

УДК 002.2:655.42

Г. А. Мохонько, Л. П. Шендерівська*Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ»***ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
КНИЖКОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

Визначено тенденції розвитку книжкової торгівлі, виявлено проблеми, що уповільнюють розвиток книготорговельних підприємств. Обґрунтовано засади розвитку закладів книготорговельного бізнесу.

Книжкова торгівля, книгорозповсюдження, книготорговельна мережа

Глибокі соціально-економічні перетворення в економіці України спричинили докорінні зміни в книжковій торгівлі. Зруйнувалася монополія держави в цьому секторі економіки, з'явилося безліч приватних видавництв і книготорговельних організацій. Ринок книжкової продукції перетворився з дефіцитного та політизованого в насичений і більш демократичний. Однак низька платоспроможність більшості населення не дозволяє в повному обсязі задовольнити його духовні потреби, у тому числі і в книгах. Разом з тим, книга є не тільки товаром, але й об'єктом культури, має важливу соціальну значимість у розвитку суспільства, виконуючи пізнавальну, виховну, естетичну та духовну функції. Це визначає специфіку ринку книжкової продукції та організації книжкової торгівлі.

Потужна конкуренція з боку економічно ефективніших російських книжкових товарів, популярність нового формату видань (аудіо-, електронних книг), поліпшення забезпеченості населення відповідними технічними пристроями потребує від книготорговельної ланки пристосованості до нових умов господарювання, розроблення стратегії розвитку, спрямованої на ефективне співіснування видань у різних форматах.

Проблеми розвитку книжкової торгівлі в країні порушувалися в ряді досліджень і публікацій О. В. Афоніна [1,2], Ю. О. Барнича [3], Г. І. Глової [5, 6], М. І. Сенченка, Ж. М. Ковби, Г. П. Грет [7], Л. А. Швайки, А. М. Штангрета. Головні серед них – невисокі показники випуску, наповненість українського ринку іноземною продукцією, низька конкурентоспроможність вітчизняної книги в єдиному інформаційному полі пострадянських країн [9].

За сутнісними характеристиками книжкова продукція є твором друку, який акумулює ідеї, думки, поняття, погляди – результат інтелектуальної праці авторів і видавців, втілений у матеріальну форму й тиражований в процесі поліграфічного виробництва. Відтак книжкові видання виступають засобом суспільної комунікації. У сфері споживання вони, як інтегрована свідомість, взаємодіють з індивідуальною свідомістю читачів і зумовлюють творення якісно нових форм суспільної свідомості, виконуючи ряд соціальних функцій. Склад та зміст соціальних функцій вивчалися Ж. М. Ковбою та Г. І. Гловою. Ці

автори виділяють комунікативну, організаційну, ціннісно-орієнтуючу, соціалізуючу, моделюючу, гедоністичну, кумулятивну функції творів друку [6, с.17].

Книга – найефективніший інструмент передачі знань та ідей, а читання її найактивніше сприяє формуванню переконань людини, стимулюванню її участі в житті суспільства. Читання книг – вирішальний фактор удосконалення особистості, один з найраціональніших способів використання вільного часу, у тому числі й для релаксації, відволікання від повсякденних турбот [1, с.3].

Головна мета нашої статті полягає в дослідженні тенденцій розвитку книжкової торгівлі та обґрунтуванні пропозицій щодо активізації діяльності суб'єктів книготорговельної ланки шляхом вирішення таких завдань, як:

характеристика основних тенденцій розвитку книготорговельних підприємств на сучасному етапі;

аналіз і виявлення основних проблем розвитку книжкової торгівлі;

обґрунтування засад розвитку книготорговельних підприємств.

Суть книжкової торгівлі визначається її місцем і виконуваною роллю в розширеному відтворенні книжкової продукції. Книготорговельні підприємства спочатку закупають товарну продукцію у видавництва, а потім реалізують її споживачам. Отже, книжкова торгівля виконує роль посередника у відношеннях між виробниками і споживачами книжкової продукції.

