

РОЗВИТОК ВИДАВНИЦТВ: АКТУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

PUBLISHING HOUSES DEVELOPMENT: ACTUAL TASKS AND DIRECTIONS FOR THEIR SOLUTION

УДК 655.581

Шендерівська Л.П.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту видавничо-поліграфічної галузі Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Жученя К.С.

студентка Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У контексті основних етапів творення книжкової продукції визначено актуальні завдання, які потрібно вирішувати підприємствам видавничої галузі. Виявлено тенденції розвитку книжкового ринку. Обґрунтовано основні чинники, що призводять до погіршення якості книжкових видань. Визначено пріоритетні стратегії розвитку нових видавництв і тих, що мають досвід функціонування на ринку. Запропоновано напрями підвищення ефективності розвитку видавництв.

Ключові слова: нішеве видавництво, стратегія розвитку, проектний менеджмент, диверсифікація, мультимедійні видання.

В контексте основных этапов создания книжной продукции определены актуальные задания предприятий издательской отрасли. Выявлены тенденции развития книжного рынка. Обоснованы основные факторы, обуславливающие ухудшение качества книжных изданий. Определены приоритетные стратегии развития

новых издательств, а также тех, которые имеют опыт функционирования на рынке. Предложены направления повышения эффективности развития издательств.

Ключевые слова: нишевое издательство, стратегия развития, проектный менеджмент, диверсификация, мультимедийные издания.

In the context of the main stages of book products creation the actual tasks that need to be solved by publishers are identified. The tendencies of the book market development are revealed. The main factors that lead to the book editions quality deterioration are substantiated. Priority strategies for the new publishing houses development and those with operational experience in the market are determined. Directions for publishing houses development for their earning capacity increase are proposed.

Key words: niche publishing house, development strategy, project management, diversification, multimedia editions.

Постановка проблеми. Актуальність вивчення та аналізу книжкового ринку України пов'язана з його відчутним занепадом та необхідністю знаходження способів вирішення завдань, пов'язаних з основними процесами створення книжкової продукції та доведення її до споживача: проектуванням, виготовленням та реалізацією (розповсюдженням).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики розвитку видавництва присвячено праці вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме: О. Афоніна, В. Базилюка, С. Водозлазкої, Н. Доброскок М. Захарової, Л. Зиміної, В. Теремка та ін. Водночас існує потреба у вивченні завдань розвитку видавництва з урахуванням їх інтеграції у видавничо-поліграфічний комплекс.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування напрямів вирішення актуальних завдань видавництва України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Видавнича галузь як така, що сприяє формуванню інтелектуального рівня суспільства, водночас є індикатором рівня освіченості, культури нації. Розвиток видавництва на сучасному етапі відбувається в умовах дефіциту інвестиційних ресурсів, зниження реальних доходів населення, необхідності постійного набуття знань у сфері маркетингу, бізнесу, видавничих технологій і мистецтва творення книги, трендів у літературній сфері, авторському середовищі, основ технології поліграфічного виробництва для ухвалення конструктивно, технологічно, економічно ефективних рішень.

Важливим показником стану ринку є обсяг виготовленої продукції. Динаміку основних кількісних показників книжкового ринку, а саме назв (друкованих одиниць) і тиражу, зображено на рис. 1.

За результатами розрахунків виявлено найбільш інтенсивний розвиток книжкового ринку в 2012 р.: темп зростання кількості випущених назв книг і брошур становив 114%, загального тиражу – 133%. За 2011–2016 рр. можна виділити такі періоди: 2011–2013 рр. – зростання обсягів випуску книжкової продукції, 2014–2015 рр. – спад виробництва, 2016 р. – збільшення випуску книг і брошур. Позитивна динаміка обсягу пропозиції видавничої галузі пов'язана зі зміною умов функціонування, а саме з уповільненням інфляції, активізацією державної підтримки у видавничій справі, вдосконаленням інформаційної політики.

Пропозицію на ринку формують видавництва, видавничі організації, фізичні особи – підприємці. Згідно з даними Державної служби статистики, кількість підприємств за видом економічної діяльності «Видавнича діяльність» має тенденцію до зниження (рис. 2).

