

Таким чином, у цій роботі нами вперше у вітчизняній книжковій справі запропоновано враховувати *sale-критерій* як один із найважливіших на усіх етапах створення наукової та навчально-методичної літератури. Разом з тим наведено рекомендації щодо ефективного застосування цього критерію та розглянуто приклади, які наочно демонструють різні можливості запропонованого підходу.

1. Бейверсток Е. Як продавати книги. Х., 2002. 2. Генденштейн Л.Е., Єршова А.П. Алгебра та геометрія. 7 – 11 класи: Наочний довідник школяра. Х., 2004. 3. Доля Ю.В., Смоленский С.Н. Проблемы распространения научной информации // Матеріали XI харківських міжнародних Сковородинівських читань: Філософія і література. Х., 2004. С. 304 – 305. 4. Доля Ю.В., Смоленський С.М. Сучасні проблеми передачі та поширення знань. Педагогіка та психологія. Вип. 19. Ч.2. Х., 2001. 5. Издательства в процессе перемен: проблемы и перспективы развития учебного и научного книгоиздания в высшей школе. М., 1999. 6. Книжный бизнес. 2005, № 1. 7. Комаров Е.И., Маковеев Н.П. Эффективное издательство: менеджмент и маркетинг в издательской деятельности. М., 2000. 8. Фортепіанні ансамблі / Упоряд. Ю.В. Доля. К., 2005.

УДК 655.4

И. Н. Степурич

ОРГАНИЗАЦИЯ И РАБОТА КНИГОТОРГОВОЙ ДИСТРИБЬЮТОРСКОЙ СЕТИ В УКРАИНЕ

Аналізуються причини зниження темпів реалізації книжкової продукції українськими видавництвами. Звертається увага на відсутність системи книжкової дистрибуції в Україні і необхідність її створення. Пропонується оптимальна схема реалізації книжкової продукції з акцентом на «гуртовій ланці». На прикладі «Самміт-книги» показано переваги сучасної дистрибуційної компанії, охарактеризовано основні напрями її діяльності.

The reasons of decreasing the rates of book products realization by the Ukrainian publishing houses are analyzed. The attention is paid on the absence of the book distribution system in Ukraine and importance of its creation. The optimal scheme of book products realization with the special accent on the «wholesale» is suggested. On the example of «Sammit – book» are shown the advantages of the modern distribution company, are characterized the main directions of its activity.

Существенное снижение темпов роста реализации книжной продукции украинскими издательствами с начала 2005 г. объясняется:

- недостаточной поддержкой отечественного издателя со стороны государства;
- отсутствием информационного обеспечения книжного рынка;
- высокой ценой при небольших тиражах украинской книги;
- засилием недорогой российской книги;

уничтожением государственной книготорговой сети, отсутствием маркетинговых каналов реализации книжной продукции, в частности оптового звена в книжной торговле.

На наш взгляд, одной из главных и первостепенных причин сложившегося кризиса является отсутствие дистрибуции украинской книги как таковой.

В 2004 г. была окончательно разрушена система государственного книгораспространения. И сегодня большие надежды украинские издатели связывают с возрождением и организацией дистрибьюторской книжной сети.

Несмотря на открытие в различных регионах Украины книжных магазинов, в целом их очень мало, чтобы обеспечить доступ к книге всех желающих. Для сравнения, сегодня в Украине работает около 300 книжных магазинов, а в меньшей по территории и численности населения Польше – 2,5 тысячи. Среди действующих книжных магазинов, к сожалению, нельзя выделить магазин, который бы удовлетворял пожеланиям покупателей и продавцов книг. Во-первых, большинство магазинов находятся в крупных областных центрах. Книжные магазины имеются далеко не во всех районных центрах, не говоря уже про города с населением менее 20 тысяч человек. Во-вторых, три четверти существующих магазинов совершенно не большие по площади и имеют в своем ассортименте от 3 до 5 тысяч названий книг. В-третьих, ассортимент в магазинах формируется случайно и зависит в основном не от спроса и конъюнктуры рынка, а от привычки директора работать с тем или иным издательством. А в большинстве случаев магазин работает с издательствами, которые не требуют своевременных платежей от него (а издательства, ведущие правильную маркетинговую и финансовую политику и издающие качественную продаваемую литературу, требуют от магазинов четкой и своевременной оплаты). В связи с этим многие магазины просто забиты неликвидным продуктом. Книги на полках некоторых магазинов лежат годами. В-четвертых, руководство и персонал многих магазинов не имеют должной профессиональной подготовки, не владеют ассортиментом реализуемых книг, не следят за новинками, не говоря уже о формировании спроса покупателя. Если сравнить профессиональный уровень продавцов на книжных рынках и книжных супермаркетов, то результат будет не в пользу последних.

