

УДК 655.42(477)

Полковенко Т.В.,

доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Гуманітарного інституту

Київського університету імені Бориса Грінченка,

кандидат філологічних наук

КНИГОВИДАННЯ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ: СТРАТЕГІЇ, ПРИНЦИПИ, ДОСВІД

У статті йдеться про сучасні підходи до організації видавничої справи та книгорозповсюдження у Великій Британії, що можуть бути проаналізовані представниками українського видавничого бізнесу у зв'язку з необхідністю оновлення стратегії розвитку видавничої діяльності в Україні.

Ключові слова: книга, видавнича діяльність, видавничий бізнес, видавнича справа, стратегія.

Ще у 2013 році під час чергового засідання колегії Державного комітету телебачення і радіомовлення України директор департаменту видавничої справи і преси Держкомтелерадіо Олексій Кононенко доповів, що ситуація в українській видавничій галузі критична. *Проблема* існує в тому, що хоча книги видаються і мають попит, але питання книговидання та книгорозповсюдження за останні 7–8 років на державному рівні фактично не осмислювалися. Як приклад наведемо такий негативний факт, що у 2007 році в Україні було видано 1,2 книги на душу населення [1], в Росії — 4,7 [2]. Нинішні ж зміни соціально-політичних і культурно-історичних умов у державі дозволяють сподіватися на позитивні перетворення у багатьох суспільно-важливих галузях взагалі, а зокрема і у видавничій галузі.

В ситуації очікування позитивних змін у книжковій справі в Україні варто вважати незаперечною **актуальність дослідження** тих успішних з точки зору якості та кількості видавничої продукції країн, що могли б стати прикладом вибору правильної економічної та маркетингової моделі книжної галузі. Одне з перших місць у названому аспекті посідає Велика Британія, книжковий ринок якої є другим за величиною у світі щодо обсягів видавничої продукції (а це близько півтори сотні тисяч найменувань), поступаючись лише

американському ринку, і п'ятим щодо рівня фінансових результатів (першість тут належить таким країнам як США, Німеччина, Японія та Китай).

Аналіз наукових досліджень виявив, що теоретичні аспекти книжкового бізнесу в Україні вивчають О. Афонін, М. Сенченко, М. Тимошик [3], В. Теремко, О. Коваль. Серед зарубіжних дослідників — Е. Бейверсток, Я. Владарчик, Т. Волл, Г. Гардт, С. Кінг, Дж. Кларк, Д. Коул, А. Філіпс, П. Форсайт. Цікавими для видавців є роботи з теорії маркетингу С. Гаркавенко та Ф. Котлера.

Теоретико-практичні напрацювання, що почали з'являтися останнім часом у мережі інтернет і періодичних виданнях свідчать про зацікавленість ділових кіл у інтенсифікації досліджень у галузі маркетингу видавничої продукції та вивчення досвіду зарубіжних країн. Особливо активно ці теми обговорюються на сторінках профільного інтернет-порталу www.pro-books.ru.

Запропонований у статті аналіз видавничого ринку Великої Британії та осмислення тенденцій з огляду на практику сучасного українського видавничого бізнесу дасть можливість підбити підсумки деяких теоретико-практичних напрацювань з цього напрямку та розширити їх емпіричне значення для окремих галузей та компаній.

Мета дослідження — систематизувати досвід видавничої справи Великої Британії та визначити можливі перспективні напрямки роботи для українських видавництв. Для досягнення мети виявилось необхідним виконання таких *завдань*:

- описати специфіку книжкового ринку Великої Британії;
- окреслити основні тенденції книжкового ринку Великої Британії;
- вивчити досвід розвитку книжкового ринку Великої Британії, що може бути використаний в Україні.

Об'єктом дослідження в статті є книжковий ринок Великої Британії. Предметом — специфічні особливості сегментів та ніш книжкового ринку цієї країни.

Для вивчення стану проблеми, аналізу закордонних і вітчизняних теоретико-практичних напрацювань у галузі видавничої справи, а також дослідження характерних особливостей книжкового ринку Великої Британії були застосовані описовий та системний методи, зіставний аналіз.

Джерелами дослідження стали періодичні та неперіодичні видання, спеціалізовані інтернет-сайти, видавничі портфелі, а також фахова аналітика [4] та інші матеріали [5], у яких висвітлювалися теми, дотичні до предмету дослідження, вітчизняна та здебільшого зарубіжна наукова література з проблематики видавничого бізнесу. Базою для аналізу слугували зібрані матеріали з тематики видавничого бізнесу (зокрема – сегментів видавничих ринків), статистичні звіти організацій-дослідників, аналітичні публікації та фахові видання з проблематики розвитку видавничого бізнесу.

Детальне вивчення книговидавання Великої Британії та аналіз його сучасного стану допомагатимуть поліпшити знання вітчизняних представників галузі, оскільки здатні демонструвати певні можливості для розвитку різномасштабних видавничих проєктів і сприяти розвитку книжкової галузі в Україні, наблизивши її до світових стандартів.

Низький рівень поінформованості вітчизняних професіоналів видавничої справи щодо сучасних світових тенденцій і методів роботи з потенційними покупцями, способів визначення потреб ринку і шляхів їх задоволення, незначна кількість спеціалізованої літератури з видавничого бізнесу відкривають широке поле для дослідження видавничої справи в інших країнах. *Саме ці проблемні аспекти книжкової галузі вивчені в Україні ще недостатньо.*

Вітчизняним видавцям і книгорозповсюджувачам бракує навичок роботи зі специфічним, чітко сегментованим клієнтом, що може бути однією із причин низької динаміки розвитку, яку сьогодні демонструє видавничий ринок України. Тож актуальним є й дослідження методів, за допомогою яких видавці визначають «свої» сегменти, входять у нові, вже розроблені ніші та успішно створюють нові сегменти та ніші за специфічною комбінацією потреб покупців, як це й відбувається у Великій Британії.

