
Опыт работы издательства «Горная книга» свидетельствует, что финансирование издательских проектов эффективнее получать из различных источников. Комбинированные инвестиции снижают нагрузку на отдельные фирмы и равномерно распределяют тиражи по регионам, вузам, НИИ и предприятиям. Рассмотрим отдельные схемы инвестирования, применяемые в «Горной книге».

1. АВТОРСКОЕ ИЛИ ЗАЕМНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ С ПОСЛЕДУЮЩИМ ВОЗВРАТОМ СРЕДСТВ (МОДЕЛЬ ДИМОВА)

Впервые эта схема была опробована на монографии профессора Л.А. Димова и Е.М. Богушевой. Автор был уверен в востребованности своей книги и подтвердил это внесением собственных (или заемных денег) в производство. Издательство, со своей стороны, гарантировало инвестору возврат вложенной суммы в размере 70 % от выручки вплоть до полного погашения взноса. Л.А. Димов помогал в распространении своей книги, в результате возвратил вложенное за 2,5 месяца, а далее продолжил содействовать продажам и получал уже чистую прибыль в размере 30 % от суммы продаж.

Результат для автора: быстрый выход книги, возврат вложенных средств, дополнительный доход после погашения долга, широкая известность в России и Европе.

Результат для «Горной книги»: внешнее инвестирование издательского проекта, расширение адресной базы с помощью автора, дополнение к ассортименту продаваемых книг, увеличение доходов и известности в отрасли.

2. ПОЭТАПНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ КНИГОИЗДАНИЯ (МОДЕЛЬ АРЕНСА—ФАЗЛУЛЛИНА)

Схема задумана для сложных книг большого объема. Такие крупные проекты выполняются сравнительно долго и их разумно финансировать поэтапно. В соответствии с графиком выполнения производственных работ их финансирование осуществляется тоже поэтапно. Реализация модели осуществлялась на книге профессора М.И. Фазлуллина и профессора В.Ж. Аренса объемом 47 а. л.

Авторы договорились с фирмами о частичной и поэтапной оплате текущих работ с обязательством «Горной книги» вернуть долг инвесторам частью тиража по себестоимости затрат (это на 30 % дешевле продажной цены). Суммы взносов были невелики, поэтому при оформлении удалось избежать сложных процедур.

Только на последнем этапе выпуска книги потребовалось выплатить большую сумму для выполнения полиграфических работ. Эти расходы взяла на себя крупная фирма, которая наряду с причитающимися ей экземплярами захотела указать свой товарный знак корешке переплета и полное название на авантитуле. Эти условия были приняты и выполнены. Монография вышла в режиме «молния» благодаря точно составленному графику технологических работ и их своевременного инвестирования.

3. ШИРОКОМАСШТАБНАЯ ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ПРОДАЖА КНИГ (МОДЕЛЬ ЛЕШКОВА)

Чтобы воспользоваться этой схемой, автор должен быть хорошо известен в отрасли, да и книга — фундаментально-энциклопедической. Такую книгу написал профессор В.Г. Лешков, ее объем превысил 80 а. л. Используя широкую

известность автора среди золотодобытчиков России, в «Горной книге» был подготовлен комплект документов для предварительной оплаты книги. Перед сдачей в типографию были разосланы более пятисот комплектов во все золотодобывающие предприятия. Заказы были небольшими — от одного до ста экземпляров. Но этого хватило на все производственные расходы и еще осталось на выплату авторского гонорара.

В некоторых случаях, когда малым предприятиям не требовалось много экземпляров, артели просили оплаченные ими книги передать библиотекам вузов или техникумов, которые они когда-то заканчивали. Благодаря этой акции книга В.Г. Лешкова была приобретена почти всеми специалистами отрасли.

4. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КНИГИ ДЛЯ УКРЕПЛЕНИЯ ДОВЕРИЯ К ФИРМЕ, ТЕХНОЛОГИИ, АВТОРСКИМ ИЗОБРЕТЕНИЯМ (МОДЕЛЬ ШИЛИНА)

Доверие к бизнесу имеет высокую коммерческую ценность, а его укрепление с помощью книги вполне эффективно. Обычно для написания таких книг привлекают профессиональных журналистов и писателей. К примеру, руководитель фирмы American Optical Дж. Флэнаган (США, Массачусетс) рассказал, что благодаря выходу его книги удалось наладить пошатнувшуюся деятельность своей фирмы.

