

Дослідження ринку книг в Україні: опитування видавців і книгорозповсюджувачів

Жовтень, 2008

**Дослідження проведено з ініціативи
Міжнародного фонду "Відродження" та Фонду східноєвропейського книжкового
проекту (Амстердам), за підтримки програми МАТРА Міністерства закордонних справ
Нідерландів.**

Метод та вибірка



2

Тип дослідження:**Метод:**

Експертне особисте інтерв'ю на робочому місці респондента

Розмір вибірки:

Було проведено 16 інтерв'ю з представниками видавництв та 36 інтерв'ю з представниками книготоргових організацій: були опитані представники 5 всеукраїнських мереж книжкових магазинів, 6 гуртових книжкових магазинів і 25 роздрібних книжкових магазинів, що не належать до торгової мережі.

**Час проведення
опитування:**

з 15 по 28 жовтня

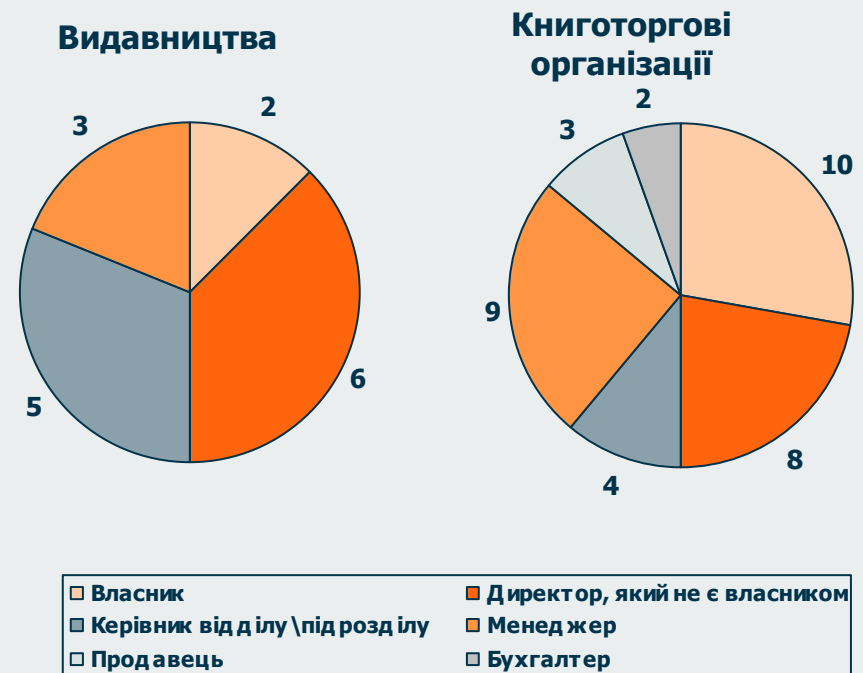
Менеджер проекту:**Інна Волосевич**

Tel.: +230 02 60

E-mail: Inna.Volosevych@gfk.ua

Опис вибірки

- У ході даного дослідження було опитано представників 16 видавництв із 6 найбільших міст України: Київ, Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, Одеса, Львів; а також представників 36 книготоргових організацій із 10 обласних центрів України.
- Для дослідження в приблизно однаковій кількості відбирались малі видавництва (за експертними оцінками до них були віднесені ті, що випускають до 50 найменувань книг на рік), середні (51-100 найменувань) та великі видавництва (більше 100 найменувань). Серед книготоргових організацій для дослідження було відібрано 6 гуртівень, 5 всеукраїнських книготоргових мереж та 25 книгарень. Серед останніх було відібрано приблизно однакову кількість малих книгарень (за експертними оцінками до них були віднесені ті, які мають менше 2000 найменувань книг у продажу), середні (від 2000 до 5000 найменувань) і великі книгарні (більше 5000 найменувань).
- Інтерв'ю проводилось лише з людиною, що є достатньо обізнаною у справах підприємства. Переважно це були наймані директори підприємств або керівники відділів чи підрозділів підприємства.



Загальні висновки: розвиток українського книжкового ринку

- **Зростання кількості найменувань** книжок, які планують видати більшість видавництв у 2008 році порівняно із 2007, а **річне зростання доходів** у більшості опитаних підприємств (часто таке, що перевищує середній відсоток зростання ціни книжок) свідчить про розвиток книжкового ринку.
- При цьому, майже всі видавництва, особливо малі, значну частку продукції видають за фінансової підтримки і продають її державним установам та неприбутковим організаціям. Багато книгарень також 5%-10% доходу отримують за рахунок продажу книг бібліотекам. Це свідчить про те, що український книжковий ринок дотепер значною мірою спирається на **державні дотації** та гранти.
- Відповідним є і сприйняття необхідних умов для покращення видавничого бізнесу в Україні: представники всіх без винятку опитаних організацій вважають, що це передусім має бути **зниження податків та пільгові умови оренди приміщень**, також називалися збільшення кількості держзамовлень, виділення коштів бібліотекам, прозорість програм державних закупівель тощо. Частина опитаних книготоргових організацій вважає, що держава повинна потурбуватись про захист українських книжок перед засиллям дешевих російських: **зниження імпорту шляхом введення мита, зменшення кількості контрабандних поставок**.
- При цьому, у видавців і книготорговців немає єдиного бачення, що потрібно робити їм самим: більшість сходяться на тому, що необхідне **збільшення кількості українських книжок та покращення їх якості**, книгарні згадували також **зменшення ціни книжок**. Лише частина опитаних називали такі ринкові механізми як **розвиток роздрібною мережі книготоргівлі та логістики поставок, проведення рекламних та піар-компаній**.
- **Загалом книготоргові організації є більш ринково-орієнтованими, аніж видавництва, оскільки частіше згадували більше ринкові механізми розвитку**. Без сумніву, державна підтримка могла б дати сильний поштовх для розвитку галузі, як це сталося в Росії, але, на нашу думку, **орієнтація на державну підтримку, держзамовлення та гранти (особливо з боку видавництв), а не на комерційний розвиток збуту** є можливим фактором **гальмування розвитку українського книжкового ринку**.

Загальні висновки: проблеми налагодження збуту книжок

- Налагодження збуту є запорукою успішного бізнесу. За результатами дослідження **середні та малі видавництва**, на відміну від великих, значно **рідше мають торгових представників та рідше інформують книгарні про свої новинки**.
- Більшість середніх та значна частина великих і малих книгарень вважають **контакти з торговими представниками видавництв недостатньо частими**.
- **Лише частині малих та середніх видавництв** вдається продавати книжки **через гуртівні**, тоді як великі видавництва переважно користуються саме цим способом реалізації книжок.
- Важливою проблемою українського книжкового ринку є **недостатня представленість вітчизняних книжок у книгарнях, що належать до всеукраїнських торгових мереж** (в середньому лише третина їхнього асортименту видана українськими видавництвами!). Українським видавцям вигідно працювати з **мережевими книжковими супермаркетами** не лише через їхню популярність та широке регіональне охоплення, а й через те, що вони відносно **частіше**, ніж інші книгарні та гуртівні, **відразу оплачують замовлені книжки**.
- Більшу частину книжок усі книготоргові організації **беруть на реалізацію або з відтермінуванням оплати**, що суттєво ускладнює видавничий бізнес.

Загальні висновки: структурний дисбаланс ринку

- За опитуванням покупців книжок, що було проведено в межах даного проекту в березні цього року, найбільше в Україні купують **художню літературу, після неї іде дитяча та прикладна, і дещо відстає від останніх двох науково-навчальна література**. Відповідну структуру асортименту мають лише **книгарні, що належать до всеукраїнських книжкових мереж** (де, як зазначалось раніше, переважають книжки російського виробництва).
- Видавництва, що взяли участь у проекті, найчастіше видають **наукову та навчальну літературу**, і значно рідше - **дитячу та художню літературу, книготоргові організації** також характеризуються **перекосом у бік науково-навчальної літератури та меншою часткою художньої або дитячої літератури**. Цей дисбаланс вочевидь пояснюється тим, що значну частину українського ринку складають книжки російських видавництв, які задовольняють попит на найбільш популярні види літератури: художню та прикладну і частково дитячу (за даними вищезгаданого опитування серед куплених дитячих книжок україномовні переважають російськомовні). **Відповідно, конкуренція з боку російських книжок відтіснила українські видавництва у сегменти науково-навчальної та дитячої книги. Українським видавцям необхідно відвойовувати у російських популярні сегменти художньої та прикладної літератури.**
- **Книжки російських видавництв складають від 20% до 60% асортименту книготоргових організацій, що взяли участь у опитуванні: в середньому 62% у мережевих книгарнях і 21% у малих книгарнях.**

1

Видавництва

Видавництва, які взяли участь в опитуванні

№ п/п	Назва магазину	Місто	Спеціалізація видавництва
1	“Грані”	Дніпропетровськ	Наукова література
2	“Арт-Прес”	Дніпропетровськ	-
3	“Видавництво Донеччина”	Донецьк	-
4	“Альфа-Прес”	Донецьк	-
5	“Веско”	Донецьк	Інше
6	“Зелений пес”	Київ	Художня література
7	“Смолоскип”	Київ	Гуманітарні видання українською мовою
8	“Махаон-Україна”	Київ	Дитяча література
9	“Літопис”	Львів	-
10	Дослідно-видавничий центр наукового товариства ім.Шевченка	Львів	Наукова література
11	“Астропринт”	Одеса	-
12	“Ален”	Одеса	-
13	“Друк”	Одеса	-
14	“Торсінг”	Харків	Дитяча та навчальна література
15	“Клуб сімейного дозвілля”	Харків	-
16	“Ранок”	Харків	Навчальна література

Працівники та торгові представники видавництв (1)

№ п/п	Працівники, к-сть		Торгові представники		
	Штатні	Позаштатні	Кількість	Штатні	Позаштатні
Мале видавництво, що випускає до 50 найменувань книг щороку					
1	4	0			
2	4	10			
3	12	є	1	✓	
4	-	-			
5	9	0			
Середнє видавництво, що випускає 51-100 найменувань книг щороку					
6	17	30			
7	20	0	5	✓	
8	10	40			
9	20	0			
10	12	0			
11	55	55	60	✓	✓
Велике видавництво, що випускає більше 100 найменувань книг щороку					
12	400	0	110	✓	
13	60	10	3		✓
14	13	0	1	✓	
15	54	20	2	✓	✓
16	77	475	3		✓

Працівники та торгові представники видавництв (2)

- **У малих видавництвах** зазвичай працює **до 10 працівників**, в **видавництвах середнього** розміру – **близько 20**, у великих видавництвах у більшості випадків працює в середньому **60 працівників**, хоча є й такі випадки, коли кількість працівників значно менша – 13, або значно більша – 400.
- Лише у **двох з п'яти малих видавництв є позаштатні працівники**. Що до **середніх та великих видавництв**, то приблизно в **половині** з них працюють **позаштатні працівники**. Їх кількість скоріше залежить від потреб конкретного видавництва - немає прямої залежності від величини видавництва.
- **Позаштатні працівники** всіх **великих** та більшості **середніх видавництв** виконують всі види робіт, які можливо зробити дистанційно: **переклад, дизайн, літературне редагування, коректура, підготовка до друку** (верстка та ін.), редагування. В **малих видавництвах** позаштатні працівники займаються переважно лише **дизайном та коректурою**, рідше підготовкою до друку та літературним редагуванням. Вочевидь, у малих видавництв немає потреби наймати позаштатних перекладачів.
- **Торгових представників** мають **всі великі видавництва**. Набагато **рідше** торгові представники працюють з **середніми та малими видавництвами**. **Всі** торгові представники працюють з **книжковими магазинами**, і лише представники **двох великих видавництв** працюють з **бібліотеками**. Торгові представники можуть бути як штатними, так і позаштатними працівниками.

