

$$Ц = 43583,13 + 27500 * 30/100 = 21325 \text{руб. (1.12)}$$

Так же к полученной стоимости нужно прибавить стоимость услуг компании по комплексному продвижению в Интернете, средняя стоимость данных услуг на рынке Красноярска составляет порядка 10000руб месяц обслуживания. Таким образом, стоимость программного продукта составит:

$$Ц = 43583,13 + 27500 * 30/100 + 10000 = 31325 \text{руб. (1.13)}$$

По результатам расчета экономической эффективности проектирования и внедрения веб-сайта, можно сказать, что на разработку будет потрачено 31325 руб. Хотя выгода от внедрения косвенная, но это скажется на средней и долгосрочной перспективе. Внедрение может привести к увеличению числа посетителей не только Центра чтения, но и Государственной универсальной научной библиотеки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На нынешний день веб-сайт представляет собой необходимый атрибут любой фирмы. Интернет не имеет пределов ни в пространстве, ни во времени. Веб-сайт действует 24 часа в день, предоставляя нужную информацию сразу большому количеству заинтересованных в ней людей, независимо от того, где они пребывают. При грамотном раскладе к созданию веб-сайт может принести гигантскую выгоду, позволяя увеличить размер продаж продуктов либо услуг, определить новейшие связи на рынке, а еще позволить оказывать информационную и сервисную помощь покупателям и партнеров.

Удачный веб-сайт - это самое удачная вложение в любой бизнес. Однако для увеличения отдачи не достаточно элементарно создать веб-сайт. Нужно сразу задуматься и о его высококачественном продвижении. Продвижение, раскрутка, внутренняя и наружная оптимизация страниц достаточно эффективны и обходятся дешевле всех остальных видов рекламы.

Чем лучше интернет-сайт смотрится и чем больше интереса он дает для пользователя, тем лучше это и для стиля фирмы, на которую этот интернет-сайт действует. Быстро загружающиеся страницы, легкость и комфорт использования, попадание на 1-ые страницы поисковиков - все это нужно для высококачественного и удачного веб-сайта.

В заключении дипломной работы можно сказать что в разработанном веб-сайте успешно сочетается интерфейс веб-сайта с его функциональностью и простотой применения.

Изобретена очень комфортная и легкодоступная работа потенциального покупателя, легкодоступные и ясные диалоговые окна. Разбитые по категориям продукты, имеющие доскональное отображение с картинками, оставят у покупателя приятное ощущение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Год литературы в России: методическое письмо в помощь работе библиотек / Гос.универ. науч. биб-ка Краснояр. кр. / Сост. Т. Ф. Ладуренко ; ред. Т. И. Матвеева. – Красноярск, ГУНБ Красноярского края, 2015. – 9 с.
2. Описание проекта [Электронный ресурс] / Красноярская ярмарка книжной культуры – Режим доступа: <http://www.prokhorovfund.ru/projects/own/169/>
3. Методические рекомендации библиотекарям в помощь пропаганде литературы по истории и культуре народов СССР. –М.: ГПИБ, 1990. -16 с.
4. Концепция Национальной программы “Чтения” // Бюллетень. -2001.- №3 –(Конгресс в поддержку чтения).
5. Стельмах, В. Д. Читатель и современное литературное сообщество: возможность диалога / В.Д. Стельмах // Читающий мир и мир чтения: сб. ст. по материалам международной конференции –М.: Рудомино, 2003. – 155-156 с.
6. Стулова, С. С. Популяризация и развитие чтения. Опыт Юнеско / С.С. Стулова // Читающий мир и мир чтения: сб. ст. по материалам международной конференции –М.: Рудомино, 2003. – 180 с.
7. Алексеева М. Книгоиздание в России и на рубеже веков / М. Алексеева // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетий / отв. редакторы Я. Н. Засурский и Е. Л. Варганова, -М.: МГУ, 2000. – 123 с.
8. Таран А. В. Библиотекарь в эпоху Интернета – интеллигент или интеллектуал? / А. В. Таран // Панорама культурной жизни РФ. Информ. об. – Вып. 3. –М.: РГБ, 2002. -180 с.
9. Гениева, Е. Ю. Открытое пространство книги // Читающий мир и мир чтения: Сборник статей по материалам международной конференции. –М.: Рудомино, 2003. – 9-10 с.