Іншими словами, серед причин призупинення розвитку книговидавання в Україні поряд із політичними чи економічними чинниками варто називати й відсутність традиції роботи зі специфічним покупцем, ігнорування маркетингових прийомів роботи з ринком (через необхідність залучення певних інвестицій та низьку маркетингову культуру загалом), своєрідну ізолюваність локального ринку. Водночас іноземні видання, зокрема російські,

конкурують із вітчизняною літературою далеко не в усіх сегментах ринку.

Обсяг книжкового ринку британська Асоціація книговидавців оцінює у 3,4 млрд фунтів. Із них лише 1,752 млрд фунтів за даними Nielsen BookData припадає на роздрібний ринок. Тобто роздрібна торгівля книжковою продукцією складає лише половину від загальних обсягів продажу. Решта — це забезпечення виданнями шкіл, бібліотек і найрізноманітніших установ за посередництва бібколекторів. А майже 40 % виданих книг експортується. У роздрібній торгівлі першість має література загальна — 72 %, далі — науково-практична книга — 21 %, і лише близько 1 % — це підручники. В останні роки британці частіше купують літературу дитячу, обсяг якої в роздрібній торгівлі нині займає близько 6 %.

Примітним є той факт, що, незважаючи на інфляцію, роздрібні ціни на книги, регульовані в основному попиту, за останні роки у Великій Британії майже не підвищилися. Вартість книги в м'якій обкладинці складає в середньому 8,95 фунтів, а в палітурці — близько 20 фунтів, причому книгарні мають можливість робити такі цінові знижки, які складають до 24 % від попередньої вартості.

Найбільш прибутковими у Великій Британії є мережі книго-розповсюдження, книжкові супермаркети та інтернет-магазини. Спільною рисою для всіх фігурантів розповсюдження книжок є те, що тираж надходить до точок продажу зі складів виробників уже наступного після дати замовлення дня, а якщо тираж вичерпано, книгу замовляють у правонаступника чи в іншої структури. Наприклад, у мережі Gardners є понад 4 млн книжкових найменувань, і лише частина з них реально є на складі. Решта — це файли, з яких книжки друкуються «на вимогу».

Останнім часом усі крупні книжкові оптовики запроваджують власні платформи для електронного контенту, доповнюючи пропозицію друкованих книг електронними виданнями. Електронні файли надходять або від видавця, або з дозволу правонаступника книжка проходить етап цифрової обробки в спеціалізованій організації.

І такий факт: у Великій Британії ціни на книги не фіксовані, хоча тут нерідко застосовується поняття рекомендованої ціни, з якої видавці можуть давати знижку партнерам-дистриб'юторам.

Стандартна знижка залежить від конкретного видання і складає 30–50 %, а на бестселери — до 60–70 %. Оптовики мають справу з маржею, в середньому, на рівні 5–10 %. Оскільки особливого цінового люфту за таких умов немає, відбувається конкуренція вже на рівні додаткових послуг.

Крім згаданого варіанту конкуренції у перспективних сегментах, що приваблюють зарубіжних інвесторів або ж приносять стабільний прибуток компаніям, які у них працюють, боротьба ведеться здебільшого економічними методами [6].

Вивчення видавничого ринку Великої Британії засвідчує перспективний шлях розвитку для українських видавничих осередків. В цьому висновку вбачається *наукова новизна одержаних результатів*, обумовлена актуальністю тематики для українського видавничого бізнесу та низьким ступенем розробки теми.

Дослідження може слугувати підґрунтям для подальших розвідок у галузі видавничої справи. Матеріали статті можуть бути задіяні при розробці конкретних видавничих стратегій, стати теоретичною базою, робочим матеріалом для тих, хто фахово цікавиться розвитком видавничого бізнесу, а також досліджує видавничу справу за кордоном і в Україні на сучасному етапі.

Джерела

1. Сенченко М. Книгодрукування трьох слов'янських країн: Україна, Білорусь, Росія / М. Сенченко // Вісник Книжкової палати. — 2008. — № 3. — С. 3–9.
2. Сенченко М. Книгодрукування трьох слов'янських країн: Україна, Білорусь, Росія / М. Сенченко // Вісник Книжкової палати. — 2008. — № 4. — С. 3–6.
3. Тимошик М.С. Історія видавничої справи : підручник / М.С. Тимошик. — К. : Наша культура і наука, 2003. — 496 с.
4. Шевченко Є. Перспективи розвитку видавничої справи в Україні / Є. Шевченко // Економіка України. — 2005. — № 8. — С. 42–49.
5. Буряк С. Аналіз випуску друкованої продукції в 2007 році / С. Буряк // Вісник Книжкової палати. — 2007. — № 5. — С. 4–9.
6. Режим доступу: <http://www.thebookseller.com/feature/half-year-review-2011-publisher-performance>

Статья посвящена обзору современных подходов к организации издательского дела и книжной торговли в Великобритании, которые могут быть проанализированы представителями украинского издательского бизнеса

в связи с необходимостью обновления стратегии развития издательской деятельности в Украине.

Ключевые слова: книга, издательская деятельность, издательский бизнес, книжное дело, стратегия.

The article is devoted to the review of modern approaches to the management of publishing business and book trade in Great Britain, which can be analyzed by representatives of Ukrainian publishing business according to the necessity to update strategy of the development of publishing activity in Ukraine.

Key words: book, publishing activity, publishing business, book business, strategy.