

Зеленська М.О.
аспірант НТУУ «КПІ»
Мединцева М.О.
студент НТУУ «КПІ»

КНИЖКОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТАН РИНКУ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Робота присвячена дослідженню сучасного стану книжкового ринку України та основних напрямків його розвитку. Проведено статистичний аналіз показників книжкової галузі, представлено результати соціологічного опитування очікувань споживачів книжкової продукції та надано оцінку напрямків розвитку даного ринку.

Ключові слова: книги, книжкова продукція, попит, видавництва.

Вступ. Дослідження стану книжкового ринку України та основних напрямків його розвитку є актуальним, так як дана галузь суттєво постраждала від економічної кризи та є відображенням соціального та культурного життя населення країни. Книговидання України має низку проблем, які потрібно вирішувати для підтримки національного виробника на книжковому ринку, популяризації книжкових творів та підвищенням їх доступності для населення. Основними недоліками є брак інформації про видавничу діяльність (нові видання, видавців, книгопоширювачів тощо), брак потужної дистрибуційної мережі, поганий розвиток якої особливо актуальний для невеликих міст, брак підприємницького досвіду у видавців і книгопоширювачів, відсутність інвестицій та зацікавленості у розвитку сфери книговидання з боку органів державної влади. Також тиск на ринок друкованої продукції в традиційній формі чинить бурхливий розвиток Інтернет мережі та комп'ютерних технологій. Так, внаслідок економічної кризи 2009 року близько 80 українських видавництв опинилося на межі банкрутства, а обсяги книжкового виробництва суттєво скоротилися[3].

Проблемам функціонування ринку книжкової продукції присвячені праці Б. Дурняка, А. Штангрета, О. Мельникова, Я. Угрина, О. Афоніна, Д. Котова, І. Бекешкіної, О. Коваль та ін.

Постановка задачі. Метою даної роботи є здійснення огляду ринку книжкової продукції та надання рекомендацій щодо напрямів покращення його стану, проведення структуризації процесу видавничої діяльності від авторського оригіналу до споживача, дослідження змін кількості друкованих одиниць та тиражів книговидань в Україні за період 2005–2010 років, аналіз соціологічного опитування очікувань споживачів даного виду продукції.

Результати дослідження. Видавнича справа – це сфера суспільних відносин, що поєднує в собі організаційно-творчу та виробничо-господарську діяльність юридичних і фізичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням і

розповсюдженням видавничої продукції [2]. Її складовими частинами є видавнича діяльність, виготовлення видавничої продукції та її розповсюдження, їх взаємозв'язок представлений на Рис. 1. Видавничою діяльністю займаються видавництва. До них надходять рукописи від авторів, в яких фахівці-редактори корегують помилки, розміщення ілюстрацій, таблиць, оформлення розділів та інше. Відредаговані роботи відправляються до поліграфічних підприємств – друкарень, де вони проходять 3 стадії технологічного процесу виготовлення друкованої продукції: додрукарська підготовка, друк, післядрукарська обробка.

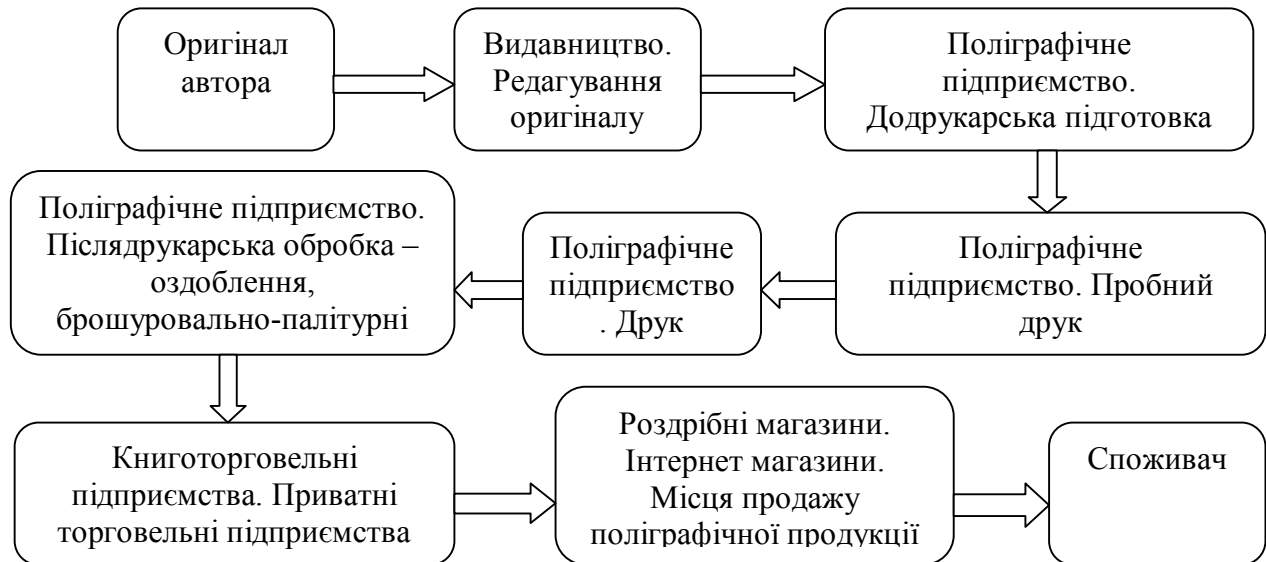


Рис.1 Схема створення та руху книжкової продукції від авторського оригіналу до споживача

