

КНИГОИЗДАВАНЕ
PUBLISHING

СТРУКТУРИ И ПАЗАРИ, СВЪРЗАНИ С КНИГАТА

Стела Георгиева

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“

Резюме: В статията се изследва въздействието на книгоразпространителските структури върху испаноезичните и латиноамериканските книжни пазари, с анализи върху дейности, свързани с формирането на Данък добавена стойност, с характеристики и съпоставки относно ценообразуването на книгата в Европа и Латинска Америка. В изследването се привеждат примери от съвременната практика в сферата на маркетинга на книгата и ролята на световните лидери в областта на книгоиздателския бранш.

Ключови думи: книгоиздаване; цена на книгата; издателска индустрия; съвременна практика; книжен маркетинг.

Книжният маркетинг на испано- и латиноамериканския пазар

UDL е независима испанска дистрибуторска компания в областта на книгоиздаването. Тя работи предимно на територията на Испания, но има и международен отдел. Обслужва всички книгоиздателски компании без значение на тяхния мащаб. За 2017 г. са сключени над 5000 договора с клиенти, като най-голям е този на библиотеките – 1800, училища, големи и средни вериги книжарници и хипермакети, притежаващи книжни щандове. Складовата база се намира в Азуека де Енарес, близо до Гуадалахара. Компанията работи с най-модерните и атрактивни технологии. Специално е разработена система за бързо обслужване на клиентите, като административните и счетоводните процеси са напълно прозрачни, а издателите и клиентите могат да получат лесен достъп до информация за това как се разпространяват заглавията с техните марки. Данните може да се изтеглят в реално време на формат Excel. Компанията предварително разработва проекти за търговския старт на всяка книга, като се организират бизнес срещи с издателите – промоция, маркетинг, формат на изданието (хартиен или електронен), дизайн, тираж, допълнителни преиздания. Издава актуален информационен бюлетин, съдържащ новини за продажби и за преиздания, които са представени на формати PDF и Excel.

В категория Заглавия UDL дава полезна информация за нови издания, предстоящи заглавия и най-търсените и продавани книги. Разнообразието им е изключително голямо. Наблюдават се издания във всички жанрове и възрастови групи, като търсенето на определена книга може да става по различни начини – по ISBN, заглавие, автор и др.

Интерес представляват различните полезни връзки и събития, които компанията организира със своите партъори. Такива са: читателски срещи, препоръчани издания от книжарниците, мотивиране на четенето сред населението без значение на възраст, пол и образование, създаване на литературни работилници, срещи с писатели и др.

SGEL е испанска компания за дистрибуция и логистика на книжна продукция и периодични издания с национално и международно значение, както и на списания с колекционерска стойност. Тя има над 40-годишен опит в бранша. Благодарение на своята дейност осигурява на клиентите си множество услуги, генериращи големи успехи, като предлага продукти с висока стойност и безкомпромисно качество. Предлага широка гама заглавия и автори от различни издателски марки.

SGEL залага на ефективни маркетингови и рекламни решения. С помощта на повече от 32 търговски представители директно за търговските обекти се представят книжните продукти на компанията. За да са ефективни бъдещите бизнес отношения между компанията и издателите, се провеждат различни по характер срещи, дискутират се въпроси за евентуални печалби и загуби, за прилагането на добри маркетингови стратегии, за да има изданието успех. Не на последно място, преди SGEL да сключи сделка с бъдещите си партъори – издателите, те провеждат анкети със самите редактори. Анкетите целят да изтъкнат бъдещите качества на книгите, които ще излязат на търговския пазар и ще осигурят реална печалба за двете страни. Налагат се три основни направления, които несъмнено влияят върху икономиката и разпространението на книгата: *учебници и помагала, чуждоезикова художествена литература и издания с общ характер.*

Сред основните аспекти за ефективен маркетинг на книгоиздаването се открояват големите складови бази, като най-голямата е с площ 8000 кв. м, и оборудването с най-модерните технологии за управление на книжната продукция. Годишно се изпълняват 184 000 поръчки за доставка на книги до всички краища на Испания, които надвишават 6,6 милиона копия.