10. Зайцев, В. Н. Чтение – проблема развития общества // Читающий мир и мир чтения: Сборник статей по материалам международной конференции. –М.: Рудомино, 2006. – 16 с.
11. Финникова, А. А., Каверзина Е. Г. Центр чтения: технология создания, методика работы, опыт : методическое пособие / Гос. универс. науч. б-ка Краснояр. края, Отдел лит-ры по искусству; А. А. Финникова, Е. Г. Каверзина ; отв. за вып. Т. И. Матвеева. -Красноярск: [ГУНБ], 2005. - 50 с.
12. Средства создания сайтов [Электронный ресурс] / Вперед, в Интернет– Режим доступа: <http://ww11.interfinancescapital.com>
13. Доклад о деятельности муниципальных библиотек Красноярского края в 2014 / Гос.универс. науч. биб-ка Краснояр. кр. / Сост. Т. Ф. Ладуренко ; ред. Т. И. Матвеева. – Красноярск, ГУНБ Красноярского края, 2015. – 16-19 с.
14. Этапы создания сайтов [Электронный ресурс] / Интернет-маркетинг– Режим доступа: http://im.fert.ru/pages/jetapy_sozdanija_veb-sajta/
15. Буничева Л. Ф. Как стать лидером. Чтение как фактор социального успеха / Л. Ф. Буничева // Библиотечное дело. – 2008. – № 15. – 14–16 с.
16. Буничева Л. Молодежь голосует за романтику 603х. Акция «Читающий студент» / Л. Буничева // Библиотечное дело. – 2006. – № 1. –25–28 с.
17. Веденяпина М. «Пушкинская библиотека»: вчера, сегодня, завтра / М. Веденяпина // Библиополе. – 2004. – № 1. – 6–9 с.
18. Витязева О. А. Юбилейные акции библиотек – активная форма взаимодействия с местным сообществом / О. А. Витязева // Информ. бюллетень РБА. – 2003. – № 28. –121–122 с.
19. Губанова С. Журналисты – наши союзники / С. Губанова // Библиотека. – 2009. – № 3. – 6–9 с.
20. Губанова С. И. Книга, чтение, библиотека в вашей жизни (по итогам исследования) / С. И. Губанова // Библиосфера. – 2009. – № 3. – 29–34 с.

21. Губанова С. И. Проект «Читающая Хакасия» и повышение квалификации библиотекарей республики / С. И. Губанова // Чтение как система трансляции духовного и культурного опыта: материалы Всерос. конференции / РНБ. – СПб., 2009. – 102–108 с.
22. Егорова Г. Импульс к новым начинаниям. Тверской центр книги / Г. Егорова // Библиотечное дело. – 2008. – № 18. – 11–14 с.
23. Егорова Г. И. Использование сервисов Интернета в работе Тверского центра книги и чтения / Г. И. Егорова // Чтение как система трансляции духовного и культурного опыта: материалы Всерос. конференции / РНБ. – СПб., 2009. – 91–93 с.
24. Егорова Г. И. Наши идеи пришлись по нраву всем / Г. И. Егорова // Библиотека. – 2004. – № 1. – 35–36 с.
25. Егорова Г. Российские центры чтения: статус, задачи, опыт работы / Г. Егорова // Библиополе. – 2006. – № 1. – 35–39 с.
26. Курс И. Н. Формирование пространства чтения: библиотека, СМИ, бизнес / И. Н. Курс // Чтение как система трансляции духовного и культурного опыта: материалы Всерос. конференции / РНБ. – СПб., 2009. – 145–150 с.
27. Муравьева Е. Г. Взгляды региональных библиотек на деятельность по продвижению книги и чтения / Е. Г. Муравьева // Продвижение чтения в контексте национальных культурных стратегий : материалы научнопрактической конференции / ПОУНБ. – Псков, 2007. – 78–87 с.
28. Проект «Чтение»: инициативы мурманских библиотекарей (по материалам, представленным директором МГОУНБ Е. В. Синевой) // У книжной полки. – 2005. – № 1. – 92–94 с.
29. Родионова Н. Волонтеры, умники и короли поэтов. О Центре чтения Красноярского края / Н. Родионова // Библиотечное дело. – 2008. – № 18. – 27–29 с.
30. Семернина М. Нам небезразлична экология языка / М. Семернина // Библиополе. – 2007. – № 12. – 16–17 с.