На основі проведеного дослідження встановлено одну з особливостей видавничої діяльності – це переважно малий масштаб бізнесу. Зокрема, частка малих підприємств у видавничій галузі в 2016 р. становила 98,3%, що на 1,1 в. п. більше, ніж у 2010 р., позитивною була й динаміка частки мікропідприємств, що становлять основу групи малого бізнесу, а саме 85,7% у 2016 р. порівняно з 81,2% у 2010 р.

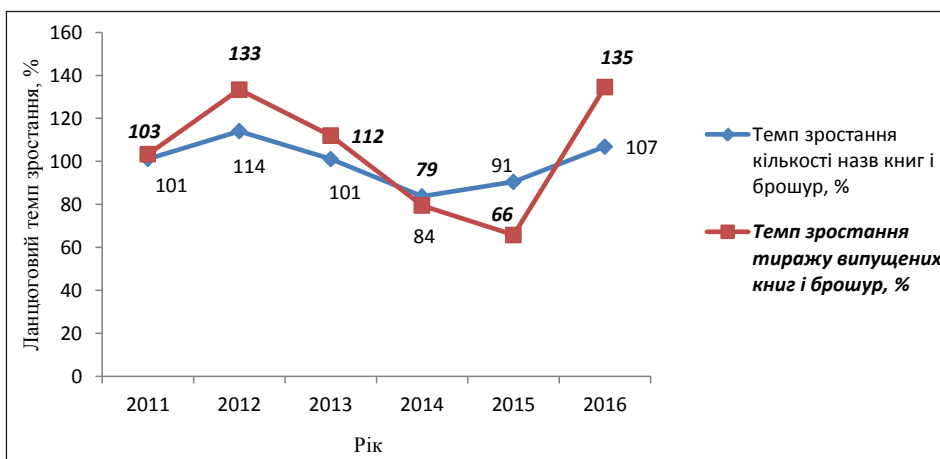


Рис. 1. Динаміка кількісних показників випуску книг і брошур, %

Джерело: побудовано авторами за даними [9]

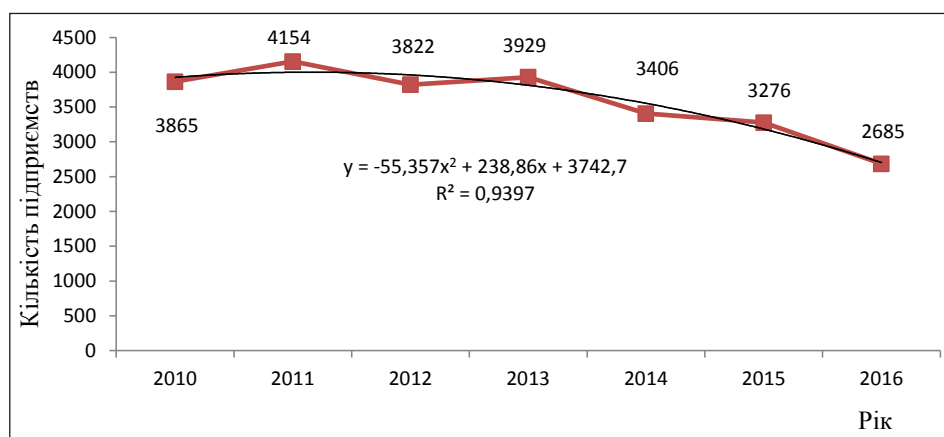


Рис. 2. Динаміка кількості підприємств за видом економічної діяльності «Видавнича діяльність» за 2010–2016 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними [6] з використанням MS Excel

Аналіз розподілу суб'єктів видавничої справи за територіальною ознакою показав, що, згідно з даними Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції [5], найбільша їх кількість станом на 01.01.2018 була зосереджена у м. Києві – 40,69% і в Харківській – 12,48%, Донецькій – 5,49%, Дніпропетровській – 5,4%, Львівській – 4,58%, Київській – 3,16%, Одеській – 3,1% областях, що в сукупності становить 74,90% зареєстрованих суб'єктів і на 0,53 в. п. менше, ніж станом на 01.01.2016, тобто рівень концентрації на ринку знижується.