В сайта на компанията, в специална подкатегория – *обслужване на клиенти*, се акцентира в каква посока е насочена книгоразпространителската ѝ политика. Обслужват се повече от 3500 библиотеки, 142 обекта на вериги книжарници, 500 обекта с капацитет на супермаркети и над 6000 павилиона, специализирани в разпространението на книги и периодични издания в Испания. Складовата база обслужва всеки обект, дал своята

поръчка в рамките на 24 – 48 часа. Чрез разширено информационно търсене клиентите могат да открият желаните от тях книги. Най-добрата форма за този вид търсене е с помощта на електронната база за обмен на данни (EDI, SINLI) и сайтовете на библиотеките. Най-доброто средство си остава сайтът на компанията: www.sgel.es/libros/. Той предлага бързо обслужване, консултация със специалисти, обратна връзка, мониторинг на банкови сметки, достъп до каталозите на всички издателства, с които компанията работи, и др.

Сред водещите дистрибуторски компании за книги е ARNOIA. Компанията има над 30-годишен опит и предлага едни от най-големите и качествени селекции на книги на пазара. Работи предимно с библиотеки и големи търговски обекти. Основните ѝ цели са предлагането на висококачествени издания от репертоара на издателите, с които работи, и нейната конкурентоспособност на пазара.

Складовите ѝ помещения се намират в Понтеведра, Галисия, на площ 14 000 кв. м. Има представителства на Балеарските и Канарските острови. Поддържа репертоар от над 700 000 заглавия на 3500 издателски марки. Има на разположение над 170 000 палети, готови да заминат по предназначение към всяка точка на страната в рамките на 24 – 48 часа след възлагане на поръчката от страна на клиента. Продукцията, разположена в ARNOIA, е с богато жанрово съдържание и автори, от научно-техническа литература до фентъзи и развлекателни издания за всяка възраст. Освен дейността си на дистрибутор на книжна продукция компанията разпространява и канцеларски материали. Работи с екип от 140 професионалисти.

В навигацията на сайта клиентите могат да открият богата информация за продажби, новини, събития, консултации и всякакви други аспекти, свързани с книгата. Издателите могат да прегледат товарителниците, издадените финансови документи, заглавия, които са се наложили на пазара, статуса на пратките и пр. Като утвърдена компания в книгоразпространителския бранш, ARNOIA работи с модерни комунални услуги – *EDI, SINLI, SEGAL* и др.

Поръчките се правят на сайта на компанията, където е качен каталогът на предлаганата книжна продукция. ARNOIA си запазва правото да отмени или спре поръчката, ако има индикации за измами от страна на клиентите или се съмнява в тяхната платежоспособност. Самата доставка на книжната продукция зависи от това къде е направена поръчката, в коя част на страната се намира търговският обект, проследено в километри, и къде е налично изданието в момента на заявката. В договора компанията изрично се позовава на това, че не носи отговорност при евентуална повреда на пратката, ако логистиката е направена с чужд транспорт. Цените на продукта *книга* са показани в каталога, но са без ДДС и транспорт.

Рекламациите и исковете, насочени към ARNOIA, се уважават в рамките на три дни след получаването на пратката. Възраженията се приемат по надлежния ред, в писмена форма до отдел „Рекламации“. Компанията спазва изискванията за защита на личните данни и банковите сметки на своите клиенти и работи с Испанската агенция за защита на данни.

В Латинска Америка, Мексико, функционира *Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana [CANIEM]*. Това е основната организация в Мексико, която спомага за разпространението на книжната продукция в страната и на латиноамериканския пазар. Основана е през 1964 г. с цел да популяризира и мотивира четенето. Организирант се многобройни събития, като лекции, семинари, опреснителни курсове за специалисти, работещи с книгата, специализации, издават се различни специализирани сертификати в областта на книгоиздаването, маркетинга, авторското право. Интерес представлява безплатният семинар на тема икономическата конкуренция в съответствие с Федералния закон, който се провежда на 20.09.2017 г.

С цел успешно разпространение на мексиканската книга CANIEM участва като партньор в най-авторитетните панаири на книгата както в страната, така и на международните форуми в Латинска Америка (Уругвай, Аржентина, Колумбия) и в Европа (Италия, Испания, Германия, Великобритания, Португалия и Франция).

На сайта на CANIEM са представени подробни статистически данни за състоянието на издателския сектор и производството на книги. Тук ще уточним, че се работи върху множество проекти с цел подпомагане на мексиканската книжна индустрия. Статистика се прави всяка година, като изнесените резултати се вписват в специален доклад, включващ имена и издателски фирми, които успешно се реализират в сферата на книжния маркетинг. В годишния доклад е отделено специално място на издателските фирми с годишен оборот над 250 000 песос. Изнесените данни засягат следните акценти:

- състоянието на сектора в Мексико;
- производството и търговията в страната;
- позициите на електронната книга;
- заетостта в държавните и частните издателства.