И наконец, многие издательства, на наш взгляд, не знакомы с маркетинговыми аспектами продвижения собственной книжной продукции, не работают со средствами массовой информации, не занимаются мерчендайзингом книжной продукции, не проводят презентаций своих изданий. Очень важной проблемой является нежелание книжных сетей (в основном с российскими инвестициями) брать украинскую литературу на полки, мотивируя это отсутствием покупательского спроса, а высокий уровень торговой наценки магазинов на отпускную цену издательств существенно снижает объемы продажи у издательств и замораживает оборотные средства их в товаре. Так, книжные супермаркеты сети «Буква» ставят торговую наценку на украинскую литературу на уровне 60 – 80%. Резко возрос уровень неплатежей торговых сетей (как книжных магазинов, книготоргов, интернет-магазинов и других каналов реализации) издателям.

По нашему мнению, практически все вышеперечисленные проблемы возникли из-за отсутствия качественного оптового звена в системе

книгораспространения украинской книги. Сегодня схема каналов реализации на украинском книжном рынке выглядит следующим образом:

Издатель – розничный продавец – читатель.

Хотя в цивилизованной торговле, особенно с таким массивом ассортимента, который присутствует в книжной торговле (более 60 тысяч наименований литературы), необходимо использовать схему

**Издатель – оптовый продавец – розничный торговец
– потребитель (читатель).**

К данной схеме в Украине уже пришли и продавцы бытовой химии, и продавцы продуктов питания. В настоящее время даже такие крупные компании, как «Procter and Gamble» (производство бытовой химии), продуктовые, водочные, табачные гиганты, не говоря уже о фармацевтических и парфюмерных, идут по пути реализации собственной продукции через дистрибуционные центры (оптовые и мелкооптовые каналы).

Сегодня, когда количество реально действующих издательств в Украине достигло более 400 (при действенной государственной поддержке издательского бизнеса через два – три года на рынке будет порядка тысячи издательств), проблема «оптового звена» книжной торговли встала очень остро.

Оптовый канал реализации книжной продукции решает ряд проблем, поднятых ранее. Данное звено занимается :

сбором заявок на поставку литературы;

реализацией поставок;

логистическими схемами доставки литературы в регионы Украины;

формированием ассортимента розничного звена и покупательского спроса;

промоушеном и рекламой книг;

работой со СМИ, Интернетом;

мерчандайзингом книжной продукции в книжных магазинах и точках реализации;

проведением обучения продавцов и издателей по продвижению книг, взаимоотношениям с покупателями, а также в каналах реализации;

финансовыми платежами и взаиморасчетами между розничным звеном и издателем.

Оптовое звено создаёт позитивный имидж всего рынка книжной продукции, придает ему весомость и законченность с точки зрения формирования маркетинговых каналов реализации. Положительно влияет на ощущение стабильности всей системы как для издателя, розничного торговца, так и для потребителя. В этой системе оптовое звено часто выполняет функции **коммерческого представителя на определенной территории**. Суть представительства заключается в подписании договора с издателем и предоставлении полного пакета услуг в регионе.

Для коренного изменения ситуации с реализацией украинской книги необходимо, на наш взгляд, полностью изменить ситуацию в маркетинге и продажах книги. Пришло время многим издательствам пересмотреть свое отношение к оптовому посреднику – не как к «спекулянту», который наживается на перепродаже продукции издательства, а как к действенному игроку рынка, продвигающему продукцию издательства. Ведь не секрет, что сегодня работа маркетингового отдела многих издательств сводится буквально к следующему. Так называемый маркетолог приходит в книжный магазин с предложением взять на реализацию вышедшую новую книгу. Через определенное время он появляется снова с претензией, что, мол, магазин так долго не платит за книги. На что директор строго отвечает: «Да забирайте вы свои книги». Сотрудник издательства сдается: «Да нет-нет, пусть книги ещё остаются у вас». И так продолжается до бесконечности.

