

УДК 655.512.02

**СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ
ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
У КНИЖКОВОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ***

© Ю. С. Юрасова, НТУУ «КПІ», Київ, Україна

Исследуются теоретические и практические аспекты деятельности книжных выставок-ярмарок, оценивается их влияние на показатели развития отрасли и значение для культурной и социальной сферы страны. Определяются наиболее важные проблемы, которые возникают при попытках реализации стратегических целей выставочных мероприятий в Украине в современных условиях.

Theoretical and practical aspects of the book exhibitions and fairs activity are researched, and their influence upon factors of development of the publishing branch and importance for cultural and social sphere of the country is valued.

The most important problems, which appear during the realization of strategic purposes of book exhibitions and fairs in Ukraine nowadays, are determined.

Виставково-ярмаркова діяльність відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних економічних і культурних зв'язків, внутрішньої і зовнішньої торгівлі, поширенні передових технологій. Виставково-ярмаркові заходи в усьому світі є невід'ємною частиною розвитку ринкових процесів в будь-якій галузі економіки. Не є винятком і книжкова справа.

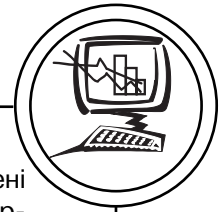
Усвідомлюючи значення виставково-ярмаркових заходів для розвитку книжкового ринку, для фахівця книговидавничої справи надзвичайно важливо слідкувати за тенденціями у цій сфері, адже найбільш масштабні заходи за участю підприємств і ор-

ганізацій з усіх регіонів України та зарубіжних представників, фактично, відображають загальні економічні та соціокультурні тенденції книжкового ринку країни загалом.

Оскільки розвиток вітчизняного книговидання в незалежній Україні відбувався дуже повільно, український книжковий ринок сьогодні не спроможний забезпечити високу прибутковість виставково-ярмаркових заходів, тому проблеми їх фінансування постають надзвичайно гостро для тих організацій, які все ж взяли на себе ініціативу проведення цих заходів. З іншого боку, книжкові виставки-ярмарки є одним із тих інструментів, які по-

*Робота виконана під керівництвом Ж. М. Ковби, к.і.н., доцента НТУУ «КПІ».

МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА



кликані сприяти популяризації української книги в суспільстві: вони створюють численні інформаційні приводи для публікацій в пресі та висвітлення в інших ЗМІ, залучають до ознайомлення з асортиментом вітчизняної книги тисячі відвідувачів та допомагають видавцям прискорити реалізацію тиражів. Тому обов'язковим елементом державної політики з підтримки вітчизняного книговидання мусить бути розвиток виставково-ярмаркової діяльності.

З огляду на те, що теоретичні аспекти виставково-ярмаркової діяльності у книжковій справі розроблені недостатньо, ґрунтовні наукові праці, присвячені цій темі у вітчизняній літературі відсутні. За роки незалежності нагромаджена певна кількість емпіричного матеріалу про виставково-ярмаркову діяльність, який практично не вивчений і не узагальнений. Саме тому постає необхідність дослідження і систематизації окремих джерел інформації, як базової основи для розробки теоретичних засад діяльності книжкових виставок-ярмарків у ринковому середовищі. Джерелами такої інформації виступають законодавчі акти та інші та нормативно-правові документи України, дані державних органів статистики, фахові періодичні видання з маркетингу та книговидавничої справи, наукові і навчальні видання, статистична і фінансова звітність підприємств-організаторів виставок-ярмарків та учасників цих заходів та ресурси всесвітньої мережі Інтернет. У світовій практиці історії і теорії виставково-ярмаркової діяльності приділяється належна увага, про що свідчать на-

укові праці й статті, присвячені книжковому менеджменту і маркетингу взагалі, та книжковим виставкам-ярмаркам, зокрема. Торкаються питань функціонування книжкових виставок-ярмарків *Елісон Бейверсток* (Alison Baverstok «How to Market Books»), *Гордон Грэм* (Gordon Grahm «As I Was Saying: Essays on the International Book Business»), *Дейтус Сміт молодший* («Посібник книговидавця»).