Обсяг видавництва та продажу книжок (1)

№ п/п	Приріст прибутку (2006/2007),%	Видано минулого року		Видано за фінансової підтримки		Продали минулого року		Куплені державними установами (для бібліотек, шкіл тощо)		Куплені неприбутковими організаціями		Планують видати поточного року
		найменувань	примірників	найменувань	примірників	найменувань	примірників	найменувань	примірників	найменувань	примірників	найменувань
Мале видавництво, що випускає до 50 найменувань книг щороку												
1	-7	4	2000	4	2000	4	1600	4	200	4	200	4
2	↑	12	50000	2	6000	12	50000	12	50000	3	6000	15
3	25	28	32000	6	10000	80**	40000**	15	100	20	100	22
4	40	20	1500	0	0	20	1500	8	100	2	30	30
5	5	45	6000	0	0	*	*	0	0	0	0	47
Середнє видавництво, що випускає 51-100 найменувань книг щороку												
6	20	80	-	5	-	20	-	0	0	0	0	44
7	-	70	350000	0	0	50	250000	0	0	0	0	70
8	40	56	140000	3	20000	220**	100000**	6	26000	0	0	60
9	0	50	6000	1	500	50	6000	25	3000	0	0	60
10	10	80	90000	0	0	*	*	-	-	-	-	-
11	0	-	-	10	-	-	-	-	-	-	-	512
Велике видавництво, що випускає більше 100 найменувань книг щороку												
12	↑	102	255000	0	0	-	196000	0	0	0	0	103
13	↑	230	75000	3	5000	-	-	10	1000	10	1000	230
14	0	220	-	0	0	200	15000	0	0	0	0	250
15	0	420	1500000	0	0	420	1500000	30	800	30	300	577
16	↑	663	10632000	-	-	-	12000000	-	-	-	4000	1200

* весь тираж забирає замовник

** продають книги інших видавництв

FUND FOR CENTRAL AND EAST EUROPEAN BOOK PROJECTS



Обсяг видавництва та продажу книжок (2)

- **ВИДАННЯ КНИЖОК**
- Спостерігається позитивна тенденція, що у більшості видавців **зростає кількість найменувань виданих книжок** (порівняно із 2007 роком). Особливо показовим є суттєве зростання кількості найменувань книжок, виданих 3-ма з 5-ти **великих видавництв**. Лише 2 з 16-ти видавництв цього року планують видати менше найменувань книжок, аніж минулого.
- Близько **половини** опитаних видавництв видають **частину книжок за фінансової підтримки та продають їх державним установам і неприбутковим організаціям**. Зокрема серед **малих видавництв переважна більшість** значну частину книжок видають за фінансової підтримки та продають державним установам і неприбутковим організаціям. Середні і великі видавництва значно рідше видають книжки за фінансової підтримки і продають книжки фінансовим установам та неприбутковим організаціям.
- **ПРИБУТОК**
- Якщо порівнювати продаж книг у 2007 році із продажем у 2006, то **у більшості видавництв загальний прибуток від продажу зріс**. Відсоток приросту суттєво різниться (від 5 до 40%). У решти видавництв прибуток не змінився, і лише в одного малого видавництва зменшився на 7%.

Види книжок: видавництво

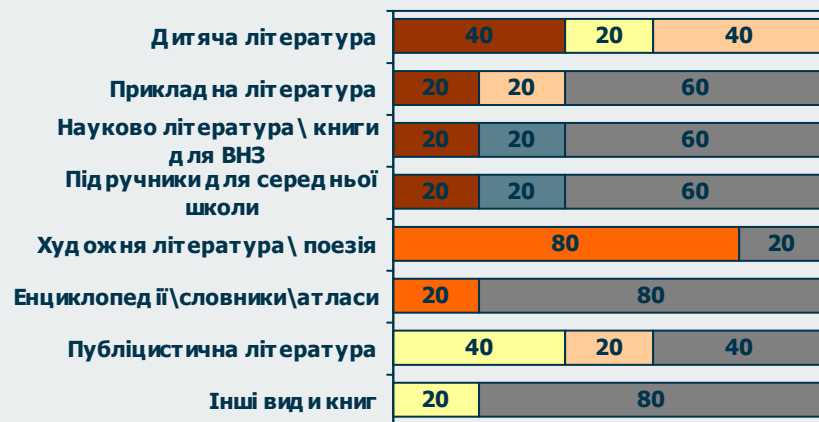
Середня частка виданих у 2007 році найменувань книг за видами

Видано у 2007 році	Малі видавництва до 50 найменувань в рік	Середні видавництва 51 - 100 найменувань в рік	Великі видавництва більше 100 найменувань в рік	Загалом
Художня література\ поезія	18,0%	19,2%	18,0%	18,4%
Публіцистична література	7,6%	1,7%	6,0%	4,9%
Прикладна література	2,0%	2,5%	12,0%	5,3%
Дитяча література	5,0%	25,8%	30,6%	20,8%
Наукова література\ книги для ВНЗ	56,0%	15,0%	15,6%	28,0%
Енциклопедії\словники\атласи	10,4%	9,2%	2,0%	7,3%
Підручники для середньої школи	1,0%	1,7%	14,2%	5,4%
Інші види книг	0,0%	25,0%	1,6%	9,9%

Види книжок: продажі

Місце за продажами: від 1 (найбільші продажі) до 7 (найменші продажі)

Великі видавництва

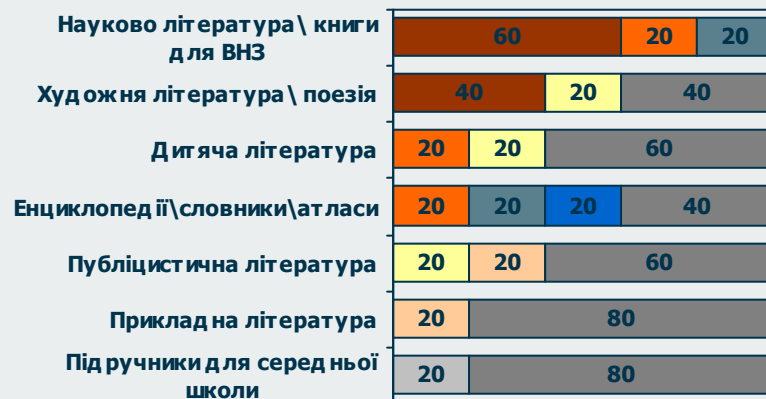


Середні видавництва



■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ Не продають книжки даного виду

Малі видавництва



Мова книжок

Ранги за продажами:



■ 1 ■ 2 ■ Не продають книжки цією мовою

Середня кількість виданих книг

Видано у 2007 році	Малі видавництва до 50 найменувань в рік	Середні видавництва 51 - 100 найменувань в рік	Великі видавництва більше 100 найменувань в рік	Загалом
Українською мовою	60,0%	65,8%	53,0%	60,0%
Російською мовою	20,0%	30,8%	26,8%	26,2%
Іншою мовою	0,0%	3,3%	0,2%	1,3%

Види та мова книжок

- **ВИДИ КНИЖОК**

- За опитуванням покупців книжок, що було проведено в межах даного проекту в березні цього року, найбільше в Україні купують художню літературу, після неї йде дитяча та прикладна, і дещо відстає від останніх двох науково-навчальна література. При цьому, видавництва, що взяли участь у проекті, найчастіше видають **наукову та навчальну літературу**, і значно рідше - **дитячу та художню літературу**. Відповідно, наукову та навчальну літературу вони найчастіше ставлять на перше місце за продажами, далі йде дитяча, а після неї художня література (щоправда, художня література найчастіше ставиться на друге місце за продажами). Цей дисбаланс вочевидь пояснюється тим, що значну частину українського ринку складають книжки російських видавництв, які задовольняють попит на найбільш популярні види літератури: художню, прикладну і частково дитячу (за даними вищезгаданого опитування серед куплених дитячих книжок україномовні переважають російськомовні). А оскільки викладання у ВНЗ України ведеться українською мовою дану нішу цілком заповнюють українські видавництва.
- Всі без винятку **малі видавництва** випускають **наукову літературу/книжки для ВНЗ**. Цей вид літератури складає в середньому **56%** від усіх книжок, які випускають малі видавництва. Це - найвищий показник серед усіх типів видавництв. Відповідно, більшість видавництв поставили наукову літературу/книжки для ВНЗ на перше місце за продажами, за нею йде **художня література**.
- Більшість **середніх та великих видавництв найчастіше видають дитячу літературу**, після неї йде художня та наукова. Відповідно вони віддали дитячій літературу перше місце за частотою купівлі, друге місце за видавництвом та продажами займає художня література. **Великі видавництва частіше**, ніж середні та малі, видають **прикладну літературу та підручники для школи**.
- **МОВА КНИЖОК**
- Видавництва, які взяли участь в опитуванні, випускають значно **більше україномовних книг**, ніж російськомовних – відповідно, вони ставлять україномовну літературу на перше місце за продажами. Як свідчить вищезгадане опитування покупців книжок, більшість науково-навчальних та дитячих книжок (на яких переважно спеціалізуються опитані видавці) українці купують саме українською мовою - при цьому, загалом близько **60% книжок на ринку купується російською мовою**.

Інформування книжкових магазинів про новинки

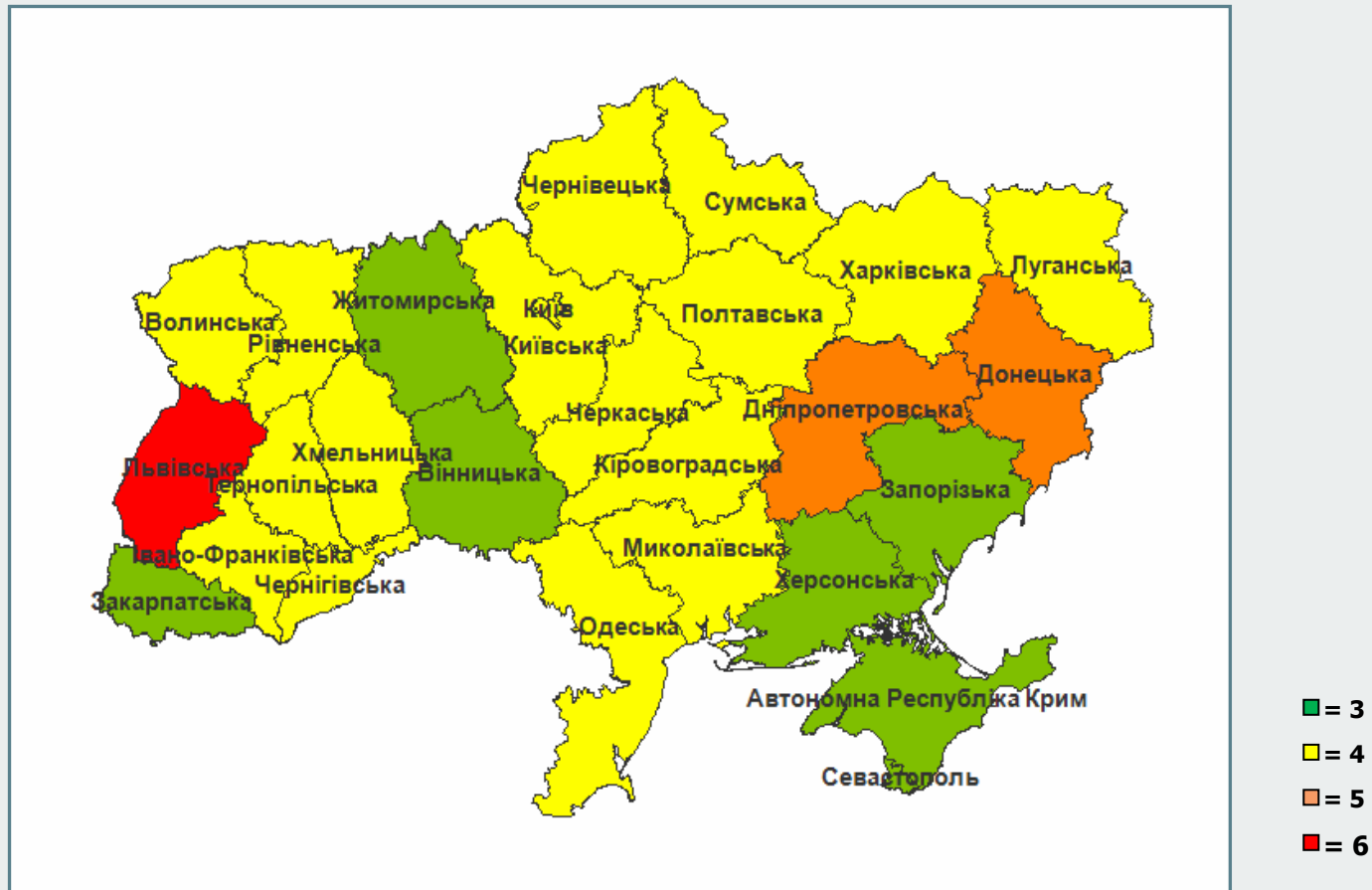
- Більшість видавництв, незалежно від їх розміру, **інформують** про свої новинки лише **книжкові магазини, з якими регулярно співпрацюють.**
- **Всі великі видавництва регулярно інформують** книжкові магазини про новинки видавництва. **Більшість середніх видавництв регулярно чи хоча б іноді інформують** про новинки. Частина **малих видавництв майже ніколи не інформують** книжкові магазини про новинки, частина - **регулярно інформують.**
- Про книжки, які **готуються до друку**, але ще не видані, видавництва або **майже ніколи не інформують книжкові магазини, або інформують регулярно.** Це не залежить від розміру видавництва, а залежить скоріше від кожного окремого видавництва.
- Причиною того, що видавництва не інформують (або не регулярно інформують) книжкові магазини про свої новинки зазвичай є відсутність потреби в цьому (весь тираж забирає замовник, видавництво має власний гуртовий магазин тощо). Представник одного видавництва пояснив, що персонал книжкових крамниць не хоче, щоб їх інформували.
- Всі видавництва інформують книжкові магазини про свої новинки **по телефону.**
- Більшість видавництв, незалежно від їх розміру, інформують про новинки **по електронній пошті і/або факсу**, за допомогою регулярних **каталогів.**
- Ці способи були визнані найкращими майже всіма видавцями.
- Крім того, більшість видавництв мають свою **веб-сторінку.**
- Також майже всі **середні та великі видавництва** інформують книгарні через **торгових представників**, які безпосередньо відвідують книжкові магазини, і вони вважають цей спосіб серед найкращим для інформування.
- Значна частина середніх та великих видавництв крім того випускають **інформаційні брошури.**

