ЭЛИЗА УНАНЯН
Статистика, бакалавриат, 2-й курс

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВАКЦИНАЦИИ ПРОТИВ КОРОНАВИРУСА

Ключевые слова: *COVID-19, вакцинация, оценка эффективности, корреляционный анализ*

Новая короновирусная инфекция (COVID-19), принявшая характер пандемии с марта 2020 года, несмотря на активные усилия мирового сообщества по предотвращению и лечению инфекции, начала активно распространяться. Вакцинация является многообещающим методом борьбы против COVID-19. В настоящее время население активно вакцинируется, вследствии чего оценка эффективности вакцинации имеет акутальное значение. В данной статье статистическими методами проведена оценка эффективности воздействия вакцинации против коронавируса на уровень распространения инфекции и смертности. В целом полученные результаты свидетельствуют о том, что вакцинация не решила поставленные перед собой задачи.

ELIZA HUNANYAN
Statistics, Bachelor's Degree, 2-rd Year

STATISTICAL ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF CORONAVIRUS VACCINES

Keywords: *COVID-19, vaccination, efficacy assessment, correlation analysis*

The new coronavirus infection (COVID-19), which has been pandemic since March 2020, continues to spread rapidly despite intensified prevention and treatment efforts around the world. Vaccination is one of the most promising methods of controlling COVID-19. An active process of vaccinating the population against the pandemic is currently underway, the effectiveness of which is on the agenda. In this article, statistical tools were used to evaluate the effectiveness of coronavirus vaccines in the context of their impact on infection and mortality rates. In general, the results show that the vaccination process has not solved these problems.

ԱՐԵՎ ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ
Մարդկային ռեսուրսների կառավարում, մագիստրատուրա, 1-ին կուրս

COVID–19 ՀԱՄԱՎԱՐԱԿԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԳՐՔԻ ՇՈՒԿԱՅԻ ՎՐԱ

Հիմնաբառեր. *գրքի շուկա, պետական աջակցություն, շրջանառության ծավալ, բաժանորդագրության մոդել, անուն գիրք, ինֆլյուենսեր, մարքեթինգ*

Հոդվածում դիտարկվել են գրքի շուկայում արտադրությամբ և վաճառքով առաջատար մի շարք երկրների օրինակներ, COVID–19-ի բացասական ազդեցության հետևանքները և դրանց հաղթահարման ուղիները՝ պետական աջակցության և կազմա-

կերպությունների քայլերի միջոցով: Դիտարկվել են հայաստանյան առաջատար հրատարակչությունների շրջանում COVID–19-ի ժամանակ իրականացված քայլերը և համաճարակի ստեղծած հնարավորությունները ոլորտի հետագա զարգացման համար: Հոդվածի վերջում ներկայացված են առաջարկություններ:

Ներածություն: COVID–19 բացասական ազդեցություն ունեցավ գլոբալ տնտեսության և առանձին ոլորտների վրա: Համաճարակի ողջ ընթացքում գրքի շուկան հանդիպել է հսկայական մարտահրավերների: Այս ոլորտի խոշորագույն շուկաները տարբեր կերպ հաղթահարեցին ճգնաժամը. որոշ երկրներում զգալի ազդեցություն ունեցավ պետական աջակցությունը, որոշ երկրներ էլ փոխեցին իրենց գործունեության ուղղությունը՝ շեշտը դնելով գրքերի առցանց վաճառքի վրա: Գրքերի ոլորտը յուրօրինակ է: Գրականությունն է ստեղծում հասարակություն, այլ ոչ թե հասարակությունը՝ գրականություն: Սա նշանակում է, որ գրողները, սոսկ վաճառքի բարձր ցուցանիշներ գրանցելու համար, ոչ մի պարագայում իրենց ստեղծագործությունները չպետք է համապատասխանեցնեն առկա պահանջարկին: Այս ոլորտում առաջարկը պետք է ստեղծի պահանջարկ:

Գրականության ակնարկ: Աշխատանքի կատարման համար տեղեկատվական հիմք են հանդիսացել տվյալ գրքի շուկային առնչվող տարբեր հրապարակումներ, միջազգային և տեղական մասնագիտական հոդվածներ, օրինակ՝ Houghton Mifflin Harcourt-ը, որտեղ հայտարարվում են 2020 թվականի երրորդ եռամսյակի արդյունքները՝ նպատակ ունենալով ուսումնասիրել հրատարակչական բիզնեսի հնարավոր վաճառքների ցանկը, Wilburn T. Libraries are dealing with new demand for books and services during the pandemic. NPR-ը, որում շարադրված են ոլորտի փորձագետների հարցազրույցների և ոլորտին առնչվող մասնագիտական աշխատությունների հիման վրա արված հետազոտությունները, Publishing Under Covid-19 in Small Book Markets-ը, որում ներկայացված է գրքի շուկայի վրա համաճարակի ազդեցությունը:

