

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КНИГОТОРГОВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

З. В. ГРИГОРОВА, Л. П. ШЕНДЕРІВСЬКА

Видавничо-поліграфічний інститут Національного технічного університету України «КПІ»

*У роботі розглядаються основні соціально-економічні фактори, що мають визначальний вплив на розвиток книготорговельної галузі України*

На діяльність книготорговельних організацій як відкритої економічної системи суттєво впливають соціально-економічні процеси, що відбуваються в державі. Розвиток зазначеного виду діяльності безпосередньо залежить від демографічної ситуації в країні, стану економіки, політичних факторів, розвитку провідних технологій, рівня культури суспільства. Вплив зазначених факторів потребує ґрунтовного вивчення з метою формалізації їх впливу на процеси, що відбуваються у галузі вітчизняного книгорозповсюдження.

### ***Об'єкти та методи дослідження***

Стан вітчизняного книгорозповсюдження та книгопоширення розглядається вченими та фахівцями О.Афоніним, М.Сенченком, М.Тимошиком, Г.Грет та ін. Також проблеми галузі висвітлюються у галузевих виданнях «Вісник книжкової палати», «Книжковий огляд», «Книжковий клуб плюс», «Книжная индустрия» та ін. Разом з тим недостатньо публікацій, які б використовували комплексний підхід до стану розвитку книгорозповсюдження в Україні.

### ***Постановка завдання***

Метою цієї статті є характеристика впливу соціально-економічних процесів, що відбуваються в державі, на розвиток книготорговельної галузі України та визначення основних тенденцій її розвитку.

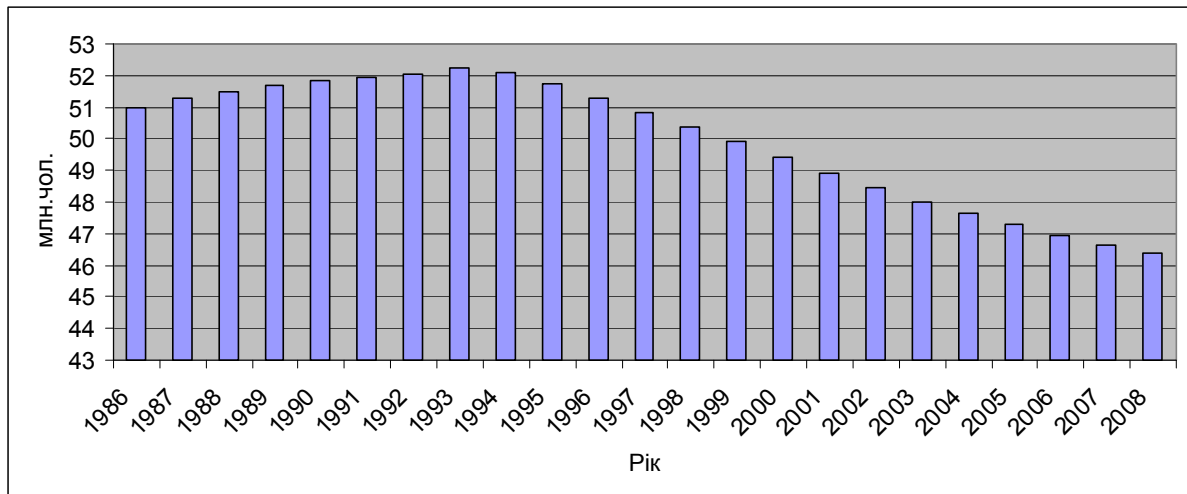
### ***Результати та їх обговорення***

На обсяги реалізації книжкової продукції суттєво впливають мають демографічні фактори, оскільки вони визначають наявність та основні характеристики споживачів. Низький рівень народжуваності та підвищення рівня смертності в Україні викликало скорочення кількості населення з 51,8 млн. осіб у 1990 році до 46,2 млн. осіб у 2008 році (рис.1), що стало одним з чинників зниження попиту на друковані видання. Зростання рівня народжуваності, загальне старіння населення країни, активні міграційні процеси призводять до зміни читацьких переваг, а, отже, спричиняють структурні зрушення в асортименті реалізованої літератури.