Розповсюдження книг

- **Близько третини видавництв** кожного типу мають **власні книжкові магазини**. Лише одне мале видавництво продає в своєму магазині виключно власну продукцію, всі ж інші продають також книги інших видавців. Кількість інших видавництв, книги яких видавці продають у своїх книжкових магазинах, дуже різняться з огляду на розмір цих магазинів, і знаходиться в діапазоні від 4 до 200.
- Стосовно мережі розповсюдження книг, то **малі видавництва** у більшості випадків використовують **власну мережу розповсюдження**, а всі великі видавництва користуються **послугами дистриб'юторів/ гуртових торговців** іноді у поєднанні з використанням власної мережі. Середні видавництва 50 на 50 використовують або першу, або другу систему розповсюдження своїх книжок.
- На питання про **кількість книжкових магазинів в Україні, яким видавництва продають свої книжки**, відповіла половина респондентів, решта або користуються послугами дистриб'юторів, або не змогли вказати точну кількість магазинів, або вважають це комерційною таємницею тощо. Кількість книжкових магазинів, яким видавництва продають свої книжки, різняться **від 10 до 200**.
- Близько половини видавництв мають труднощі із продажем книжок через **недостатній розвиток каналів реалізації**. Нема проблем з реалізацією у львівських видавців Львову та у більшості видавців Донецька. Лише одне видавництво з Донецьку має проблеми з реалізацією своєї продукції на Західній Україні. **У Харкові**, навпаки, лише одне видавництво зазначило, що немає проблем з продажем книжок через недостатній розвиток каналів реалізації, інші два вказали, що такі проблеми існують в Донецькій, Луганській, Чернігівській, Хмельницькій та Тернопільській областях, а також в Автономній Республіці Крим. На здивування, саме **столичні видавці** мають найбільше труднощів з реалізацією книжок майже у всіх регіонах України (Закарпатською, Волинською, Вінницькою, Житомирською, Полтавською, Сумською, Чернігівською, Кіровоградською, Запорізькою, Херсонською областями та Автономною Республікою Крим).
- У **більшості** видавництв залишаються **книги, які вони не продали протягом 2-х років**. Найчастіше видавництва **знижують ціну** на такі книги, малі видавництва також **дарують** книги неприбутковим або доброчинним організаціям.

Місцезнаходження книжкових магазинів, яким видавництва продають книжки

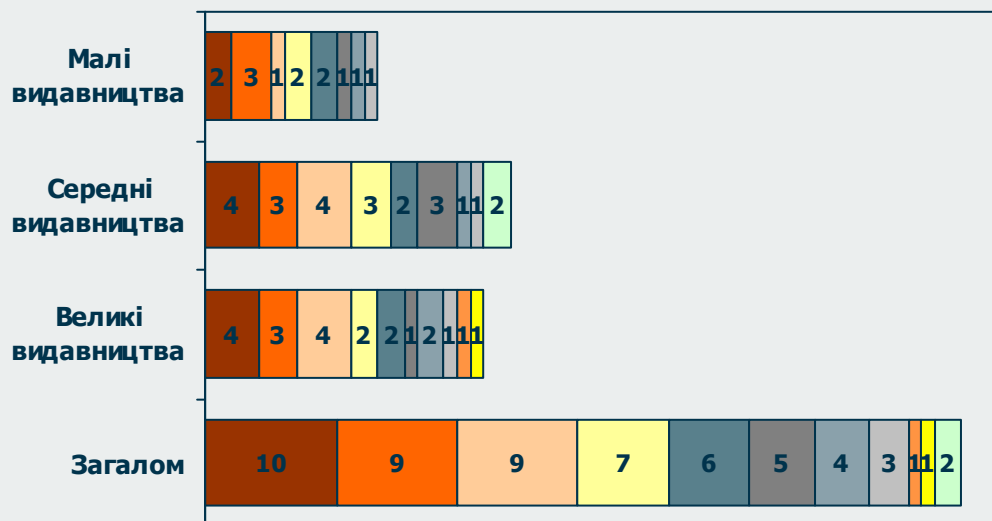
Усі видавництва: N=16



Канали збуту

Усі видавництва: N=16

Використання каналів збуту



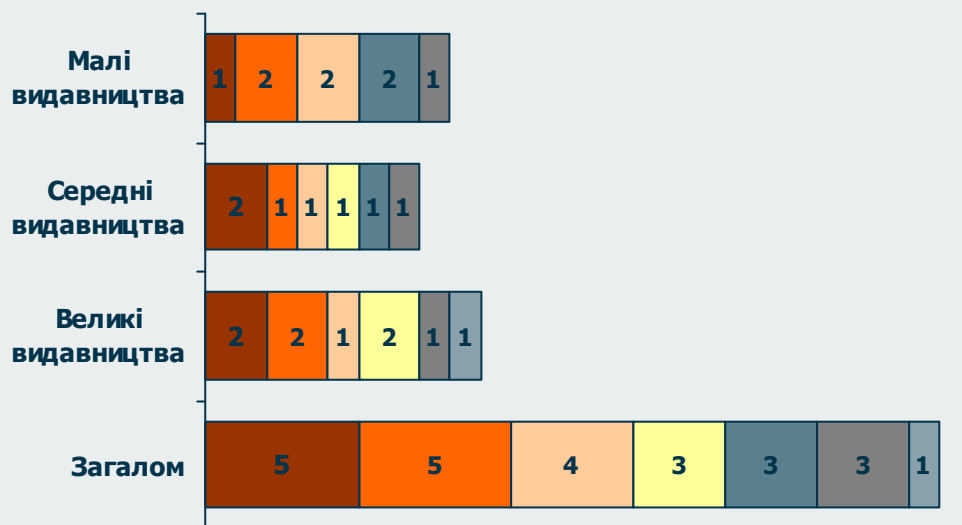
- Малим видавництвам найбільший відсоток від загальних обсягів продажу приносять книги, продані книжковим магазинам (70-80%).
- Середнім видавництвам найбільшу частку доходу отримують від книг, проданих гуртівням (30-80%) та книжковим магазинам (10-75%). 10-20% від обсягів продаж також приносять продажі книг державним установам та їх реалізація через книжкові ринки.
- Великим видавництвам від 10 до 70% доходу приносять продажі книг гуртівням. Продаж книжковим магазинам складає від 3 до 30% доходу, книжковим ринкам та державним установам до 40%.

- Книжкові магазини
- Державні установи (закупівлі для бібліотек, шкіл та інших організацій)
- Гуртові торговці (гуртівні)
- Книжкові ярмарки
- Поштова доставка за каталогом книжок
- Книжкові ринки\ятки
- Інтернет магазини
- Прямий продаж (по телефону\при особистому контакті)
- Бартерний обмін з іншими книжковими магазинами
- Експорт
- Інше

Знижки на продукцію

Видавництва, що надають знижку: N=6

Надання знижки



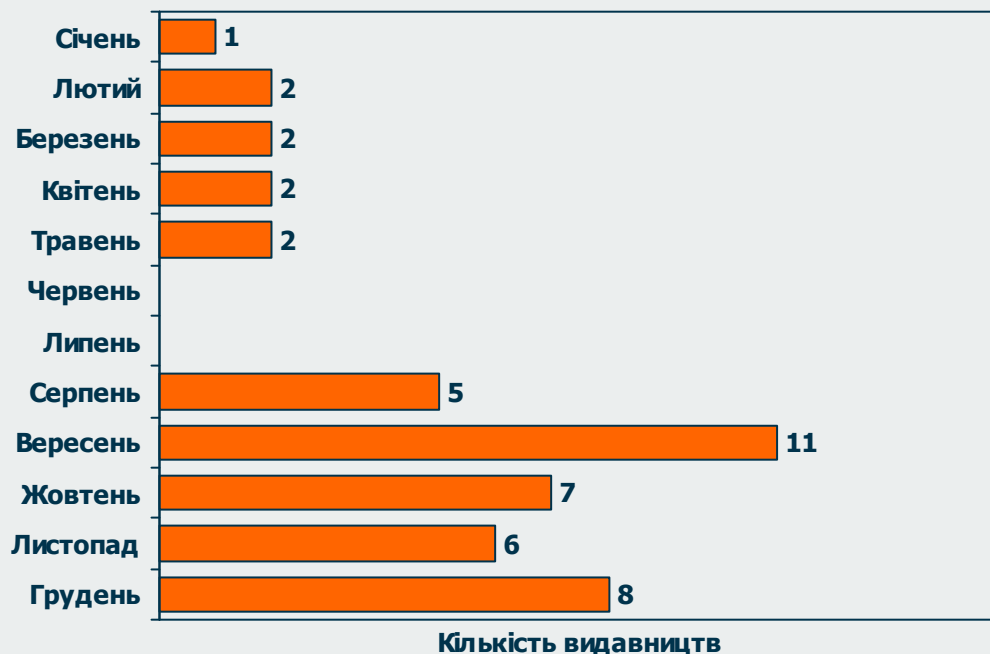
- Гуртові торговці (гуртівні)
- Книжкові магазини
- Книжкові ярмарки
- Державні установи (закупівлі для бібліотек, шкіл та інших організацій)
- Поштова доставка за каталогом книжок вашої організації
- Книжкові ринки\ятки
- Інтернет магазини

- Лише 6 із 16 видавництв надають знижки на свою продукцію.
- Малі видавництва надають знижку до 10% гуртівням, книжковим магазинам та книжковим ринкам, ціни знижуються від 2 до 30% при поштовій доставці за каталогом та на книжкових ярмарках.
- Середні видавництва найбільшу знижку (до 40%) надають гуртівням та книжковим магазинам. На книжкових ринках та під час книжкових ярмарок книжки продаються зі знижкою на 20%, при поштовій доставці робиться знижка у 10% і така ж знижка надається державним установам.
- Великі видавництва найбільшу знижку надають гуртівням (20-35%), книжковим ринкам (35%) та під час книжкових ярмарок (30%), трохи меншу знижку вони надають книжковим магазинам (від 10 до 25%), державним установам (20%). Знижка на продаж книжок через Інтернет складає 15%.

Сезонність продажів та нерозпродані книги

Усі видавництва: N=16

Найбільші продажі

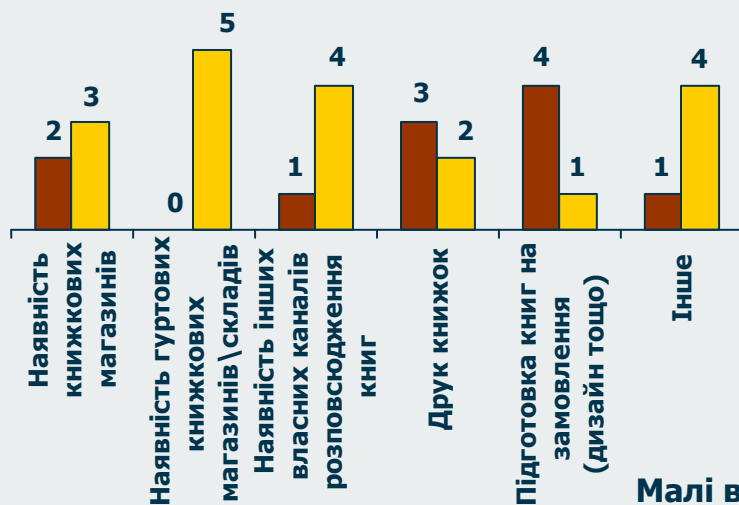


- Найбільші продажі у всіх видавництвах спостерігаються восени з початку навчального року (незважаючи на те, що при оцінці не враховувалися підручники для середньої школи). Також поживлення продажів спостерігається у грудні, напередодні свят. Найбільший спад настає у період відпусток -червень-липень.

