

**ДОСВІД ТА СУЧАСНИЙ СТАН МЕРЕЖЕВИХ КНИГАРЕНЬ
ПРОВІДНИХ КРАЇН СВІТУ ТА УКРАЇНИ**

© Ж. М. Ковба, к.і.н., доцент, А. О. Луценко, магістр,
НТУУ «КПІ», Київ, Україна

Сети книжных магазинов — явление новое, но при этом они достаточно динамично развиваются. В статье систематизированы данные, полученные в ходе исследования истории и современного состояния книжного рынка ведущих стран мира.

Network of bookshops — a new phenomenon, but they are quite dynamically evolving. The article reveals integrated data obtained in the study of history and current status of the book market of the leading countries of the world.

Постановка проблеми

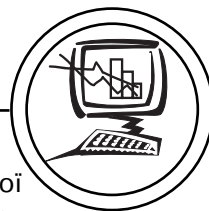
Видавничо-книготорговельна індустрія займає невелику частку у загальному обігу коштів України. Однак, книговидання та його кінцевий продукт є могутнім стимулом соціально-економічного розвитку країни. Дейтус К. Сміт у праці про книжковий бізнес називає це явище ключем, який вмикає струм для гігантської машини, котра забезпечує життєдіяльність людей на величезній території [1]. З огляду на економіку існує прямий зв'язок між її розвитком та освітою, джерелом якої були і є книжки, а отже і мережа, чи суб'єкти їхнього поширення. Про сутність цього явища також прямо і опосередковано свідчать ретроспектива виникнення та розвитку книготоргових підприємств, які, нині, розвиваються у мережеві книгарні.

Характерно, що книготоргова діяльність активізувалася у перехідні техніко-економічні періоди: індустріалізації, постін-

дустріалізації. Хронологічно це II половина XIX ст.–60-ті рр. XX століття. Доречно, що саме у 60-ті роки було проголошено захід ери Гутенберга. Нині, попри прогнози певних науковців про згортання книжкової торгівлі, спостерігаємо стабільний розвиток книготоргового бізнесу у розвинених країнах Світу.

У вітчизняній літературі, нині, за винятком праць таких науковців, як: О. В. Афонін, Г. П. Грет, М. С. Тимошик, практично відсутня інформація стосовно діяльності та розвитку мережевих книгарень. Тому, проведено власний аналіз, в результаті якого мережеві книгарні систематизовані за хронологічним, географічним принципами та за предметом діяльності. Обрані країни було згруповано відповідно до географічно-соціально-політичної приналежності. Так, аналізувалися:

- Країни Північної Америки;
- Країни Єврозони;
- Країни Азії.



Мета роботи

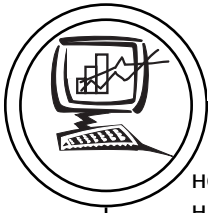
Основною метою статті є систематизація даних про мережеві книгарні провідних країн світу та України, які отримано в ході проведених досліджень, та розробка рекомендацій щодо вдосконалення загальної ситуації, що склалася в роздрібній ланці руху Книги до Читача на вітчизняному ринку.

Результати проведених досліджень

Аналіз отриманої інформації дозволяє зробити висновок, що становлення книготорговельних мереж пройшло довгий шлях у розвинених країнах Світу. В більшості випадків ми бачимо не спеціалізовані книготоргові магазини, а цілі холдинги, або мультимедійні мережі. В основному, це роздрібні організації із кількістю торгових точок більше 100, які окрім внутрішніх ринків обслуговують й зовнішні — європейський та світовий. Їхня особливість полягає в тому, що основною діяльністю є не тільки реалізація друкованої продукції, а й активне опанування інформаційного та інших ринків. Наприклад, наявність власної компанії радіомовлення або відкриття кафетеріїв на території книгарень, торгівля аудіо-інформацією, освоєння кінематографічного бізнесу або власної цільової видавничої діяльності, здійснення фінансових інвестицій у розвиток видавництва чи видання періодичної або неперіодичної друкованої продукції.

