

УДК 655.4(477)



Олександр Афонін,
президент Української асоціації видавців
та книгорозповсюджувачів

Видавництва та книготорговельні мережі. Хроніка відносин

Аналізується стан співпраці між виготовлювачами і розповсюджувачами вітчизняної книги та проблеми у стосунках між ними.

Ключові слова: видавництва, книготорговельна мережа, книга, співпраця, книгарні.

Відповідно до Закону України "Про видавничу справу" [1] видавнича справа включає в себе три суб'єкти — видавців, виготівників та розповсюджувачів видавничої продукції.

З точки зору стратегії розвитку видавничого бізнесу ці три складові мусили б гармонійно співіснувати, допомагаючи одна одній у непростих кризових умовах. Однак... Якщо українським видавцям, попри всі нинішні складнощі, все ж вдається знаходити спільну мову з поліграфістами, то з розповсюджувачами книги стосунки складаються дуже і дуже непрості [2]. Причин цього явища декілька. Однак головними з них є дві. Перша — це тотальне системне знищення протягом 17 років незалежності (до 2009 року) вітчизняних книгарень, залишків ліквідованої у 1993 році потужної державної книготорговельної мережі "Укркнига" з метою привласнення приміщень, які ці осередки культури займали на центральних вулицях міст і обласних центрів ще з часів радянської доби. Розроблені сучасною правлячою бізнеселітою технології виселення книгарень з орендованих ними приміщень у будівлях державної чи комунальної власності були настільки вдалим, що до середини першого десятиліття XXI століття кількість повноформатних книгарень (площею понад 100 кв. м), що реалізували в основному українську книгу, скоротилася майже з 4000 у 1991 році до 400, тобто вдесятеро [3].

Однак, як кажуть, святе місце пустим не буває... На ринковий простір, звільнений владою від українських книгарень, почали заходити нові книготорговельні гравці, що представляють інтереси вже не української книги, а потужних російських видавництв, кожне з яких протягом року видає одноосібно книг більше, ніж усі українські видавництва разом.

Маючи за спиною могутній потенціал російської книжкової індустрії, яка щорічно виробляє книжкової продукції в обсягах, що перевищують відповідний український "додаток" за назвами у 6,5 раза, а за накладками — у 14,5 раза, ці книжкові мережі, будучи, по суті, постачальниками виключно імпортованого духовно-мистецького продукту, яким є книга, у своїй більшості зайняли позицію зверхнього ставлення до місцевої "сироти", створюючи для українських видавців апріорі неприйнятні умови поставок книги і розрахунків за її реалізацію.

Існуючі нині в Україні книготорговельні мережі не мають за собою вітчизняного капіталу й неохоче йдуть на співпрацю з українськими видавництвами. Тому Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів, як представник інтересів вітчизняних видавців, провела серед своїх

членів опитування на предмет оцінки рівня та якості їхньої співпраці з діючими книготорговельними мережами.

Варто підкреслити, що в опитуванні взяли участь сильні, за українськими мірками, видавництва, щорічний доробок яких налічує від кількох десятків до сотень нових видань. Це означає, що будь-який нормальний бізнесмен, який займається книжковою торгівлею, не може, з точки зору розширення асортименту й отримання додаткової вигоди для себе, відмовитись від співпраці з таким постачальником книжкового продукту.

Як же нині працюється найактивнішим видавцям української книги з книготорговельними мережами в Україні? Саме це й стало предметом розгляду в пропонованій публікації. *Методом* — опитування провідних вітчизняних видавництв.

Із тих, які взяли в ньому участь і яким належать близько 53 відсотків ринкових (загальнодоступних) накладів книг, 100 відсотків співпрацюють лише з мережею книгарень "Є".

А от щодо інших мереж, то тут такий розклад:

— 64,7 відсотка — з колишньою мережею "Літера", а нині "Афіна-Букс";

— 52,9 відсотка з мережею "Читайгород" ("Логос-Транс");

— 52,9 відсотка з колишньою мережею "КС" ("Книжковий супермаркет"), що об'єдналася з мережею "Читайгород";

— 41,1 відсотка — з мережею "Емпік";

— 5,1 відсотка — з гуртвинею "Джерела-М";

— по одному відсотку опитуваних заявили про свою співпрацю з такими структурами і видавничими мережами, як Книжковий клуб "Клуб сімейного дозвілля", "Ашан", "Велика кишеня", "Медіа-майстер" (Харків). Однак останню категорію ми не враховували при подальшому аналізі у зв'язку з їхнім вкрай незначним впливом на загальну картину.