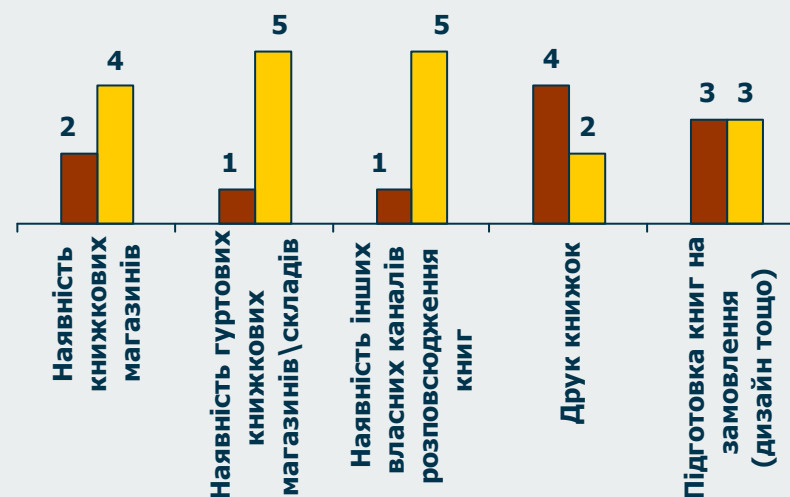
Інші види діяльності видавництв

Великі видавництва: N=5, середні видавництва: N=6, маленькі видавництва: N=5

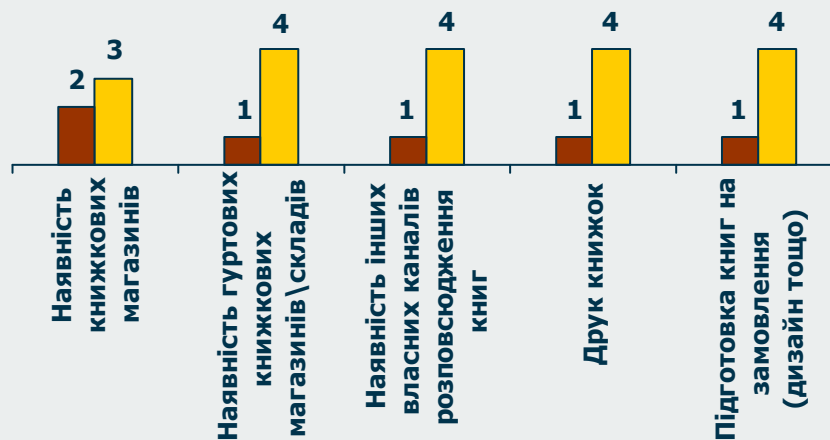
Великі видавництва



Середні видавництва



Малі видавництва



■ Не займаються цим видом діяльності
 ■ Займаються цим видом діяльності

Необхідні зміни для покращення умов ведення видавничого бізнесу в Україні

- До факторів, які необхідно змінити на українському книжковому ринку для покращення умов видавничого бізнесу, більшість представників всіх видавництв віднесли необхідність державної підтримки, а саме: **зниження податків та пільгові умови оренди**. Проте були названі й інші фактори.
- Фактори, які назвали представники **малих видавництв**: **прозорість державних програм** стосовно видання та закупівлі книг, створення організації з **моніторингу ринку**, виділення коштів **бібліотекам** на придбання книжок, **реklamних та піар-кампаній видавництв**, збільшення кількості **українських книжок**.
- Фактори, які назвали представники **середніх видавництв**: зменшення тиску з боку імпортерів книжок (**введення мита**), **розвиток роздрібної мережі**, збільшення кількості **українських книжок**.
- Інших змін потребують **великі видавництва**. До необхідних змін на українському книжковому ринку представниками цих видавництв було віднесено **збільшення кількості держзамовлень та покращення якості книжок**.

2

Книготоргові організації

Книготоргові організації, що взяли участь у дослідженні (1)

Назва організації	Місто	Спеціалізація
Гуртівні		
Альфа	Донецьк	-
Єврокнига	Одеса	-
Зелений пес	Київ	-
Книги - канцтовари	Дніпропетровськ	-
Львівкнига	Львів	-
Харків - літера	Харків	-
Магазини, що належать до всеукраїнських торгових мереж		
Емпік	Київ	-
Книжковий клуб "Клуб сімейного дозвілля"	Харків	-
Книжковий супермаркет	Київ	-
Літера	Київ	-
Моя книга	Київ	-

Книготоргові організації, що взяли участь у дослідженні (2)

Назва магазину	Місто	Спеціалізація
Окремі книгарні, що не належать до всеукраїнських торгових мереж		
The Book Shop	Одеса	-
Академкнига	Київ	-
Бармаглот	Одеса	-
Букініст	Вінниця	-
Вікторія	Тернопіль	-
Грант Базар	Івано-Франківськ	-
Знання	Тернопіль	-
Ідея	Донецьк	-
Книга	Вінниця	-
Книга	Харків	-
Книгарня Наукового товариства ім. Т. Шевченка	Львів	-
Книги	Запоріжжя	-

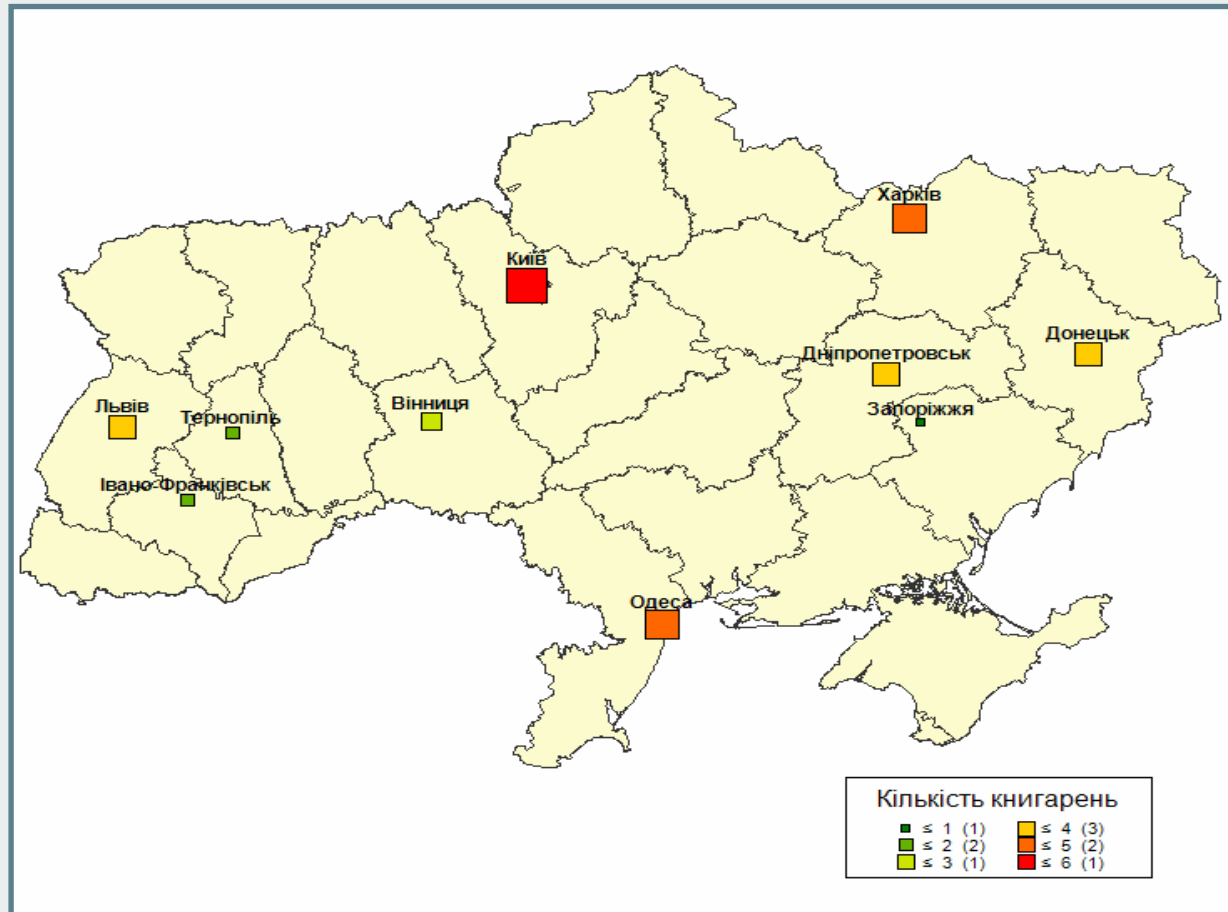
Назва магазину	Місто	Спеціалізація
Книги	Одеса	-
Книжковий парк	Харків	-
Наукова книга	Дніпропетровськ	Навчальна література
Оксарт	Одеса	-
ПП Белікова	Дніпропетровськ	-
ПП Лазаренко	Донецьк	-
ПП Посипаєв	Донецьк	Навчальна та дитяча література
Просвіта	Львів	Україномовна література
Смолоскип	Київ	Україномовна література
Центр навчальної книги	Харків	Навчальна література
Юність	Вінниця	-

Місцерозташування книготоргових організацій, що взяли участь у дослідженні

Усі книгарні: N=36

Загалом у дослідженні взяли участь книгарні наступних міст:

Київ – 6 книгарень
 Одеса – 5 книгарень
 Харків – 5 книгарень
 Дніпропетровськ – 4 книгарні
 Донецьк – 4 книгарні
 Львів – 4 книгарні
 Вінниця – 3 книгарні
 Івано-Франківськ – 2 книгарні
 Тернопіль – 2 книгарні
 Запоріжжя – 1 книгарня



Опис вибірки: гуртівні та книгарні, що належать до всеукраїнських торгових мереж

№	Розташування	Торгова площа	Площа складських приміщень	Кількість працівників		Спеціалізація	Видавнича діяльність
				Повна зайнятість	Часткова зайнятість		
Гуртівні							
1	Центр	2500 м ²	2500 м ²	15	-	-	-
2	Центр	60 м ²	400 м ²	13	-	-	✓
3	Центр	800 м ²	800 м ²	9	-	-	✓
4	Центр	200 м ²	Н/в	42	-	-	-
5	Центр	80 м ²	40 м ²	5	-	-	-
6	Центр	100 м ²	Н/в	5	-	-	-
Магазини, що належать до торгових мереж							
7	Центр	130 м ²	Н/в	11	-	-	-
8	Околиця	100 м ²	100 м ²	3	2	-	-
9	Околиця	Н/в	Н/в	Н/в	Н/в	-	-
10	Центр	600 м ²	Немає	50	-	-	-
11	Центр	60 м ²	15 м ²	5	1	-	✓

Опис вибірки: роздрібні магазини, що не належать до всеукраїнських торгових мереж (1)

№	Розташування	Торгова площа	Площа складських приміщень	Кількість працівників		Спеціалізація	Видавнича діяльність
				Повна зайнятість	Часткова зайнятість		
Великі книгарні (більше 5000 найменувань книг у продажу)							
12	Центр	100 м ₂	40 м ₂	3	-	-	-
13	Центр	62 м ₂	Немає	4	-	-	-
14	Околиця	Н/в	8 м ₂	1	-	-	-
15	Центр	50 м ₂	Немає	6	-	-	✓
16	Центр	110 м ₂	50 м ₂	3	-	-	-
17	Околиця	100 м ₂	10 м ₂	6	-	-	-
18	Центр	300 м ₂	Немає	10	-	-	-
Середні книгарні (від 2000 до 5000 найменувань книг у продажу)							
19	Центр	20 м ₂	Немає	2	-	-	-
20	Околиця	50 м ₂	Немає	2	-	-	-
21	Околиця	68 м ₂	Немає	3	-	Навчальна та дитяча література	-
22	Околиця	200 м ₂	Немає	19	1	-	-
23	Центр	Н/в	70 м ₂	9	-	-	-
24	Центр	Н/в	Немає	2	2	Україномовна література	✓
25	Центр	36 м ₂	Немає	3	-	-	-
26	Центр	40 м ₂	Немає	3	-	-	-
27	Центр	16 м ₂	5 м ₂	3	-	-	-
28	Центр	100 м ₂	Немає	4	-	-	-

Опис вибірки: роздрібні магазини, що не належать до всеукраїнських торгових мереж (2)

Малі книгарні (менше 2000 найменувань книг у продажу)							
	Розташування	Торгова площа	Площа складських приміщень	Кількість працівників		Спеціалізація	Видавнича діяльність
				Повна зайнятість	Часткова зайнятість		
29	Околиця	14 м2	Немає	2	-	-	-
30	Околиця	8 м2	Немає			-	-
31	Центр	60 м2	10 м2	1	1	Навчальна література	✓
32	Околиця	32 м2	Немає	1	-	-	-
33	Центр	120 м2	20 м2	13	2	-	-
34	Околиця	15 м2	15 м2	3	-	Україномовна література	-
35	Околиця	60 м2	40 м2	3	-	-	-
36	Центр	100 м2	Немає	Н/в	Н/в	Навчальна література	-

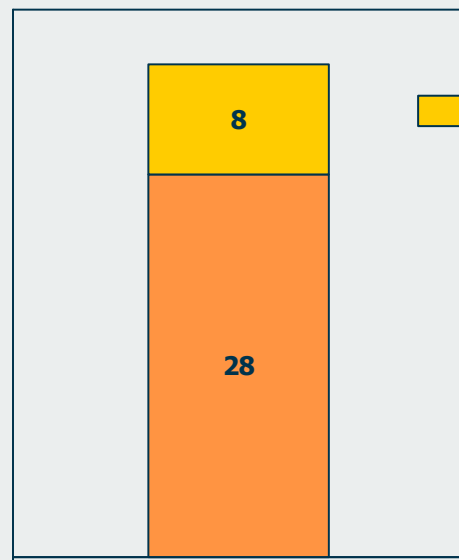
Характеристика персоналу книгарень за освітою

- Приблизно **дві третини** співробітників опитаних гуртівень, книгарень, які належать до всеукраїнських торгових мереж, та окремих великих книгарень мають **вищу освіту**. Одна третина співробітників цього типу підприємств має середню освіту.
- Щодо персоналу середніх та малих книгарень, то близько **половини** їх працівників мають вищу, решта – **середню освіту**.