Мережеві книгарні Великої Британії — гіганти книготорговельного бізнесу, які виникли, як індивідуалізовані точки продажу, — книжкові магазини [2]. Наразі, це господарські суб'єкти, які роблять значний внесок у ВВП країни, її соціальний розвиток (мають значні обсяги товарообігу та кількість працевлаштованих), приймають участь у реалізації благодійних заходів та посилюють свою впливовість шляхом купування телевізійних каналів. Період створення можна віднести до другої половини та кінця ХХ століття, але є й такі що почали своє існування у ХVII столітті. Наприклад, WHSmith, діяльність якого було розпочато у 1792 році з розносної торгівлі, а у 1812 році було створено перші книжкові магазини по різних містах Англії — на залізничних станціях, у лікарнях, природо-рожні точки продажу. Саме під керівництвом власників цієї мережі було створено класифікаційну систему SBN, яка пізніше, у 1970 році, була допрацьована та, нині, існує, як ISBN [2]. Збутова діяльність мереж орієнтована на обслуговування як внутрішнього ринку країни так і на експорт літератури на світовий ринок. Активно працюють в мережі Інтернет та під однією назвою магазинів можуть відкривати точки з продажу як масової так і спеціалізовані літератури.

Специфіка мережевих книгарень Німеччини полягає в тому, що донедавна існували якісно відмінні напрями їх розвитку: у НДР — панування комуністич-



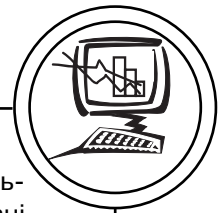
ного планового господарювання, тоді як ФРН розвивалась на основі ринкових засад [2]. На сьогодні, книготорговельні мережі об'єднаної Німеччини мають великі річні обсяги товарообігу та обслуговують в середньому до 6 млн. споживачів на рік. За формою власності це товариства з обмеженою відповідальністю та державні підприємства. Можуть паралельно займатися реалізацією музичних творів, медіа та сувенірної продукції та техніки (принтерів, комп'ютерів, ноутбуків та ін.).

Французькі мережеві книгарні особливі тим, що, окрім благодійних акцій, активно приймають участь у програмах проти расизму (адже у Франції це питання поставлене дуже гостро) та освітніх програмах щодо підвищення рівня освіти серед школярів. Мають значний інформаційний вплив через контроль французьких щоденних газет. Так, Hachette координує діяльність «France Soir» та «Paris-Presse-L'Intransigeant» [2], які є найбільшими та найвпливовішими періодичними виданнями Франції, а також приймають активну участь у фінансуванні теле- та звукозаписуючої індустрії. Нині, деякі з мережевих книгарень вийшли на ринок не тільки Європи, а й африканських країн. Італійські мережеві книгарні також не обмежують себе спеціалізацією на продажу книг [2]. Деякі з них мають власні видавництва та станції радіомовлення.

Японські книготорговельні організації відрізняються від Єв-

ропейських тим, що на полицях (через національну особливість) більше виставлені манга (комікси), відео ігри, навчальні комп'ютерні програми та книги японських авторів. Мережі цієї країни демонструють культурну замкненість та високий рівень технологічної оснащеності, притаманний Японії. Особливістю є букіністична торгівля виданнями, яким безпосередньо в магазинах надається «перша допомога» у вигляді реставрації [2]. Мережеві книгарні активно приймають участь в організації театральних вистав та виставок творів мистецтва.

Мережеві книгарні Сполучених Штатів Америки мають певні особливості. По-перше, відбувається жорстке сегментування ринку за місцем продажу товарів. Тільки в цій країні ми бачимо наявність мережі, яка обслуговує лише Duty Free зони аеропортів та потужні залізничні вузли. Книгарні цієї країни вкладають кошти у розроблення власних електронних книг, які є конкурентоспроможними на ринку, проводять виставки безпосередньо на території магазинів, беруть активну участь у благодійній діяльності, залучають до книги та читання дітей різного віку. Деякі мережі окрім книжкової індустрії освоюють нові простори (займаються виготовленням та реалізацією спортивного обладнання, просуваючи спорт в маси) або мають власні видавництва чи виробництва з випуску сувенірної продукції під мережевою назвою.