Таким чином, у зв'язку з негативними явищами, виявленими на видавничому ринку, для активізації видавничої діяльності потрібно вирішити низку завдань. При цьому необхідно брати до уваги взаємозв'язок між суб'єктами видавничо-поліграфічного комплексу.

У сучасних умовах зрушень у структурі ринку, що пов'язано з обмеженням увезення російських видань, актуалізується завдання українських

видавництв щодо забезпечення повноцінної пропозиції, у тому числі за тими розділами, які раніше задовольнялися російськими видавництвами, зокрема художня література, технічна книга, нон-фікшн.

Аналіз структури видавничого ринку України показав, що лідируючі позиції одночасно за показниками кількості назв (понад 1 тис. на рік) і тиражу (понад 1 млн. примірників) за період 2010–2016 рр. займають такі видання за цільовим призначенням: навчальні та методичні (33,3% за кількістю назв у 2016 р.), наукові (21,1%), літературно-художні (17,8%), видання для дітей та юнацтва (7,6%), науково-популярні видання (7,9%), що в сукупності становить 85,7% ринку. Водночас за період аналізу 2010–2016 рр. тенденцію до зростання за кількістю назв із-поміж усіх видів літератури мали лише три групи: літературно-художні видання (+0,69%), видання для дітей та юнацтва (+2,76%) та офіційні видання (+2,79%), частка яких на ринку в 2016 р. становила 5,1%.

Для забезпечення актуальної пропозиції створено нові перспективні видавництва, зокрема на ринку видань для дітей – видавництво «Фонтан казок» (м. Київ), «Сова» (м. Київ), арт-видавництво «Чорні вівці» (м. Чернівці), що нині розширює свою діяльність, здійснюючи випуск інших видів видань; на ринку художньої літератури – «Літературна агенція Discursus» (Івано-Франківська область), видавництва, книги яких увійшли до Довгого списку премії «Книга року» ВВС у 2016 та 2017 рр., а саме «ТаТиШо» (м. Київ) і сімейне видавництво «Круговерть» (Львівська область). Як показав аналіз, ці нові видавництва, що позиціонували себе на етапі створення як видавці книг вітчизняних авторів, розширюють асортимент продукції за рахунок перекладних видань, що сприяє зниженню комерційних ризиків. До нових нішевих видавництв належить Rabulum, що провадить прогресивну товарну політику, яка відповідає провідним європейським тенденціям, пропонуючи на ринку нон-фікшн.

Розвиток видавництв безпосередньо пов'язаний із рівнем попиту на продукцію. Збільшення грошових надходжень видавництв може бути досягнуто екстенсивним та інтенсивним шляхами. До екстенсивних шляхів належить приріст тиражів, але його застосування обмежене негативними демографічними тенденціями, нестабільністю економіки, невисоким рівнем інтересу до читання. Так, згідно з дослідженнями Research & Branding Group [12], що проведено в Україні в 2017 р., лише 43% населення читає книги, причому виявлено зв'язок між рівнем освіти та попитом на книги, а саме з-поміж людей, які здобувають або мають вищу освіту, частка читачів книг становить 57%, серед осіб із середньою освітою – 31%; чинниками, які несприятливо впливають на рівень попиту на книги, є також освітня міграція, зменшення обсягу бюджетних замовлень на підготовку фахівців у вищих навчальних закладах. Тому видавництвам потрібно зосередити увагу на інтенсивних шляхах підвищення попиту на книги, зокрема на поліпшенні якості продукції, розширенні асортименту, пропозиції нових форматів видань.

Вирішення питання управління якістю має відбуватися на всіх етапах починаючи з видавничого опрацювання рукопису до реалізації готової продукції. Як показав аналіз, однією з проблем багатьох видавництв у процесі підготовки видань є неякісне редагування, яке проявляється у появі в тексті русизмів, нецензурної лексики, молодіжних сленгів та інших неіснуючих в літературній українській мові слів, які здебільшого є недоречними та можуть бути замінені на більш коректні, що обов'язково має бути узгоджено з автором. Щодо перекладної літератури, то трапляються випадки, коли переклади неточні та повністю або й цілком не передають чи спотворюють інформативну ідею видання.

