

Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского  
Серия "Филология. Социальные коммуникации". Том 24 (63). 2011 г. №4. Часть 1. С.280-284.

УДК 655.3.066.11:(655.4:65.012.32)

## ПРОМОЦІЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ У ЗАПОРІЗЬКОМУ РЕГІОНІ

*Плеханова Т.М.*

*Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

*У статті аналізуються особливості, тенденції та основні види промоції книжкових видань в системі видавничого менеджменту Запорізької області.*

**Ключові слова:** *видавничо-поліграфічна галузь, промоція книжкових видань, інформаційна політика видавництва, видавничий менеджмент.*

*Постановка проблеми.* Протягом останніх десятиліть видавничо-поліграфічна діяльність набуває неймовірного розвитку. Це зумовлено, на нашу думку, комерційною зацікавленістю видавців-підприємців, тому на ринку видавничої продукції домінують друковані видання комерційного гатунку. «Розмаїта за своєю структурою книговидавнича система стає самодостатнім учасником ринкових перетворень у державі. Виживши в складних умовах, вона поступово набирає сили і на такому важливому напрямку, яким є створювана власними силами і з участю зацікавлених партнерів мережа продажу друкованих видань» [1, с. 383].

Проте досить часто несформованість інформаційного поля книжкової галузі, не дотримання частиною видавців правил ринкової економіки призводять до того, що потенційний покупець не отримує необхідної інформації про новинки друку, а потік книжок, що не доходять до читача, постійно зростає.

Проблематикою видавничого менеджменту цікавилось чимало науковців, але ця тема досі залишається недостатньо розробленою. Стан видавничої справи, редагування та поліграфії в Україні на сучасному етапі, законодавчу й нормативну базу діяльності видавничо-поліграфічного комплексу досліджували М. Тимошик, З. Партико, Н. Зелінська, М. Сенченко, С. Водолазька та ін. Так, З. Партико зосереджує увагу на нормах загального й галузевого редагування. В. Шевченко – на художньо-технічному редагуванні, Р. Іванченко, В. Різун – на літературному редагуванні, Н. Зелінська, М. Сенченко, І. Копистинська вивчали книговидання у світі та в Україні. Поліграфічна галузь у статичних вимірах аналізується в роботах С. Водолазької. Поза увагою наукового зацікавлення знаходиться ще одна важлива технологічна ланка видавничої сфери – книжкова торгівля. Особливості промоції книжкових видань в окремих регіонах досі не були об'єктом дослідження ні науковців, ні практиків-видавців, поліграфістів.

Отже, *актуальність* роботи визначається підвищеною увагою широкого кола фахівців у галузі видавничої справи до можливостей видавничого бізнесу та місця промоції в ньому, що охоплює універсальне розуміння управління процесами видавництва загалом і глибоке знання специфіки менеджменту у видавничій сфері.

*Мета статті* – аналіз видавничого менеджменту Запорізького регіону та виявлення основних тенденцій в промоційному аспекті.

Промоція книги як елемент книжкового менеджменту, сформований в розвинених ринкових країнах, є цілісним комплексом заходів, спрямованих на просування книги, що передбачає створення та розвиток сфери книжкової справи. В цьому випадку промоція виконує функцію управління, яка створює та підтримує взаємокорисні стосунки між організацією (виданням) та групами. Управління видавничою справою є креативним процесом, сферою гуманітарної діяльності, яка увінчується випуском у світ видавничого продукту. Вона є і важливою складовою економічної системи, формується, розвивається, функціонує за економічними законами і закономірностями, від умілого використання яких залежать успіхи чи поразки будь-якого суб'єкта діяльності.

Ще на початку 90-х років в системі Запорізького облкниготоргу нараховувалося 44 книжкових магазини, 15 з яких – у містах і районах області. Завжди популярними були спеціалізовані книгарні «Технічна книга», «Освіта», «Букініст», «Сільхозкнига», «Дружба», «Современник», «Славутич», «Легенда», «Прометей». З часом деякі книжкові магазини були ліквідовані, або, не витримавши податкового тиску, поздавали площі в оренду комерційним структурам під офіси, торгівлю побутовою технікою та іншими промисловими товарами. Тоді на базі орендного підприємства утворилося закрите акціонерне товариство «Запоріжкнига». На той час до його складу входило приватизоване приміщення книготоргового комплексу та 18 книгарень в орендованих приміщеннях, які були власністю промислових підприємств та комунальною власністю міста Запоріжжя і міст області.

ЗАТ «Запоріжкнига» докладало усіх зусиль, щоб зберегти книготорговельну мережу. Не всюди вдалося відстояти свої позиції. Більшість підприємств – власників приміщень, де були розташовані книгарні, припинили дію договорів оренди. В результаті кількість книгарень скоротилася вдвічі. Але головне полягає в тому, що вдалося зберегти асортиментну структуру книжкових запасів та їх реалізацію.