Пострадянські реалії на предмет історії розвитку проаналізувати практично неможливо. Можемо сказати лише, що книготорговельна галузь знищувалась трічі. Великі концерни («Новое время» О. Суворіна, «Общественная польза», концерн ім. І. Ситіна), що існували наприкінці ХІХ ст. було ліквідовано у революційні часи. Пізніше було створено книготоргові об'єднання «Союзкнига», «Союзпечать», «Международная книга», які розформували на початку 90-х років ХХ ст. Саме тоді почала формуватися нова — третя — форма розвитку книготорговельних структур. Нині, Російські мережеві книгарні за рівнем розвитку досягають світових. Їхньою особливістю є те, що в основному це мережі магазинів, що підпорядковані видавництвам («Буква» — видавництво АСТ) чи оптовим організаціям (Топ-Книга — книгарні Литера, Лас-Книгас, Пиши-Читай, Сорока (преса), BookLexica) та мають власну мережеву інформацію, кав'ярні, дитячі майданчики.

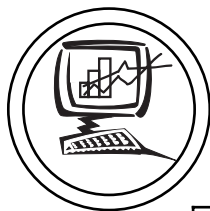
В Україні, як колишній республіці СРСР, книжковий ринок формувався у більш складних умовах. З кінця 90-х рр. ХХ ст. з'являються державні та недержавні суб'єкти господарювання. Одночасно відбувається порушення централізованого книгопостачання та проблематичними стають кредитування, управління, державна політика у галузі, що стримує розвиток книготоргівлі, але на початку ХХІ ст. він стабілізується. На сьо-

годні, представлені вже декілька мереж, що ілюструють різні підходи до просування книги та формування асортименту.

Оскільки офіційні статистичні дані з цього питання нині відсутні, були проведені власні дослідження. Залучено інформацію з офіційних сайтів книгарень, друкованих періодичних видань та електронних інформаційних публікацій та ресурсів.

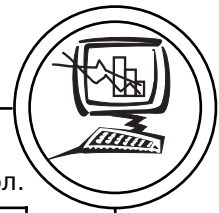
Зібрані дані дослідження представлено в таблиці.

Книгарні займаються своєю основною діяльністю — розповсюдженням друкованої продукції. В більшості з них впроваджено продаж медіа-продукції та канцелярських виробів та задіяні ІТ технології: створюються інтернет-магазини, бази даних (систематизована інформація у електронному вигляді про учасників масових та ексклюзивних акцій) та каталогів продукції. Поки відсутні капіталовкладення у інші інформаційні сфери. Відбувається чіткий розподіл за спеціалізацією — існують книготоргові мережі, орієнтовані як на російськомовну літературу, так і на україномовну літературу. Подеколи більш детальна спеціалізація за цільовим та читацьким призначенням, але це частіше спостерігається у поодиноких книжкових магазинах (наприклад, «Наукова думка»). Беруть участь у книжкових ярмарках та виставках, круглих столах, організують зустрічі з авторами, промо-акції, а також надають видавництвам площу під проплачену інформаційну довідку.