Зовнішнє середовище функціонування книготорговельної ланки характеризується ключовими несприятливими факторами, зокрема: зменшенням реальних доходів населення, конкурентним тиском альтернативних форм втілення видавничої продукції, доступністю джерел отримання інформації, у тому числі на безоплатній основі.

Водночас, за даними Державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова» [4], спостерігається позитивна динаміка випуску вітчизняної видавничої продукції за назвами та накладами (рис.1). Такий приріст друкованої продукції за назвами зумовила державна економічна підтримка, яка, незважаючи на певні недоліки в законодавчій базі, разом з поступовим поліпшенням макроекономічної ситуації добре вплинула на регульовану сферу і сприяла розвитку книговидавничої діяльності. З 1997 р. (попри масштабну міжнародну фінансову кризу 1998 р.) визначилася стійка тенденція до поліпшення стану книговидання і книгорозповсюдження в Україні. Обсяг випуску видань збільшився з 1997-го до 2012 р. на 19 тис. назв.

Позитивною динамікою характеризується також приріст об'єктів роздрібної книжкової торгівлі (табл. 1).

У сучасних умовах книжкова торгівля тяжіє до укрупнення, тобто виходу на ринок не окремих суб'єктів, а мереж («Читай-город», «Є», «Буквоїд»). Це сприяє підвищенню впізнаваності марки, формуванню позитивного іміджу і лояльності клієнтів, оптимізує управлінські процеси, забезпечує скорочення закупівельних і питомих витрат на товаропросування та фінансування апарату управління, дозволяє виробляти єдину концепцію маркетингу-мікс.

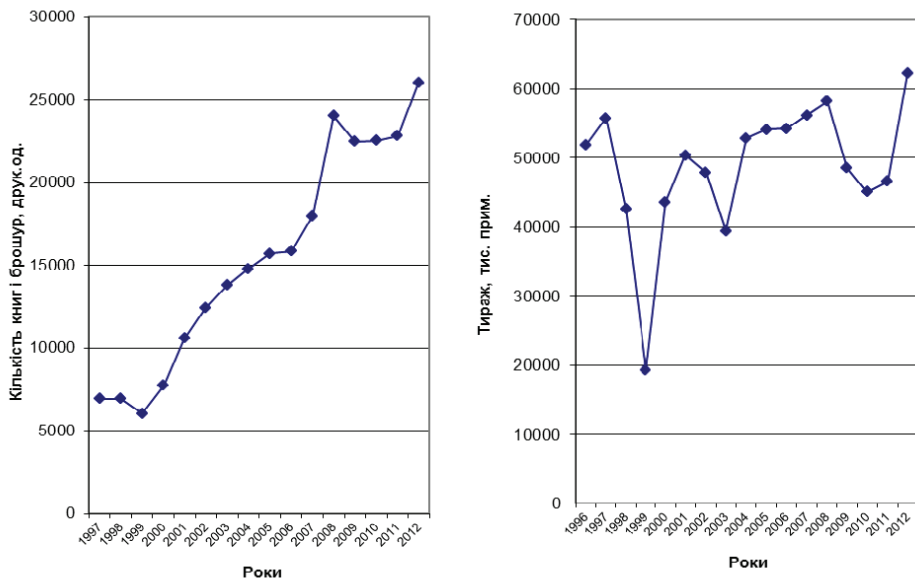


Рис. 1. Динаміка випуску друкованої продукції за назвами та накладом (систематизовано на базі [4])

Таблиця 1

Кількість об'єктів роздрібної торгівлі книжковою продукцією в Україні за статистикою Держкомтелерадіо України (систематизовано на базі [10])

Вид об'єкта	Кількість за станом на		Темп приросту, %
	01.01.2011 р.	01.01.2012 р.	
Книжкові магазини	1470	1517	3,2
Інші об'єкти	3735	4283	14,7