На нашу думку, можливі шляхи вирішення цієї проблеми – це, по-перше, ефективна, якісна підготовка кадрів для видавничої галузі ще у вищих навчальних закладах, яка складається з великої кількості різноманітних практичних застосувань студентами теоретичних знань; по-друге, періодичне проходження курсів підвищення кваліфікації працівниками видавничих організацій в обов'язковому порядку.

Другим етапом створення книжкової продукції є її випуск операторами поліграфічного ринку. За результатами дослідження виявлено такі поширені огріхи поліграфічного виконання видань, як неякісно надруковані текстові сторінки та ілюстрації, неохайно обрізані аркуші, недостатньо міцно скріплені блоки, деформовані палітурки. Для усунення цих недоліків потрібно підвищувати ефективність матеріально-технічного постачання, технологічного проектування, технічного обслуговування, кадрового забезпечення. Так, купівля якісних матеріалів, дотримання умов їхнього зберігання і підготовки до виробництва, проектування технологій, що відповідає функціональним характеристикам продукції, раціоналізації витрат сприятимуть отриманню якісного, конкурентоздатного готового видання.

До важливих завдань поліграфічних підприємств, які впливатимуть на якість і ціну поліграфічних послуг, таким чином, і видавничої продукції, належить ефективна інвестиційна політика, спрямована на формування і розвиток такого технічного парку, який за показниками якості, технічними параметрами (фарбністю, форматом, продуктивністю тощо), гнучкістю щодо інтеграції у різні виробничі системи і технологічні процеси відповідатиме не лише поточному стану, а й прогнозним показникам попиту на продукцію.

Останнім та, на нашу думку, найскладнішим етапом у видавничій справі є реалізація книжкової продукції, адже саме за результатами цього процесу проводяться основні статистичні розрахунки у видавничій галузі та аналізується книжковий ринок у цілому. Згідно з даними Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції, виявлено позитивну динаміку кількості суб'єктів видавничої справи, які спеціалізуються на розповсюдженні видавничої продукції, а саме: 386 суб'єктів станом на 01.01.2016, 399 – станом на 01.03.2017, 416 – станом на 01.01.2018 [5]. Тобто на ринку збільшується обсяг пропозиції послуг із продажу видань, що створює умови для розвитку видавництв. Водночас несприятливим явищем є зміна структури пропозиції внаслідок згорання діяльності гуртових книготорговельних підприємств. Це пов'язано зі зниженням попиту на послуги гуртових книготорговельних компаній, оскільки видавництва прагнуть зменшити роздрібну ціну книжкової продукції за рахунок скорочення кількості рівнів каналів збуту.

Як показав аналіз, на сучасному етапі розвитку зменшує обсяги своєї діяльності гуртова книго-торговельна компанія «Самміт-книга». Припинила свою діяльність Українська книжкова біржа, яка мала на меті акумулювати потоки книжкової продукції та забезпечити їхній централізований розподіл. Її конкурентними перевагами були високий ступінь автоматизації діяльності, помірні ціни на послуги, але видавництва не були готові до нової форми співпраці, тому окупність Української книжкової біржі не було забезпечено.

Водночас гуртова ланка необхідна видавництвам, які випускають незначну кількість назв (до 10 на рік), оскільки роздрібна книжкова торгівля надає перевагу співпраці з видавництвами, які мають достатній обсяг товарної пропозиції, а також роздрібній ланці торгівлі, оскільки забезпечується ширина і глибина товарної пропозиції, оптимізуються витрати на укладання угод, спрощується процес управління товаропостачанням.

Нині в Україні найбільш активно діють на ринку гуртові книготорговельні підприємства «Джерела М», «Центр навчальної літератури», спільним для них є поєднання видавничої діяльності та гуртового і роздрібного продажу книг.