Нині у Запорізькому регіоні здійснює діяльність близько 90 поліграфічних і книговидавничих підприємств різних форм власності, понад 60 книгарень. Станом на початок грудня 2009 року до Державного реєстру видавців і розповсюджувачів видавничої продукції внесено 65 видавничих підприємств та організацій Запорізької області різної форми власності.

Впродовж останніх років облдержадміністрацією здійснюється робота щодо видання соціально значимої літератури за кошти обласного бюджету. Організаторами цієї роботи є управління у справах преси та інформації облдержадміністрації разом із Запорізькою обласною організацією Спілки письменників України. З метою популяризації української книги та підтримки місцевих книговидавців облдержадміністрацією спільно з виставковою фірмою „Медвін” у 2002 році започатковано книжкову виставку-ярмарок „Хортицькі джерела”. У 2007 році книжкову виставку-ярмарок „Хортицькі джерела” внесено до загальнодержавного плану заходів щодо підготовки та проведення в Україні Року української книги. Шосту книжкову виставку-ярмарок „Хортицькі джерела” проведено у жовтні 2008 року. У ній взяли участь понад 50 експонентів з багатьох

регіонів України, у рамках заходу відбувся конкурс серед літераторів-початківців „Молоде вино”, ряд просвітницьких заходів та благодійних акцій. У 2009 році через фінансово-економічну кризу кошти з обласного бюджету на проведення виставки-ярмарку „Хортицькі джерела” не виділено.

Слід зазначити, що однією з форм співпраці облдержадміністрації з місцевими видавничими та книготорговельними фірмами є надання організаційної та фінансової допомоги для участі у престижних всеукраїнських книжкових форумах виставковим стендом „Запоріжжя книжкове”.

Одна з головних складових книжкового ринку – реалізація, в основному, книжкова торгівля. Ця складова в останні роки стала однією з головних у формуванні ринку. При цьому торгівля книгами має різноманітні форми і здійснюється різними підприємствами. Основним реалізатором книг (половина всього обсягу в країні) є незалежні книжкові магазини, які мають прямі договори з видавцями. Істотним сегментом ринку продажів є реалізація через Інтернет.

Інформаційна політика видавництва є однією з основних складових книжкового маркетингу – комплексної діяльності з виявлення і задоволення потреб потенційних читачів. Для сучасних українських книговидавців це абсолютно новий і недостатньо вивчений напрямок видавничої практики, що, безумовно, гальмує налагодження цивілізованих контактів – “автор – видавець – читач”.

З іншого боку, мають місце також позитивні зрушення на вітчизняному книжковому ринку, які призвели до заснування регіональних дистрибуційних центрів, до створення книжкового порталу (<http://uabooks.info/>), бази надрукованих книжок (Books in Print), а також до регулярних досліджень статистики книжкового ринку.

Слід зазначити, що за роки незалежності ринок книговидавничих послуг набув стрімкого розвитку, зокрема у Запоріжжі з'явилася значна кількість невеликих приватних видавництв, які видавали книги, брошури, рекламну продукцію. На сьогодні у м. Запоріжжя діють близько 20 книговидавничих підприємств, провідним напрямком яких є саме видавнича діяльність: “Дике поле”, “Тандем У”, “АА Тандем”, “Тандем Арт-студія”, ТОВ “Просвіта”, “Дніпровський металург”, “Мотор Січ”, ТОВ “Прем'єр”, “Поліграф”, “Розбудова”, “Ліпс”, “Золоті сторінки Запоріжжя” та інші. Крім цього, активну книговидавничу діяльність здійснюють запорізькі вищі навчальні заклади (ЗНУ, ЗНТУ, КПУ, ЗЮІ, ЗДІА), ЗЦНТІ.

У цілому ж у Запорізькій області в останній час намітилась тенденція до зростання мережі книгорозповсюдження, хоча залишаються ще й негативні моменти. Якщо в 2003 році в області працювали 43 книгарні, 189 кіосків-відділів та 13 лотків, то зараз відповідно 57 книгарень, 200 кіосків-відділів, 16 лотків. Всі вони приватної та колективної форми власності. Шкода, але зовсім немає книгарень у 8 з 20 районів Запорізької області: Велико-Білозерському, Веселівському, Вільнянському, Приазовському, Приморському, Розівському, Чернігівському та Якимівському.

В основному асортимент книжкової продукції не вирізняється різноманітністю, що диктується комерційними інтересами. Продається здебільшого детективна та

пригодницька література. Не вистачає дитячої та спеціальної літератури. Це відзначають як покупці, так і продавці. Взагалі, з 10 книг, що продаються в Запоріжжі, – 8 виготовлено в Росії, яка ще в 1995 році звільнила власне книговидавництво фактично від усіх податків.

