

## РОЗВИТОК КНИГОВИДАННЯ В УКРАЇНІ: ДОСВІД ПРОВЕДЕННЯ ФОРУМУ КНИГОВИДАВЦІВ У ЛЬВОВІ

Юлія Магльована

Ст. Львівського університету бізнесу та права  
Науковий керівник – **Бренько Б.С.**

*Невже література – це лише тиша бібліотек, томи надрукованих сторінок? Чи, можливо, це не більше, ніж ринок книжок та авторських прав? Звичайно, ні. Як і сотні років тому, на світанку європейської культури, література знову постає насамперед святом, незабутнім враженням, спільною розмовою, в якій учасниками є всі – і письменники, і їхні читачі.*

**Ключові слова:** книговидання, проблема книгорозповсюдження, література, бізнес, суспільство.

12 вересня 2008 р., в рамках Форуму видавців у Львові відбувся форум, який об'єднав фахівців з різних країн, з однією проблемою: «Книговидання в Україні: стан, проблеми та перспективи розвитку галузі». Своє бачення ситуації, що склалась на книжковому ринку України, висловили видавці, книгорозповсюджувачі, Голова Львівської державної адміністрації та міжнародні експерти.

Розпочалась подія з бізнес-тренінгу від Голови Львівської обласної державної адміністрації Миколи Кмітя. На його думку, книговидавництво повинне функціонувати за здоровими ринковими механізмами. Тому пан Кміть надав видавцям практичні рекомендації зі свого досвіду, як підвищити ефективність бізнесу та зробити видання книг прибутковою справою. М. Кміть розповів, що свого часу його компанія досягла успіху завдяки побудові ефективної стратегії, яка передбачала визначення «вузьких місць», що обмежують рентабельність та підвищення ефективності бізнесу за рахунок повного фокусування на вирішенні цих «слабких місць». Тому керівник області в першу чергу запропонував учасникам ринку визначити основні критерії свого бізнесу.

В процесі «мозкового штурму» видавці та дистриб'ютори книг визначили десяток головних проблем, які стримують розвиток успішного книговидання в Україні, а саме:

- недостатня кількість обігових коштів та низька оборотність бізнесу;

- нестача кваліфікованих перекладачів, авторів, редакторів;
- низька рентабельність видавничого бізнесу;
- відсутність якісних поліграфічних послуг для створення конкурентного продукту;
- нерозвинена мережа збуту;
- відсутність достовірних статистичних та аналітичних даних про ринок;
- відсутність зворотного зв'язку «читач – дистриб'ютор – видавець».
- висока вартість виведення на ринок нового продукту;
- негативна динаміка читання, що зрештою приводить до зайнятості полиці неходовим товаром.

Ці проблеми можна вирішити лише застосовуючи нові підходи, які в свою чергу вимагають нового мислення видавців. «Тому, реформуючи та розвиваючи книжковий бізнес, потрібно навчитись думати без обмежень», – переконаний Микола Кміть.

В процесі дискусії учасники форуму зрештою дійшли висновку, що основною проблемою, є відсутність адекватної інформації про ринок та про його учасників. Вирішити її можна за рахунок активізації спілкування та налагодження партнерських стосунків між видавцями та розповсюджувачами книжок, а також проведення широкомасштабних досліджень ринку.

Тема дослідження не є цілком новою, але вона залишається актуальною. Висвітленням цих проблем займався чимало відомих людей, зокрема журналістів.

Провідний експерт з розвитку державної і муніципальної книжкової політики Гюс Схюнт (Голландія) в доповіді «Продаж книжок в Україні: наступні декілька років» розповів, як потрібно змінювати книжковий ринок України. Дуже часто ви звинувачуєте уряд, натомість видавці повинні співпрацювати, проводити спільні тренінги, вони повинні зрозуміти, що конкурент не ворог, а ваш потенційний партнер. Львівський форум показав, що ви досягнули значних результатів, і я переконаний, що ви можете більше», – наголошує експерт. На його думку, книгодрукування в Україні повинно бути більше зорієнтованим на читача, книгарні повинні відрізнитись одна від одної, в них потрібно впроваджувати самообслуговування та встановлювати чіткі вказівки – все повинно викликати бажання купити книгу. На думку Гюса Схюнта, в Україні в сфері видавництва книжок, не вистачає відчуття терміновості змін, відчуття співпраці, а також фіксованої ціни на книгу.

В тому, що розвиток видавничого сектору залежить від підвищення якості дистрибуції, також переконаний інший голландський гість – Єрун Канс, який впродовж багатьох років був одним із директорів Королівської асоціації видавців і книгорозповсюджувачів Голландії, стверджує, що українські читачі нічим не відрізняються від голландських: «Ситуація абсолютно ідентична. 50% голландців ніколи не купують, і ніколи не купуватимуть книги, 40% – іноді купують книги, і лише 10% – це справжні аматори книг, які купують практично кожен книгу, яка з'являється на ринку». Єрун Канс переконаний, що для того, аби більше продавати, потрібно мати кращі книгарні, оскільки за статистикою лише 50% людей, що йдуть до книгарні, знають яку книгу вони хочуть купити, 68% – купують іншу книгу, ніж планували, а 60% – купують більше книжок, ніж спочатку планували. Тому книгарні повинні викликати бажання придбати книжку і створювати для цього всі необхідні умови.

Після порад щодо того, яким має бути ринок збуту книжок, Костянтин Клімашенко, директор мережі книгарень «Книжковий супермаркет», розповів яким він є на даний час. Найбільше пан Клімашенко скаржиться на відсутність постійного спілкування між книгорозповсюджувачами та видавцями.

**Висновок.** Отже, лейтмотивом форуму стала ідея про те, що книгу потрібно сприймати, як товар, який потрібно навчитись продавати, проте не забувати, що це витвір мистецтва, який справляє значний вплив на розвиток суспільства.

### Література:

1. З матеріалів Другого літературного фестивалю Форуму видавців.