По ISBN до 2016 г. са регистрирани общо 27 940 заглавия, като през 2015 г. са с 10,3% по-малко.

Според статистическия отчет на библиотеките, който дава информация какви и колко нови заглавия са купени от издателите през последните години от 2014 г. насам, броят на заглавията, продадени от издателския сектор за 2015 г., е 146 милиона, което представлява увеличение с 2,5%. Въпреки това тази бройка е сравнително ниска за разлика от 2012 – 2013 г.,

когато са продадени 151 милиона копия. От друга страна, нетните приходи са близо 889 милиона песос.

Съпоставки на ценообразуването на книгата и формирането на ДДС върху издателската продукция в Европа и в Латинска Америка

През последното десетилетие упорито се заговори за проблема с ДДС, налаган върху издателската продукция, което оскъпява коричната цена на книгата и в някои случаи прави книгата непродваема. При разглеждането на маркетинга на книгата в български и международни условия, в ДДС се наблюдават огромни разлики. В България този данък е 20%, което ни нарежда на едно от първите места в света. Дания е с най-висок ДДС в света – 25%, но трябва да се имат предвид високият брутен продукт на човек от населението и покупателната възможност. От години насам българските книгоиздатели се борят този огромен процент да бъде намален значително, да се даде възможност на четящите хора по-често да си купуват нови книги.

Въпросът с ДДС в някои държави на ЕС е по-различен. Във Великобритания този данък е 0%, в Швейцария – 3%, в Испания – 4%, в Италия – 4%, във Франция – 5,5%, в Белгия – 6%, в Португалия – 5%, в Исландия – 0%. В Беларус е 0,5%, в Турция – 1%, в Канада – 7%, в Япония – 5%, в САЩ – 7%, в Сингапур – 3%, в Южна Корея – 0%. В тези региони на света е налице успешна политика по отношение на издателския сектор и книгата за разлика от България, където 20-процентов ДДС изисква повишаване на единичната цена на книжната продукция и на практика отказва много от клиентите да направят своята книжна покупка, независимо от нейната атрактивност и полезност.

Интересен казус наблюдаваме в Латинска Америка. Според *Регионалния център за развитие на книгата в Латинска Америка и Карибския басейн* Чили оглавява списъка с най-висок ДДС от 19%. Следвана е от Гватемала – 13%, и Боливия – 13%. Тези стойности са сравнително високи дори за развитите в индустриално отношение и богати държави, като САЩ и Канада. Колкото и да е учудващо, в останалите латиноамерикански държави ДДС е 0%.

Високият ДДС в Чили чувствително се отразява върху книжните продажби. Проблемът съществува от 1976 г., когато данъкът е въведен от гражданско-военна диктатура. Преди това е бил 0%. Наложени са абсолютна цензура върху книжната продукция и строг мониторинг от страна на властите. През 1993 г. с ДДС са обложени приходите от Националния форум на книгата и четенето, проведен в столицата. Така в Чили се продават едва около 5,5 милиона заглавия годишно, въпреки че страната е с население, нареждащо се сред най-четящите в региона.

Изложените по-горе факти поставят проблема за това как населението съумява да се справи с наложените ограничения и да извоюва правото си за достъп до книги, които да не бъдат облагани с висок ДДС. На Международния панаир на книгата в Сантяго чилийците изразяват своето недоволство и организират гражданска инициатива за стартиране на кампания *Книги без ДДС*. В подкрепа на инициативата се включват много писатели, журналисти, издатели, книготърговци и организации. Събрани са над 40 000 подписа, които са внесени в Сената. Причина за тази инициатива е фактът, че самите издания са с ниски цени, но високият ДДС ги оскъпява, с което се намалява покупателната възможност на населението. Най-осезаемо е оскъпяването при учебната литература за гимназиите, колежаите и университетите. За разлика от Бразилия, където делът на купените от населението нови заглавия годишно е 48%, в Аржентина – 56%, и в Мексико – 59%, то в Чили е едва 35%.

Подобни тенденции се наблюдават в Боливия и Гватемала. През последните години се провеждат кампании за премахване на 13% ДДС върху книгите. Внасянето на законопроекта по този казус е най-доброто решение за момента. Идеята за тях е подкрепена от издатели, национални библиотеки и министерствата на образованието и културата в двете страни. Разбира се, в предходни години се провеждат подобни кампании – 1994 г. и 2005 г., но за съжаление, в Боливия те са неуспешни.