Проблемні питання щодо вітчизняної практики функціонування книжкових виставок-ярмарків висвітлюють у своїх публікаціях президент громадської організації «Форум видавців» *Олександра Коваль*, президент Української асоціації видавців і книгорозповсюджувачів *Олександр Афонін*, директор Книжкової палати України *Микола Сенченко*, професор видавничої справи *Микола Тимошик*, головний редактор видавництва «Факт» *Леонід Фінкільштейн*, журналісти *Ганжа Л.*, *Микитин Т.*, *Ботанова К.*, *Пегасов Н.*, *Мельник О.*, *Костів Л.*, *Кир'ян Є.*, *Саніна А.*, *Падалко В.*, *Регідайло Н.* та інші. Зокрема, авторами висвітлюються історичні етапи розвитку та сучасні тенденції національних і міжнародних книжкових виставок-ярмарків, визначається специфіка їх функціонування в різних країнах, обґрунтовується важливість участі видавничих організацій у виставкових заходах, наводяться статистичні дані та дається оцінка результатів проведення окремих книжкових виставок-ярмарків. Надзвичайно важливими джерелами інформації про економічні та організаційні аспекти



МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА

діяльності книжкових виставок-ярмарків є внутрішня документація, статистична і фінансова звітність їх організаторів та учасників: бухгалтерський баланс, звіт про фінансові результати, кошториси витрат, штатний розклад, установчі документи тощо.

Метою даного дослідження є систематизація відомостей щодо стану і тенденцій вітчизняної виставково-ярмаркової діяльності у книжковій справі, оцінка ефективності проведення книжкових виставок-ярмарків різними групами організаторів, визначення переліку основних проблем, які знижують ефективність виконання поставлених перед ними завдань та пошук оптимальних шляхів подолання цих негативних явищ.

Вивчення доступних документів основних книжкових виставок-ярмарків в Києві, Львові, Харкові та інших містах дало виділити наступні групи їхніх організаторів:

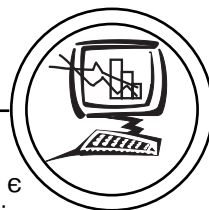
Перша група — це державні органи влади і управління та підприємства державної форми власності, зокрема: Державний комітет телебачення і радіомовлення України, ДВАТ «Укркнига», Дирекція фестивально-ярмаркової діяльності та ДП «Український дім». За їх ініціативою було проведено кілька книжкових виставок-ярмарків в Києві, основною відзнакою яких є безкоштовна участь для видавців, тобто, на перший погляд, вони повинні діяти як один з механізмів сприяння діяльності книговидавничих організацій і розвитку книжкового ринку. Але, на практиці, низька активність організаторів у використанні маркетингових інструментів, недоскона-

ла рекламно-інформаційна підтримка призводить до того, що ці заходи не отримують широкого розголосу в пресі та не викликають інтересу ані у значної кількості відвідувачів ані у фахівців книжкової галузі [1]. Отже, роль даних виставок зводиться до сприяння роздрібній реалізації видань окремими учасниками, при чому прибутковість забезпечується, здебільшого, завдяки безкоштовній участі. На жаль, за умови незмінної концепції цих заходів, вони є безперспективними з точки зору суттєвого впливу на розвиток українського книговидавання.

Друга група організаторів книжкових виставок-ярмарків — це суто комерційні організації, такі як концерн «Райський куточок» (власники харківського книжкового ринку), компанія «Екс-південь-сервіс» в Одесі, та виставкова компанія «Медвін» в Києві. Слід зазначити, що при організації книжкових виставок-ярмарків дані підприємства не ставлять за основну мету отримання прибутків, оскільки розуміють, що вітчизняний книжковий ринок не готовий їх забезпечити. Свідченням цього є на багато нижчі, порівняно з іншими виставками, ціни на виставкову площу та інші послуги, система знижок та альтернативних варіантів участі для невеликих видавництв [2]. З цієї причини комерційні організації намагаються мінімізувати свої витрати і залучають до спільної діяльності безпосередніх учасників своїх заходів, а також громадські організації, освітні заклади та волонтерів.