Но лучше всего эта идея срабатывает, если руководитель производственной фирмы сам является авторитетным специалистом, да еще и владеет навыками квалифицированного писателя. Таким специалистом оказался профессор А.А. Шилин, который выпустил за счет своей фирмы в «Горной книге» пять отличных специальных книг. Авторитет фирмы и качество заказов получили

неплохое развитие, а издательский ассортимент дополнился новой серией книг. Кстати, самому профессору теперь нет нужды заниматься саморекламой и продвижением заказов. Вместо него эту работу выполняют книги.

Этот путь инвестирования книгоиздания оказался весьма привлекательным и эффективным. По нему пошли крупные горные предприятия, а также молодые фирмы малого бизнеса.

5. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ, СОТРУДНИЧАЮЩИХ С УЧЕНЫМ (МОДЕЛЬ МАКАРОВА)

Многие известные ученые в течение ряда лет консультируют предприятия, читают лекции для инженеров и ведут исследования. Начинается эта работа при написании диссертации и продолжается десятилетиями. За это время накапливается много полезной информации, из которой можно составить нужную для производства книгу.

Такая история произошла с известным ученым профессором А.Б. Макаровым, который за годы сотрудничества с Дзезказганским горно-металлургическим комбинатом (цвет-ная металлургия) написал полезную для горных инженеров книгу, убедил руководителей комбината сделать ее настольной для специалистов и сформировал заказ — 3000 экз. При таком тираже себестоимость выпуска книги оказалась невысокой, и ее удалось выпустить с качеством полноцветного художественного альбома. Она и сейчас является одной из лучших книг, выпущенных издательством «Горная книга».

Инвестору удалось за сравнительно скромные средства решить одну из задач технической модернизации инженерного корпуса, повысить акционерную привлекательность, продемонстрировать заботу о качестве инженерной подготовки

сотрудников. Автор сумел осуществить великолепный издательский проект, утвердил свой авторитет среди специалистов, получил заслуженную награду — стал лауреатом премии «Золотое перо горняка». Ну а издательству такой заказ принес еще более весомую пользу: ассортимент пополнился прекрасной книгой, которая оказалась отличной рекламой. Благодаря ей издательство получило ряд новых выгодных заказов.

6. ВЫПУСК КНИГ ЗА СЧЕТ РАЗМЕЩЕНИЯ В НИХ РЕКЛАМЫ

Размещение рекламы в учебной литературе дело отработанное, но требует выполнения ряда условий. Качество выпускаемой книги должно быть высоким независимо от тиража. При этом существенную роль играют авторский текст и авторитет автора, качество редактирования, дизайн переплета, качество иллюстративного материала и самой рекламы. Не менее важно точно определить целевую аудиторию, количество прочтений одной книги: в книгах, рассчитанных на узкий круг читателей, найти рекламодателя сложно.

Инвестиционная роль рекламных средств позволяет повысить качество книг, снизить оптовые цены, увеличить тиражи, передать бесплатные экземпляры библиотекам и специалистам. В некоторых случаях наши издательства, фирмы-инвесторы, оргкомитеты выставок и университеты устраивают конкурсы, а победителей награждают рекламируемыми книгами нашего производства. Эффективность таких мероприятий легко просчитывается.

Для того чтобы не раздражать оппонентов, рекламные материалы называют «информацией для специалистов», впрочем, таковыми они по существу и являются. Несмотря на важность рекламных средств для учебного книгоиздания, наши специалисты строго следят за соблюдением досто-

верности рекламных материалов, их актуальности и новизны, корректности по отношению к конкурентам. И далеко не всегда заключаются рекламные договоры. Реклама учебнику нужна не только для оплаты его выхода, но и для расширения кругозора студентов. Поэтому учебники с хорошей рекламой высоко ценятся студентами университетов.

Возможны рекламные вклейки в книги, встроенная в текст реклама, упоминание фирмы в тексте или на авантитуле, можно разместить рекламу на форзаце, на третьей стороне обложки (переплета), встроить товарный знак рекламодателя на корешке, колонтитулах и т.д.

7. КОМБИНИРОВАННОЕ БЮДЖЕТНО-КОММЕРЧЕСКОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ

Схема инвестирования предназначена для книжных проектов высокой стоимости, когда проведение аукционов или тендеров слишком трудоемкая для вуза процедура. Для выполнения первых издательских операций оплачивается сумма менее 100 тыс. руб., не требующая проведения аукциона. Эту финансовую операцию разрешено повторить через три месяца. Если же для выпуска тиража полученных средств недостаточно и необходимо дополнительное финансирование, то применяются другие схемы, описанные выше.

Таким образом вуз может профинансировать учебники для собственной библиотеки, а также продать остатки тиража другим учебным заведениям, возместив выполненные ранее расходы, даже получив прибыль.