Кризові явища, що супроводжували трансформаційні процеси в економіці країни після набуття нею незалежності, призвели до руйнації налагодженої системи книжкової торгівлі. Зменшилась кількість гуртових та роздрібних підприємств галузі, відбувся розрив налагоджених зв'язків у сфері замовлення і розподілу книг, погіршився стан інформаційного забезпечення книготорговельної діяльності.

Зменшення реальних доходів населення і зростання цін на книжкову продукцію скоротили попит на неї та її реалізацію. За даними Держкомстату, питома вага витрат домогосподарств на задоволення культурних потреб (у т.ч. на придбання книг) та відпочинок становить 2,4%.

Оцінюючи перспективи розвитку книготорговельної галузі, можна передбачити, що поглиблення кризових явищ у вітчизняній економіці погіршить стан реалізації видань, оскільки книга не є товаром першої потреби, а, отже, структурні зрушення у складі витрат населення відбудуться не на її користь.



**Рис. 1. Кількість населення України (станом на 01.01 відповідного року)**

Суттєво впливають економічні фактори і на пропозицію книжкової продукції на ринку. Економічна криза початку 90-х років негативно позначилась на діяльності усіх галузей, у тому числі і видавничої (рис.2,3). Протягом 1986 – 1990 років ситуація з випуском книжкової продукції була стабільною, в розрахунку на 1 жителя видавалося більше трьох видань (рис.4). За 1990 – 2001 роки обсяги виробництва за тиражами скоротилися більш як утричі. Починаючи з 2000 року відбувається зростання обсягу випуску книжкової продукції за назвами, однак, слід відзначити, що стабільною є тенденція до зниження середнього накладу видань. У 2007 році в Україні видавництва і видавничі організації усіх форм власності випустили 17987 назв книг і брошур накладом 56,1 млн. примірників, що становить 1,21 книжки на кожного мешканця країни (у Росії у 2007 році цей показник був на рівні 4,58 прим., у країнах євросоюзу він коливається в межах 5 – 8 примірників) [1].

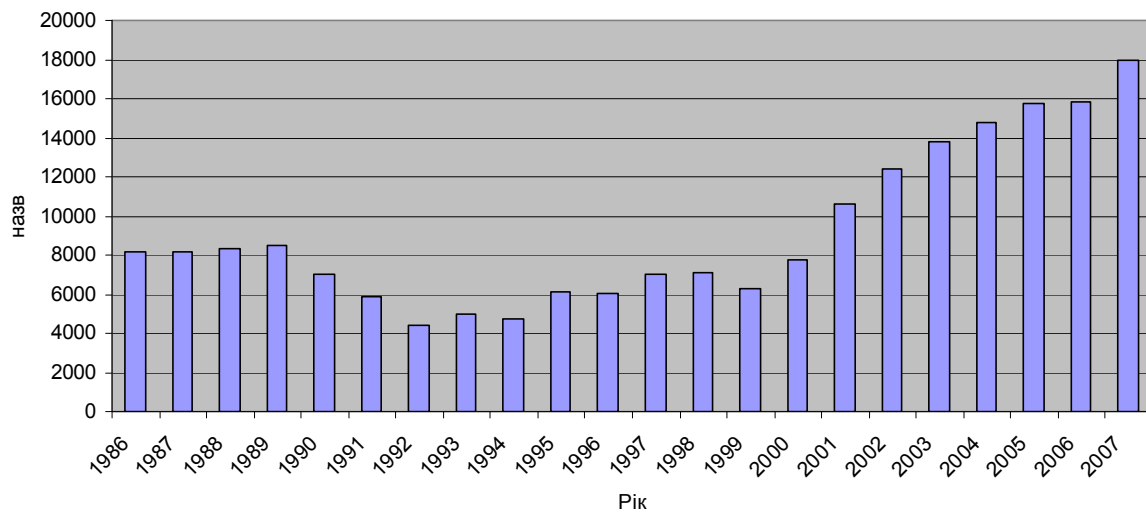


Рис. 2. Випуск книг і брошур за назвами в Україні за 1986 – 2007 рр.