Слід сказати, що деякі з цих організацій досягли значних

МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА



успіхів, наприклад, виставкова компанія «Медвін», що проводить міжнародний книжковий ярмарок «Книжковий світ» (з 1999 р.) та Весняний книжковий ярмарок (з 2006 р.), які є досить помітними явищами у книжковому житті країни. Досить дієвим засобом популяризації цих виставок стало поєднання власне виставки з літературними акціями і фестивалями: міжнародною асамблеєю фантастики «Портал» та фестивалем християнської книги [3].

Основна користь, яку отримують виставкові компанії фінансуючи книжкові виставки — це створення позитивного іміджу та налагодження зв'язків з пресою. Але цим, власне, інтереси комерційних організаторів книжкових виставок і обмежуються. Звичайно, вони зацікавлені у зростанні прибутковості, але інвестувати в їх розвиток ще більше коштів, ніж вони вкладають сьогодні вони не готові.

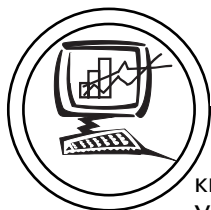
Саме тому важлива роль в організації книжкових виставок-ярмарків належить третій групі — громадським і благодійним організаціям, які захищають інтереси суб'єктів книжкового ринку. Більшість таких організацій налагоджують співпрацю з комерційними підприємствами або державними органами управління і виступають співорганізаторами книжкових виставок, оскільки саме вони найбільш обізнані з актуальними проблемами, тенденціями і потребами книжкового ринку. Це такі організації як Асоціація видавців та книготорговців України, Асоціація «Навчальна книга» та інші [3]. Авто-

номною в цьому плані сьогодні є лише громадська організація «Форум видавців». Львівський Форум довів свою успішність, що проявляється у схвальних відгуках фахівців і преси, щорічному ажіотажі серед відвідувачів (більше 50000 людей у 2008 р.), та високій прибутковості для учасників [4].

Але головною відмінністю діяльності громадських організацій є те, що окрім книжкових виставок-ярмарків, вони переймаються проблемами культури, книги і читання в країні загалом, не обмежуючи свої інтереси лише прибутковістю книговидавничого сектора економіки. ГО «Форум видавців» ініціює благодійні акції збору книжок для бібліотек, дитячих інтернатів, проводить кампанію популяризації дитячого читання «Книгоманія» та Міжнародний літературний фестиваль за участю відомих письменників не лише з України, але й з Росії, Білорусі, Польщі, Німеччини та інших країн [4].

Для громадських організацій гостро стоїть проблема фінансування неприбуткових акцій, оскільки в законодавстві України існують значні недоліки щодо регулювання механізму надання благодійної допомоги та підтримки діяльності громадських організацій. Сьогодні залучення коштів із зовнішніх джерел потребує від ГО значних зусиль, а впевненості у тому, що будуть знайдені кошти в достатній кількості ніколи немає, що стримує розвиток існуючих заходів і ускладнює започаткування нових [5].

Проведений аналіз свідчить, що порівняно з 90-ми роками,



МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА

книжкові виставки-ярмарки в Україні помітно прогресують, проте, невирішеними залишаються і численні проблеми, які не дозволяють говорити про відповідність рівня вітчизняних книжкових виставок сучасним європейським тенденціям. Серед таких проблем виділяються наступні:

— Недосконала рекламно-інформаційна діяльність організаторів, що має наслідком недостатню інформованість населення про події виставки, відсутність інтересу, а отже і низьку відвідуваність, недоотримання прибутків учасниками, їх відмову брати участь у виставках в майбутньому. На жаль, ця проблема включає не лише помилки в рекламній кампанії організаторів, але й небажання більшості ЗМІ висвітлювати такі заходи, що пов'язано із не усвідомленням культурних потреб населення, відсутністю престижу книжкової тематики.