Активна розбудова торговельних центрів приваблює суб'єктів книжкової торгівлі. Це сприятливо як для орендарів, у тому числі книготорговельної ланки, так і для орендодавців, адже зосередження в одній місцевості різних торгових об'єктів зумовлює зростання їхнього товарообігу. Доцільно, щоб орендодавці формували плату на зразок провідних європейських країн, залежно від прибутковості і значимості бізнесу для суспільства. Зважаючи на культурну, освітню роль книжкової продукції, для закладів книжкової торгівлі в країнах з ринковою економікою створюються сприятливі умови оренди: низькі тарифи, з менш інтенсивним підвищенням, ніж для інших видів бізнесу. Орендна плата істотно впливає на торгівлю націнку, тому політика місцевого сприяння розвитку книжкового бізнесу може полягати в пріоритетному наданні в оренду приміщень комунальної власності видавництвам і книготорговельним підприємствам. У Києві відповідні процедури врегульовані місцевою владою.

Книжкова торгівля характеризується режимом економії. Один з напрямів скорочення витрат – вивільнення коштів за рахунок трудових ресурсів. Він забезпечується, зокрема, суміщенням робіт і професій: директор і бухгалтер; продавець і кур'єр тощо. Роботодавцям дешевше утримувати менший штат, який простіший в управлінні і виконуватиме більший обсяг робіт. Але потреба приділяти час набуттю нових навичок, виконанню непрофільних функцій може негативно вплинути на ефективність основної роботи. Сьогодні актуальна проблема завантаження продавців додатковими завданнями, що скорочує час на ознайомлення з новими виданнями, відповідно, негативно впливає на якість консультаційних послуг і вивчення запитів споживачів.

Рациональним джерелом зменшення витрат є економія на складських приміщеннях. Поповнення асортименту невеликою кількістю примірників по кожній назві, які розміщуються в торговому залі, зумовлює вивільнення складських площ й оборотних коштів. Отримана економія компенсує приріст витрат на постачання. У свою чергу, видавництва провадять сприятливу політику щодо книготорговельних організацій, укладаючи договори консигнації, тобто виплати за продукцію здійснюються за фактом реалізації.

Проаналізувавши стан книжкової торгівлі, систематизуємо основні проблеми, які впливають на її розвиток [7, 8, 11]:

- відставання вітчизняного ринку книжкової продукції від західного в технологічності, що пояснюється роз'єднаністю суб'єктів ринку книжкової продукції та їх низькою відповідальністю за розвиток технологічності книжкового ринку загалом;

- відсутність централізованої гуртової ланки, тобто нескоординованість і безсистемність у роботі суб'єктів книжкового ринку, що призводить до уповільнення товарообертовості, збільшення кількості ланцюгів товароруку та вартості товару і, як наслідок, до падіння рентабельності;

- нерозвиненість роздрібної книжкової торгівлі;

- стрімке поширення на українських книжкових ринках російськомовних видань;

- понижений інтерес населення до читання, викликаний низьким рівнем освітньо-професійної підготовки. Сучасний громадянин України не вважає книгу найефективнішим джерелом отримання інформації для власного розвитку, здобуття знань та підвищення своїх кваліфікаційних характеристик. Нинішні електронні видання, PocketBooks впевнено займають певну нішу на книготорговельному ринку;

- низький платоспроможний попит населення. Негативна динаміка платоспроможності населення, зростання цін на товари першої необхідності й комунальні послуги також призводять до скорочення попиту на книги. Оскільки книга є товаром, без якого можна обійтися, то можна передбачити, що структурні зрушення в складі витрат населення відбудуться не на її користь;

- демографічний спад в Україні: зменшення народжуваності і кількості дітей у сім'ях, старіння населення, зростання кількості розлучень і скорочення

шлюбів, активізація міграції населення – негативно впливає на випуск книг у країні, зміни в асортиментній структурі і попит населення на книжкову продукцію;

тенденція скорочення і перепрофілювання спеціалізованих книжкових магазинів;

проблема доступності книжкової продукції в сільській місцевості.