Сучасні цифрові друкарські машини і комплекси дозволяють в автоматичному режимі виконувати всі операції, починаючи з обробки оригіналу і закінчуючи готовою продукцією. Для сучасної поліграфії є характерним використання комп'ютерних технологій та інновацій. Перед здійсненням друку обов'язково перевіряється якість проведеної обробки інформації методом пробного друку [5]. Розповсюдженням готової видавничої продукції займаються книготорговельні підприємства, книжкові магазини, Інтернет магазини, приватні підприємства гуртової або роздрібною торгівлі.

Станом на 01.06.2010 р. до Державного реєстру видавців, виробників і розповсюджувачів видавничої продукції внесено 4692 суб'єкти видавничої справи. З них 1467 суб'єктів видавничої справи займаються лише видавничою діяльністю, 615 – виготовленням видавничої продукції, 282 – розповсюдженням видавничої продукції [1].

В Україні слід визначити такі потужні видавництва та поліграфічні підприємства, як «Клуб Сімейного Дозвілля» (м. Харків, 2000–2010 рр.), «А–БА–БА–ГА–ЛА–МА–ГА» (м. Київ, 1992–2010 рр.), «Фоліо» (м. Харків, існує понад 10 років), «Факт» (м. Київ, 1997–2010 рр.), «Грані–Т» (м. Київ, 2006–2010 рр.), «Кальварія» (м. Львів, 1996–2010 рр.), «Нора–Друк» (м. Київ,

1999–2010 рр.), та ін. Серед книготорговельних фірм провідне місце займає ВАТ «Укркнига» (м. Київ, 1998–2010 рр.), засноване Державним комітетом телебачення та радіомовлення України. Серед інтернет магазинів найбільшими є «Піраміда» (www.piramidabook.com, м. Львів, 2000–2010 рр.), який спеціалізується на продажі книжкової продукції українських авторів та має у асортименті близько 200 назв, «Книгарня Є» (www.book-ye.com.ua, м. Київ, 2007–2010 рр.) і «Клуб Сімейного Дозвілля» (www.bookclub.ua, м. Харків, 2000–2010 рр.), що обслуговує 1,9 млн. активних користувачів, має показники продажу в 90 тис. одиниць книжкових видань щоквартально і асортимент в 600 назв.

На Рис. 2 представлені статистичні дані Книжкової палати України з 2005 р. по 2010 р., аналіз яких показав, що найбільших показників обсяги виробництва книжкової продукції досягли у 2008 році. У порівнянні з аналогічним періодом минулого року, в Україні на сьогодні випустили менше на 1650 друкованих одиниць, а тиражі зменшились на 8818,2 тис. примірників [4].

З метою з'ясувати відношення споживачів до асортименту, якості, цін українського виробника на книжковому ринку було проведено соціологічне опитування. Цільовою аудиторією були молоді люди віком 15–20 років – тобто учні старших класів та студентство в рівному розподілі за статевою ознакою. Кількість опитаних: 100 чоловік.

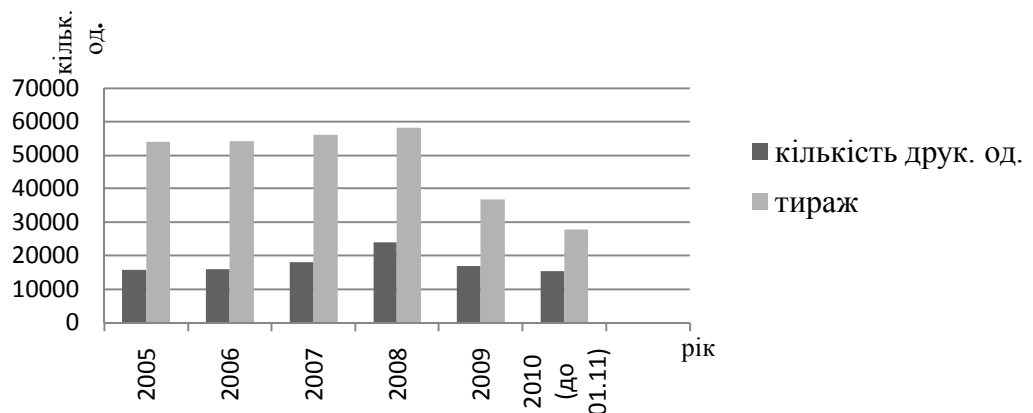


Рис 2. Обсяги виробництва книжкової продукції 2005–2010 р. (складено за даними [4])