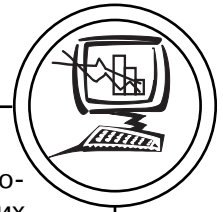
— Невідповідність виставкових приміщень вимогам гідного розміщення представленої продукції та комфортного огляду експозицій відвідувачами виставки. Наприклад, Київський міжнародний книжковий ярмарок «Книжковий світ» проводиться в експоцентрі «Спортивний» Національного університету фізичного виховання і спорту, де в залах над виставковими стендами знаходяться трибуни і баскетбольна сітка. Вже кілька років поспіль відвідувачі та й самі організатори Національної книжкової виставки-ярмарку «Форум видавців» у Львові скаржаться на обмеженість площі Палацу Мистецтв, що не тільки

не дозволяє задовольнити заявки всіх учасників на виставкову площу, але й спричиняє тисняву між відвідувачами в проходах та біля стендів [4]. Але й змінити місця проведення заходів виявляється не так просто, оскільки інші виставкові центри знаходяться у віддалених районах міст, що призведе до значного скорочення потоку відвідувачів, а отже знизить прибутки учасників, або ж вартість оренди приміщень є зависокою для організаторів і виставка стане нерентабельною.

— Обмежені можливості організаторів книжкових виставок-ярмарків щодо підготовки кваліфікованого персоналу, обізнаного як зі специфікою книжкового бізнесу, так і з принципами виставкової діяльності. У випадку, коли організаторами виступають спеціалізовані виставкові компанії, вони вимушені залучати до співпраці керівників видавництв-учасників, оскільки лише таким чином вдається врахувати специфіку представлення книжкової продукції. Щодо підприємств, підпорядкованих громадським організаціям, через низький рівень оплати праці серед молодшого персоналу довгий час спостерігалась значна плинність кадрів, що позначалось на ефективності виконання багатьох робіт. Лише в останні роки, завдяки багаторічному досвіду роботи і стабілізації кадрового складу, організаторам книжкових виставок-ярмарків вдається поступово забезпечити належний рівень кваліфікації персоналу.

— Поєднання одночасно в одному заході кількох функцій:

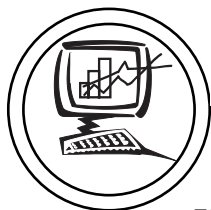
МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА



фахових дискусій, укладання угод, роздрібного продажу книг, літературних та культурно-мистецьких акцій. З організаційної точки зору це проблематично як для розпорядників виставок, так і для їх учасників, яким доводиться розпорозувати свої зусилля і на промоцію книжок, і на спілкування зі споживачами, і на фахові конференції. В міжнародній практиці все більше поширюється тенденція до розділення виставкових заходів від роздрібного продажу книг. Наприклад, з 2000 року Франкфуртський ярмарок набув статусу виставки і торгівля книгами була заборонена. Аналогічно, організатори Лондонського ярмарку цілеспрямовано не допускають вільного відвідування експозицій: виставку можуть побачити лише фахівці видавничої справи, письменники та журналісти [6]. Але, оскільки фінансове становище більшості вітчизняних книговидавців є досить складним, вони розглядають виставки-ярмарки в першу чергу, як ефективний канал збуту і концентруються на продажі книг, значно менше уваги приділяючи іншим напрямкам діяльності.

— Одна з найбільш складних проблем для виставково-ярмаркової діяльності, як і для всієї книжкової справи України, — державна підтримка. Формально вона існує, але на практиці виконання визначених у законодавчих і нормативно-правових актах положень заважають такі причини, як: корупційність виконавчої влади, відсутність продуманого механізму підтримки видавничих органі-