Оптовая компания должна иметь в своем распоряжении квалифицированных специалистов, которые знают основы мерчендайзинга, маркетинга книжной продукции, бухгалтерского учета и финансового анализа, не боятся прощаться с нерадивыми продавцами, которые не выполняют условий договора по финансовым расчетам. Её специалистам необходимо работать как с уже изданными книгами, так и с изданиями, которые готовятся к печати.

Книготорговая «Саммит-книга» функционирует с 2005 г. на украинском книжном рынке как дистрибуционная компания, заключает с издательствами **эксклюзивные** договора по продвижению их книг. В этих договорах берет на себя обязательства по количественной и качественной дистрибуции книжной продукции, а также по объемам реализации в определенные сроки. Так, на **первом этапе** продвижения книги гарантирует издателю **количественную дистрибуцию его книг**, наполнение книжной продукцией издателя маркетинговых каналов реализации книг:

Поставка книг в торговые сети Украины – в книжные магазины и супермаркеты, торговые сети, книжные отделы в гипермаркетах, на оптовые книготорговые фирмы, в интернет-магазины.

Дистрибуция книг на территории России – касается не только русскоязычных книг, но и книг на украинском языке. «Саммит-книга» имеет представительство в России и уже сегодня на основе долгосрочных договоров поставляет литературу украинских издательств в книжные сети страны, книготорговые оптовые компании, библиотеки и бибколлекторы, книжные магазины Москвы и центральные книжные магазины крупнейших городов России.

Поставка изданий в библиотеки – компания работает как бибколлектор, комплектуя фонды библиотек государственных органов власти, публичных библиотек вузов, банков, отечественных и зарубежных компаний.

На **втором этапе** в рамках **качественной дистрибуции книжной продукции** «Саммит-книга» предлагает издателям:

Мерчандайзинг книжной продукции в точках продажи:

специальная выкладка книг в местах реализации;
размещение книг в магазинах на специальных стойках компании;
консультирование продавцов литературы по формам и методам продажи определенных книг.

Проведение рекламных и промоакций книжной продукции:

компания производит и распространяет рекламную продукцию по продвижению литературы (календари, плакаты, буклеты, закладки, подставки под кружки, разнообразную сувенирную продукцию);

осуществляет рекламирование книг в СМИ (издает специальные периодические издания «Книжный «Newsweek» – 10 000 экз. два раза в месяц; «Саммит-Ревю» – 7000 экз. еженедельно; ежемесячный журнал «Книжный клуб», соучредителями которого является «Саммит-книга»; каталог «Книжный мир». В периодических журналах и газетах Украины и России специалисты компании ведут специализированные рубрики «Книжные новинки» и обзоры книжного рынка);

совместно с Ассоциацией городов Украины проводит выездные книжные ярмарки и выставки, фестивали, Дни книг в районных центрах Украины.

Direct-mail книжной продукции – достаточно новая, но очень интересная и перспективная форма реализации книг на украинском рынке. «Саммит-книга» продаёт литературу посредством собственной агентской сети (более 50 профессионально подготовленных агентов, продавцов-консультантов, телефонистов). Осуществляет доставку рекламных материалов подписчикам периодических изданий в пакетах с прессой, которых в Киеве у АОЗТ «Саммит» 10 000, по Украине – 13 000 юридических лиц. Рекламный отдел компании распространяет информацию о книгах по электронным адресам юридических и физических лиц Украины и России.

Логистика и маршрутизация книжных поставок по всей территории Украины – силами собственной транспортной службы компания ежедневно поставляет периодические СМИ и книжную продукцию в семь региональных представительств на территории Украины.

Это те обязательства, которые «Саммит-книга» берет сегодня на себя в рамках дистрибуционного договора. Издательства же должны придерживаться при этом четких условий по ценообразованию на литературу. Компания стремится к тому, чтобы стоимость книги в издательствах и в «Саммит-книге» были одинаковыми, поэтому работает с ними на условиях с 25 – 30% скидки от цены производителя. Гарантирует четкое выполнение условий договора по расчетам за реализованную литературу с предоставлением ежемесячных отчетов по размещению и реализации изданий.

«Саммит-книга» имеет сегодня представительства во Львове, Харькове, Николаеве, Кременчуге, Симферополе и других городах. Старается сделать книжную торговлю в Украине цивилизованной и профессиональной.