Հոդվածում ներառված են նաև կատարված դաշտային հետազոտությունների և դիտարկումների արդյունքները:

Հետազոտության մեթոդաբանություն: Գրքի շուկայի ուսումնասիրության նպատակով օգտագործվել են երկրորդային տվյալներ: Հետազոտության ընթացքում կիրառվել են վերլուծության, համեմատության և խմբավորման մեթոդները:

Գրքի շուկայում առաջատարը ԱՄՆ-ն է, որտեղ ոլորտի եկամուտը 2020 թ., 2019-ի համեմատ, աճել է 8,2%-ով՝ կազմելով 26 մլրդ ԱՄՆ դոլար: ԱՄՆ-ին բաժին է ընկնում գրքի համաշխարհային արտադրության և վաճառքի ծավալի ավելի քան մեկ քառորդը: Աճ են գրանցել նաև Ճապոնիայի (4,8%), Մեծ Բրիտանիայի (5,5%), Իտալիայի (2,4%) գրքի շուկաները: Ռուսաստանը երկրների վարկանիշում զբաղեցնում է 12-13-րդ տեղերը. արդյունաբերության միջին անկումը կազմում է 12,6%, իսկ դրամական արտահայտությամբ գրքի շուկան այսօր կազմում է 86 մլրդ ՌԴ ռուբլի[1]:

Համաճարակի, մեկուսացումների և գրախանութների փակման ժամանակաշրջանում ԱՄՆ գրքի շուկան, առաջին անգամ, 2005 թվականից ի վեր, մեծ աճ արձանագրեց: Փորձագետները դա բացատրում են գրքի մանրածախ առևտրի բավականին ամուր դիրքերով: Տպագիր և էլեկտրոնային գրքերի հա-

[1] https://www.zippia.com

մակցված վաճառքը հասավ 942 միլիոն օրինակի: Երկրորդ գործոնը համաճարակի ժամանակ էլեկտրոնային և աուդիոգրքերի տեսակարար կշռի զգալի աճն է (12,6%)[1]:

Մեծ Բրիտանիայում տարեկան վաճառքը միավորներով աճել է 5%-ով, իսկ արժեքային արտահայտությամբ՝ 5,5%-ով: Վեց տարվա ընթացքում առաջին անգամ գրանցվել է աճ (23%-ով)՝ պայմանավորված 2020 թ. էլեկտրոնային գրքերի ԱԱՀ-ի վերացմամբ: Ըստ փորձագետների՝ Մեծ Բրիտանիայի գրախանութները գործել են ստեղծագործ և եղել են ճկուն: Կարանտինի ընթացքում դրանք կարողացան վերակազմավորվել՝ դառնալով հիբրիդային կայքեր, ակտիվորեն մեծացնելով առցանց վաճառքի ծավալները[2]:

Գերմանական գրքի շուկան չորրորդն է աշխարհում: Այստեղ կորուստներն այնքան էլ կրիտիկական չէին՝ ընդամենը 2,3%: Միաժամանակ, վաճառված օրինակների քանակը նվազել է 5,3%-ով, իսկ միջին գինն աճել է 3,2%-ով: Սա պայմանավորված էր հոկտեմբերի վերջին կարանտինի երկրորդ ալիքով, երբ Եվրոպայում փակվեցին գրախանութները, որոնք կորցրին այն եկամուտը, որը սովորաբար ունենում էին Սուրբ Ծննդյան տոների նախօրեին:

Գերմանիայի, Ֆրանսիայի, Մեծ Բրիտանիայի և Իտալիայի կառավարությունները զգալի աջակցություն ցուցաբերեցին այս ոլորտին, օրինակ՝ Գերմանիայում գրախանութներին տրամադրվեց 20 մլն եվրո: Բացի դրանից, յուրաքանչյուր գրախանութ կարող էր դիմել և ստանալ 7,5 հազար եվրոյի չափով օգնություն: Հեղինակները ստացել են միանվագ աջակցություն՝ 2000-ից 5000 եվրոյի չափով, իսկ ֆրիլանսերներին, ինքնազբաղվածներին ու միկրոձեռնարկություններին հատկացված բյուջեները կազմել են 10 մլրդ եվրո:

Ֆրանսիական գրքի շուկան անկում է գրանցել. տպագրված գրքերի վերնագրերի քանակով՝ 9%, դրամական արտահայտությամբ՝ 4,5%: Ավելի փոքր չափով տուժել են «քայլելու հեռավորության վրա գտնվող» փոքր գրախանութները (-1,8%) և չափերով մեծերը (-4,2%): 25 մլն եվրո գրախանութներին հատկացվել է սուբսիդիաների տեսքով, 10 միլիոն՝ հարկային արտոնությունների, 12 միլիոնն ուղղվել է թվային ռազմավարության մեջ ներդրումներին, իսկ գրադարանները ստացել են 40 միլիոն եվրո, որից 10 միլիոնը՝ խանութներից գրքեր գնելու համար: Սակայն սա չփրկեց գրական դաշտը Ֆրանսիայում:

Չինաստանը վաճառքի ծավալով աշխարհում գրքի երկրորդ շուկան է, իսկ արտադրանքի ծավալով՝ առաջինը: Այստեղ գրքի արտադրությունը կրճատվել է 12%-ով, իսկ շուկան՝ 5%-ով՝ հասնելով մոտ 12 մլրդ դոլարի: Գրախանութների շրջանառությունը նվազել է 33,8%-ով: Չինական շուկայում էլեկտրոնային առևտուրը հսկայական դեր է խաղում: Ավանդական մանրածախ առևտրի մասնաբաժինն ընդհանուր վաճառքում կազմում է 20%: Առցանց առևտրի մասնաբաժինը 2019 թ. կազմել է 70%:

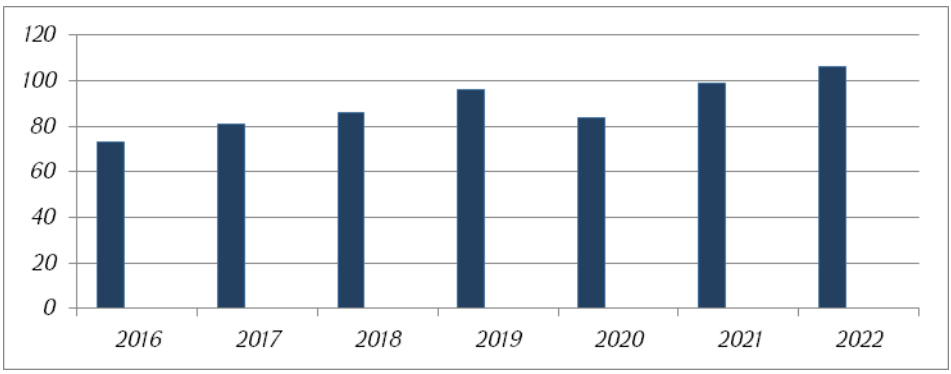
Ասիական մյուս երկրի՝ Ճապոնիայի գրքի շուկան մեծությամբ երրորդն է աշխարհում: 2020 թ. վերջին այն աճել է 4,8%-ով և կազմել 15,3 մլրդ ԱՄՆ դոլար: Արդեն երկրորդ տարին վաճառքի աճ է գրանցվում էլեկտրոնային և աուդիո գրքերի շնորհիվ[3]:

---

[1] https://www.statista.com/topics/1177/book-market/

[2] https://www.ibisworld.com/united-kingdom/market-size/book-publishing/

[3] https://www.buchmesse.de/files/media/pdf/white_paper_the_chinese_book_market_report_2015.pdf_58111.p