Опис вибірки: мережі книгарень

Усі книгарні: N=36

Чи належить Ваш книжковий магазин до мережі книгарень?



■ Ні ■ Так

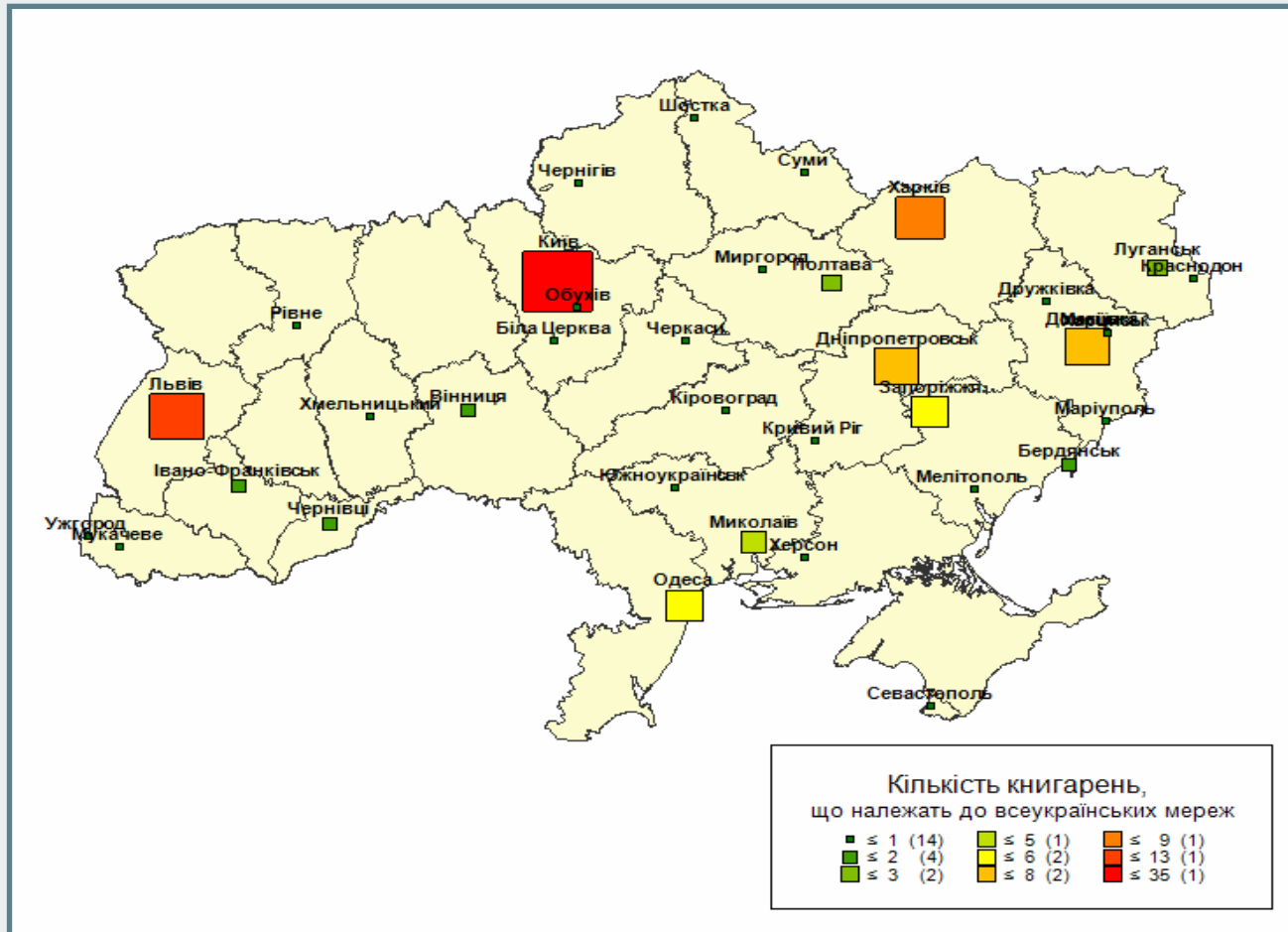


□ До регіональної мережі
■ До всеукраїнської мережі

Опис вибірки: місцезоташування всіх книгарень, що входять у всеукраїнські мережі, охоплені дослідженням

Всеукраїнські книготоргові мережі: N=5

Всеукраїнські книготоргові мережі, охоплені дослідженням, включають в себе від 23 до 36 магазинів (дві мережі нараховують по 23 книгарні, дві – по 36 і одна – 30).



Закупівля книг. Джерела інформації про новинки видавництв

- Найпопулярнішими джерелами інформації про новинки видавництв є **каталоги, телефонні контакти з видавництвами та повідомлення через електронну пошту/факс**. З мережевими книгарнями видавництва переважно напряду не контактують, тому для найпопулярнішими джерелами інформації є розсилки через **електронну пошту/факс та веб-сторінки видавництв**.
- Найкращим джерелом інформації **гуртівні та книгарні, що належать до всеукраїнських мереж**, визнали **повідомлення через електронну пошту/факс**, а всі інші книгарні – **телефонні контакти**. Також серед найкращих джерел часто називалися **веб-сторінки, каталоги та інформаційні брошури**.

Закупівля книг. Контакти з торговими представниками

- **Половина опитаних гуртівень** контактують із торговими представниками (у тому числі, особисто поштою тощо) **раз на тиждень**, інша половина – **раз на декілька місяців**. Щодо особистих візитів, то **половина гуртівень**, що взяли участь у дослідженні, повідомили, що торгові представники постачальників відвідують їх магазини **раз на декілька місяців**, **третину гуртівень** торгові представники відвідують **раз на тиждень**, решту – раз на рік.
- Загалом, більшість **мережевих книгарень** контактують із торговими представниками своїх постачальників **раз на тиждень**, менша частина – **раз на місяць або на декілька місяців**. Значна частина книгарень, що належать до всеукраїнських торгових мереж, сказали, що торгові представники **відвідують їх магазини раз на тиждень або раз на декілька місяців**, меншість опитаних книгарень торгові представники відвідують раз на місяць.
- Більшість **великих книгарень** загалом контактують із торговими представниками своїх постачальників **раз на тиждень**, третина – **раз на місяць**. По третині **великих книгарень** повідомили, що торгові представники постачальників відвідують їх **раз на тиждень та раз на декілька місяців**.
- Загалом більшість **середніх магазинів** контактують із торговими представниками **раз на тиждень**. Щодо візитів торгових представників відповіді дуже різняться: маємо однакову кількість відповідей щодо відвідування раз на декілька місяців, раз на тиждень, раз на рік та ніколи.
- Загалом більшість **малих книгарень** контактують із торговими представниками **раз на тиждень**. Щодо візитів торгових представників також маємо приблизно однакову кількість відповідей щодо відвідування раз на тиждень, раз на місяць і ніколи.
- Більшість **середніх та значна частина великих і малих книгарень** вважають **контакти з торговими представниками видавництва недостатньо частими**. Щодо особистих візитів, то переважна більшість опитаних задоволені їх частотою.

Закупівля книг: умови постачання

- Гуртівні, книгарні, що належать до всеукраїнських мереж, та окремі книгарні переважно закупають книжки як безпосередньо **від видавців**, так і від **гуртових торговців** і розповсюджувачів у приблизно рівній пропорції. Дві книгарні назвали іншу схему закупівлі книг - централізовану закупку та подальший розподіл книжок у мережі.
- Більшість опитаних **гуртівень брали на реалізацію більше половини** загального обсягу замовлених книжок і до 50% книжок – **з відтермінуванням оплати** або одразу оплачуючи замовлення.
- Усі опитані **книгарні, що належать до всеукраїнських мереж, брали на реалізацію більшу частину книжок**, також **до 50%** книжок вони купували, одразу **оплачуючи замовлення**. Половина опитаних мережевих книгарень купували з відтермінуванням оплати менше 50% загальної кількості замовлених за рік книжок.
- **Окремі книгарні** приблизно однаковою мірою користуються всіма системами оплати: **більшу частину** книжок вони **брали на реалізацію**, частину (близько 50%) брали, **відразу оплачуючи замовлення** і частину (до 50%) – **з відтермінуванням оплати**.

Закупівля книг: умови повернення нерозпроданих книг та бартерний обмін з видавництвами

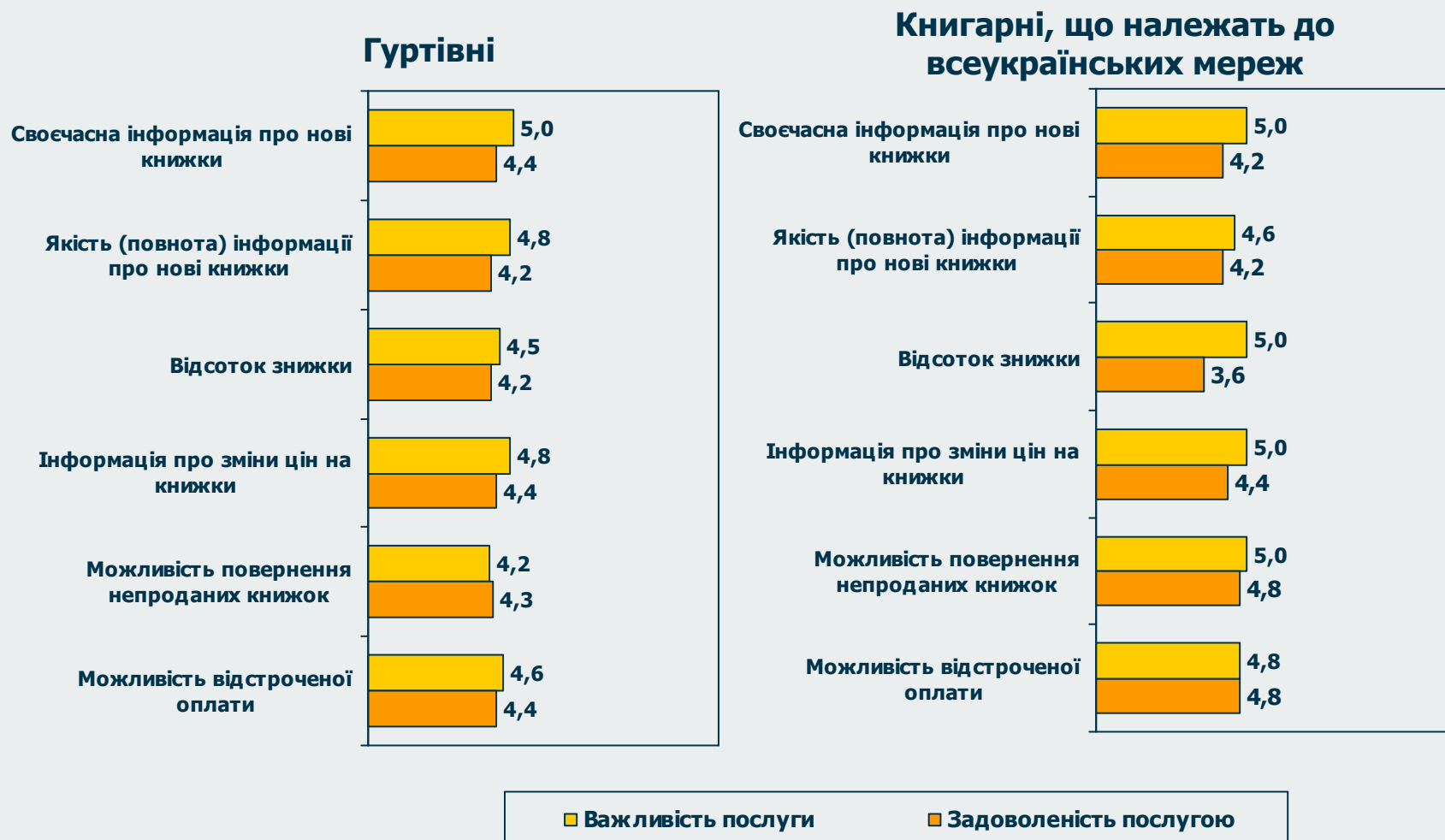
- Переважній більшості опитаних книгарень жоден з видавців (постачальників) **не надає можливості повертати нерозпродані книжки**. Щодо решти книгарень, можливість повертати нерозпродані книжки найчастіше **надають до 10 постачальників**. Найчастіше повертати можна вже через **3-6 місяців**.
- З 6 опитаних книготоргових організацій, власники яких займаються також видавничою діяльністю, **половина** книгарень протягом 2007 року **не отримували книжки через бартерний обмін з іншими видавництвами**. Для двох книгарень частка отриманих таким чином книг **не перевищила 5%**, а в одній книгарні склала 50%.*

