

УДК 655.56

МЕРЕЖЕВІ КНИГАРНІ В СУЧАСНОМУ КНИГОТОРГОВЕЛЬНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

© А. П. Корнійчук, магістрантка, НТУУ «КПІ», Київ, Україна

Проанализировано роль книготорговых сетей в построении эффективной национальной системы книгораспространения. Изучено особенности главных сетевых игроков украинского рынка. Исследовано тенденции и перспективы развития отечественной сетевой книжной торговли.

The role of sales distribution network in building an effective national system of distribution is analyzed. Features of the major network players of the Ukrainian book market are studied. Tendencies and prospects of the national network book trade are investigated.

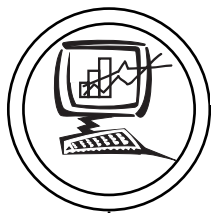
Постановка проблеми

В умовах сучасного «ринку покупця» досить ускладнюється процес реалізації продукції підприємства. Створити певний товар або послугу стало набагато простіше, аніж продати її. В результаті даних чинників значно зросла роль торгівлі не лише для конкретних суб'єктів господарювання, але і для різноманітних галузей суспільного виробництва та економіки країни в цілому. Проблема побудови ефективних моделей збуту видавничої продукції стає ключовим фактором успіху книжкової справи в усьому світі.

Аналіз попередніх досліджень

Рівень розробки досліджуваної теми в літературі досить незначний. Базові питання організації торгівлі висвітлені у роботах таких авторів, як В. В. Апопій, З. В. Герасимчук, Н. О. Голошубо-

ва [1], А. А. Мазаракі, Л. Г. Саркісян, О. Б. Казакова, О. В. Памбухчянц. Особливості функціонування книготорговельних підприємств вивчені у роботах О. В. Афоніна, М. І. Сенченка [2], Е. Бейверсток, Я. Владарчика [3], П. Форсайта, В. А. Добрушина, О. О. Говорова, А. І. Гольдина. Склад та структура сучасного книготорговельного простору України проаналізовані такими авторами, як Г. П. Грет [4, 5], О. В. Афонін, Д. Котов [6]. Окремі аспекти побудови та діяльності новітніх книгарень розкриваються у публікаціях О. О. Сербіна [7—9], а організаційні моделі книготорговельних мереж окреслені у роботах В. Д. Сиявського [10]. В літературі не розкрито особливості функціонування мережевих книгарень України, тому дана тема потребує подальших теоретичних та практичних досліджень.



Мета роботи

Представлена наукова робота має на меті обґрунтувати роль мережевих книгарень серед інших каналів збуту друкованої продукції та в процесі побудови ефективної національної системи книгорозповсюдження.

Результати проведених досліджень

Останньою ланкою у процесі товарного обертання є розгалужена система роздрібних торговельних підприємств. Роздрібна торгівля — це діяльність з продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків. Для того, щоб здійснювати ефективну торгівлю економічні суб'єкти створюють стаціонарні заклади — магазини, які містять торговельні зали для демонстрації представлених товарів та заключення договорів купівлі-продажу із покупцями.

Основними напрямками сучасного розвитку роздрібних торговельних підприємств є нововведення в управління процесом обслуговування споживачів, поява потужних роздрібних мереж, дедалі більше поширення принципу самообслуговування, використання засобів зв'язку і комунікаційних технологій, зростання впливу роздрібних мереж на ринок [8]. Головні характеристики світової торгівлі наступні: значна глобалізація, інтеграція, збільшення масштабів бізнесу, трансфер капіталів та інвестицій.

У роздрібній торгівлі нині існує дві протилежні тенденції.

Перша — зростання роздрібних мереж спеціалізованих магазинів з вузьким товарним асортиментом, жорстким керівництвом і орієнтацією на певний вид товару. Ці мережі належать до категорії потужних роздрібних торговців, яких ще називають підприємствами «тісного контакту», оскільки вони задовольняють індивідуальні вимоги з обслуговування, що пред'являються кожним покупцем. Дана тенденція характерна для книжкового ринку України.