В страните с развита книгоиздателска индустрия и книготърговия в Латинска Америка ДДС отдавна е премахнат. В Аржентина казусът е решен още в началото на 80-те години на миналия век със специален закон. Това позволява на аржентинците да купуват средно по 4 – 6 нови книги. На второ място се нарежда Бразилия, която също въвежда законопроект през 1988 г. за спиране на данъчното облагане върху книжната продукция. Средната покупателна възможност на човек е 4 – 6 книги годишно. Следват Мексико и Колумбия със средно 3 нови заглавия годишно. При тях ДДС отпада през 90-те години. На следващо място е Перу, като през 2006 г. отменя 18% ДДС и го занулява.

През следващите 10 години, колкото и да е учудващо, ДДС върху книгата е премахнат в страни като Куба, Еквадор, Парагвай, Доминиканската република, Уругвай и Венецуела.

Горните показатели сочат успешна политика в тези страни по отношение на издателския сектор и книгата за разлика от България. Да не говорим за скъпата учебна литература за училища и университети, които допълнително оскъпява изданията.

Ценообразуване на книгата в Испания и Латинска Америка

Ценообразуването на книгата в Испания е гарантирано със закон от 1975 г. Водеща цел е дадено заглавие да се продава навсякъде на една и съща стойност по всяко време на годината. С развитието на книгоиздаването и книготърговията в страната, се налагат множество промени. При определяне на цената на испанската книга задачата е книгата да достига до клиента без излишно оскъпяване. Ниският 4% ДДС играе важна роля при ценообразуването. Преди няколко десетилетия се е следяло всяко заглавие да има фиксирана и непроменлива цена във всички провинции на страната. Днес книгата може да достигне до клиента, предлагана на гъвкави цени. Тенденцията се налага от новите изисквания, наложени на книжния пазар, включващи силна конкуренция в бранша, внедряване на модерни технологии, предлагане на голям брой преводни автори и разгръщане на представителства на чужди книгоиздатели в страната. Така Испания застава на осмо място в развитието на глобалната издателска индустрия.

Интересна статистика за средната цена на книгите в Испания за 2015 г. в евро дава сайтът www.es.statista.com/estadisticas/475628/precio-medio-libros-por-tematica. Информацията отразява най-важните сектори в испанската книгоиндустрия. От данните става ясно, че на испанския пазар най-скъпи са учебниците и учебните помагала – близо 29,2%, на второ място са научните и техническите издания с 27,89%, следвани от изданията за обществени и хуманитарни науки – 25,94%, а в най-ниската категория е детската литература – 10,37%. Друг акцент е проследяване на резултатите от продажбите на книги в страната за периода 2015 – 2016 г. През 2016 г. книжарниците и обектите, занимаващи се с книготърговия, са реализирали 810 900 000 евро, което е с 22,5 милиона повече от 2015 г. В същото време онлайн книжарниците са реализирали над 25 милиона евро. При изследването, отнасящо се до най-разпространените жанрове за 2015 г., са изведени съвременните трилъри с печалба 232 380 000 евро, следвани от мистериите и криминалните романи – 54,9 милиона евро, и др. Статистиката представя 10-те най-продавани заглавия на испанския пазар в периода януари 2014 г. – март 2015 г. В периода 2002 – 2015 г. се наблюдава поддържане на по-високо от средното ниво тираж на издаване и разпространение. Ценообразуването на изданията с мека подвързия е от съществено значение. Цените им са значително по-ниски от цените на тези с твърда подвързия. Средната цена на книгата в Испания е 21 евро за периода 2004 – 2015 г. През 2011 г. изданията поскъпват с близо 2 евро.

Цените на книгата в Латинска Америка

В последните години в Латинска Америка ценообразуването на книгата значително се променя. От направено проучване в този географски регион става ясно, че цените на изданията в Аржентина са със 70% по-високи от тези в останалите държави. На следващо място се нареждат Бразилия и Чили. Средните цени на книгите в Мексико, Перу и Уругвай не се променят и държат едно приемливо ниво.

Цената на книгата се определя от графичния дизайн и полиграфическата изработка. А най-добрите книгоиздатели в региона са Аржентина, Бразилия и Мексико, което е една от причините за по-високите им пазарни стойности, особено при някои жанрове.