Усі без винятку опитані видавництва мають ділові відносини як з книготорговельними мережами, так і з незалежними книгарнями. Більше того, у відповідях на запитання "Кому ви віддасте перевагу: мережам чи книгарням?" голоси розділилися порівну: 41,2 відсотка респондентів надали перевагу мережам і стільки ж — 41,2 — незалежним книгарням. А 17,6 відсотка видавців не змогли визначитись у своїх уподобаннях. І хоча з мережами співпрацює досить великий відсоток українських видавництв, однак ця співпраця є далекою від беззмарної. Значною мірою вона не задовольняє видавців, проте вони змушені це робити задля виживан-

ня. Так, з усіх видавництв, які мають договірні стосунки з "Літерою" ("Афіна-Букс"), у цілому більш-менш задоволені ними 71,1 відсотка, "Читайгород" з "КС" ("Логос-Транс") — 66,7 відсотка, "Емпік" — 57,1 і найбільший відсоток тих, хто в цілому задоволений співпрацею з мережами, становлять партнери мережі книгарень "Є" — 88,3.

Однак варто зауважити і таке. Ті з опитаних видавництв, що не співпрацюють з окремими книготорговельними мережами, пояснюють це невідповідністю договірних умов їхньому розумінню партнерських стосунків. Не сприймають "договірного диктату мереж": "Літери" — 35,3 відсотка, "Читайгорода" — 47,1 відсотка, "Емпіка" — 58,9 відсотка видавництв з усіх опитаних.

Головне, на що звертають увагу видавництва, це, як відзначив один із респондентів у своїй анкеті, **"неприйнятні, непрозорі, зневажливі, а в окремих мереж навіть кабальні умови, які важко вважати формою співробітництва"**.

Серед найчастіше згадуваних проблем у стосунках із книжковими мережами є:

- відтермінування на великий проміжок часу сплати за поставлену продукцію та здійснення повернення товару за рахунок постачальника;

- недотримання умов угод у частині строків сплати за реалізовану літературу, а також неінформування про її кількість;

- відсутність обмежень у торговій націнці мереж. Іноді їхня "накрутка" становить понад 150 відсотків відпускної ціни видавництва, що робить книгу невідомою за вартістю для гаманця українського покупця;

- повернення продукції у вигляді (наявність магнітних та фірмових наклейок, пошкоджень тощо), який вже не дозволяє реалізувати її як товар, а також спроби перекласти на видавця всі збитки від "забудькуватості" покупця розраховуватися за товар;

- намагання перетворити видавця-постачальника, який, по суті, виступає універсальним кредитором книготорговельних мереж, віддаючи їм власну продукцію як товарний кредит, на платника надуманих керівництвом мереж штрафів за рахунок укладання односторонніх угод, де фактично визначена відповідальність лише однієї зі сторін — видавця.

Щодо інформування книжковими мережами своїх "постачальників" про кількість реалізованої їхньої продукції, то респонденти охарактеризували це таким чином.

Про те, що їх інформують **щотижня** про кількість проданих книг, заявили:

- 11,1 відсотка постачальників "Читайгорода";
- 22,1 відсотка — мережі "КС";
- 62,5 відсотка — мережі "Емпік";
- 5,9 відсотка — книгарні "Є".

Раз на два тижні:

- 17,6 відсотка — книгарні "Є".

Раз на місяць:

- 27,3 відсотка — мережі "Літера" ("Афіна-Букс");
- 66,7 відсотка — мережі "Читайгород";
- 22,1 відсотка — мережі "КС";
- 76,5 відсотка — мережі "Є".

Про те, що мережі їх **ніколи не інформують** про кількість проданих книг, заявили під час опитування видавці-постачальники:

- мережі "Літера" — 72,7 відсотка;
- мережі "Читайгород" — 22,2 відсотка;
- мережі "КС" — 55,6 відсотка;
- мережі "Емпік" — 37,5 відсотка.

І лише мережа книгарень "Є", що спеціалізується саме на продажу української книги, пунктуально із місяця в мі-

сяць інформує усіх своїх постачальників про кількість проданих книг за минулий період.

Однак наявність інформації про продажі ще не завжди є свідченням і гарантією вчасності розрахунків за продану продукцію.

За свідченнями респондентів, **щотижня** розраховуються за продаж книготорговельні мережі:

- "Читайгород" — з 11,1 відсотка постачальників;
- "КС" — з 11,1 відсотка;
- Емпік" — з 71,4 відсотка.

Раз на два тижні сплачують кошти:

- "Літера" — 9 відсоткам постачальників;
- мережа книгарень "Є" — 17,6 відсотка.