31. Семернина М. О, великий, могучий... Центр поддержки русского языка и чтения / М. Семернина // Библиотечное дело. – 2008. – № 15. – 31–33 с.
32. Стельмах В. Д. Можно ли создавать читающие нации? / В. Д. Стельмах // У книжной полки. – 2007. – № 1. – 104–105 с.
33. Стельмах В. Д. Новый ракурс привычной деятельности / В. Д. Стельмах // Библиотека. – 2004. – № 1. – 31–34 с.
34. Стельмах В. Остановки отменяются. Программа «Чтение» – точка объединения книжного сообщества / В. Стельмах // Библиотечное дело. – 2008. – № 18. – 5–6 с.
35. Стельмах В. Российские центры чтения: первый опыт раз боты российских центров чтения / В. Стельмах // Библиополе. – 2005. – № 8. – 28–30 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(обязательное)

Листинг кода веб-сайта

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html lang="en-US" xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" dir="ltr">
<head>
  <title>Центр чтения</title>
  <meta http-equiv="Content-type" content="text/html; charset=utf-8" />
  <link rel="shortcut icon" href="css/images/favicon.ico" />
  <link rel="stylesheet" href="css/style.css" type="text/css" media="all" />
  <!--[if IE 6]>
    <link rel="stylesheet" href="css/ie6.css" type="text/css" media="all" />
    <script src="js/png-fix.js" type="text/javascript"></script>
  <![endif-->
  <script src="js/jquery-1.4.2.js" type="text/javascript"></script>
  <script src="js/jquery.jcarousel.js" type="text/javascript"></script>
  <script src="js/js-func.js" type="text/javascript"></script>
</head>
<body>
<!-- Header -->
<div id="header">
  <div class="shell">
    <h1 id="logo" class="notext"><a href="#">Центр чтения </a></h1>
    <div id="navigation">
      <ul>
        <li><a href="#" class="active">Главная</a></li>
        <li><a href="#">Новости</a></li>
        <li><a href="#">Интересно</a>
          <div class="dd-holder">
            <div class="dd-t"></div>
            <div class="dd">
              <ul>
                <li><a href="#">Великие цитаты, великих людей</a></li>
                <li><a href="#">Творческая мастерская</a></li>
                <li><a href="#">Открытые книги</a></li>
                <li><a href="#">Юбилей</a></li>
              </ul>
            </div>
          </div>
        </li>
      </ul>
    </div>
  </div>
</div>
<!-- End Header -->
<!-- Slider -->
<div id="slider">
  <div class="shell">
    <div class="slider-left">
      <h2></h2>
    </div>
  </div>
</div>
```

Продолжение приложения А

<p>Книга - самый личный источник информации, по своей природе она требует не просто восприятия и оценки, но сотворчества. Только напряжением чувств, мыслей, фантазии человек становится читателем, а автор обретает равноправного себе партнера.</p>

<p>Творческое чтение порождает не массовую культуру, но высокую культуру свободного общества. Наш Центр стремится к возвращению именно такого творческого чтения, а может, и к открытию его.</p>

```
</div>
<div class="slider-right">
  <div class="slider-content">
    <ul>
      <li></li>
      <li></li>
      <li></li>
      <li></li>
      <li></li>
    </ul>
  </div>
  <div class="slider-nav">
    <ul>
      <li><a href="#">1</a></li>
      <li><a href="#">2</a></li>
      <li><a href="#" class="active">3</a></li>
      <li><a href="#">4</a></li>
      <li><a href="#">5</a></li>
    </ul>
  </div>
</div>
</div>
</div>
<!-- End Slider -->
<!-- Main -->
<div id="main">
  <div class="shell">
    <div id="sidebar">
      <div class="text-container">
        <h2>Новости</h2>
        <p>25 июня в 12:00 литературное объединение «Енисейский литератор»
приглашает на презентацию нового выпуска альманаха «Новый Енисейский литератор»</p>
        <p>2 июня, 21 июля в 18:00 — Дискуссионный клуб Кино</p>
        <p>1, 8, 15, 22, 29 июня; 6, 13, 20, 27 июля; 3, 10, 17, 24, 31 августа в 17:00 — Клуб
любителей фантастики «Вечные паруса»</p>
      </div>
      <div class="post">
        <h2>АТФ</h2>
        
        <p>23–27 июня библиотека станет площадкой V Красноярского международного
музыкального фестиваля стран Азиатско-Тихоокеанского региона. </p>
        <a href="#" class="more">Далее</a>
      </div>
    </div>
    <div id="content">
      <div class="col">
        <div class="post">
          <h2>Великие цитаты, великих людей</h2>
          