Ефективність книжкової торгівлі може бути істотно підвищена за рахунок узгодження державного регулювання, менеджменту і маркетингу. Сприятливими чинниками розвитку книготорговельного бізнесу можуть бути:

1) зовнішні:

проведення на державному рівні комплексних акцій пропагування читання;

збереження умов пільгового оподаткування для суб'єктів галузі;

надання в оренду на пільгових умовах приміщень закладам книжкової торгівлі;

2) внутрішні:

удосконалення асортиментної політики на основі адаптації до запитів споживачів. Своєчасне і в достатньому обсязі поповнення асортименту бестселерами, виданнями, актуальними в контексті певних дат і подій;

впровадження стратегії горизонтальної диверсифікації. В її межах доцільно здійснювати продаж супроводжувальних товарів, виходячи з потреб цільового сегмента. Переважно асортимент поповнюється канцелярськими і паперово-біловими товарами. Стратегія горизонтальної диверсифікації є підтримуючою для основного профілю книгарні, частково нівелює погіршення фінансових результатів, у тому числі в сезон скорочення попиту. Диверсифікацію доцільно впроваджувати і в напрямку розширення надаваних послуг: можливість отримати книгу на платній основі для прочитання вдома, буккросинг, букіністична торгівля, виконання замовлень покупців на постачання книг;

орієнтація філософії ведення бізнесу на просвітницьку діяльність: організація лекторіїв з фахівцями з різних галузей знань, проведення спеціальних читань та ін.

поліпшення кадрової політики за рахунок ефективного добору персоналу, систематичного підвищення кваліфікації працівників;

збільшення ефективності менеджменту торговельного простору. Розміщуючи товари, слід враховувати психологію покупців, розділяти простір за рубриками, читацькими аудиторіями, призначенням (виділення простору для дітей, для читання і відпочинку, для бестселерів тощо);

активізація товаропросування: надання якісних консультацій, впровадження ефективних дисконтних програм, систематичне проведення акцій, виставково-ярмаркова діяльність;

удосконалення комунікаційної політики. Для цього економічно вигідно використовувати інтернет-ресурси;

автоматизація управління робочими потоками;

впровадження ефективної системи рубрикації, у тому числі адаптація для конкретного книготорговельного підприємства.

Аналізуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки:

1. Загострення конкурентної боротьби на ринку книжкової продукції актуалізує інтенсифікацію тенденцій розвитку книжкової торгівлі.

2. У сучасних умовах спостерігається тяжіння до книжкової мережної торгівлі. Це зумовлює звикання до торгової марки, підвищує відповідальне ставлення до свого іміджу не лише в питаннях забезпечення належного асортименту, якості обслуговування, але й співпраці з видавництвами та своєчасної оплати за книжкову продукцію. Прискорення оборотності коштів сприятиме насиченню ринку новими виданнями, скороченню витрат, підвищенню конкурентоздатності вітчизняної продукції.

3. Проблеми в книжковій торгівлі пояснюються інертним пристосуванням до зміни співвідношення попиту на конкуруючі носії інформації (папір та електронна форма), недостатньою розвиненістю маркетингових функцій книготорговельних підприємств, дефіцитом фінансування на підвищення кваліфікації персоналу і проведення спеціальних ринкових досліджень. Актуальність книгарень для ринку визначатиметься комплексом наданих послуг, зокрема, раціональною асортиментною політикою, яка досягається насамперед довжиною, шириною і глибиною асортименту, якістю консультування, що спиратиметься на пріоритетність літературних уподобань покупця.

Підприємствам необхідно активізувати діяльність у напрямку належного інформаційного забезпечення читачів з використанням прогресивних засобів поширення даних; постачання книг на замовлення й по обміну; тісної співпраці з видавництвами і покупцями для оптимізації задоволення потреб читачів.