Соціологічне опитування показало, що за останні 5 років 20% респондентів не мали потреби у купівлі книжкової продукції, 18% користувалися інформаційними онлайн-ресурсами, 62% купували книжкові видання, але з причини високих цін або незадовільного асортименту 19% – раз на 2–3 роки, 24% – декілька разів на рік, 19% – 3–5 разів на рік (Рис. 3). 63,4% респондентів вважають оптимальною ціною на одиницю книжкової продукції високої якості 30–50 грн. Також 38,3% респондентів замовляють товари у «Клубі Сімейного Дозвілля», 48,3% не користуються їх послугами,

13,3% раніше купували книжкову продукцію «КСД», але в умовах кризових явищ припинили.

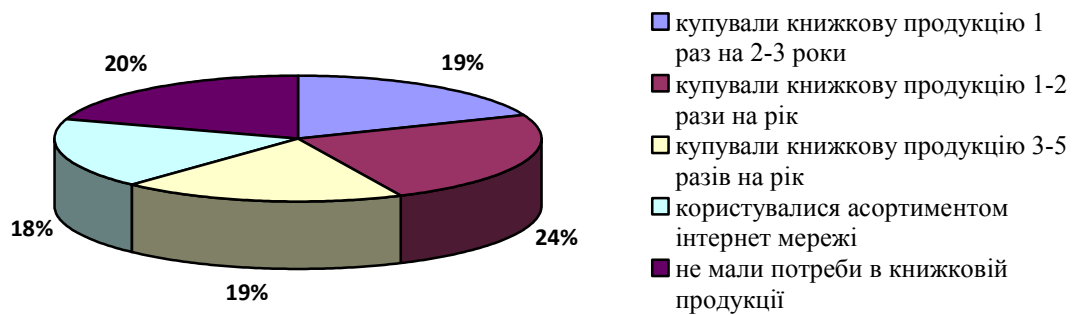


Рис 3. Дані соціологічного опитування щодо попиту на книжкову продукцію протягом 2005–2010 рр.

Також опитування дало змогу визначити видавництва, якість, ціна та асортимент яких найбільше задовольняє споживачів (Рис. 4): «А–БА–БА–ГА–ЛА–МА–ГА» (44% голосів), «Фоліо» (15% голосів), «Грані–Т» (5% голосів), «Клуб Сімейного Дозвілля» (5% голосів), «Факт» (4% голосів); також були названі «Нора–Друк», «Теза», «Зелений Пес». Ще 20% визнали, що не звертають увагу на видавництво, якщо якість друку, зміст книги та ціна влаштовує їх.

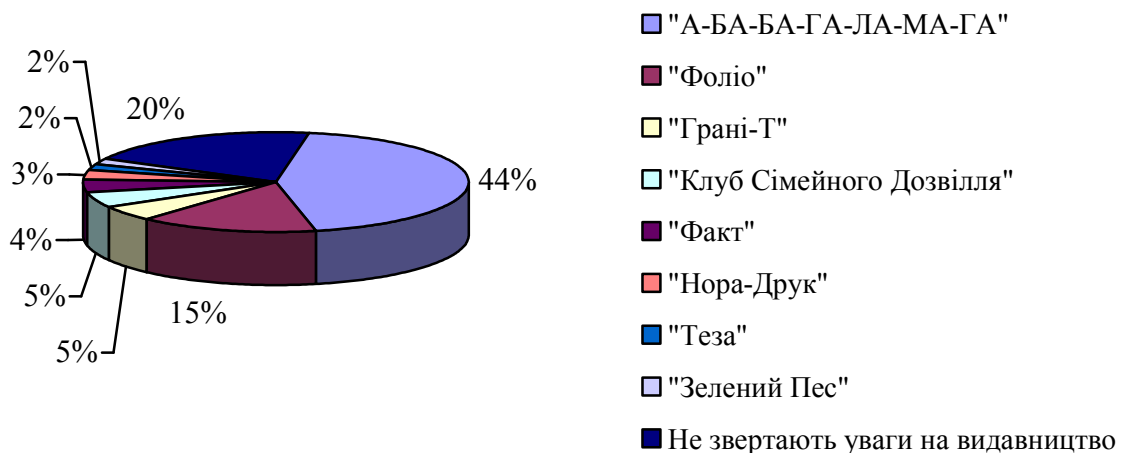


Рис 4. Рейтинг видавництв серед респондентів

Висновки. Дослідження показало, що за останні роки спостерігається значне скорочення тиражів і накладів книжкової друкованої продукції. Це пов'язано зі складними економічними умовами діяльності підприємств, зниженням попиту на книги через кризові явища в економіці та низьку конкурентоспроможність даного виду продукції українських видавництв. Потрібно зазначити, що соціологічне дослідження показало, що в Україні сформувався перелік видавництв, продукція яких користується попитом і їх бренди стають конкурентною ринковою перевагою, так як біля 80% споживачів продукції при виборі книги звертають увагу на видавництво. Опитування споживачів показало, що конкуренція на даному ринку посилюється тиском комп'ютерних інформаційних ресурсів. Так, наприклад,