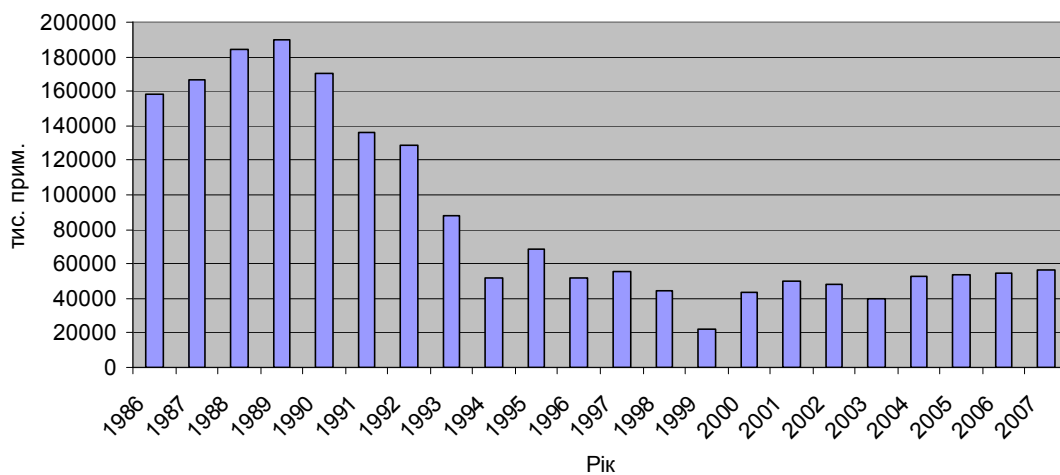


Рис. 3. Випуск книг і брошур за накладами в Україні за 1986 – 2007 рр.