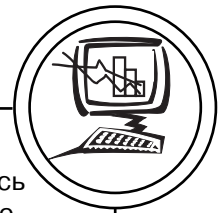
Друга тенденція — зростання числа великих магазинів з погляду зайнятої ними площі, які використовують складські технології і принцип самообслуговування, пропонуючи велику кількість товарів.

Власники значних торговельних підприємств намагаються розширити свої ринки, глибше проникнути до обраних цільових сегментів споживачів, охопити територіально більші райони, щоб у результаті задовольнити потреби значної кількості покупців та збільшити власні прибутки. Одним із ключових інструментів експансії даних організацій є створення торговельних мереж.

Роздрібна книжкова торгівля — це заключна ланка сфери товарного обігу, куди надходить продукція видавництва, що підлягає роздрібному продажу.

Книжкова торгівля, як складова торговельної інфраструктури, має дві головні функції [11]:

— перша — дати людині можливість доторкнутися до знань, розвивати себе;



— друга — поширити товар, вироблений авторами, творцями інтелектуального продукту.

Роздрібна книготорговельна мережа має ключове значення у книжковій галузі. Однак, сьогодні Україна має значні проблеми із системою книгорозповсюдження, адже радянська мережа була зруйнована, а нова — перебуває у зародковому стані.

На початок 90-х років в системі Держкомвидаву УРСР налічувалось 1080 книгарень і 455 кіосків. Розповсюдженням літератури займалося 458 кіосків Укоопспілки, 6712 кіосків ВО «Союздрук», 25 книгарень та кіосків спеціалізованої мережі «Академкнига», 25 — «Воєнкнига», 4 — «Транспортна книга», інші структури [5].

Відповідно до звіту Держкомтелерадіо станом на 01.02.09 в Україні функціонувало книжкових кіосків — 1829; книжкових відділів — 3779; книжкових магазинів — 1116 [12]. Однак, у такі цифри не досить легко повірити, адже інформація досить суперечлива, зокрема за останніми даними Української асоціації книговидавців та книгорозповсюджувачів кількість книгарень в Україні майже 600. Сьогодні в Україні одна книгарня доводиться на 117 тис. населення, у той час як за радянських часів припадала на 17 тис. осіб. Для порівняння, у Росії цей показник такий: одна книгарня на 75 тис. населення, у Франції — на 20 тис., у ФРН — на 15 тис., у Польщі — 12 тис., Нідерландах — на 10 тис., Австрії — на 4 тис [2]. Загалом можна констатувати про різке зменшення кількості книжкових магазинів,

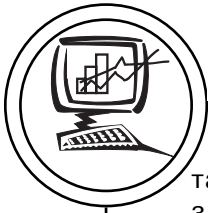
значна частина яких закрилась або перепрофілювалась та реалізує інші товари.

Проблема розбудови книжкової торгівлі в Україні може бути вирішена лише шляхом розбудови старих та створення нових мереж книгарень. *Мережа книгарень* — це сукупність книготорговельних об'єктів під загальним управлінням, об'єднана однотипною назвою, асортиментною та ціновою політикою, що працює на досягнення спільної мети. Книготорговельні мережі, як правило, для зменшення витрат обігу застосовуються загальні схеми розміщення книг в торговельних залах книжкових магазинів та один або кілька складів для товаропостачання власних магазинів товарами. Сьогодні мережі — це найбільш ефективний формат стаціонарної роздрібною торгівлі в світі.

Основні *характеристики* книготорговельної мережі: єдиний центр управління усіма магазинами; єдиний бренд бізнесу або його торговельна марка; єдині концепція функціонування (культура, правила, організація); загальна спорідненість асортиментної та цінової політики із врахуванням соціально-культурних особливостей району обслуговування.

Досить важливою є організаційна побудова мережі, яка впливає на ефективність функціонування усього бізнесу. Нині можна виділити *чотири типи мережевої організації* роздрібною книжковою торгівлі [10]:

1. «Інвестиційна модель» — наявність центру, який інвестує



та консолідує роботу мережі з практично самостійними магазинами.

2. «Холдингова модель» — центр стратегічно визначає політику закупівель (постачальників, асортимент і ціни), магазини самостійно здійснюють оперативне управління.