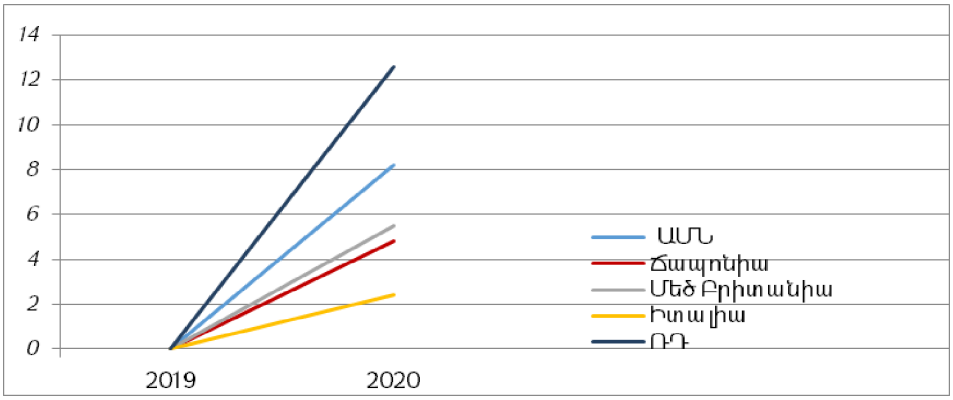


Գծապատկեր 1. ***Ռուսաստանում գրքերի վաճառքի ծավալը (միլիարդ ՌԴ ռուբլի) 2016-2022 թթ.***[1]

Ինչպես երևում է գծապատկերում, Ռուսաստանում, 2019 թ. համեմատ, գրքի արտադրությունը նվազել է 13.3%-ով, նոր գրքերի տեսակարար կշիռը զգալիորեն նվազել է՝ նոր անուն գրքերինը 15%-ով, տպաքանակինը՝ 24%-ով (ընդհանուր տպաքանակը կազմել է 351,4 մլն, ինչը 19,2%-ով պակաս է նախորդ տարվա ցուցանիշից): Վերջին 12 տարիների ընթացքում շրջանառության միջին մակարդակը նվազել է ավելի քան 40%-ով՝ կազմելով 3,5 հազար օրինակ: 2020 թ. տպագիր գրքերի շուկան կազմել է 69,8 մլրդ ՌԴ ռուբլի, որտեղ ամենալուրջ անկումը գրանցվել է մանրածախ առևտրում՝ -12,6%: Եթե 2019 թ. գրախանութների ընդհանուր տեսակարար կշիռը կազմել է 68%, ապա 2020 թ. այն ընդամենը 57% է: Առցանց խանութների մասնաբաժինն այժմ կազմում է 33%: Կանխատեսումների համաձայն՝ եթե էլեկտրոնային գրքի շուկան ցույց տա շարունակական նույնատիպ աճ, ինչպես 2020 թվականին, ապա գրքի ոլորտի ընդհանուր շրջանառությունը կհասնի 2019 թ. գրանցած մակարդակին, իսկ շուկայի ծավալը 2022 թ. կկազմի 106 միլիարդ ՌԴ ռուբլի: 2020-ին ֆանտաստիկ և դետեկտիվ պատմությունները լավագույնս վաճառվում էին էլեկտրոնային ձևաչափով: Ինչ վերաբերում է էլեկտրոնային գրքերի բաշխմանը, ապա երկու մայրաքաղաքների օգտին էական անհամաչափություն չկա. Մոսկվային և Սանկտ Պետերբուրգին բաժին է ընկնում վաճառքի միայն մեկ հինգերորդը: 4:1 հարաբերակցության մեջ են վաճառքի և բաժանորդագրության ծավալները:

Փորձագետների կարծիքով՝ ապագան պատկանում է բաժանորդագրության մոդելին, երբ, գնելով առաձին գրքերի կամ հեղինակի ստեղծագործությունների համար անդամակցություն, ձեռք է բերվում առցանց կամ անցանց ընթերցման իրավունք: Սա բնական է, քանի որ թվայնացման և ավտոմատացման ճանապարհին այս գործընթացները չէին կարող շրջանցել անգամ արվեստի ոլորտները[2]:

[1] https://www.statista.com/statistics/1193572/russia-book-market-volume/
[2] https://www.datainsight.ru/en/Books2018_en



Գծապատկեր 2. ***Ոլորտի եկամուտը՝ տոկոսային արտահայտությամբ, 2020 և 2019 թթ.*** [1]

Amazon-ը մեծ ազդեցություն ունի մի շարք երկրների գրքի շուկաների վրա, այդ թվում՝ ԱՄՆ-ի և Մեծ Բրիտանիայի: Այս խոշորագույն խաղացողն արդեն զբաղեցնում է ամերիկյան գրքի շուկայի ավելի քան 50%-ը[2]: Ամբողջացնելով նշենք, որ գրքի շուկայում առաջատար երկրները 2020-ը հաղթահարեցին ոչ միայն սեփական ճկունության և էլեկտրոնային գրքերին անցում կատարելու, այլև պետական աջակցության շնորհիվ:

Այժմ դիտարկենք COVID-19-ի ազդեցությունը՝ առանձին հրատարակչությունների գործունեության տեսանկյունից:

Արտասահմանյան ամենամեծ հրատարակչության՝ Penguin Random House-ի շրջանառությունը 2020 թ., նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի համեմատ, նվազել է 1.4%-ով, իսկ ցանցի սեփականատեր Բեթերմանի եկամուտները նվազել են 8.9%-ով: Էլեկտրոնային գրքերի և աուդիոգրքերի վաճառքը 2019-ի համեմատ աճել է 15%-ով, և մեծ առցանց վաճառքներն օգնել են մեղմել COVID-19 համաճարակի վնասը:

PRH-ի աշխատանքը պայմանավորված է շուկայական փոփոխվող պայմաններին նրա արագ արձագանքելու կարողությամբ[3]:

Նույն պատկերն է հայաստանյան հրատարակչությունների պարագայում: Նշանակում է՝ կարող ենք ասել, որ COVID–19-ի պայմաններում կրճատվեց գրախանութներից գրքերի վաճառքը, փոխարենն ավելացան առցանց գնումները, էլեկտրոնային գրքերի և Ebook-երի վաճառքը:

Այժմ քննարկենք կարանտինի ընթացքում հրատարակչությունների կատարած քայլերը և սպառողների՝ գրքի հանդեպ հետաքրքրությունը: Կարանտինի ընթացքում օգտատերերի հրապարակումներում հաճախ հանդիպում էին իրենց կարդացած գրքերի լուսանկարները և մեջբերումները տվյալ գրքերից: Նրանք հայտնում էին իրենց ընթերցողական կարծիքը:

«Ի՞նչ գիրք խորհուրդ կտաք» հարցն ամենաարդիականներից էր այդ շրջանում, իսկ ամենաընթերցված հեղինակները տարբեր կայքէջերում ամենաշատ մեջբերվածներն էին: Այս հարթակը վաղուց դարձել է գրքի առաջմղման յուրօրինակ գործիք, որով ոչ միայն լուծվում է գրքերի վաճառքի խնդիրը, այլև առանձին գրողների անձի բրենդավորումը:

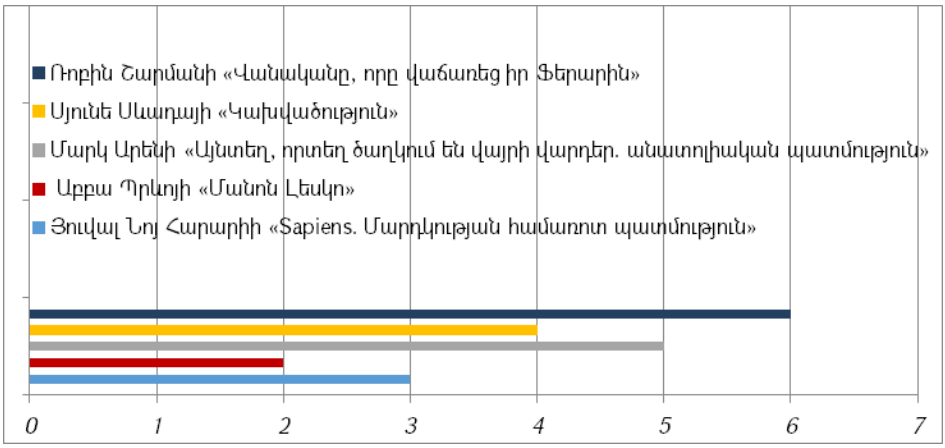
---

[1] https://www.statista.com/topics/1177/book-market/
[2] http://www.rba.ru/news/news_3819.html
[3] https://www.booksandpublishing.com

«Էդիթ Պրինտ»-ը, վերլուծելով Facebook-ի միջոցով ստացած նամակները, նշում է, որ ամենապահանջված հեղինակներն են Էրիխ Մարիա Ռեմարկը, Ջոն Գրինը, Ագաթա Քրիստին: Իսկ ամենաշատ վաճառված գրքերի ցանկում են՝