* **Примітка:** питання задавалися лише для тих організацій, власники яких окрім книготоргової, займаються також видавничою діяльністю

Закупівля книг. Важливість послуг постачальників книжок та задоволеність ними (1)

Гуртівні: N=6, книгарні, що належать до всеукраїнських мереж: N=5

Середні ранги важливості та задоволеності від 1 (найменш важливий/задоволений) до 5 (найбільш важливий/задоволений)



Закупівля книг. Важливість послуг постачальників книжок та задоволеність ними (2)

Великі книгарні: N=6, середні книгарні: N=10, маленькі книгарні : N=10

Середні ранги важливості та задоволеності від 1 (найменш важливий/задоволений) до 5 (найбільш важливий/задоволений)

Великі книгарні



Середні книгарні



■ Важливість

■ Задоволеність

Малі книгарні



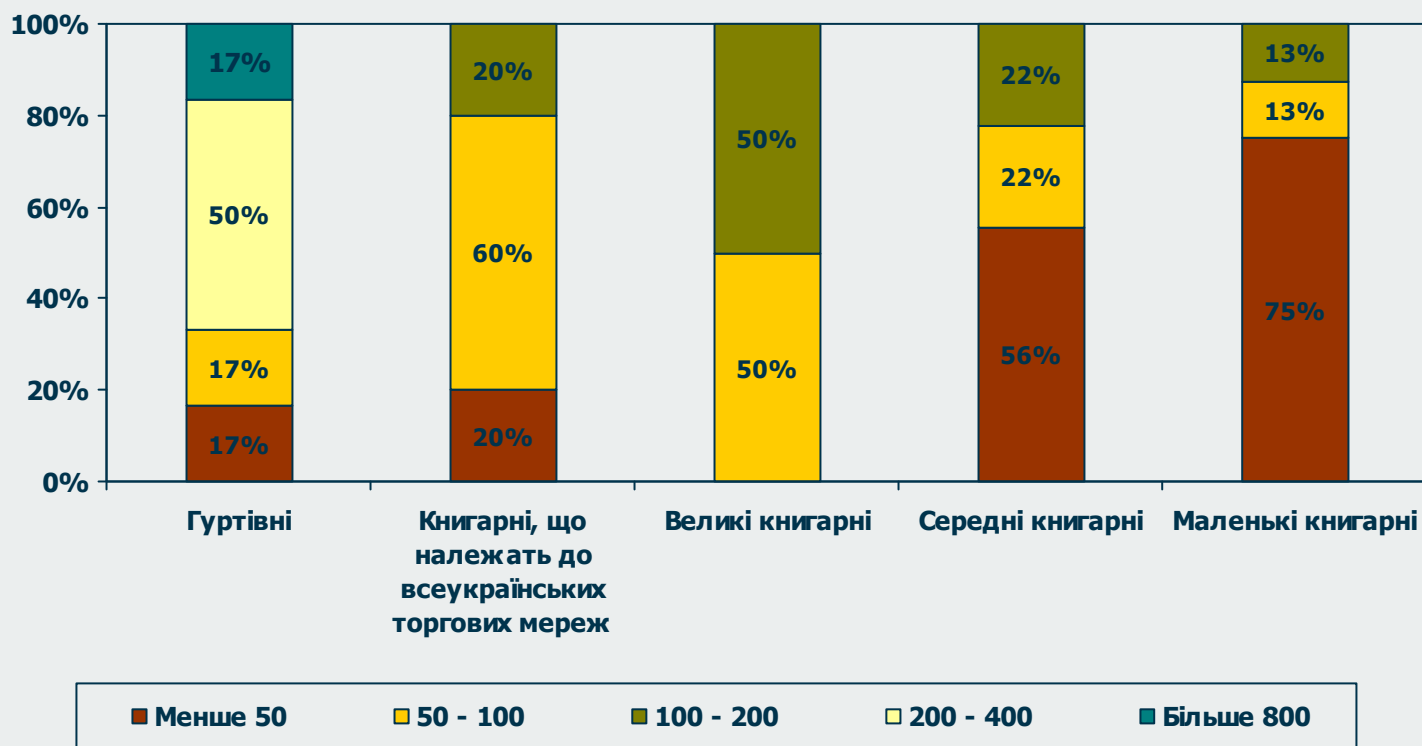
Закупівля книг. Важливість послуг постачальників книжок та задоволеність ними: резюме

- Найважливішими послугами постачальників книжок представники всіх книготоргових організацій вважають **своєчасне інформування про нові книжки і про зміни цін на наявні книжки, а також надання знижок на них**. Для **книгарень, що належать до всеукраїнських мереж**, на відміну від усіх інших організацій, також дуже важливою є **можливість повернення непроданих книжок**.
- Загалом **задоволеність** книготоргових організацій наданням послуг з боку постачальників є **високою**, при чому **гуртівні і книгарні, що належать до всеукраїнських торгових мереж**, в цілому є більш задоволеними надаваними послугами, ніж окремі книгарні.
- Закономірно, що книготоргові організації найменше відносно усіх інших послуг задоволені **відсотком знижки і можливістю повернення непроданих книжок**. Що ж до інформаційних послуг, то **гуртівні і мережеві книгарні** відносно менше задоволені **якістю (повнотою) та своєчасністю надання інформації** про нові книжки, задоволеність **якістю (повнотою) надання інформації** про нові книжки з боку **великих і середніх книгарень** також є відносно нижчою.

Продаж книг. Кількість видавців-постачальників

Усі книгарні: N=36

Книги скількох видавців Ви зараз продаєте?



Продаж книг. Кількість проданих книг та приріст доходу (2007). Гуртівні та книгарні, що належать до всеукраїнських мереж

№	Продано у 2007 році		Приріст доходу (порівняно з 2006 роком)
	Кількість найменувань книг	Кількість примірників	
Гуртівні			
1	10000	-	50%
2	-	-	12%
3	20000	75000	5%
4	22000	-	40%
5	-	-	3%
6	-	-	20%
Магазини, що належать до всеукраїнських торгових мереж			
7	-	-	-
8	-	-	-
9	-	-	50%
10	-	-	55%
11	300	2000	0

Продаж книг. Кількість проданих книг та приріст доходу (2007) Книгарні, що не належать до всеукраїнських мереж

	Продано у 2007 році		Приріст доходу (порівняно з 2006 роком)
	Кількість найменувань книг	Кількість примірників	
Великі книгарні (більше 5000 найменувань книг у продажу)			
12	5000	-	0
13	-	-	15%
14	-	-	30%
15	15000	50000	50%
16	5100	-	0
17	-	-	0
18	-	-	20%
Середні книгарні (від 2000 до 5000 найменувань книг у продажу)			
19	-	-	50%
20	-	-	-10%
21	-	-	-
22	-	-	0
23	-	-	20%
24	2500	11000	-
25	-	-	0
26	3100	-	0
27	-	-	-
28	-	-	0

	Продано у 2007 році		Приріст доходу (порівняно з 2006 роком)
	Кількість найменувань книг	Кількість примірників	
Малі книгарні (менше 2000 найменувань книг у продажу)			
29	1000	5000	-10%
30	100	3500	-50%
31	280	-	-
32	-	-	-5%
33	1500	-	25%
34	3000	25000	70%
35	840	17000	10%
36	-	-	0

Продаж книг. Кількість проданих книг та приріст доходу (2007)

- **Дохід** переважної більшості книготоргових організацій, що взяли участь у дослідженні, у 2007 році **зріс** у порівнянні з показниками 2006 року.
- Найбільший приріст доходу у порівнянні з 2006 роком спостерігається у книгарнях **м. Львова**. Середній показник приросту доходів у 2007 році для опитаних книгарень цього міста склав **54%**.
- Щодо **гуртівень**, то в усіх з них приріст доходу на 2007 рік є **позитивним**, але показники приросту суттєво різняться, що свідчить про відсутність єдиної тенденції для гуртових книжкових магазинів загалом.
- Лише три з **мережевих книгарень** відповіли на питання про приріст доходу: у двох з них приріст доходу склав 50%, у одної – 0%.
- **Більше половини великих книгарень** звітували про приріст доходу **на 15%-50%**, у решти ж дохід не змінився.
- Щодо **середніх книгарень**, які відповіли на питання про приріст доходу, то в більшості з них **дохід** у 2007 року **залишився таким самим**, як і в 2006 році.
- У половини **малих книгарень** дохід **зріс** на 10%-70%, у **половини** – **знизився** на 5-50%.

Продаж книг. Середня кількість представлених у книгарні книг за видами літератури (у відсотках)

	Гуртівні	Книгарні, що належать до всеукраїнських мереж	Книгарні, що не належать до всеукраїнських торгових мереж			Загалом
			Великі книгарні	Середні книгарні	Малі книгарні	
Художня література\ поезія	21,0%	29,2%	28,3%	25,4%	19,8%	24,3%
Публіцистична література	4,5%	6,0%	4,7%	4,3%	5,2%	4,9%
Прикладна література\популярні видання	12,5%	16,4%	9,0%	5,4%	7,2%	9,1%
Дитяча література	20,0%	20,2%	13,3%	21,5%	21,3%	19,7%
Наукова література\книги для ВНЗ	13,3%	7,0%	31,2%	15,6%	12,8%	15,9%
Енциклопедії\словники\атласи	11,3%	6,2%	5,2%	9,2%	9,4%	8,5%
Підручники для середньої школи	14,0%	3,4%	8,33%	16,3%	21,4%	14,1%
Інші види книг	3,34%	11,6%	-	2,3%	2,8%	3,5%

Продаж книг. Види літератури: ранги за продажем (1)

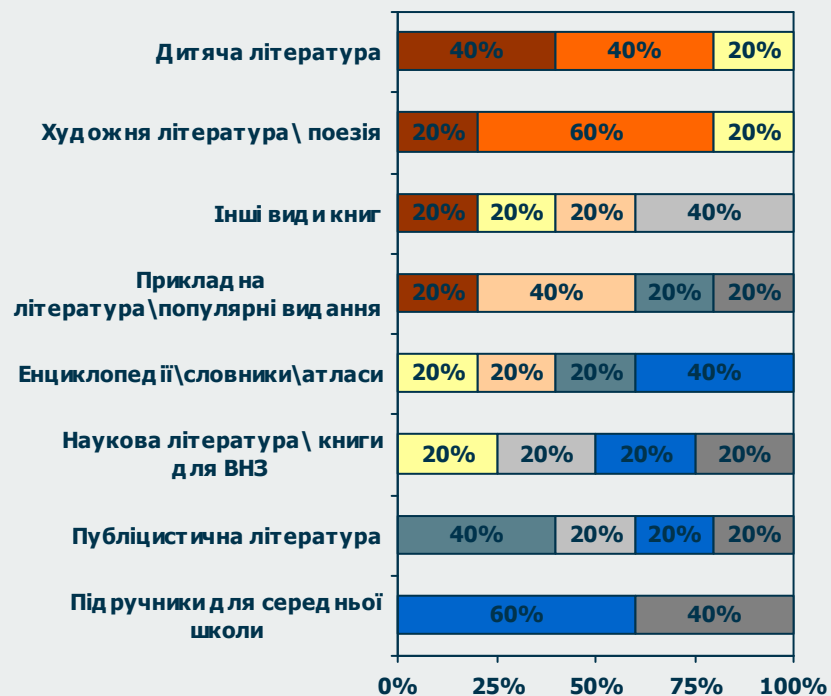
Ранжування видів книжок за продажами: від 1 рангу (найбільше продаються) до 7 рангу (найменше продаються)

Гуртівні: N=6, книгарні, що належать до всеукраїнських мереж: N=5

Гуртівні



Книгарні, що належать до всеукраїнських мереж



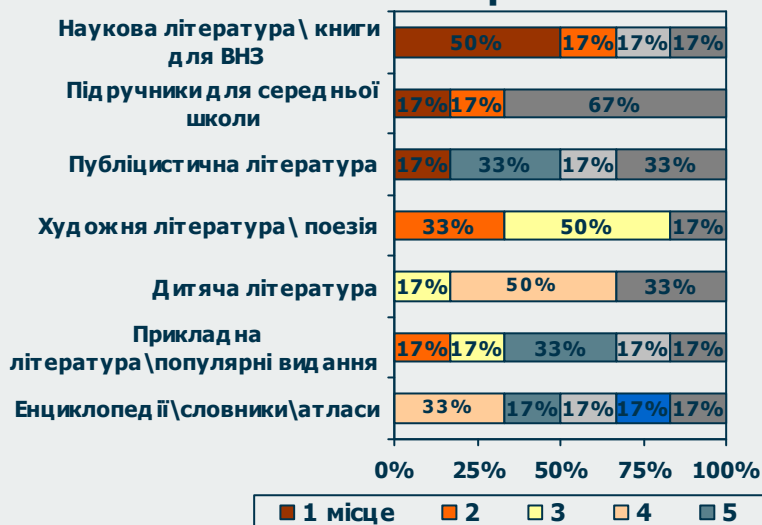
■ 1 місце ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 місце ■ Не продають книжки даного виду