3. «Централізована модель» — єдиний центр управління делегує книгарням функції, мінімально необхідні для участі у логістичних операціях по товароруху (замовлення, інвентаризація, переоцінка).

4. «Стандартизована модель» — загальна концентрація управління у центрі з повною відсутністю функцій управління в магазинах, окрім обслуговування покупців.

Можна також зустріти і «змішану модель» управління, коли в одній мережі роздрібні торговельні об'єкти управляються по різному принципу. Ця модель може застосовуватися при створенні значних національних мереж книгарень для більшої гнучкості організації бізнесу.

З ринкової практики інших країн доведено, що найбільш прогресивний та ефективний — «централізований» метод управління книготоргівельною мережею. Саме така схема організації бізнесу характерна для більшості українських книжкових мереж.

На сьогодні в Україні працюють такі мережі книжкових магазинів:

1. «Буква» — перша мережа книжкових супермаркетів, що вийшла на український ринок у 2002 році. Восени 2006 року компанія «Емпік» (Польща) прид-

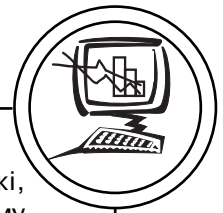
бала 65 % акцій ЗАТ «Мережа книжкових супермаркетів «Буква»», після чого її робота змінилася відповідно новим стандартам. Мережа «Буква» налічує близько 26 магазинів, що знаходяться в Києві та інших великих містах України.

2. «Книжковий супермаркет» — українська книжкова мережа, що розпочала свою роботу у 2002 році під назвою книжковий дім «Орфей». Сфера діяльності компанії: книги та медіапродукція. Нині мережа складається з 36 магазинів по всій Україні.

3. «Літера» — перша книгарня була відкрита у 2003 році. Нині це комплекс книжкових, канцелярських та мультимедійних товарів. Компанія налічує близько 25 книгарень у різних містах України.

4. «Емпік» — це польська торговельна мережа, що прийшла на український ринок у 2006 році й швидкими темпами опановує його. З 2009 року перейшла до нового власника. Це мережа мультимедійних магазинів, яка займається продажем книг, преси, листівок, DVD, цукерок, шоколаду, ігрових та музичних дисків, косметики. Магазины «Емпік» розміщені у таких містах: Київ, Вінниця, Дніпропетровськ, Миколаїв, Полтава, Харків (загалом 10 магазинів).

5. «Книгарня «Є»» — наймолодша українська мережа, яка була створена наприкінці 2007 року на кошти інвесторів, які ризикнули вкласти кошти в українську книгарню. Цей магазин створено насамперед для усіх тих, хто любить українську книгу і воліє читати літературу



рідною мовою. Мережа сьогодні налічує 9 магазинів у найбільших містах та має стрімкі темпи зростання.

6. «Читай-Город» — нова мережа, яка розпочала роботу в Україні восени 2009 року. Це проект об'єднаної російської мережі «Новый книжный — Буквояд», яка планує розширювати свій бізнес в Україні у великих форматах книжкових клубів. Нині налічує 3 книгарні — в Києві (2) та Донецьку.

Переваги книжкових мереж чисельні: широкий асортимент, централізований контроль закупівель і програми мерчендайзингу, закупівля товарів у видавництвах за зниженими цінами, значні торгові обороти. Завдяки централізованій системі розповсюдження книжки будь-якого видавництва можуть потрапити до свого читача. Лише мережі можуть успішно виживати в сучасному конкурентному середовищі, оплачувати торговельні площі, суперничати з іншими видами роздрібної торгівлі за час і гроші споживача, забезпечувати достатній обсяг реалізації продукції видавництва.

Головним *недоліком* українських мережеских книгарень є те, що вони в основному реалізують російську літературу, мають одноманітний асортимент із домінуванням розважальних «попсових» видань. У переважній більшості мережі створено за рахунок іноземного капіталу, зокрема, російського, що призводить до засилля імпортованих книжок. Шляхом вертикальної інтеграції найбільші російські видавництва («ЕКСМО», «АСТ», «ОЛМА» та ін.) створюють та фі-

нансують роздрібні мережі, щоб реалізувати на українському ринку власні видання, при чому українські книжки займають до 30–35 % у асортименті даних книгарень.

