

Розвиток галузі книговидавництва в Україні на сучасному етапі

Жанна Мина

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

Zhanna.Shijaniuk@gmail.com

Abstract. *The thesis considers the peculiarities of the development of the book industry in Ukraine at the present stage. The role of state regulation in book publishing is emphasized. The main tasks in this area, as well as the development of marketing and informatization processes, have been analyzed and highlighted.*

Ключові слова: державне регулювання, законодавство, книга, книговидавництво, маркетингова політика, перспективи, розвиток, функціонування.

ВСТУП

Бізнес книговидавництва України сьогодні вивчено й систематизовано недостатньо. Держава також не веде обліку фінансових результатів видавців. Єдиним джерелом інформації залишається Книжкова палата України — державна наукова установа у сфері видавничої справи та інформаційної діяльності, заснована на загальнодержавній власності і яка перебуває у сфері управління Державного комітету телебачення і радіомовлення України. Важко прослідкувати реальний обсяг книжкового ринку. Так, приватні магазини не завжди звітують про обсяги поставок і продажу. Велика частина книжкової продукції реалізується в Україні нелегально. Книжкова палата не надає даних про прибуток видавництв, але володіє інформацією про тиражі та кількість найменувань.

В грудні 2016 року Верховна Рада України прийняла закон про обмеження ввозу книг з Росії і, насамперед, літератури сепаратистського та антиукраїнського характеру, що заморозило ввіз книжок з Росії майже на півроку. Почала зростати кількість

Роман Голощук

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

Roman.O.Holoshchuk@lpnu.ua

літературно-художніх і перекладних у цій ніші видань; навчальних та навчально-методичних видань; нормативно-практичних видань. Водночас зменшується кількість видань з медицини та охорони здоров'я; видань для дітей та юнацтва; громадсько-політичних видань. Що спостерігається? Відбувається фактичний внутрішній перерозподіл коштів [1]. Суттєво зростають обсяги перекладних художніх видань зарубіжних авторів українською мовою як для дорослих, так і для дітей. Також нарощуватися кількість видань у ніші нон-фікшн, яка до 2014 року фактично була заповнена лише виданнями Російської Федерації. Сьогодні ж вона поступово заповнюється вітчизняними україномовними виданнями [2]. Відбувається структурна перебудова усередині суб'єктів вітчизняного видавничого бізнесу. Зменшується кількість малих, дрібних (тобто малопотужних) видавництв і виокремлюється група лідерів (приблизно 30 видавництв), які починають системно нарощувати обсяги виробництва власної книжкової продукції і за назвами, і за накладками. З 1 січня 2017 р. введено в дію Закон України "Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту", що призвело до "вимивання" російської книжкової продукції, незалежно від її жанру [4]. Президент Української Асоціації видавців і книгорозповсюджувачів Олександр Афонін наголошує на тому, що "потрібно на рівні держави вирішити питання системного пільгового кредитування суб'єктів галузі, залучення до її розвитку інвестицій з інших сфер бізнесу на цікавих для інвесторів умовах,

виписаних в законодавстві. Лише після цього можна розраховувати на суттєве й динамічне зростання обсягів виробництва різножанрової вітчизняної літератури і, відповідно, її споживання. А потреба в такій літературі останнім часом відчутно зростає"[1].

ГОЛОВНІ ЗАВДАННЯ КНИГОВИДАННЯ

Якщо аналізувати сьогоденний стан книговидання, то можна виокремити такі головні завдання в цій галузі:

- спрямованість на максимальне задоволення потреб населення країни в книзі;
- мінімізація дублювання видавництвами один одного у випуску аналогічної книжкової продукції:
- створення територіальних комплексів із виробництва і розповсюдження книжкової продукції в масштабі регіону;
- впровадження нових інформаційних технологій в книжкову справу та підвищення темпів технологічної модернізації у книговиробництві;
- мобільність і гнучкість репертуарно-тематичної і тиражної політики;
- організація читацьких конференцій, зустрічей з письменниками;
- перетворення бібліотечних колекторів на закупівельні центри.

Дослідник А. Мураховський наголошує на тому, що видавець повинен стати тим, хто аналізуватиме і відбиратиме, представлятиме і поширюватиме інформацію та продукти інтелектуальної творчості незалежно від матеріального носія [3].

Слід наголосити на зростанні модифікацій форм маркетингу в галузі книговидання. Це підвищує ефективність впровадження наступних видавничих процесів:

- демаркетинг (від англ. Demarketing), який має орієнтуватись на потреби суспільства загалом. В книговиданні, це перш за все – альтернатива і вироблення смаку споживача. Тут треба бути вкрай обережним, адже пряма заборона може навпаки спровокувати незаконний попит. Тобто продукт може стати ще бажанішим, адже заборонений плід солодкий;

- ремаркетинг (remarketing) – збільшення продажу. Процес ремаркетингу полягає у пошуку нових можливостей комунікації з цільовою аудиторією для забезпечення зростання продажу, повернення клієнтів, забезпечення повторних продажів. Передбачається крос-продаж, тобто допродаж для представників частини цільової аудиторії, що здійснила раніше купівлю;

- синхромаркетинг використовується для стабілізації попиту, збуту і зведення до мінімуму коливань попиту. Реалізується через використання гнучких цін та засобів просування;

- турбомаркетинг у книговиданні полягає у скороченні часу на створення нового товару та аналізує відповідну реакцію на виявлений попит книг.

Зараз тривають всебічні дослідження в області маркетингу книговидання. Особлива увага прикута до стимулюючого маркетингу та конверсійної, адаптивної і цільової реклами продажів.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Afonin O. (2017) " Yak zminyvsia knyzhkovyi rynok v Ukraini u 2016-2017 rokakh", [online] Dostupno: <https://delo.ua/opinions/knizhnyj-rynok-afonin-333650/>.
- [2] Myna Zh., Holoshchuk R. (2018) "Rozvytok natsionalnoi vydavnychoi spravy ta populiaryzatsii chytannia". Materialy 7-yi Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii IKS «Informatsiia, komunikatsiia, suspilstvo 2018, Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House pp. 293-295.
- [3] Murakhovskiy, A. (2015) "Formuvannia stratehii rozvytku knyzhkovoï industrii". Visnyk Knyzhkovoï palaty. 2015. № 1., [online]
- [4] Solianyk A. (2010) "Kohnityvna instytualizatsiia naukovykh doslidzhen u haluzi sotsialnykh komunikatsii". Kulturolohiia ta sotsialni komunikatsii : innovatsiini stratehii rozvytku : materialy Mizhnar. nauk. konf., 18—19 lystop. 2010 r., Kharkiv, pp.7-10
- [5] Голошук Р. Інформаційне забезпечення обліку бібліотечного фонду районної бібліотеки / Р. Голошук, О. Марковець // Вісник Книжкової палати. - 2018. - № 6. - С. 35-42.