Продаж книг. Види літератури: ранги за продажем (2)

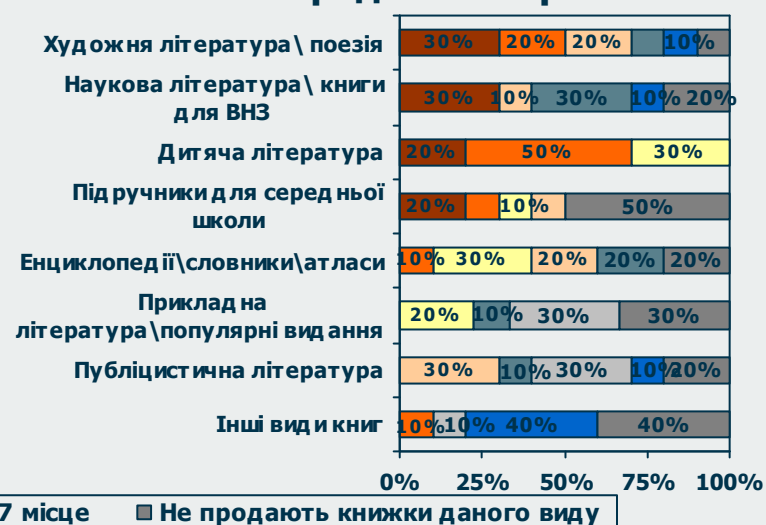
Ранжування видів книжок за продажами: від 1 рангу (найбільше продаються) до 7 рангу (найменше продаються)

Великі книгарні: N=6, середні книгарні: N=10, маленькі книгарні: N=10

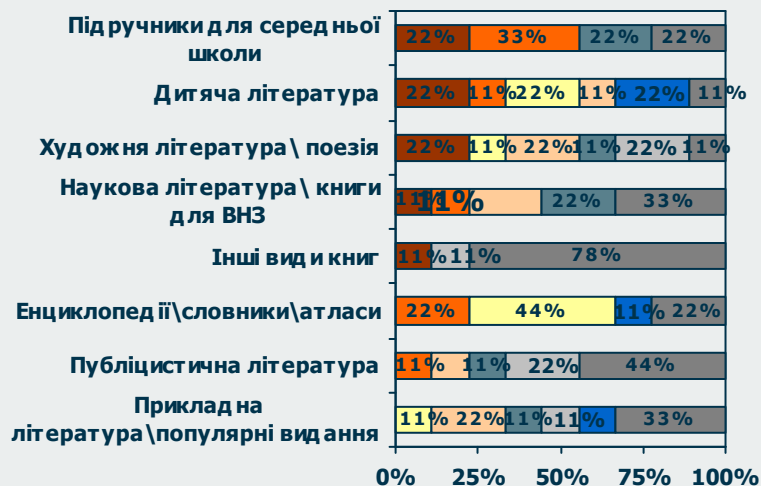
Великі книгарні



Середні книгарні



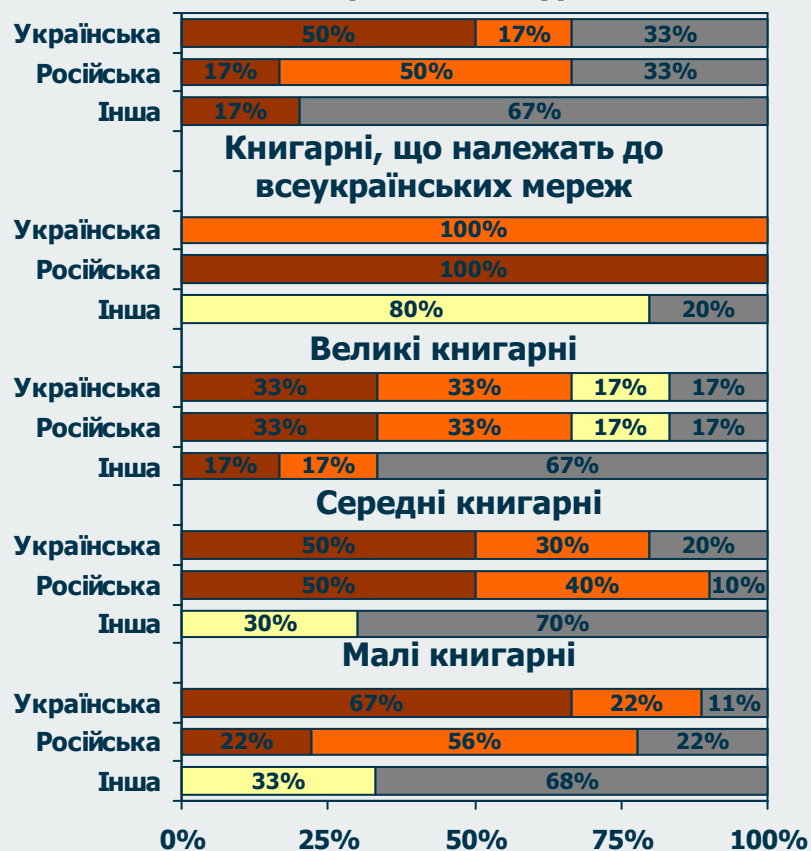
Малі книгарні



Продаж книг. Середня кількість представлених у книгарні книг за мовою (у відсотках) та ранги за продажем

Усі книгарні: N=36, гуртівні: N=6, книгарні, що належать до всеукраїнських торгових мереж N=5, великі книгарні N=6, середні книгарні N=10, маленькі книгарні N=9

Ранги за продажем: Гуртівні



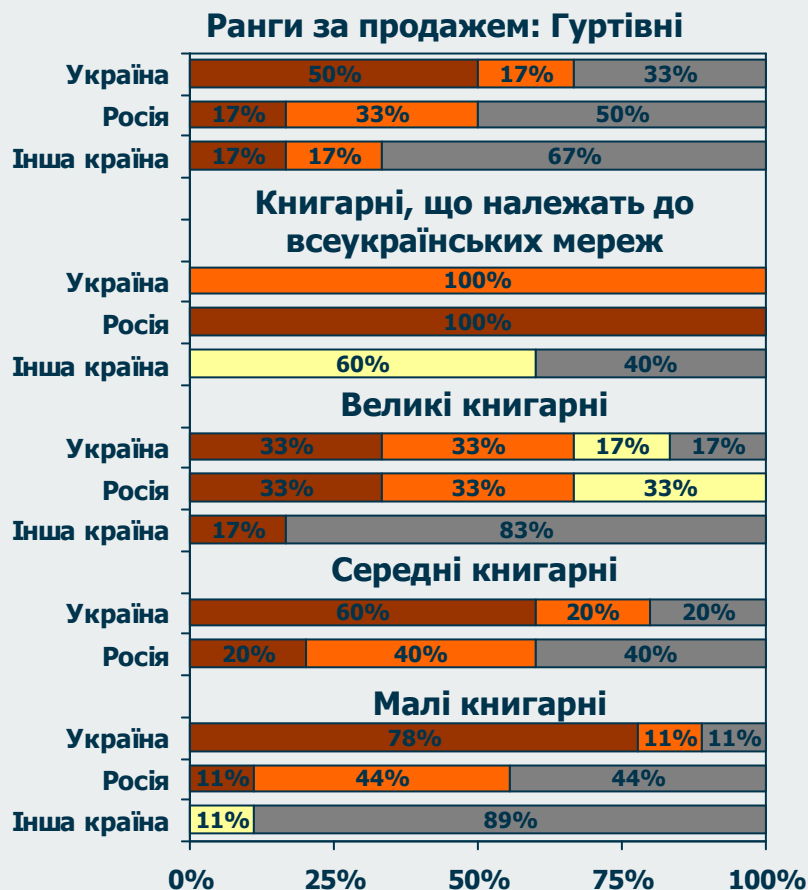
Середня кількість представлених найменувань книг

	Гуртівні	Книгарні, що належать до всеукраїнських мереж	Книгарні, що не належать до всеукраїнських торгових мереж			Загалом
			Великі книгарні	Середні книгарні	Малі книгарні	
Українською мовою	52,5%	37,0%	41,7%	49,9%	71,7%	52,6%
Російською мовою	30,0%	59,0%	49,2%	49,5%	25,6%	41,5%
Іншою мовою	17,5%	4,0%	9,17%	0,6%	2,8%	5,9%

■ 1 місце ■ 2 місце ■ 3 місце ■ Не продають книжки цієї мовою

Продаж книг. Середня кількість представлених у книгарні книг за країною видання (у відсотках) та ранги за продажем

Усі книгарні: N=36, гуртівні: N=6, книгарні, що належать до всеукраїнських торгових мереж N=5, великі книгарні N=6, середні книгарні N=10, маленькі книгарні N=9



Середня кількість представлених найменувань книг

Країна видання	Гуртівні	Книгарні, що належать до всеукраїнських мереж	Книгарні, що не належать до всеукраїнських торгових мереж			Загалом
			Великі книгарні	Середні книгарні	Малі книгарні	
Україна	55,0%	34,0%	47,5%	57,9%	78,9%	56,0%
Росія	27,5%	62,0%	42,5%	42,1%	20,6%	35,9%
Інша країна	17,5%	4,0%	10%	0,0	0,6%	5,3%

■ 1 місце ■ 2 місце ■ 3 місце ■ Не продають книжки, видані в цій країні

Продаж книг. Види, мова та країна видання книжок: резюме

- **ВИДИ КНИЖОК**
- В асортименті усіх книготоргових організацій найбільше **художньої та дитячої літератури**, тільки у **великих книгарнях** найбільше **наукової та навчальної літератури для ВНЗ**.
- **Художня та дитяча література найкраще продається** на думку книгарень, що належать до всеукраїнських мереж, малих та середніх книгарень. За оцінками ж гуртівень, великих та середніх книгарень найкраще продається **наукова та навчальна література та художня література**. Також у гуртівнях і книгарнях, що належать до всеукраїнських мереж, добре продається прикладна література.
- **МОВА КНИЖОК**
- В асортименті **малих книгарень та гуртівень** (можливо тому, що вони часто торгують підручниками та навчальною літературою) **україномовна література** переважає над російськомовною, в **мережевих і великих книгарнях** - **переважає російськомовна література** (частка україномовної літератури становить лише третину асортименту в мережевих книгарнях), а в середніх книгарнях розподіл приблизно становить 50 на 50.
- Відповідно, в **гуртівнях і малих книгарнях** більше продається **україномовна література**, в **мережевих книгарнях** – за одностайними оцінками **російськомовна**, а оцінки великих і середніх книгарень розподілились навпіл.
- **Іншомовні книжки** переважно продають тільки **мережеві книгарні** (в середньому 4% від усього асортименту). Значна частка іншомовних книжок серед асортименту гуртівень та великих книгарень пояснюється тим, що в Одесі було опитано 1 гуртівню та 1 велику книгарню, що спеціалізуються на іншомовній літературі.
- **КРАЇНА ВИДАННЯ**
- У всіх книготоргових організаціях, крім мережевих книгарень, **більшу частку асортименту складають книжки вітчизняного виробництва** (найбільше їх у малих книгарнях), тоді як в **мережевих книгарнях лише третина книжок українських видавництв**.
- За оцінками **гуртівень, середніх та малих книгарень книжки вітчизняного виробництва продаються краще**, оцінки великих книгарень розділились навпіл, а **мережеві книгарні** одностайні в тому, що книжки **російського виробництва купують частіше**.

Продаж книг. Спосіб оплати

- У переважній більшості опитаних **гуртівень** більше 50% загального обсягу продажу книг з початку 2007 року було здійснено **за готівку**. Більшість гуртівень з початку минулого року отримували сплату за продані книжки **через банківський переказ**. У **третини** з них частка цього способу оплати склала до 10%, в іншій третини – від 90 до 100%. **Третина** опитаних гуртівень продавали за означений період книжки за кредитними картками. Частка сплати кредитними картками склала до 50% загального обсягу.
- Усі опитані **книгарні, що належать до всеукраїнських торгових мереж**, з початку 2007 року переважно більшість книжок продавали за **готівку** (ця частка склала **від 70 до 90%**). Так само усі мережеві книгарні з початку 2007 року продавали книжки **за кредитними картками**; частка цих продажів склала **до 15%** загального обсягу. Щодо отримання коштів за продані книжки через **банківський переказ**, то в переважній більшості мережевих книгарень частка цього способу оплати склала **до 20%** від загального обсягу.
- **Великі книгарні**, які не належать до всеукраїнських торгових мереж, більшість (до 100%) книг продали за **готівку**. Більшість опитаних великих книгарень з початку 2007 року продали **до 15%** загального обсягу продажу книг **через банківський переказ**. Переважна більшість великих книгарень, що не належать до всеукраїнських торгових мереж, з початку 2007 року **не продавали книжок за кредитними картками**. Оплату кредитними картками за означений період приймала лише одна велика книгарня (частка від загального обсягу продажів книг – 15%).
- Переважна більшість **опитаних середніх книгарень** 100% книг з початку 2007 року продали за **готівку**. Третина середніх книгарень продавали книжки, отримуючи оплату **через банківський переказ** (частка – **до 20%**).
- Щодо малих книгарень, які взяли участь у дослідженні, то більшість з них 100% загального обсягу продажів книг продали **за готівку**. **Третина** опитаних маленьких книгарень до 25% загального обсягу продажів книг здійснили **через банківський переказ**. Лише одна мала книгарня продавала книги **за кредитними картками** з початку минулого року (5% книжок).