Сучасні мережеві книгарні в Україні

Україна		
Назва, період виникнення та форма власності, веб-сайт	Кількість точок та працюючих	Спеціалізація та країни поширення
Книжковий супермаркет, за формою власності — ТОВ «Книжный Дом «Орфей», нині це Книжковий супермаркет, період заснування — кінець ХХ століття [3]	Кільк. маг. — 36. Чисел. прац. — приблизно 4000 осіб [3]	Спеціалізується на продажу російської та світової літератури та медіа продукції. Проводять виставки дитячих витворів мистецтва. Мають мережу стокових магазинів літератури, у яких пропонують видання за зниженими цінами.
МКС «Буква» (ЕМПіК, Літера та Буква) за формою власності — ЗАТ, період заснування на території України — початок ХХІ століття — 2006 рік [4]	Загальна чисельність книгарень по Україні — 32. Загальна чисельність персоналу — приблизно 5000 осіб [4]	Спеціалізується на продажу російськомовних видань та медіа в тому числі онлайн та поштою. Окрім книготорговельної діяльності здійснює продаж квитків на культурні заходи, приймає участь у благодійних акціях та проводить на базі магазинів зустрічі з авторами, літературні читання, презентації нових видань. Особливістю є те, що це польська мережа магазинів, яка активно освоювала український книжковий ринок під українських керівництвом до 2009. На сьогодні керівництво вже московське.
Книгарня Є, за формою власності — ТОВ, період заснування відноситься до початку ХІХ століття — 2007 рік [5]	Загальна кількість магазинів — 9. Загальна чисельність працюючих приблизно — 150 осіб [5]	Спеціалізується на продажу вітчизняних книг та мультимедійних товарів. Наймолодша та найактивніша з точки зору просвітницької діяльності книгарня. Осередок культурних подій. Тут проводиться багато культурних зустрічей, круглих столів, літературних читань, презентацій книжок. Також книгарня постійно приймає участь у «Форумі Видавців» [5], у книгарнях є полиці для букросінгу.



Закінчення табл.

Україна		
Назва, період виникнення та форма власності, веб-сайт	Кількість точок та працюючих	Спеціалізація та країни поширення
<p>«Читай-город», за формою власності — ТОВ, період появи в Україні початок XXI ст. — 2009 рік. Сайт нині знаходиться у розробці, але є вхід для власників дисконтних карт.</p>	<p>Загальна кількість магазинів — 2. Загальна чисельність — інформація відсутня.</p>	<p>Книгарні цієї мультимедійної мережі за площею (≥ 1000 кв. м) та асортиментом (≥ 80 тис. назв) — в столиці є найбільшими та спеціалізуються на літературі російських видавництв. Позиціонуються, як книжкові клуби. Мають кафе, сценічну площу для організації зустрічей із авторами, презентацій, концертів, дитячих свят. Проводять сезонні акції та мають спеціальні пропозиції для студентів. Особливістю є функціонування магазинів 24 години 7 днів на тиждень.</p>

Висновки

Із розвитком українських економічного та інформаційного просторів неминуче постає питання про забезпечення якісної інформації, доступу до неї, поваги до читання та вміння вибирати якісну літературу. Це стосується і книготорговельних мереж. Для вдосконалення загальної ситуації в цій ланці руху книжкових товарів пропонуємо наступний ряд методів та методик:

1. Освоєння нових каналів збуту книжкової продукції під загальною мережевою назвою;

2. Інвестування з боку мережевих книгарень у розвиток цільової масової інформації про книговидавничу продукцію;

3. Вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності на різних комунікаційних рівнях;

4. Інвестування з боку мережевих книгарень у проведення культурно-просвітницьких заходів у регіоні;

5. Вдосконалення зв'язків із вищими навчальними закладами з метою залучення студентів до Книги та Читання та підвищення рівня кваліфікованості персоналу. Це буде своєрідна професійна солідарність у формуванні та розширенні зв'язків зі спеціалізованими навчальними закладами з метою підвищення кваліфікації власного персоналу та створення робочих місць для майбутніх фахівців.



Як показує Світова практика, Невеликий, у часовому вимірі, мережеві книгарні займають досвід роботи вітчизняних книгарень також демонструє їхню провідне місце у книжковому гарень також демонструє їхню бізнесі та є перспективними. перспективність у майбутньому.

1. Сміт Дейтус К. Посібник книговидавця : учебное пособие / Д. К. Сміт ; пер. з англ. В. Звиняцьковський. — Київ : Любіть Україну, 1999. — 192 с.
2. List of bookstore chains [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_bookstore_chains.
3. Книжковий супермаркет [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.kc.com.ua/>.
4. Книгарня «ЕМПіК» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.empik.ua.
5. Книгарня Є [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://book-ye.com.ua/>.

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

Надійшла до редакції 14.03.11