          <p>Девственная неразрезанная книга тоже, бывает, видом своих красных
старинных томов влечет совершить кровопролитие и, разрезав, овладеть ею; но тут оружием будет уже нож для
разрезания бумаги. Она будоражит тело и совесть, она подобна языческому идолу без статуи, ее берут руками здесь,
там, ее переставляют и, в конечном счете, она сама себя создает, свою загадку. Неразрезанные сгибы страниц

```

Продолжение приложения А

приглашают открыть, закрыть их, стать их хозяином. Это слепой поступок, и это почти не технический прием: здесь совершается покушение на хрупкость и непорочность. Под защитой этого акта внутренняя симпатия дойдет до газеты, но там ее воздействие будет уже вредным: тонкому организму литературы, божественному акту книги она станет внушать монотонность — невыносимые «колонки листа», которые станут распродавать на размер сотни и сотни раз...

Стефан Малларме </p>
<div class="cl"> </div>
Далее

</div>

</div>

<div class="col cols-2">

<div class="post">

<h2>Король поэтов 2016</h2>

<p>С 2004 конкурс проводится в Красноярске и имеет статус

межрегионального. По итогам конкурса победителям издаются сборники стихотворений в общей книжной кассете.

Основной тираж издания распределяется по библиотекам Красноярского края. </p>

<div class="cl"> </div>

Далее

</div>

</div>

<div class="col cols-2 last">

<div class="post">

<h2>Как нас найти</h2>

<p>

Проезд транспортом:

Автобус: № 1, 2, 3, 5, 25, 27, 31, 32, 36, 37, 43, 49, 51, 52, 53, 55, 56, 63, 64, 68, 71, 77, 80, 81, 83, 84, 88, 89, 91

Троллейбус: № 7, 8</p>

<p>Остановки:

"Кинотеатр Луч" - ул. Карла Маркса

"Площадь революции" - ул. Мира

"Театр Кукол" - ул. Ленина

</p>

Далее

<div class="cl"> </div>

</div>

</div>

</div>

<div class="cl"> </div>

</div>

</div>

<!-- End Main -->

<!-- Footer -->

<div id="footer">

<div class="shell">

<p class="left">

Главная

Новости

Интересно

Красноярье

О нас

Контакты

</p>

Окончание приложения А

```
<p class="right">  
© 2003-2016 KNB</a>  
</p>  
</div>  
</div>  
<!-- End Footer -->  
</body>  
</html>
```

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (обязательное)

Листинг кода стиля веб-сайта

```
* { margin: 0; padding: 0; outline: 0; }

body {
  font-size: 12px;
  line-height: 22px;
  font-family: "Lucida Sans", Arial, Helvetica, sans-serif;
  color: #4a4a4a;
  background: #fff url(images/bg.gif) repeat-x 0 106px;
}

a { color: #0252aa; text-decoration: none; cursor: pointer; }
a:hover { text-decoration: underline; }
a img { border: 0; }

input, textarea, select { font-size: 12px; font-family: Arial, Helvetica, sans-serif; }
textarea { overflow: auto; }

.cl { display: block; height: 0; font-size: 0; line-height: 0; text-indent: -4000px; clear: both; }
.noext { font-size: 0; line-height: 0; text-indent: -4000px; }

.left, .alignleft { float: left; display: inline; }
.right, .alignright { float: right; display: inline; }

.shell { width: 980px; margin: 0 auto; }

.last { margin-right: 0 !important; }

#header { position: relative; height: 106px; background: url(images/header-bg.gif) repeat-x 0 0; margin-bottom: 26px; z-index: 5; }

h1#logo { float: left; display: inline; width: 210px; height: 56px; margin: 23px 0 0 12px; }
h1#logo a { display: block; height: 56px; background: url(images/logo.gif) no-repeat 0 0; }

#navigation { position: relative; float: right; display: inline; margin-top: 32px; z-index: 5; }
#navigation ul { list-style: none outside none; }
#navigation ul li { position: relative; float: left; display: inline; margin-right: 10px; }
#navigation ul li a { width: 84px; height: 44px; display: block; color: #474747; font-size: 13px; text-align: center; line-height: 43px; padding-right: 2px; }
#navigation ul li a:hover,
#navigation ul li a.active,
#navigation ul li a.hover { background: url(images/nav-hover.gif) no-repeat 0 0; text-decoration: none; z-index: 1; }
#navigation ul li .dd-holder { position: absolute; top: 33px; left: 0; display: none; width: 152px; height: 100%; z-index: 5; }
#navigation ul li .dd { background: url(images/dd-bg.png) repeat-y 0 0; }
#navigation ul li .dd-t { width: 152px; height: 7px; background: url(images/dd-t.gif) no-repeat 0 0; font-size: 0; line-height: 0; text-indent: -4000px; }
#navigation ul li .dd-b { position: relative; width: 152px; height: 9px; background: url(images/dd-b.png) no-repeat 0 0; }
#navigation ul li .dd ul { padding-top: 5px; padding-left: 17px; }
#navigation ul li .dd ul li { float: none; display: block; height: 12px; padding-bottom: 10px; background: url(images/pink-arrow.gif) no-repeat 0 4px; padding-left: 10px; margin: 0; }
#navigation ul li .dd ul li a { height: 12px; font-size: 11px; line-height: 12px; width: auto; height: auto; height: 100%; color: #6c6c6c; text-align: left; }
#navigation ul li .dd ul li a:hover { background: none; color: #c40083; }