20% респондентів читають книги в мережі Інтернет. Більшість опитаних наголосила на таких недоліках української книжкової продукції як висока ціна, низька якість, вузький асортимент, нестача інформації про нові видання. Отже, для збільшення попиту на друковану продукцію національного виробника потрібно враховувати очікування споживачів, економічний стан суспільства і відповідно до цього реформуванню дану галузь.

Перелік посилань

1. Державний комітет телебачення та радіомовлення України «Статистичні дані про стан Державного реєстру видавців, виробників і розповсюджувачів видавничої продукції» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://195.78.68.20/teleradio/control/uk/publish/article?art_id=75457&cat_id=34099

2. Закон України від 05.06.1997 р. №318/97-ВР «Про видавничу справу» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=318%2F97-%E2%F0>

3. Іванов В., Афонін О. «Український книжковий проект. Проблеми українського книжкового ринку» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uabooks.info/ua/about/profile/>

4. Книжкова палата України імені І. Федорова «Оперативні дані. Випуск видавничої продукції в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrbook.net/>

5. Павленко Д. «Класифікація друкарських форм та методів друку» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vybory.org/articles/1230.html>

Зеленская Н.А.
аспирант НТУУ «КПИ»
Мединцева Н.А.
студент НТУУ «КПИ»

КНИЖНЫЙ РЫНОК УКРАИНЫ: СОСТОЯНИЕ РЫНКА И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Работа посвящена исследованию современного состояния книжного рынка Украины и основных направлений его развития. Проведен статистический анализ показателей книжной отрасли, представлены результаты социологического опроса ожиданий потребителей книжной продукции и дана оценка направлений развития данного рынка.

Ключевые слова: книги, книжная продукция, спрос, издательства.

Zelenskaya NA
Postgraduate NTU «KPI»
Medintseva NA
student of NTU «KPI»

BOOK MARKET OF UKRAINE: THE STATE OF THE MARKET AND KEY TRENDS

Work was to study the current state of the book market of Ukraine and the main directions of its development. A statistical analysis of the indicators the book

industry, the results of a poll of consumers' expectations of book production and the evaluation of development options for the market.

Keywords: book, book production, demand, the publisher.

Клименко О.В.

канд. фіз.-мат. наук, доц. НТУУ «КПІ»

Обітоцький І.С.

студент ФММ НТУУ «КПІ»

СТАН РОЗВИТКУ ТА ПРОБЛЕМ РЕФОРМУВАННЯ КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Досліджено стан розвитку та проблеми реформування комунального господарства сучасних умовах господарювання в рамках Програми реформування та розвитку житлово-комунального господарства на 2002–2005 роки та на період до 2010 року, яку схвалено Кабінетом Міністрів України у лютому 2002 року. Визначена ефективність використання оборотних засобів на комунальному підприємстві.

Ключові слова: демонстративні проекти, служба замовника, об'єднання співвласників, делеговане управління.

Вступ. Останнім часом до проблем житлово-комунальних господарств прикута увага всього депутатського корпусу, урядовців, засобів масової інформації. І це не випадково, оскільки стан галузі значною мірою визначає умови життя населення, розвитку регіонів і рівень функціонування господарства України загалом.

На жаль, з кожним роком погіршується якість житлово-комунальних послуг. З метою виправлення ситуації, що склалася у житлово-комунальній сфері, на виконання Указу Президента України від 19 жовтня 1999 року розроблено Програму реформування та розвитку житлово-комунального господарства на 2002–2005 роки та на період до 2010 року, яку схвалено Кабінетом Міністрів України у лютому 2002 року.

Першочерговим завданням Програми є зламати систему, яка залишилася у спадок від Радянського Союзу, і забезпечувати функціонування галузі у ринкових умовах. У житлово-комунальному господарстві це здійснюється шляхом створення служб замовника, об'єднань співвласників багатоквартирних будинків, залучення приватних підприємств для експлуатації та обслуговування житлового фонду.

Фінансовий стан підприємства залежить від того, наскільки швидко кошти, вкладені в активи, перетворюються на реальні гроші. Найважливіші показники господарської діяльності підприємства – прибуток і обсяг