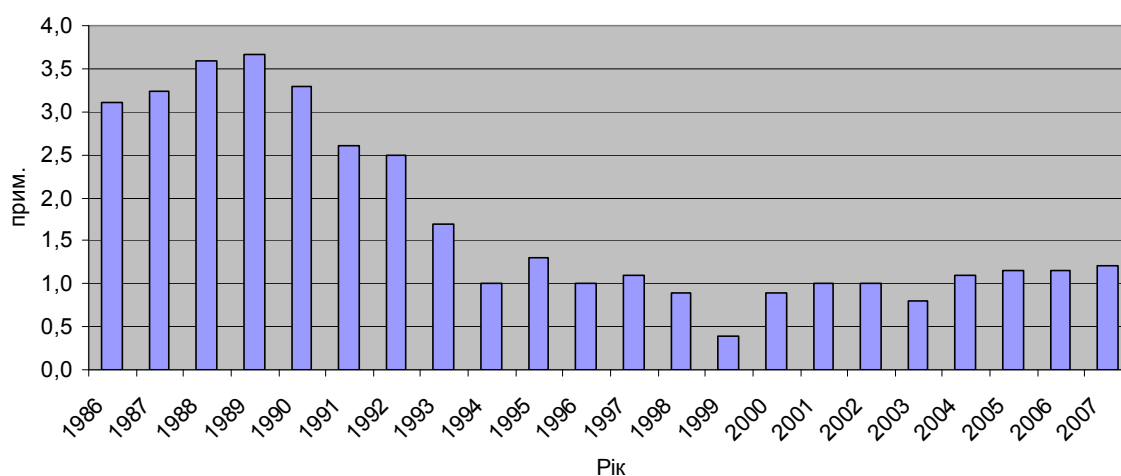
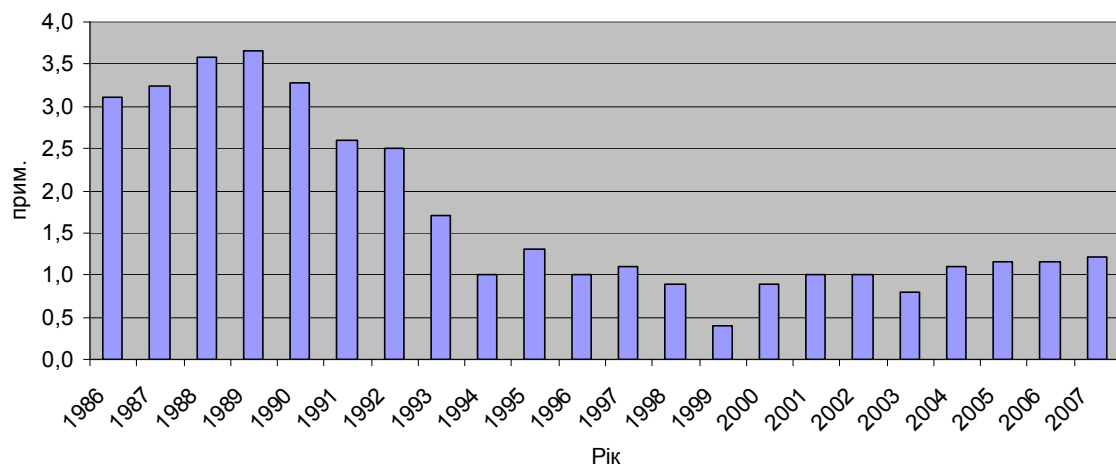


Рис. 4. Випуск книг і брошур у розрахунку на 1 жителя в Україні за 1986 – 2007 рр.

Однією з причин, що зумовлює таку ситуацію у сфері українського книговидавництва, є експансія імпортованої книги на вітчизняному ринку. Впровадження пільгового оподаткування для суб'єктів видавничої справи в Росії призвело до зменшення витрат на виробництво книжкової продукції, внаслідок чого російська книга стала дешевшою від української. Крім ціни, вітчизняна література поступається і за повнотою асортименту. У 2007 році в Росії видано 108 791 назв книг і брошур накладом 665 682,7 тис. примірників (в Україні ці показники менші у 6 і 12 разів відповідно) [1]. Як наслідок, за оцінками фахівців український ринок на 85 – 90% охоплений імпортованою літературою.

Законодавчі акти, що передбачали введення пільг для видавців та книгорозповсюджувачів, приймалися і в Україні, але їх дія була нетривалою, а спектр передбачених ними податкових пільг – обмеженим. Утім їх впровадження сприяло збільшенню випуску по тих видах друкованої продукції, на які поширювались пільги. На сьогодні згідно з Законом України «Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки книговидавничої справи в Україні» від 18.09.2008 р. №521-VI до 01.01.2015 р. збережене пільгове оподаткування суб'єктів видавничої діяльності, яке передбачає пільги з оподаткування ПДВ, податком на прибуток, митом.

Вплив науково-технічних факторів виявляється в загальносвітовій тенденції розвитку електронних засобів комунікації, що також впливає на книжкову торгівлю. З одного боку розвиток новітніх технологій надає книготорговельним підприємствам можливість застосовувати прогресивні форми реалізації товарів та використовувати засоби мережі Інтернет для формування асортименту книгарень. З іншого боку науково-технічний прогрес призводить до підвищення рівня конкуренції в галузі книгорозповсюдження (поява книжкових інтернет-магазинів) та появи товарів-конкуренців (електронні видання, аудіокниги, електронні книги).