Тенденції та *перспективи розвитку* книготорговельних мереж в Україні:

— у світі мережеві книгарні є домінуючими каналами збуту (близько 30 %) видавничої продукції, при чому їх частка постійно зростає;

— український ринок досить перспективний через свій ріст та малу кількість мережеских гравців;

— можливість відвоювання ринкових позицій у книжкових базарів (через які реалізується значна кількість літератури), бо останні втрачатимуть свою привабливість;

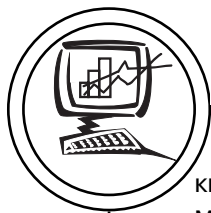
— мережі зможуть краще забезпечити книгами ті регіони, де ще немає книгарень;

— за прогнозами експертів кількість мережеских книгарень буде збільшуватися на 35 % на рік;

— основна тенденція мережеских книгарень — це зміна формату [6] із пунктів продажу книжок у модерні осередки культурного дозвілля із широким асортиментом товарів (книги, канцелярія, медіапродукція), кав'ярню, дитячою кімнатою, сценою для презентацій та заходів для читачів.

Висновки

Проблема розбудови книжкової торгівлі в Україні може бути вирішена лише шляхом розбудови старих та створення нових мережеских книгарень. Саме



книжкові мережі стають флагманами ринку та дають новий поштовх до розвитку книжкової справи нашої держави. Професіональна робота мережевих гравців у книготорговельному просторі України дозволить їм

досягти власних комерційних цілей, забезпечити ефективне функціонування усього книжкового ринку і, водночас, задовольнити потреби українських читачів у якісній книжковій продукції.

1. Голошубова Н. О. Організація торгівлі [Текст]: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Н. О. Голошубова. — К. : Книга, 2004. — 560 с.
2. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидання [Текст] / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. — К. : Книжкова палата України. — 277 с.
3. Владарчик Я. Маркетинг у видавничій справі — фантазія чи дійсність? [Текст] / Я. Владарчик; перекл. з польської. — Л. : Кальварія, 2002. — 144 с.
4. Грет Г. П. Книжкова торгівля як соціокультурний чинник розвитку читання складової індустрії вільного часу [Текст]: Матеріали між нар. практ. конф. 4–6 червня 2004 р. / Г. П. Грет. — К., 2004. — Ч. 1. — С. 122–124.
5. Грет Г. П. Роздрібна книжкова торгівля України [Текст]: «Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики». Матеріали 6-ї Міжнар.наук.-практ. конф. / Г. П. Грет. — К., 2009. — С. 259–260.
6. Котов Д. Наявність книгарень — це те саме, що наявність церков [Текст] / Д. Котов // Друг читача. — 2009. — № 3. — С. 3–4.
7. Сербін О. О. Високваліфіковане обслуговування покупців книжок, як запорука становлення і розвитку сучасної української книгарні [Текст] / О. О. Сербін // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 6. — С. 9–11.
8. Сербін О. О. Матеріально-технічна та інформаційна база роздрібних книготорговельних підприємств: короткий огляд / О. О. Сербін // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 8. — С. 21–24.
9. Сербін О. О. Сучасна книгарня в Україні, як модель прогресивного інформаційно-торгівельного підприємства / О. О. Сербін // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 9. — С. 22–28.
10. Синявский В. Д. Принципы создания и функционирования сети магазинов [Текст]: «Книжный мир сегодня и завтра». Десятая междунар. науч. конф. / В. Д. Синявский. — М. : Наука, 2002. — С. 344–347.
11. Казаков А. Секреты книжного бизнеса [Електронний ресурс] // FLB: [сайт]. — 2007. — Спосіб доступу : <http://www.flb.ru/info/42004.html>.
12. Довідково-аналітична інформація про стан мережі книготорговельного підприємства в Україні [Текст] // Друг читача. — 2008. — № 6. — С. 2–5.

Рецензент — Г. П. Грет, к.е.н.,
доцент, НТУУ «КПІ»

Надійшла до редакції 21.12.10