

Університетські видавництва – важливий феномен сучасної світової видавничої справи, що має давнє коріння, бо традиція друкувати книги в навчальних закладах склалась історично, зі створення перших університетів. Навчальний заклад, для задоволення потреб студентів у навчальних матеріалах, намагався відкрити власну друкарню. На сучасному етапі більшість університетів зберегли давню традицію, яка згодом, як показав досвід, трансформувалась у сучасні видавництва або видавничі підрозділи. Університетські видавництва існують у кожній країні, мають характерні особливості та свою спеціалізацію.

<...> Крім необхідності ґрунтовної перевірки та підготовки текстів, університетським видавництвам доводиться стикатися і з рядом інших проблем: спробою визначити обсяг певного видання, що буде затребуваний ринком, та пошуком ефективних шляхів збуту продукції. Кожен з цих пунктів має важливе значення для існування університетського видавництва й критеріїв подальшого формування його «видавничого портфеля». Останнім часом простежується тенденція до комерціалізації видань. Необхідність визначення оптимального накладу наукового й навчального видання є ключовою та зумовлена орієнтацією на такі фактори, як читацькі запити, важливість дослідження для суспільства, спеціалізація, мова творення, способи розповсюдження видань.

Проблема збуту видавничої продукції – актуальна для будь-якого її виду, але особливо гостра для наукової літератури, менше для навчальної, бо перша – це література обмеженого попиту, а друга – сезонна (сплеск попиту відбувається на початку навчального року й поступово згасає, до того ж більшість видань є малоактуальними в наступному році). Більшість університетських видавництв намагається випускати літературу на замовлення навчального закладу (відносини між видавництвом й університетом будуються на госпрозрахунковій позабюджетній основі, що гарантує реалізацію всього накладу й убезпечує від ризиків неповернення вкладених коштів).

Активно впливають на зміни в характері університетського книговидання й сучасні інноваційні процеси, спричинені науково-технічним прогресом, наприклад використання електронної книги, друк на замовлення, оперативний малотиражний друк, запровадження цифрових друкарських технологій, автоматизованих видавничих систем. Їх виникнення викликає необхідність масштабної реорганізації в сучасному книговиданні загалом й університетському зокрема.

Європейські ВНЗ роблять спробу поступово привчити студентів до електронних підручників, що є економічними, доступними й зручними у використанні, а також уможливають швидке отримання інформації завдяки використанню зручної системи навігації, гіперпосилань тощо. Друкована книга, на жаль, позбавлена таких можливостей, тому за певними ергономічними та

експлуатаційними показниками має недостатньо привабливий вигляд. Крім того, різні групи споживачів по-різному сприймають якість видавничих продуктів, що відкриває великі можливості для персоналізації видань.

Тенденція до запровадження друку на замовлення в університетському книговиданні не випадкова, а зумовлена факторами низькотиражності, перевидання, перенасичення ринку. Необхідність враховувати його аналітику привела до усвідомлення проблеми перевидання книг і нерозпродуваності накладів, які залишаються незатребуваними серед споживачів. Економічна ситуація у світі змусила видавництва й книгорозповсюджувачів скорочувати товарні запаси, а споживачів зменшувати кількість придбаних книг, ставати вибагливішими до видавничого продукту. Книгарні, під тиском економічного пресу, мають все менше коштів для створення товарних запасів у широкому асортименті, усі ризики з випуску книг високоінтелектуального потенціалу лягають на видавництва.

У ситуації ризиків із реалізації наукової літератури, що характерна для всього світу, необхідно використовувати нові можливості поліграфічної галузі. Наприклад, друк на вимогу, який дає змогу не створювати запас накладу, а оперативно й без зайвих капіталовкладень реагувати на потреби споживачів. Проте на сучасному етапі привабливість цієї технології не компенсує висока ціна поліграфічного обладнання, а тому її впровадження у видавництвах навчальної літератури поступово уповільнюється. Хоча друк на вимогу є найпривабливішим для університетських видавництв, де існує потреба випуску невеликих накладів наукових монографій, додруковування спеціалізованих видань, збереження видань у постійній доступності, оновлення бібліотечних фондів. Попри значні його переваги, на виробництві все ж користуються офсетним способом друку, а також цифровим друком. Електронна книга для університетських видавництв є важливою необхідністю й зумовлена попитом споживачів.

Зовнішній ринок переважно закритий для видавництв ВНЗ через небажання книгорозповсюджувачів займатися процесом реалізації такого специфічного продукту. Більша частина накладу орієнтована на поповнення фондів бібліотек і задоволення потреб студентів у межах навчального закладу. Низькообіговий товар є непривабливим для більшості каналів книгорозповсюдження, існують тільки поодинокі випадки успішної роботи університетських видавництв з книготорговельними мережами. Широкі ринки збуту у світі має продукція видавництв Оксфордського й Кембриджського університетів і довідково-енциклопедичні видання американських видавництв (наприклад, енциклопедії та словники видавництва Колумбійського університету).

Отже, університетські видавництва збагачують ринок навчальної й наукової літератури якісними виданнями різноманітної тематики, вони є

невеликі за масштабом. Найбільші американські видавництва Каліфорнійського, Чиказького, Гарвардського університетів публікують щорічно близько 150 назв нових книг в оправі, інші, як правило, пропонують читачам ще менше. Незважаючи на невеликі накладі видань існує проблема їх просування на внутрішньому ринку й експортування до інших країн. Для оптимізації виробничого процесу університетські видавництва США й багатьох європейських країн використовують інноваційні процеси, які дають можливість скоротити невмотивовані витрати й підвищити продуктивність виробництва. У більшості європейських країн університетські видавництва є основними постачальниками інтелектуальної літератури, тоді як в Росії, Білорусі, Україні вони переважно орієнтуються на навчальні видання (*Водолазька С. Традиції та інновації у світовому університетському книговидаванні // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 3. – С. 15, 17–18*).