Продаж книг. Сезонність продажів

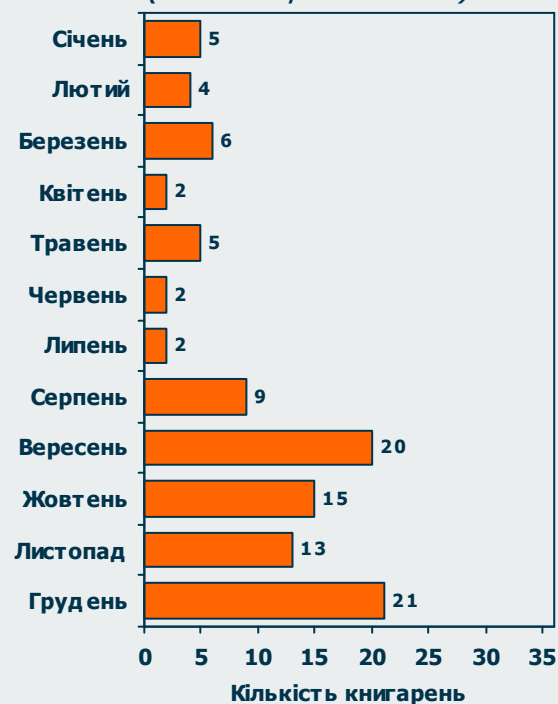
Усі книгарні: N=36

Примітка: під час оцінки обсягу продажів по місяцях респондентів просили не враховувати підручники для середньої школи

- У всіх книгарнях, незалежно від типу та розміру, найбільші продажі книг спостерігаються восени та в грудні. Найменші продажі зафіксовано в останні зимові місяці, навесні та влітку.
- Значне збільшення продажів в серпні і восени можна пояснити початком навчального року та завершенням сезону відпусток, протягом якого продажі книг є найнижчими.
- Збільшення продажів також спостерігається напередодні свят (грудень, березень, травень).

Найбільші продажі

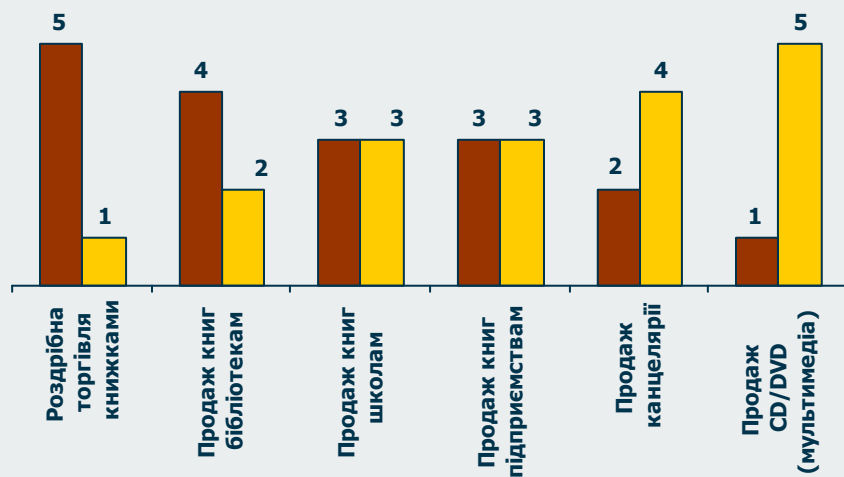
(всі книгарні загалом)



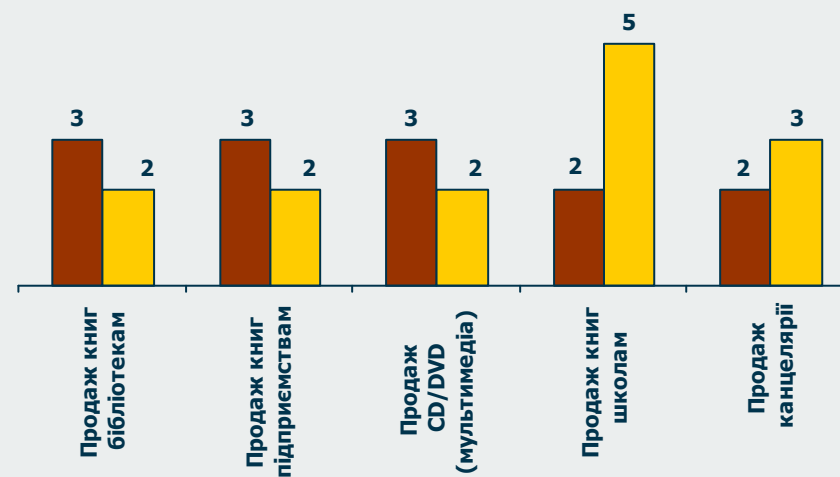
Інші види діяльності: гуртівні та мережеві книгарні

Гуртівні: N=6, книгарні, що належать до всеукраїнських мереж: N=5

Гуртівні



Книгарні, що належать до всеукраїнських мереж



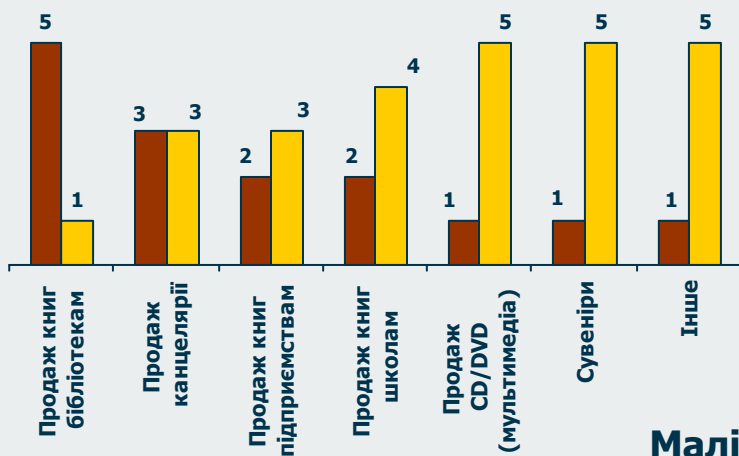
■ Не займаються цим видом діяльності

■ Займаються цим видом діяльності

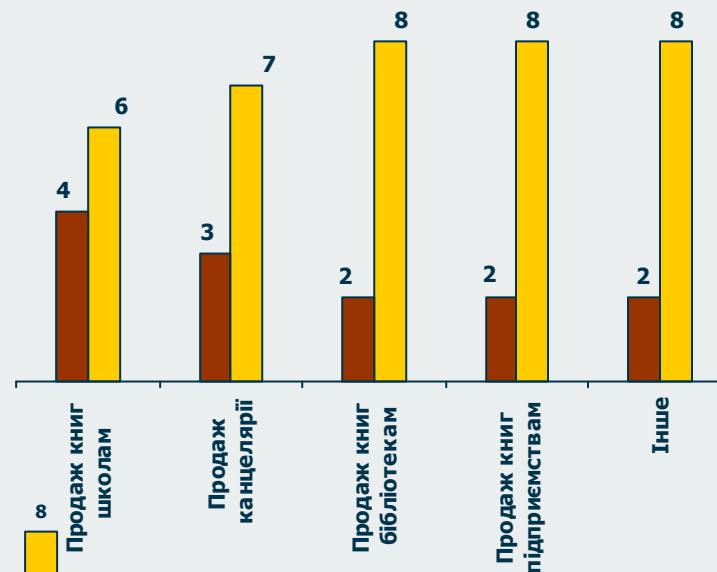
Інші види діяльності: окремі книгарні

Великі книгарні: N=6, середні книгарні: N=10, маленькі книгарні : N=10

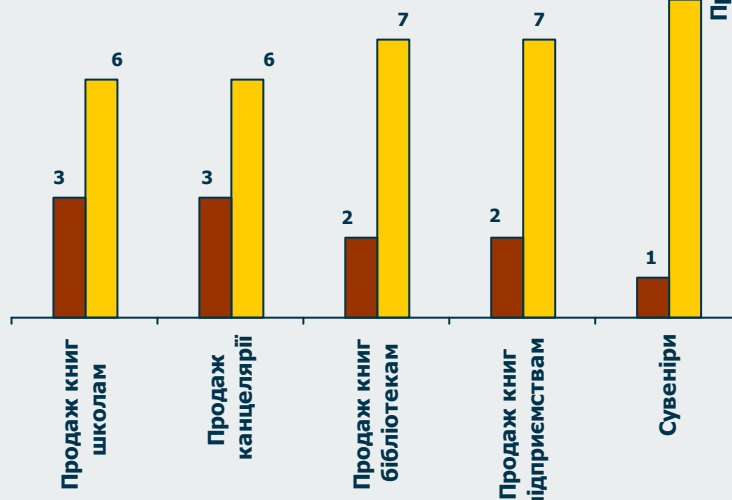
Великі книгарні



Середні книгарні



Малі книгарні



■ Не займаються цим видом діяльності
■ Займаються цим видом діяльності

Інші види діяльності: відсоток доходу

- Більшій частині опитаних **гуртівень роздрібна торгівля** книжками приносить **від 70 до 90% загального доходу**. Гуртівням, що продають книжки **школам**, ця діяльність приносить **до 15%** загального доходу. З тих, хто продає книжки **підприємствам**, більшість отримують завдяки цій діяльності **до 10% доходу**. Продаж книг **бібліотекам** приносить гуртівням **до 10% загального доходу**, торгівля **канцелярією** – **до 30%**.
- **Роздрібна торгівля книжками** приносить опитаним **книгарням, які належать до всеукраїнських торгових мереж, від 70 до 90% загального доходу**. Продаж книг **школам** приносить опитаним мережевим книгарням **до 5% доходу**; таку саму частку доходів приносить і продаж книг **бібліотекам**. **Продаж мультимедіа (CD/DVD)** приносить опитаним мережевим книгарням, що займаються цією діяльністю від 10 до 15% доходу.
- **Щодо великих книгарень, які не належать до всеукраїнських торгових мереж, то найбільший дохід** їм приносить **роздрібна торгівля книжками (від 50 до 100%) та продаж канцелярії (до 20%)**. Великим книгарням, що продають книжки **школам, підприємствам і бібліотекам**, ці види діяльності приносять переважно **до 10% доходу**. Торгівля **мультимедіа** приносить великим книгарням **до 5% доходів**.
- **Середнім книгарням найбільший дохід** також приносить **роздрібна торгівля книжками** (у переважній більшості випадків – **від 90 до 100%**). Продаж книг **школам** приносить середнім книгарням **до 10% доходу**, а **продаж книг підприємствам, бібліотекам та торгівля канцелярією** – **до 5%**.
- **Найбільшу частку доходу** опитаним **малим книгарням** приносить **роздрібна торгівля книжками (до 100%)**. Усі інші види діяльності (**продаж книг школам, підприємствам, бібліотекам, торгівля канцелярією, сувенірами тощо**) приносять опитаним маленьким книгарням **від 5 до 10% доходів**.

Необхідні зміни для покращення умов ведення книжкового бізнесу в Україні

- Усі книгарні, що взяли участь у дослідженні, вважають, що для покращення умов ведення книжкового бізнесу в Україні необхідна **державна підтримка галузі**, а саме зниження податків і запровадження пільгових умов оренди.
- Серед факторів, що сприятимуть розвитку книжкового бізнесу в Україні, **гуртівні** також вказали **зменшення ціни книжок, зупинення їх контрабандних поставок і збільшення кількості книгарень**.
- Окрім державної підтримки, на думку опитаних **книгарень, що належать до всеукраїнських торгових мереж**, покращенню умов ведення книжкового бізнесу в Україні сприятимуть **покращення логістики поставок, видавництво більшої кількості вітчизняних книжок та підвищення рівня їхньої якості**.
- Окремі **великі та середні книгарні** необхідними змінами для покращення умов ведення книжкового бізнесу також вважають **зменшення ціни книжок, збільшення видавництва вітчизняних книжок та покращення їх якості**, а також **проведення рекламних та PR-кампаній, спрямованих, зокрема, на популяризацію українських книг**. Маленькі книгарні до цих факторів додають також **збільшення асортименту наукової літератури**.