За результатами дослідження ACNielsen, проведеного в 2006 році, через інтернет здійснює покупки кожен десятий житель планети. При цьому найбільш популярним товаром є книги. На сьогодні в Україні існує понад 20 інтернет-книгарень (bambook.com, bookzone.com.ua, petrovka.ua, book-ye.com та ін.). Але цей метод придбання книг не є популярним серед українців. За результатами досліджень книжкового ринку, здійснених компанією GfK Ukraine, через інтернет придбали книги менше 1% опитаних респондентів [2].

Важливим чинником, який впливає на діяльність підприємств, є соціально-культурне середовище, до складу якого входять життєві цінності і традиції населення. Раніше читання входило в першу п'ятірку способів проведення дозвілля. Нині за даними Українського центру культурних досліджень, телебачення, комп'ютери, перегляд фільмів суттєво випереджають читання [3]. Загальне зниження рівня культури суспільства також призводить до зниження інтересу до книги.

Зазначені фактори мали негативний вплив на книжкову торгівлю. За роки незалежності України в системі книгорозповсюдження відбулися суттєві зміни. Помітно скоротилась кількість книготорговельних організацій одночасно із збільшенням форм доведення літератури до споживача. На сьогодні реалізація книжкових видань населенню здійснюється через книжкові відділи, магазини (як незалежні, так і мережеві), супермаркети, кіоски та ятки, ринки, виставки, мережу Інтернет, книжкові клуби, відділи реалізації видавництва, книгонош та відділення «Укрпошти». Як свідчать дані соціологічних досліджень, понад 50% респондентів віддають перевагу придбанню книжок у магазинах [2].

Саме тому проблема пропорційності розміщення книготорговельної мережі та її територіальної наближеності до споживачів є надзвичайно актуальною.

Ступінь пропорційності розміщення підприємств торгівлі розподілу жителів дозволяє оцінити *частковий коефіцієнт локалізації*:

$$Kl' = \frac{\bar{S}'}{\bar{H}'},$$

де  $Kl'$  – частковий коефіцієнт забезпечення населення певного регіону торговельними підприємствами;

$\bar{S}'$  – питома вага регіону у загальній кількості торговельних підприємств;  $\bar{H}'$  – питома вага регіону у загальній середньорічній чисельності населення.

Часткові коефіцієнти локалізації мають значення більше або менше 1. Якщо  $Kl' > 1$ , то забезпечення населення цього регіону торговельною площею вища від середньої по країні, якщо  $Kl' < 1$ , то – нижче середньої. Як свідчать дані досліджень, найбільш пропорційне чисельності населення забезпечення книготорговельними підприємствами мають Київська, Полтавська, Рівненська, Чернігівська області (таблиця).

#### Часткові коефіцієнти локалізації по регіонах України

Республіка, область, місто	Частковий коефіцієнт локалізації
Автономна Республіка Крим	0,2345
Вінницька	0,4637
Волинська	0,2680
Дніпропетровська	1,7163
Донецька	0,2295
Житомирська	1,6045
Закарпатська	0,8755
Запорізька	0,7829
Івано-Франківська	0,6278
Київська	0,9393
Кіровоградська	0,9127
Луганська	1,6067
Львівська	0,5425
Миколаївська	1,4519
Одеська	1,5078
Полтавська	1,1991
Рівненська	0,9945

Сумська	1,6342
Тернопільська	2,2017
Харківська	0,7161
Херсонська	2,0690
Хмельницька	0,7285
Черкаська	1,5395
Чернівецька	0,4990
Чернігівська	1,1717
м.Київ	0,6124
м.Севастополь	3,3545

Частковий коефіцієнт локалізації розраховується по окремих регіонах, а в цілому по всій території забезпечення торговельною площею визначається за допомогою загального коефіцієнта локалізації:

$$K_l = \frac{\sum |\bar{S}' - \bar{H}'|}{100}$$

Значення загального коефіцієнта забезпечення лежить у межах від 0 до 1.