#slider { position: relative; z-index: 1; height: 225px; margin-bottom: 15px; }
#slider .shell { position: relative; height: 225px; }

.slider-left { float: left; display: inline; width: 284px; height: 207px; background: url(images/slider-left-bg.gif) no-repeat 0 0; color: #fff; padding: 18px 20px 0 20px; }
.slider-left h2 { font-size: 20px; font-weight: normal; margin-bottom: 13px; }
.slider-left p { font-size: 13px; line-height: 18px; font-family: Arial; }
```

Окончание приложения Б

```
.slider-left .order-now { display: block; width: 134px; height: 38px; background: url(images/ordernow.gif) no-repeat 0 0; font-size: 16px; color: #fff; line-height: 37px; text-align: center; margin: 41px 0 0 69px; }
.slider-left .order-now:hover { background-position: 0 bottom; text-decoration: none; }
.slider-right { position: relative; float: left; display: inline; width: 656px; height: 225px; }
.slider-content { position: relative; width: 656px; height: 225px; overflow: hidden; }
.slider-content ul { list-style: none outside none; height: 100%; overflow: hidden; }
.slider-content ul li,
.jcarousel-clip { position: relative; width: 656px; height: 225px; z-index: 1; }

.slider-nav { position: absolute; bottom: 14px; right: 19px; display: block; z-index: 10; }
.slider-nav ul { list-style: none outside none; }
.slider-nav ul li { float: left; display: inline; width: 20px; height: 20px; margin-right: 4px; }
.slider-nav ul li a { width: 20px; height: 20px; display: block; background: url(images/slider-nav.png) no-repeat 0 0; font-size: 0; line-height: 0; text-indent: -4000px; }
.slider-nav ul li a:hover,
.slider-nav ul li a.active { background: url(images/slider-nav-hover.png) no-repeat 0 0; }

#main { }
#main h2 { font-size: 20px; font-weight: normal; color: #4c4c4c; }

#sidebar { float: left; display: inline; width: 324px; }
#sidebar .text-container { min-height: 221px; background: #eaebeb url(images/text-containerbg.gif) repeat-x 0 0; padding: 20px 15px 0 18px; margin-bottom: 20px; }
#sidebar .text-container h2 { margin-bottom: 6px; }

.post { }
.post h2 { border-bottom: 5px solid #e4e4e4; padding-bottom: 5px; margin-bottom: 11px; }
.post .more { display: block; background: url(images/pink-arrow.gif) no-repeat 0 4px; color: #c40083; font-size: 11px; line-height: 12px; padding-left: 10px; margin-top: 10px; }
.post .more:hover { color: #000; text-decoration: none; }
#sidebar .post { padding: 0 18px 0 14px; }
#sidebar .post .more { margin-top: 17px; }

#content { float: right; display: inline; width: 600px; padding-top: 17px; margin-right: 10px; }

.col { margin-bottom: 25px; }
.cols-2 { float: left; display: inline; width: 280px; margin-right: 40px; }

#footer { height: 87px; background: url(images/footer-bg.gif) repeat-x 0 0; font-size: 11px; color: #7f7f7f; }
#footer .shell { padding: 26px 0 0 0; }
#footer a { color: #7f7f7f; }
#footer p.left span { padding: 0 3px; }

#sidebar .text-container { height: 221px; }
.slider-nav ul li a { background-image: none; filter: progid:DXImageTransform.Microsoft.AlphaImageLoader(src='css/images/slider-nav.png', sizingMethod='image'); }
.slider-nav ul li a:hover,
.slider-nav ul li a.active { background-image: none; filter: progid:DXImageTransform.Microsoft.AlphaImageLoader(src='css/images/slider-nav-hover.png', sizingMethod='image'); }
```