

БРЕНД «АБАБАГАЛАМАГА» НА РИНКУ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ

студентка гр. Мкмс-41/2с Білан М.І.,
к.е.н., ст. викладач Івашова Н.В.
Сумський державний університет (Україна)

Активний розвиток дитячого читання можливий за умови широкої палітри якісних сучасних книг для дітей. Останнє десятиліття засвідчило не тільки увагу до проблеми дитячого читання, а й поживлення у сфері книговидавництва. Дякуючи видавництвам, які спеціалізуються на друкуванні оригінальних та перекладних книг для юної читацької аудиторії, сучасний книжковий ринок презентує різноматичні та різножанрові книги. Часто саме бренд видавництва стає визначальним фактором у виборі книг чи то самими маленькими читачами, чи їх батьками, друзями, родичами. Але за кожним видавництвом, за кожним брендом стоять люди: професіонали видавничої справи, редактори, письменники, ілюстратори та інші фахівці.

Бренд – це характерні особливості або назва, яка надана товару чи послугі з метою виділити його серед товарів та послуг конкурентів. Бренд стає гарантією того, що товар чи послуга є високоякісними.

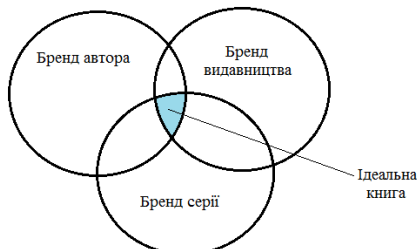


Рис. 1 Роль видавничого бренду для формування ідеальної книги

Видавничий бренд досить важлива складова (рис.1), яка підтовхує споживачів до купівлі певної книги, але поряд з цим на покупця діють 2 супутніх бренди:

- бренд автора: як правило автори обирають для себе один жанр у якому працюють з книжками. Статус автора багато говорить про саму книгу, а тому являється підтвердженням або спростуванням її якості ще до прочитання;
- бренд серії: мається на увазі серія, до якої відноситься книга. Це може бути серія в плані жанру, або ж серія в плані художнього продовження певного літературного твору.

До видавничого бренду відносять:

- стилі в якому працює видавництво;
- автори, яких видають;
- унікальність літератури;
- якість як в літературному плані так і в естетичному (фактична якість обкладинки та паперу, ілюстрації). Продається назва й обкладинка, а не зміст книжки. Якщо не йдеться про автора-бренд, то успіх книжки залежить від дизайнера, тобто від точної постановки задачі та контролю за виконанням.

«Абабагаламага» – має унікальні в своєму роді елементи позиціонування: це перше українське видання, друг книжок відбувається в поєднанні з захистом навколишнього середовища, отримують унікальні для України дозволи до публікації іноземних творів.

Видавництво «Абабагаламага» акцентує увагу споживачів не тільки на друковані тексти, але і на оформлення матеріалу та його представлення. Видавництво завжди супроводжує презентації своїх нових книжок зустрічами з ілюстраторами, авторами, влаштуванням театральних дійств та розіграшами книжок. Це завжди дає інформаційний привід для новин в засобах масової інформації. Єдиним недоліком рекламної кампанії є те, що інформування про більшість акцій проводиться лише в інтернеті, а тому не всі завжди встигають отримувати новини.

Видавництво має плавно переходити з категорії дитяче видання у розділ дорослої літератури, оскільки «Абабагаламага» асоціюється у споживачів з дитячими книжками. Тому розгортаючи маркетингову політику комунікацій особливу увагу необхідно зосередити саме на просування дорослої книжки.

Важливим нововведенням у діяльності видавництва було створення інтерактивної книжки. На даний момент видавництво має тільки 1 такий примірник, але на різних мовах. Так, японська версія «Снігової королеви» на iPad очолила список найкращих інтерактивних новинок. Тому, з розвитком техніки, саме на цей жанр необхідно зосередити свої зусилля. Електронні книжки поступово витісняють паперові, тому освоєння даної галузі є актуальним.

Загальна діяльність видавництва показує, що вони розвиваються та ведуть активну діяльність, слідкуючи за сучасними тенденціями. Досить вдало проходить популяризація української книжки серед населення, а тому «Абабагаламага» має задуматись про завоювання титулу видавництва №1 в Україні.