Движението на ценовите стойности е доста гъвкаво. С тяхното проучване и изследване са ангажирани редица асоциации. Те показват интересни резултати, които публикуват в различни доклади. Такива асоциации са: *Регионалният център за развитие на книгата в Латинска Америка и Карибския басейн*; *Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM)*; *Cámara brasileira dos livros* и др. Проучванията са направени върху едни и същи заглавия, но издавани от различни издателски марки и структури, намиращи се в Латинска Америка.

Данни за електронния книжен маркетинг в Европа

Според годишния доклад на FEB от 2015 г. приходите от продадени книги на Стария континент са на стойност над 38 милиарда евро (*сумата не е съвсем точна – има информация, че тя значително надвишава това число*). Според документа от печат са излезли над 575 000 заглавия. Данните идват от членуващите 28 асоциации на книгата от 28-те страни. Проследява се най-доброто от реализираните печалби. Книжните пазари са разпределени според оборота на издателствата. Най-привлекателни са пазарите в Германия, Великобритания, Франция, Испания и Италия. В тези държави са отчетени продажби с много висок процент за разлика от останалите европейски региони. Значима е заетостта в сектора. Според данните на Европейската асоциация на книгоиздателите тя достига 750 000 души. Тук се наблюдава тенденция близо 75% от заетите в бранша да са на хонорар и граждански договор, което показва, че те имат други професии. Само 25% са щатни служители, предимно експерти. Според доклада 60% от изданията на пазара са предназначени за потребителски цели, а останалите 40% са с образователна цел. По отношение на дългосрочните тенденции, до 2007 г. се наблюдава висок икономически растеж. В периода на икономическата криза от 2009 – 2012 г. пазарът за книги рязко спада. През 2013 – 2014 г. се възстановява.

Цените на книгите се регламентират в европейските страни с намалени ставки на ДДС, но това не важи за Дания и България, където данъкът е най-висок. Тези правила не се прилагат винаги при е-книгоиздаването.

През 2011 г. във Франция е-книгите имат фиксирани цени. Германската книжна асоциация смята, че това трябва да става чрез преговаряне между издатели и книгоразпространители. Според ФЕВ докато печатните издания са продукт – стока, е-книгата може да се разпространява само след придобиването на необходим лиценз, подлежащ на ДДС. Във Великобритания дялът на текущия е-книжен пазар е 6% и продължава да расте, като най-разпространени са изданията, купени с приложенията Kindle, iPhone и всяка година се продават 40 000 устройства за четене на е-книги.

В Германия близо 40% от новите издания се предлагат в е-формат. Най-широко употребявани са приложенията e-Reader – 35%, и Sony – 5%. Германската версия Amazon.de стартира през 2011 г. с 1 000 000 заглавия, а днес те са многократно повече.

Във Франция наблюдаваме значителни опити за цифрово книгоразпространение. *Националната цифрова библиотека на Франция* предлага 1,5 милиона е-книги. Търговската асоциация на издателите обединява усилията си с правителството да защитава френската книжна индустрия срещу неефективни глобални маркетингови стратегии. В Италия пазарът на е-издания е най-голям, като за децата над 7 години е над 20%.

Кратки изводи и оценки

От изложеното дотук може да се направят насърчителни изводи за съвременното състояние на световния книжен маркетинг. Традиционното книгоразпространение борави със свои специфични механизми и успешно се развива. В развитите страни с добри позиции в книгоиздателската индустрия *данък добавена стойност* намалява и дори постепенно отпада. Страната ни все още е на незавидна позиция с един от най-високите ДДС не само в Европа, но и в света, а това дава отражение върху насърчаването на продажбите, пласмента на родната книга и реализацията на нова политика спрямо четенето и книгоиздателските процеси.

ЛИТЕРАТУРА

1. Печатни източници

Георгиев, Лъчезар, Стела Георгиева. (2015). *Пътища на детската книга*. София: АН-ДИ, 200 с.: с ил.: рез. на англ., португ. и исп. ез. [ISBN 978-619-7221-05-3].
Георгиев, Лъчезар. (2013). *Книгоиздаване и печатни комуникации: Изследвания за книгата и медиите* (=Book publishing and printed communications: Research on the

book and media). В. Търново: Унив. изд. „Св. св. Кирил и Методий“, 424 с., рез. на рус. и англ. ез. : с ил.

Георгиев, Лъчезар. (2016). *Стратегически подходи в книгоиздаването и печатните комуникации* (=Strategic approaches in publishing and print communications) / 4. прераб. и доп. изд. София: АН-ДИ, 260 с., abstract.