Раз на місяць:

- "Літера" — 72,7 відсотка постачальників;
- "Читайгород" — 66,7 відсотка;
- "КС" — 33,4 відсотка;
- "Емпік" — 14,3 відсотка;
- мережа книгарень "Є" — 82,4 відсотка.

У той же час значна частина видавців, що працюють з мережами (за винятком партнерів книгарні "Є") свідчить, що **реалізатори їхньої літератури мають заборгованість по розрахунках від кількох місяців до двох-трьох років**.

Серед опитаних такі "забуті мережами" постачальники становлять у:

- мережі "Емпік" — 14,3 відсотка;
- мережі "Літера" — 18,3 відсотка;
- мережі "Читайгород" — 22,2 відсотка;
- мережі "КС" — 55,5 відсотка.

У цілому ж, рейтингова оцінка співпраці книготорговельних мереж з українськими видавцями, висловлена респондентами в ході опитування (за п'ятибальною системою), дала такі значення:

- мережа "КС" — 2,1 бала;
- мережа "Емпік" — 2,6 бала;
- мережа "Літера" — 2,7 бала;
- мережа "Читайгород" — 3,7 бала;
- мережа "Є" — 4,5 бала.

Варто ще раз нагадати, що йдеться про ділові відносини з мережами найсильніших українських видавництв. А от щодо середніх і малих, то доступ їм до мереж в умовах "торгового диктату" останніх дуже й дуже обмежений. Ми не говоримо сьогодні й про мізерний відсоток української книги в асортименті книгарень, що належать мережам.

Висновок. Результати аналізу ще раз підтверджують необхідність термінового привернення пильної уваги влади в Україні до стану української книги загалом [4] і до діяльності книгорозповсюджувальних підприємств і книгарень зокрема з метою забезпечення сприяння інвестуванню українським бізнесом коштів у розвиток вітчизняної системної книжкової торгівлі [5, 6].

Крім цього, не можуть не викликати здивування і заперечення з боку суб'єктів українського книжкового бізнесу й нашої Асоціації "специфічні" методики та умови, які практикують деякі з діючих нині на теренах України книготорговельних мереж щодо книги "аборигенів".

Тому УАВК вважає за необхідне найближчим часом ініціювати під егідою офіційного опікуна видавничої галузі Державного комітету телебачення та радіомовлення України проведення робочої зустрічі представників Асоціації з керівниками діючих в Україні книготорговельних мереж задля напрацювання взаємоприйнятних для видавців та реалізаторів книги договірних умов, які б уможливили збільшення фізичної присутності української книги на полицях книгарень і мереж, а також усунули б дискримінаційні положення договорів, які стали перешкодою на шляху вітчизняної книги до українського читача через книготорговельні мережі,

що працюють в Україні. Принаймні УАВК не має наміру далі миритися з ситуацією, що склалася в стосунках українських видавців з книготорговельними мережами, і вживати-ме всіх зусиль для її зміни на краще.

Список використаної літератури

1. *Про видавничу справу* : Закон України : за станом на 20 берез. 2004 р. / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К. : Парлам. вид-во, 2004. — 17, [3] с. — (Серія "Закони України").
2. *Плаксюк Ю.* Тези виступу Голови Держкомтелерадіо Ю. О. Плаксюка на засіданні колегії з питання "Про підсумки роботи Державного комітету телебачення і радіомовлення України у 2010 році та основні завдання на 2011 рік" / Юрій Плаксюк // Вісник Книжкової палати. — 2011. — № 2. — С. 3—5.
3. *Григорова З.* Добре забуте старе? : (ще раз про книжкову торгівлю в Україні) / Зоя Григорова, Жанна Ковба, Ольга Барзилович // Вісник Книжкової палати. — 2010. — № 1. — С. 7—10.
4. *Афонін О.* Рекомендації з удосконалення українського книго-видання / Олександр Афонін, Наталія Петрова // Вісник Книжкової палати. — 2011. — № 1. — С. 3—5.
5. *Афонін О.* Українські книжкові реалії 2010-го / Олександр Афонін // Вісник Книжкової палати. — 2011. — № 3. — С. 3—5.
6. *Мельник І.* Потрібна Державна стратегічна програма розвитку видавничої галузі / Ігор Мельник // Вісник Книжкової палати. — 2011. — № 3. — С. 6—7.

Анализируется состояние сотрудничества между изготовителями и распространителями отечественной книги и проблемы в отношениях между ними.

The state of cooperation between the manufacturers and distributors of domestic book and the problems in the relationship between them are analyzed.

Надійшла в редакцію 25 березня 2011 року