«Центр навчальної літератури» (м. Київ) здійснює продаж книг, випущених у Росії та Україні (каталог містить 20 тис. книг). Товарна пропозиція компанії «Джерела М» налічує понад 10 тис. назв видань. Розвиток підприємства «Джерела М» забезпечується реалізацією таких заходів, як вихід на міжнародні ринки, розширення асортименту книжкових та додаткових товарів, активне товаропросування шляхом проведення на постійній основі акцій, розпродажів книг, ефектної комунікаційної діяльності, вдосконалення системи платежів: окрім готівкової, пропонуються різні форми безготівкової оплати (карткою Visa MasterCard, через Privat24 або liqpay). Для максимального охоплення ринку, забезпечення зручного обслуговування споживачів, продаж видань здійснюється через Інтернет-магазин (<https://vsiknygy.com.ua>). Оперативність поставання замовлених книг відбувається завдяки автоматизації прийому замовлень, налагодженню співпраці з надійними посередниками, які виконують доставку книг, забезпеченості складськими приміщеннями достатньої площі для зберігання товарних запасів.

Особливість ще одного підприємства – «Центру навчальної літератури», яке здійснює гуртовий продаж книг, полягає у його спеціалізації, а сучасним трендом його діяльності є диверсифікація шляхом поповнення асортименту художніми виданнями. Загалом каталог видань «Центру навчальної літератури» налічує понад 2 тис. назв, обсяг випуску власних видань у середньому за рік становить 150–200. До конкурентних переваг ком-

панії належить надання актуальних можливостей споживачам із використанням сучасних комунікаційних технологій, а саме купівля електронних видань, відслідковування замовником стану виконання замовлення, перегляд змісту і вступу книг на сайті (<http://cul.com.ua/>), доступ до спілкування із представником компанії у Скайпі.

Таким чином, зрушення у структурі агентів книжкового ринку потребують від видавництв розвитку нових комунікацій та не применшують необхідності вирішення низки актуальних завдань, які виникають у процесі реалізації книжкової продукції.

Завдання видавництв у сфері збуту продукції полягають в усуненні таких недоліків, як: невміння налагодити ділову активність із торговельними мережами; відсутність навичок у формуванні яскравої, інформативної, актуальної, оригінальної реклами, яка повинна зацікавити покупця; незнання ситуації на книжковому ринку, дефіцит інформації про читацький попит, що ускладнює формування актуального каталогу книжкових видань; порівняно середній рівень організації книжкових заходів, що впливає на показник читацької активності та зацікавленості у купівлі певного книжкового товару тощо.

До актуальних завдань видавництв, спрямованих на розширення ринків збуту, належить пропагування читання. Номінально цю функцію має бути закріплено за державою, оскільки вона може забезпечити фінансування масштабних заходів. В Україні для реалізації функції пропаганди читання на державному рівні реалізується низка заходів, зокрема проведення конкурсів на присудження державних премій: Національної премії України імені Тараса Шевченка, Премії Президента України «Українська книжка року», премії Кабінету Міністрів України ім. Лесі Українки, «Краща книга України»; фінансування випуску видань за програмою «Українська книга» тощо. До актуальних і своєчасних заходів належать також організація Державним комітетом телебачення і радіомовлення України книжкових виставок «Книжкові контракти», «Київська весна», для популяризації яких доцільно активізувати інформаційну підтримку; фінансування участі вітчизняних видавництв у виставках за кордоном, для підвищення її ефективності потрібно збільшити обсяг фінансування та забезпечити підвищення якості відбору учасників – представників видавничої галузі України.

Своєю чергою, і видавництва виконують функцію пропагування читання, організовуючи благодійні акції зі збору і передачі книг для дитячих закладів та інших аудиторій, зустрічі з письменниками, презентації видань, семінари, що переважно відбуваються під час виставково-ярмаркової діяльності, тощо. Для активізації пропагування

читання видавництвам необхідно розширювати платформу з проведення тематичних заходів, налагодивши співпрацю з бібліотеками та іншими закладами, які можуть надати місце і фахову підтримку у їх проведенні.

Для комплексного вирішення завдання вдосконалення маркетингової комунікаційної діяльності видавництвам доцільно збільшити своє представлення у цифровому медіапросторі. Зокрема, з-поміж нових галузевих ЗМІ позитивно себе зарекомендували «БараБука», «Букмоль», «Закладинка» [3]. На високому медіарівні здійснює промоцію літератури в Україні та за кордоном літературна платформа LITCENTR. Власні інформаційні ресурси розвивають і видавництва. Беручи до уваги підвищення рівня популярності у населення мобільних месенджерів, видавництвам варто використовувати цей канал поширення інформації.