зацій, нерозуміння деякими посадовими особами актуальних потреб видавничого ринку. Попри введення законом України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» [7] у 2004 р. податкових пільг на виготовлення і розповсюдження книжкової продукції організація книжкових виставок-ярмарків при цьому залишилась поза увагою. Книжкові виставки-ярмарки, організовані державними органами управління, здебільшого, мало ефективні, а підтримка діяльності інших груп організаторів відбувається, як правило, лише на місцевому рівні і є незначною. Забезпечення державою участі України у провідних міжнародних книжкових виставках також оцінюється фахівцями як неефективна, оскільки перелік цих заходів у 2008 р. складався з лише восьми позицій, а оформлення національного стенду значно поступалось за якістю стендам інших країн. Красномовно ілюструє державну підтримку наступний випадок: у 2006 р. організатори Лейпцизького книжкового ярмарку надали Україні безплатну виставкову площу і запросили чотирьох українських авторів, організацію поїздки взяла на себе громадська організація «Форум видавців», але видавці їхати до Лейпцига власним коштом відмовились. Звернення від організаторів було надіслано в Міністерство культури, Міністерство закордонних справ, Держсекретаріат, про це особисто просили кількох депутатів — ніхто з них не наважився дати негативну відповідь, проте й допомоги не надав ніхто. Як вис-



МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА

ловила з цього приводу автор статті «Двері в Європу» Леся Ганжа: «в результаті Україні вдалося ще раз вразити світ: навряд чи хтось колись бачив, щоби виставковий стенд на одну з найбільших світових ярмарок привозили в чемодані. Та ще й приватним коштом ентузіастів» [8].

Отже, для реалізації стратегії вирішення наявних проблем необхідним забезпечення сприятливих умов для діяльності тих організацій, які спеціалізувались би на підготовці виключно книжкових виставок-ярмарків, реалізації супутніх проектів популяризації читання та дослідження книжкового ринку. Але без державної підтримки чи інших спонсорських джерел фінансування, можливості суб'єктів книжкового ринку України є вкрай обмеженими. Тобто постає необхідність у взаємодії трьох секторів: дер-

жавного, комерційного та громадського. Державна влада повинна нарешті реально, а не лише на папері, усвідомити важливість розвитку виставкової діяльності, як для економічного розвитку галузі, так і для культурного збагачення громадян країни. Вирішення даних завдань знаходиться в межах інтересів не лише окремих суб'єктів книжкової справи, а в інтересах всієї держави. На національному рівні повинна бути надана фінансова підтримка тим організаціям, які спроможні грамотно розпорядитися коштами і гідно представити українське книговидавництво як в межах держави, так і на міжнародних книжкових виставках. Лише за таких умов можливо буде забезпечити максимальну економічну та соціальну ефективність книжкових виставок-ярмарків в Україні.

1. Ботанова К. Слов'янський базар. Книжковий [Текст] / Катерина Ботанова // Дзеркало тижня. — 2007. — № 33. — 8—14 верес. — С. 8. 2. Одинадцятий Київський міжнародний книжковий ярмарок «Книжковий світ — 2008» [Електронний ресурс]: умови участі для українських видавництв. — Спосіб доступу: <http://www.medvin.kiev.ua>. 3. Третій Весняний Київський книжковий ярмарок [Електронний ресурс]: прес-реліз // Портал української книги. — Спосіб доступу: <http://www.uabooks.info/>. — Заголовок з екрану. 4. Бондар А., Коваль О. Ми просто приречені любити те, що маємо: інтерв'ю [Текст] / Андрій Бондар, Олександра Коваль // Дзеркало тижня. — 2006. — № 38 — 7—13 жовт. — С. 4. 5. Вінник О. Що в податковому законодавстві перешкоджає діяльності благодійних і громадських організацій [Електронний ресурс] / О. Вінник // Національний конкурс «Благодійник року». — К., 2008 — Спосіб доступу: <http://www.blagodijnyk.org.ua>. 6. Пегасов Н. Километры новых книг. Франкфуртская книжная выставка [Текст] // Мир фантастики. — 2006. — № 40. — С. 25—26. 7. Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні [Електронний ресурс]: Закон України: від 6.10.2003 № 601-IV / Законодавство України. — Спосіб доступу: <http://www.rada.gov.ua>. 8. Ганжа Л. Двері в Європу. Вперше за останніх 10 років Україна була представлена на Лейпцизькому книжковому ярмарку [Текст] / Леся Ганжа // Дзеркало тижня. — 2006. — 8—14 квіт. — С. 6.

Рецензент — Н. І. Передерієнко, к.е.н.,
доцент, НТУУ «КПІ»

Надійшла до редакції 10.04.09