1. Ֆիլ Նայթի «Կոշկավաճառը»,
2. Քըրք Քըրքորյանի մասին պատմող Ուիլյամ Ռեմփելի «Խաղացողը»,
3. Գալուստ Գյուլբենկյանի մասին Ջոնաթան Քոնլինի «Պարոն հինգ տոկոսը»,
4. Անտուան դը Սենտ Էքզյուպերիի «Փոքրիկ իշխանը»,
5. Էրիխ Ֆրոմի «Սիրելու արվեստը»,
6. Սթիվեն Քովիի «Ամենաարդյունավետ մարդկանց 7 սովորույթները»,
7. Ալան Դիբի «1 էջանոց մարքեթինգային պլանը»,
8. մանուկների համար գրականությունը[1]:

Կարանտինի ընթացքում «Դարան» գրախանութում օրական միջինը 10-12 վաճառք է գրանցվել, իսկ գրախանութից ամենից շատ գնվել է Գ. Մարկեսի «Հարյուր տարվա մենությունը», Ալբեր Քամյուի «Ժանտախտը», Ժան Ժիոնոյի «Հուսարը տանիքի վրա», Հերման Հեսսեի «Տափաստանի գայլը»: Լավ է վաճառվել նաև «Անտարեսի» հրատարակած «Նոբելյան մրցանակակիրներ» մատենաշարը: Նշում են, որ եթե կանայք են գիրք պատվիրում, ապա հիմնականում երեխաների համար է, իսկ եթե տղամարդիկ՝ ապա հենց իրենց համար[2]:



Գծապատկեր 3. «*Բուկինիստ*» գրախանութների ցանցում ամենավաճառված գրքերը[3]

Իսկ My bookstore հարթակի հիմնադիրը նշում է, որ պատվիրողներն ավելի շատ կանայք են՝ 70/30 հարաբերակցությամբ: Եթե անցանց գրախանութներն ստիպված եղան վերակազմակերպվել՝ ստեղծված իրավիճակին հարմարվելու համար, ապա տանը մնալը, կարելի է ասել, զարկ տվեց առցանց գրախանութների բիզնեսին: Այդպես եղավ հենց My bookstore-ի հետ: Ասում են, որ հիմնականում պատվիրում են այն գրքերը, որոնք ծանոթը կարդացել ու տարածել է սոցցանցի իր էջով: Նկատում են, որ ավելի շատ վաճառվում են բիզնեսին վերաբերող, մոտիվացիոն գրքերը՝ թերևս կարանտինից հետո բիզնես-գաղափարներով բնականոն կյանքին վերադառնալու համար: Ամենաշատ

[1] http://editprint.am/
[2] https://daran.company.site/
[3] https://www.books.am/

վաճառվող գրքերի ցանկում են Ջորջ Օրուելի «1984»-ը, Քամյուի «Ժանտախտը», Ֆիլ Նայթի «Կոշկավաճառը», Քըրքորյանի մասին պատմող «Խաղացողը», իսկ հայկական բեսթսելլերն է Սյունե Սևադայի «Կախվածությունը»[1]:

2020 թ. գրախանութների ցանցում ամենավաճառված երկու գրքերը «Բուկինիստ» հրատարակչության գրքերն են: Սա պայմանավորված է գրախանութում ճիշտ դասավորվածությամբ. բոլոր մասնաճյուղերում այս գրքերը դրված են ամենատեսանելի տեղերում: Ռոբին Շարմայի «Վանականը, որը վաճառեց իր «Ֆերարին»» և Մարկ Արենի «Այնտեղ, որտեղ ծաղկում են վայրի վարդեր. Անատոլիական պատմություն» գրքերին վաճառքի ծավալներով հաջորդում են Սյունե Սևադայի «Կախվածությունը», Աբբա Պրևոյի «Մանոն Լեսկոն», Յուվալ Նոյ Հարարիի «Sapiens. մարդկության համառոտ պատմությունը»: Ժամանակակից գրող Սյունե Սևադայի գիրքը մի քանի ամիս շարունակ Հայաստանում ամենավաճառվողներից էր: Սա սիրային բովանդակության, սոցիալական կայքերում հաճախակի մեջբերվելու և ինֆլյուենսեր մարքեթինգի արդյունք է: Բացի դրանից, հայ ընթերցողն աստիճանաբար աճող հետաքրքրություն է դրսևորում հայ ժամանակակից հեղինակների նկատմամբ: «Մանոն Լեսկոյի» պահանջարկը պայմանավորված է «Վերջին ուսուցիչը» բազմասերիանոց ֆիլմում հիշատակմամբ, իսկ Յուվալ Նոյ Հարարիի «Sapiens. մարդկության համառոտ պատմությունը» համաճարակի ողջ ընթացքում ակտիվ գովազդվում էր տարբեր հարթակներում: Այս գրքի դեպքում Newmag-ն առավելապես օգտագործեց ինֆլյուենսեր մարքեթինգը[2]:

Գրքի շուկան որոշակի ազդեցություն ունի տնտեսության վրա, սակայն, խորությամբ ուսումնասիրելով, կարող ենք եզրահանգել, որ դրա ազդեցությունը կրում են նաև տնտեսության առանձին ճյուղերը, մասնավորապես՝ ՀՀ տնտեսության առաջատար ճյուղերից մեկը՝ զբոսաշրջությունը: Տարբեր մրցույթներում և ցուցահանդեսներում առանձին գրքերի կամ հրատարակչությունների ներկայացումը լուծում է ճանաչելիության խնդիրը, հատկապես, երբ խոսքը միջազգային մրցույթների մասին է, որոնց նպատակը նաև երկրի ճանաչելիության ապահովումն է: Մինչդեռ, տարբեր մրցանակաբաշխությունները և մրցանակները բարձրացնում են տվյալ հրատարակչության և գրքի նկատմամբ հետաքրքրությունը: Այս համատեքստում կարևորագույն խնդիր է հայ գրողների ստեղծագործությունների թարգմանությունը օտար լեզուներով, ինչը, ցավոք, եզակի դեպքերում է ստանում պետական աջակցություն, իսկ այլընտրանքային ֆինանսավորում գտնելը բարդ է: Եզակի հայ ժամանակակից գրողներ են թարգմանվում այլ լեզուներով (այն էլ՝ իրենց անձնական միջոցներով), իսկ Չարենցը, Բակունցը և այլ հեղինակներ բավարար չափով չեն ներկայանում աշխարհին:

Գրքերը միջոց են՝ օտարներին ծանոթացնելու մեր երկրի մշակույթին, բարքերին ու կոլորիտին: Եթե օտարները շատ կարդան հայ գրականություն, ծանոթ կլինեն Հայաստանին ու կցանկանան այցելել մեր երկիր, այնպես, ինչպես ամեն տարի հարյուրավոր մարդիկ գնում են Ամստերդամ, որպեսզի տեսնեն Աննա Ֆրանկի տունը:

Վիկտոր Հյուգոյի «Փարիզի Աստվածամոր տաճարը» ստեղծագործությունը, դառնալով համաշխարհային գրականության դասական գործ, բազմաթիվ մարդկանց բերեց Փարիզ՝ տեսնելու հրաշք կառույցը: Ինչո՞ւ զբոսաշրջիկներն

[1] https://mybookstore.e/
[2] https://www.books.am/

ընտրեն Գերմանիան, որպեսզի տեսնեն Նիցշեի հայրենիքը, բայց չգան Հայաստան՝ տեսնելու Հովհաննես Թումանյանի հայրենիքը: Հայ գրողների գործերի օտարալեզու թարգմանությունների բացակայությունը չի կարելի հիմնավորել նյութի քիչ պահանջարկով կամ օտար հանրությանը անմատչելիությամբ, քանի որ մենք ունենք և՛ դասական, և՛ ժամանակակից շատ գրողներ, որոնք ստեղծել ու ստեղծում են համամարդկային գործեր: «Հայ գրականությունը թարգմանություններում» պետական աջակցման դրամաշնորհային ծրագրով մինչ օրս աջակցություն է ստացել 29 գրքի հրատարակման հայտ՝ 15 լեզվով, որի համար հատկացվել է 43 674 824 ՀՀ դրամ[1]:

Զբոսաշրջության վրա ուրույն ազդեցություն ունեն նաև մշակութային զբոսաշրջության տեսակներից «գրախանութային զբոսաշրջությունը» (գրադարանը ծառայում է որպես մշակութային օջախ) և «գրքային քաղաքները» (քաղաք կամ գյուղ է, որն ունի բազմաթիվ անտիկ գրախանութներ, որոնք գրավում են բիբլիոֆիլ զբոսաշրջիկներին)[2]:

Եզրակացություն: Հայաստանյան հրատարակչությունները COVID–19-ին դիմակայեցին անխուսափելի իրավիճակին արագ հարմարվելով, մասնավորապես՝ առաքումների ավելացմամբ: Թեժ մրցակցության պայմաններում, էլեկտրոնային խանութների համեմատ, գրախանութները ոչ միայն պահպանեցին իրենց դիրքը, այլև գրանցեցին աճ: Միգուցե, Հայաստանում, ինչպես Իսպանիայում գրիպից անմիջապես հետո, մի քանի տարի կապիտալիստական «բում» լինի, և համավարակի, պատերազմի ծանր և սթրեսային տարվանից հետո մարդիկ սկսեն ավելի շատ «գիրք սպառել»:

