

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Остапенко Ю.В., гр. МР-68м

Науковий керівник – д-р. екон. наук, проф. **Краснокутська Н.С.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У період розвитку інтернет-технологій традиційні видавництва почали втрачати свої конкурентні позиції, на зміну друкованим екземплярам приходять online-бібліотеки та електронні книжки. Результатом цього є підвищення конкуренції між видавництвами. Кожен з учасників ринку намагається винайти щось нове та перетягнути споживачів на свій бік. Саме це спонукає виробників друкованої продукції вивчати запити ринку та побажання споживачів, знаходити нові методи просування та способи збуту. Всі ці заходи здійснюються в рамках книжкового маркетингу, який має допомогти керівництву прийняти зміни та адаптувати їх під нові умови видавничої діяльності.

Другим проблемним напрямом, подолання якого залежить також від зусиль маркетингової служби видавничого підприємства, є боротьба з піратськими безкоштовними копіями книжок видавництва в Інтернеті, які наносять велику шкоду іміджу видавництва та значно скорочують його прибуток. З метою боротьби з піратською продукцією завданням маркетингу у видавництві є поєднання двох властивостей книги. Перша властивість полягає у тому, що книга задовольняє інтелектуальні та духовні потреби людини (і ця властивість характерна і для копій друкованої продукції). Друга властивість характеризує книгу як товар, і тут враховується якість сторінок, обкладинки, наявність малюнків, розмір шрифту та інше. Саме акцентування зусиль на такій властивості дозволяє створити видавництву бар'єри для імітації його продукції, тому що потреба у книзі виникає у людини вже на іншій основі, ніж потреба у звичайних товарах. Цей факт завжди необхідно враховувати при розробці маркетингового плану.

Отже, враховуючи визначені вище проблеми, сучасному видавничому підприємству необхідно активізувати маркетингові зусилля та шукати нові шляхи збуту друкованої продукції, одним з яких, безумовно, має стати Інтернет. Для врівноваження роботи видавництва та максимального задоволення споживачів, на наш погляд, доцільно впроваджувати системи продажів, що базуються на електронній комерції та використанні електронних форм розрахунків.