До поширених проблем, що стримують розвиток видавництв, належить завантаження безкоштовних, нелегальних електронних версій видань на різні види електронних носіїв. Безумовно, це спричиняє зменшення продажів паперових книг і пояснюється не лише низьким рівнем платоспроможності населення, а й низькою культурою споживання видань. Для протидії несанкціонованому поширенню електронних копій видань дієвими заходами є пропаганда цивілізованого споживання, дотримання платіжної дисципліни, що відповідає законам ринку.

Як показав аналіз, до актуальних завдань видавництв належить підвищення ефективності інвестиційної діяльності. Для збільшення обсягів фінансування передусім необхідно випускати якісні видання, які користуватимуться попитом. Для розширення бази фінансування діяльності доцільно залучати гранти. Загалом інвестування має орієнтуватися на впровадження нових технологій виробництва, продуктів, матеріалів, методів управління. Інноваційна діяльність як така, що здатна забезпечити вищу норму прибутку, порівнюючи з традиційною діяльністю, у сучасних умовах є стратегічно важливою для видавництв. Із-поміж актуальних видів інновацій у видавничій справі можна виокремити:

– продуктові інновації – це випуск видань із доповненою реальністю, виготовлення мультимедійних продуктів для підготовки до ЗНО, онлайн-навчання тощо;

– процесні інновації – реалізація концепції проектного менеджменту, створення віртуальних видавництв;

– технологічні інновації – освоєння прогресивного маркетингового комплексу 4С, упровадження новітніх маркетингових підходів.

Активізація інноваційної діяльності видавництв сприятиме якісно новому рівню задово-

лення потреб споживачів, підвищенню ефективності розвитку суб'єктів видавничої галузі.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах структурних змін на ринку, нестабільності економічної і політичної ситуації видавництвам потрібно вирішувати низку завдань за напрямками формування актуального асортименту та форм збуту продукції, розбудови ефективних виробничих зв'язків, комплексного управління якістю, активізації інвестиційної діяльності, зменшення ризиків функціонування.

Концепція ефективного видавництва передбачає пропозицію тих видань, форм їх утілення, які користуються попитом, на засадах об'єктивного визначення цільової аудиторії і позиціонування з одночасним задоволенням економічних інтересів виробників, орієнтацією на інноваційність та прогресивність, інтеграцією у цифровий інформаційний простір.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Афонін О. Українська книга 2011: рух по сходах униз. Вісник книжкової палати. 2012. № 3. С. 6–8.
2. Базиліук В.Б. Видавничо-поліграфічна діяльність в регіонах України: теоретичні та інституційно-економічні основи розвитку: монографія. Львів: Укр. акад. друкарства, 2017. 350 с.
3. Батуревич І. Книжковий ринок 2014–2015: кількісний занепад, якісний підйом. Українська правда. 2015. 11 лютого. URL: <http://life.pravda.com.ua/culture/2015/02/11/189185/>.
4. Водолазька С. Радикальні інновації східно-європейської видавничої галузі: монографія. Київ: Авега, 2015. 369 с.
5. Державний комітет телебачення і радіомовлення України. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=140827&cat_id=97933.
6. Діяльність суб'єктів господарювання: стат. зб. за 2016 рік / за ред. М.С. Кузнецової. Київ, 2017. 630 с.
7. Захарова М.В., Доброскок Н.Е. Инновационные подходы к формированию издательского репертуара в условиях информатизации. Символ науки. 2016. № 10. С. 75–77.
8. Зимина Л.В. Культурная конвергенция: новые медиа и издательский бизнес. Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5(360). Вып. 94. С. 377–383. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kulturnaya-konvergentsiya-novye-media-i-izdatelskiy-biznes>.
9. Книжкова палата України. URL: http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2017.htm.
10. Мельник О. Державна підтримка видавничої справи: сучасний стан та перспективи. Print Plus. 2018. Березень. URL: <https://printus.com.ua/article/read/3576>.
11. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії: монографія. Київ: Академвидав, 2012. 238 с.
12. Украинцы и чтение книг. URL: <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/9210/>.