Впрочем, при желании сохраняется возможность прохождения всех процедур аукционного отбора для финансирования издательских проектов при наличии времени и необходимых средств.

8. ПРИОБЩЕНИЕ ИНЖЕНЕРОВ К ОБМЕНУ ОПЫТОМ И НАУЧНО-ЛИТЕРАТУРНОМУ ТВОРЧЕСТВУ (МОДЕЛЬ СУЭКa)

Побуждение инженеров к росту творческой составляющей их деятельности полезно для стабилизации кадров, повышения квалификации, активной интеграции специалистов в дела компании. С этой целью СУЭК организовал и финансирует выпуск специальных изданий в единой серии «Библиотека горного инженера». Такая модель может быть организована не только крупным объединением горных предприятий, но и средними фирмами, присоединившимися к общей программе.

9. ИЗДАНИЕ КНИГ ЗА СЧЕТ ПОПЕЧИТЕЛЬСКИХ ФОНДОВ

При многих учебных заведениях, издательствах, журналах образованы попечительские советы, имеющие в своих составах фонды поддержки. Чем опекаемая организация авторитетнее, тем солиднее попечители. Обычными попечителями являются крупные предприятия, коммерческие фирмы и т.д. Важнейшей формой попечительства могла бы стать программа поддержки учебного книгоиздания.

10. ФИНАНСИРОВАНИЕ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРОЕКТА ИЗ БЮДЖЕТНОГО ИСТОЧНИКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОЦЕДУРЫ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО ВЫКУПА ЧАСТИ ТИРАЖА БЕЗ ПРОВЕДЕНИЯ АУКЦИОНА (ТЕНДЕРА, КОТИРОВКИ)

Закон (№ 218 ФЗ) разрешает покупку книг без проведения аукциона в том случае, если издательство является обладателем исключительных прав для выпуска

данной книги. Издательство «Горная книга» заключает с авторами специальный договор, по которому приобретаются упомянутые в Законе исключительные права. Поэтому учебные заведения и другие бюджетные организации имеют законное право приобретать учебно-научную литературу без ограничения сумм покупки и без проведения открытого конкурса.

Практически продажа осуществляется по схеме: заключается договор на приобретение части тиража на сумму, необходимую для выпуска книги, к договору прикладывается «Авторский договор» и гарантийное письмо «Горной книги» об исключительных правах на конкретное произведение.

Таких сделок «Горная книга» осуществила более 30 с вузами, техникумами, колледжами, расположенными в разных регионах России. Подобная практика проработана юридическими и налоговыми органами, ФАС РФ и признана правомерной. Причитающаяся учебному заведению часть тиража продается после выхода издания.

11. ИНВЕСТИРОВАНИЕ ЗА СЧЕТ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ДОХОДОВ ОТ СВЕРХПЛАНОВОГО КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЯ

Если автор планируемого к выпуску издания готов участвовать в распространении имеющихся в наличии книг, то на его имя открывается индивидуальный лицевой счет, куда заносятся поступления от продажи с его участием. Полученные средства расходуются исключительно на выпуск запланированной книги, а после ее выхода в свет 30 % от суммы продаж передается автору-распространителю в виде части тиража его книги.

* * *

«Горная книга» отрабатывает новые формы инвестирования учебного книгоиздания. В основу их положены инициативные действия авторов, издателей, вузов. Опорой служат опыт и авторитет издательства, университета, в котором работает автор, и его самого.

Предлагаемые схемы позволяют существенно снизить финансовую нагрузку на отдельного инвестора, а также вернуть вложенные средства инвесторам в виде книг или денег. Опыт подобной работы позволил «Горной книге» стабилизировать производство и закрепить место на рынке горной книги.

Приложение

ИЗДАТЕЛЬСТВО «ГОРНАЯ КНИГА»

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ № _____

финансирования выпуска книги: _____

1. Наименование _____

2. Серия: _____

3. Стоимость выпуска книги: _____

4. Источники инвестирования:

– МГГУ _____ – Изд-во «Горная книга» _____

– Рекламодатели _____ – Предприятия _____

– Вузы _____ – Программа «Культура России» _____

– Библиотеки _____ – Средства автора _____

– Инвестиционный кредит _____

5. Распределение тиража между инвесторами: МГГУ — ___ экз.;

Горная книга — ___ экз.; **Автор** — ___ экз. _____

6. Режим выпуска и издательский цикл: **стандартный,**
литерный, молния _____

7. Дополнительные источники финансирования — _____

8. Предполагаемый объем продаж (в год) — _____

9. Конкурирующие издания — _____

Ответственный за проект:

от Издательства

от инвестора