Առաջարկություններ

1. Ոլորտի զարգացման համար կարելի է համագործակցել արտասահմանյան գրողների հետ՝ օգտագործելով մարքեթինգի ամենահզոր զենքերից մեկը՝ միջոցառումների կազմակերպումը, և Հայաստան հրավիրել արտասահմանյան հայտնի հեղինակների: Դրանք, վստահաբար, կդառնան տարվա ամենասպասված ու հիշարժան միջոցառումները:
2. Կազմակերպել «բաթլներ» հայ ժամանակակից գրողների միջև, ինչպես եղել է Մայակովսկու և Եսենինի ժամանակ:
3. Ժամանակակից գրողների ճանաչելիության և հանրայնացման նպատակով կազմակերպել հանդիպում-քննարկումներ բուհերում և դպրոցներում:
4. Ստեղծել առանձին կայքեր հայ գրողների համար, որտեղ ներկայացված կլինեն տվյալ գրողի կենսագրական նյութերը, գրքերի մասին տեղեկություններ: Կայքը կարող է առցանց և անցանց հնարավորություն ընձեռել՝ գնելու գրողի այս կամ այն գործը:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. XI Всероссийской научно-практической конференции «Фонды библиотек в цифровую эпоху: традиционные и электронные ресурсы, комплектование, использование», 2021.
2. «Book industry» magazine 2021.
3. «Գրադարանային ֆոնդերը թվային դարաշրջանում. ավանդական և էլեկտրոնային ռեսուրսներ, ձեռքբերում, օգտագործում» համառուսաստանյան գիտագործնական XI գիտաժողով:
4. BookPublishers.htm. Book Publishers – Industry Analysis, Statistics, Trends, and Forecasts.

[1] https://escs.am/am
[2] https://www.worldatlas.com/articles/the-most-prestigious-literary-awards-in-the-world.html

5. statista.com/statistics/1193572/russia-book-market-volume
6. Wilburn T., Libraries are dealing with new demand for books and services during the pandemic. NPR. 16 Jun 2020.
7. datainsight.ru/en/Books2018_en
8. rba.ru/news/news_3819.html
9. Books.am
10. Press release. Houghton Mifflin Harcourt announces third quarter 2020 results, intent to explore potential sale of HMH books & media consumer publishing business. Houghton Mifflin Harcourt, 5 Nov, 2020.
11. Editprint.am
12. Daran.company.site
13. Mybookstore.me
14. booksandpublishing.com
15. THE CHINESE BOOK MARKET: Compiled by the German Book Office Beijing of Frankfurt Book Fair.
16. Zippia.com
17. PUBLISHING UNDER COVID-19 IN SMALL BOOK MARKETS, Knygotyra, 2020,
18. statista.com/topics/1177/book-marketibisworld.com/united-kingdom/market-size/book-publishing.

АРЕВ МАНУКЯН
Управление человеческими ресурсами, магистратура, 1-й курс

ВЛИЯНИЕ COVID 19 НА КНИЖНЫЙ РЫНОК

Ключевые слова: *книжный рынок, государственная поддержка, объем тиража, модель подписки, название книги, маркетинг влияния*

В статье рассмотрены примеры ряда стран, лидирующих на книжном рынке по объему производства и продаж, последствия негативного влияния Covid 19 и пути их преодоления за счет государственной поддержки и шагов организаций. Были рассмотрены шаги, предпринятые ведущими издательствами Армении в период Covid 19 , и возможности, созданные эпидемией для дальнейшего развития сектора. Рекомендации представлены в конце статьи.

AREV MANUKYAN
Human Resource Management, Master Student, 1-st Year

IMPACT OF COVID-19 ON THE BOOK MARKET

Keywords: *book market, state support, volume of circulation, subscription model, book name, influencer marketing*

The article considers examples of a number of countries leading the book market in terms of production and sales, the consequences of the negative impact of the Covid-19 pandemic and ways to overcome them through the government support and the initiatives of organizations. The article considers initiatives taken during Covid-19 among the leading publishing houses in Armenia and the opportunities created by the pandemic to further develop the sector. Recommendations are presented at the end of the article.