Помітно, що криза вплинула на видавництво книг негативно, про що свідчить зниження кількості видань в 2010 році на 35 % порівняно з 2009 роком. Хоча раніше спостерігалася стійка тенденція до щорічного зростання кількості видань: в 2007 р. – на 20,71%, в 2008 р. – на 4,18%, в 2009 р. – на 40,16%.

За галузями знань друкована продукція, видана у 2009-2010 році, розподілилася наступним чином: переважну більшість становлять надходження педагогічної літератури – навчальні та методичні посібники для студентів вищих навчальних закладів. Це підтверджує провідне місце замовлень вищих навчальних закладів серед книговидавничих організацій. Значну ділову активність демонструють також видавництва «Просвіта», «Тандем У», «Дике поле», «Ліпс». До найбільш продуктивних видавництв належить останнє – у 2009 році «Ліпс» видав 74 назви книжкової продукції.

Електронні медіа здійснюють нечисленні спроби популяризувати українську книгу в сучасному ефірному просторі. На сьогодні виходять принаймні три постійні програми на загальноукраїнських каналах, повністю присвячені навкололітературним розмовам та реаліям: «Книга UA» на Першому національному, «BookCiti» на телеканалі СІТІ, «Документ плюс» на «1+1». Крім того, телеканал «Культура» теж час від часу присвячує програми літературній тематиці. У Запоріжжі виходить програма „Літера” на телеканалі «Запоріжжя».

Особливістю промоції в Інтернеті є те, що привернути увагу до запропонованих книжкових товарів складніше, ніж під час використання інших ЗМІ. Тут ставляться підвищені вимоги: промоційні заходи обов'язково мають бути доступними, динамічними, інтерактивними і привабливими. Створити сайт чи HTML-сторінку й розмістити її у мережі досить просто, складніше донести інформацію про книгу до користувача. Насамперед необхідною умовою є просування сайта видавництва й популяризація запропонованих ним видань. Серед промоційних засобів можна виділити сайти видавництв, книжкові Інтернет-магазини («Книгарня», «Бамбук», Книжковий Клуб та ін.).

В Інтернеті діє також Український книжковий проект, роботу якого координують Міжнародний фонд „Відродження” і Fund for Central and East European Book Projects, Amsterdam, який спрямований на вирішення проблем українського книжкового ринку, зокрема:

- обмеженості інформації про книжковий ринок;
- не розвиненості потужної дистрибуційної мережі, яка б не обмежувалася лише великими містами;
- відсутності підприємницьких і бізнесових стандартів у видавців та книготорговців та ін.

Промоційні презентації української книги в електронних медіа створюються з метою популяризації книжкових видань різної тематики, що сприяє підвищенню ролі української книги в суспільстві. Такі нечисленні спроби роблять вагомий

внесок у творення інформаційного поля галузі та відповідної інфраструктури у сфері ЗМІ, що є запорукою налагодження ефективного функціонування і співпраці книжкової промоції та ЗМІ. Власний сайт серед запорізьких книговидавництв має «Ліпс».

*Висновки.* Таким чином, у Запорізькому регіоні функціонує досить різноманітний ринок книговидавничих послуг і в останній час намітилась тенденція до зростання мережі книгорозповсюдження. Маркетинг є невід'ємною частиною діяльності сучасного видавничого підприємства в умовах ринку. Попри всі показники, що свідчать про зменшення обсягів виробництва і реалізації вітчизняної книги, видавнича галузь (зокрема, і Запорізької області) залишається на сьогодні потенційно спроможною забезпечити збереження як своєї ресурсної і кадрової бази, так і зайняти, якщо не панівне, то принаймні значно краще становище на книжковому ринку. Розвитку національного ринку може сприяти його інтеграція у світову систему книготоргівлі.

### Список літератури

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: [практичний посібник] / М. Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2006.

*Плеханова Т.Н. Промоція книжних изданій в запорожском регионе // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.280-284.*

*В статье анализируются особенности, тенденции и основные виды промоции книжной продукции в системе издательского менеджмента Запорозьской области.*

**Ключевые слова:** *издательско-полиграфическая отрасль, промоция книжной продукции, информационная политика издательства, издательский менеджмент*

*Plekhanova T. N. Presentation of books production in zaporozhye region // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.280-284.*

*In article analyze features, tendencies and main types of presentation of book production in system of publishing management of the Zaporozhye region.*

**Key words:** *publishing-polygraphic branch, presentation of book production, the information policy of publishing house, publishing management.*

*Поступила до редакції 06.07.2011 р.*