1. Афонін О. Влада і книга: український варіант / Афонін О. – К.: [Б. в.], 2004. – 32 с. 2. Афонін О. Національна книга: стан, причини, наслідки, перспективи / О.Афонін // Друкарство. – 2000. – № 3-4. – С. 28–31. 3. Барнич Ю.О. Позиції вітчизняної книжки на ринку видавничої продукції України (за матеріалами маркетингових досліджень кафедри ОВПК ВПІ НТУУ «КПІ») / Ю.О. Барнич, Г.І. Глотова // Вісн. Кн. палати. – 2005. – №9. – С.8–13. 4. Випуск видавничої продукції в Україні: дані Книжкової палати України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrbook.net>. 5. Глотова Г.І. Організація і економіка книговидавництва: навч. посіб. / Г.І. Глотова, О.О. Добровольський. – К.: Університет «Україна», 2006. – 101 с. 6. Глотова Г.І. Соціально-економічні проблеми вивчення книжкового ринку України / Г.І. Глотова, Ж.М. Ковба // Вісн. Кн. палати. – 1999. – №9. – С.17–19. 7. Грет Г.П. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України/ Г.П.Грет// Вісн. Львів. ун-ту. Сер. книгозн., бібліот. та інф. технол. – 2012. – Вип. 7. – С. 105–116. 8. Зинцова М. В. Развитие книжной торговли в России: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Зинцова М. В. – М., 2004. – 158 с. 9. Індутна К.І. Розвиток книговидавничої справи в Україні / К.І. Індутна // Економіка і прогнозування. – 2010. – № 2. – С. 145–154. 10. Кількість об'єктів роздрібної торгівлі книжковою продукцією за станом на 01.01.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=99067&cat_id=99055 11. Стецько М.І. Про стан ринку книжкової продукції в Україні/ Стецько М.І.// Наук. вісн. НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.14. – С.361–366.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КНИЖНОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

Определены тенденции развития книжной торговли, выявлены проблемы, замедляющие развитие книготорговых предприятий. Обоснованы принципы развития учреждений книготоргового бизнеса.

BOOKSELLING TRENDS IN UKRAINE

The tendencies of the book trade are defined, the problems of slowing down the development of the bookselling enterprises are identified. The factors of development of bookselling business institutions are grounded.

Стаття надійшла 10.05.2013

УДК: 368: 330.32

М. В. Сороківська

Львівська комерційна академія

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ

Визначено суть та роль державного регулювання інвестиційною діяльністю небанківських фінансових установ. Досліджено особливості та проблеми інвестування небанківськими фінансовими установами у фінансові інструменти різних видів, основними серед яких є цінні папери, банківські депозити та банківські метали. Запропоновано напрями удосконалення державного регулювання вкладками небанківських фінансових установ у розрізі їх напрямів.

Небанківська фінансова установа, державне регулювання, інвестиційна діяльність, цінні папери, банківський депозит

Небанківські фінансові установи (НФУ) відіграють важливу роль в інвестиційних процесах в усьому світі – як у країнах з високим, так і з низьким рівнем економічного розвитку. Важливість державного регулювання інвестиційної діяльності НФУ обумовлена передусім необхідністю забезпечення їх стійкості та надійності, збереження вкладів клієнтів і досягнення певного рівня прибутковості. Державне регулювання напрямів інвестиційних вкладів покликане забезпечувати оптимальний розподіл і перерозподіл грошових ресурсів НФУ між сферами економіки, регіонами країни та країнами в межах світового ринку.

Особливості функціонування фінансових установ, види використовуваних ними інвестиційних інструментів, напрями інвестиційної діяльності фінансових установ та її державного регулювання досліджували в своїх роботах А. Василенко [1], О. Вовчак [2], Ю. Данько [7], В. Макарюк [7], В. Жмайлова [7], В. Реверчук [4], В. Фурман [8], С. Черкасова [9], О. Юркевич [10], І. Якушик [11].

Більшість науковців розглядає окремі аспекти державного регулювання основної діяльності НФУ, не беручи до уваги їх інвестиційну діяльність. Недосконалим також є її законодавче забезпечення, більше того, регулювання інвестиційних операцій не виокремлено в завданнях Нацкомфінпослуг України. З огляду на це впливає, що особливості державного регулювання інвестицій-