Georgiev, Lachezar. (2016). *The author and the book publishing process: Two studies on the book and print communications*. Saarbrücken; Düsseldorf [Germany]: Lambert Academic Publishing, 66 p. ISBN 978–3–330–02030–6 [електр. и печ. изд.].

Георгиев, Лъчезар. (2017). *Увод в издателския процес*. В. Търново: Унив. изд. „Св. св. Кирил и Методий“, 250 с., с ил.

Гуленова, Мария. (2003). *Маркетинг на книгата: Комуникации*. София: Квазар, 256 с.

Publishing in the First World War: Essays in Book History. (2007). Edited by Mary Hammond and Shafquat Towheed. London: Open University, UK.

Тодоров, Тодор К. (2013). *Електронни издания*. София: Авангард Прима, 250 с.

Филева, Петранка. (2003). *Глобализация и медии*. София: Военно издателство, 233 с.

2. Електронни ресурси

www.sgel.es/edicion-y-distribucion-de-libros/editores-en-distribucion/

www.udllibros.com/html/index.php

www.udllibros.com/internacional/index.php

www.sgel.es/libros/

<https://es.statista.com/estadisticas/475628/precio-medio-libros-por-tematica/>

www.sgel.es/edicion-y-distribucion-de-libros/servicio-a-editores/

www.sgel.es/edicion-y-distribucion-de-libros/editores-en-distribucion/

<https://es.statista.com/estadisticas/475628/precio-medio-libros-por-tematica/>

<https://es.statista.com/estadisticas/475628/precio-medio-libros-por-tematica/>

<https://es.statista.com/estadisticas/473816/facturacion-de-la-venta-de-libros-en-espana-por-canal-de-distribucion/>

<https://es.statista.com/estadisticas/473249/facturacion-de-novelles-enpana-por-genero/>

<https://es.statista.com/estadisticas/474098/tirade-media-de-libros-en-espana-por-tipo/>

<https://es.statista.com/estadisticas/473668/precio-medio-del-libro-espana/>

https://www.clain.com/sociedad/Variaciones-precio-libro-America-latina_0_B1GMp09oPmx.html

www.material-ligero.cl/iva-al-libro-en-america-latina/

www.20minutos.es/noticia/157058/america-latina/sin-iva-libros-lee-mas/menos-profundidad/

www.radiovillafrancia.cl/wp-conet/uploads/2015/04/umpuestos-al-libro--en-el-mundo.png

www.radiovillafrancia.cl/verguenza-chile-tiene-el-impuesto-iva-al-libro-mas-alto-del-mundo#NTBNfsXQ.w1kxsmNF.dpbs/

www.carcaj.cl/

www.caniem.com/es/capacitacion/taller-graruito-sobre-esquemas-de-cumplimiento-de-la-ley-federal-de-compretencia/

https://www.arnoa.com/html/quienes_somos/quienesSomos.php

<https://www.arnoa.com/portada.php>

<https://www.arnoa.com/portada.php#html/textos/condicionesCompa.php>
<https://www.arnoa.com/portada.php#html/textos/proteccionDatos.php>
www.caniem.com/es/content/actividad-editorial/
www.caniem.com/es/content/estadistica-librerias/
www.caniem.com/es/content/actividad-editorial/
www.caniem.com/es/content/isbn-en-m%C3%A9xico-0
www.caniem.com/es/content/estadistica-librerias/
<https://fabianvanzquez.es/presio-fijo-libros-espana/>
<https://infogram.com/precos-de-diversos-libros-en-america-latina-1gqnm9808ljmlw>
www.askr.ru/activities.htm

STRUCTURES AND MARKETS, RELATED TO THE BOOK

Abstract: *The purpose of this article is to study the impact of certain factors influencing effective book marketing. Observations are made on the impact of book publishing structures on Spanish-Latin and Latin-American book markets. The study analyzes the formation of value added tax, sets parameters and characteristics on book pricing in Europe and Latin America. The role of e-marketing in Europe is also highlighted. The study puts forward many examples from the contemporary practice in the field of book marketing.*

Keywords: *book publishing; book pricing; publishing industry; contemporary practice; book marketing.*

Assist. Prof. Stella Georgieva PhD
St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo
Ul. Teodosiy Tarnovski №2
5003 Veliko Tarnovo, Bulgaria
E-mail: stela.georgievats@uni-vt.bg