Якщо  $K_l$  дорівнює або близький до 0, то це свідчить про рівномірність забезпечення населення торговельною площею, якщо його значення наближається до 1 – про нерівномірне.

Коефіцієнт локалізації книготорговельних підприємств по Україні становить 0,508, що свідчить про недостатню пропорційність розміщення книготорговельної мережі в Україні. Це підтверджується і розрахованим коефіцієнтом кореляції, значення якого (0,67) також свідчить про незначну залежність кількості книгарень від чисельності населення в регіоні.

Для характеристики забезпечення населення роздрібною книготорговельною мережею також розраховується коефіцієнт щільності книготорговельної мережі, що характеризує кількість книжкових магазинів, припадають на 100 тис. осіб населення:

$$K_N = \frac{N}{H} 100000$$

де  $N$  – кількість магазинів, од.;  $H$  – чисельність населення, осіб.

У Франції на 100 тисяч населення припадає 5 книжкових магазинів, у Німеччині – 6,7, Польщі і Данії – 8,3, Норвегії і Нідерландах – 10, Фінляндії – 14,3 тис. [4].

За даними Державного комітету телебачення і радіомовлення, в Україні на 100 тисяч населення припадає один книжковий магазин.

### ***Висновки***

Тенденції, виявлені при проведенні досліджень, доводять існування як сприятливих можливостей, так і загроз для подальшого розвитку книготорговельної галузі України. Чинниками, які стримують розвиток вітчизняного книгорозповсюдження на сучасному етапі, є:

- відсутність системного підходу до розбудови книготорговельної мережі та пропаганди книги як важливої складової формування культурного рівня суспільства;
- відсутність пільгових умов оренди для книжкових магазинів, що стало причиною припинення діяльності або перепрофілювання багатьох з них;
- фінансова криза в країні, яка призводить до зменшення підприємницької активності, зниження реальних доходів населення та їх перерозподілу не на користь культурного розвитку;
- поява нових носіїв інформації, віртуальних книгарень;
- низький рівень розвитку оптової ланки книжкової торгівлі;
- неузгодженість господарських зв'язків у галузі;
- недостатній рівень інформаційного забезпечення книготорговельної діяльності.

Сприятливими чинниками є:

- підвищення на державному рівні інтересу до розвитку книговидання та книгорозповсюдження;
- активізація видавничої діяльності;
- використання досягнень НТП в діяльності книготорговельних підприємств;
- позитивні зрушення в демографічній ситуації;
- вихід на вітчизняний ринок великих іноземних книготорговельних мереж.

### ЛІТЕРАТУРА

35. Кириллова Л.А., Сухоруков К.М. Новые рекорды основные статистические показатели российского книгоиздания в 2007 году. – [http://www.bookchamber.ru/stat\\_2007](http://www.bookchamber.ru/stat_2007).



36. Результати третьої хвили дослідження книжкового ринку: покупці книжок в Україні. – Спосіб доступу: <http://maidan.org.ua/static/mai/1179338434.html>.
37. Гриценко О.А. Культурна трансформація в умовах сучасного українського суспільства: основні чинники та загальний характер змін. – [http://www.culturalstudies.in.ua/sekcja\\_pl\\_v2.php](http://www.culturalstudies.in.ua/sekcja_pl_v2.php).
38. Держкомтелерадіо зупинить руйнування книготорговельної мережі. – [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=60813](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=60813).

Надійшла 18.02.2009

УДК 65.011.1 (477)

## **РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

Л.А. ГРИЦИНА

Хмельницький національний університет

*Обґрунтована необхідність застосування системного підходу при розробці механізму формування корпоративної соціальної відповідальності машинобудівних підприємств, визначено складові елементи механізму як системи*

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це новий підхід до діяльності підприємства, що базується на поєднанні інтересів підприємства та потреб різних груп зацікавлених сторін (суспільства, територіальної громади, працівників, споживачів, постачальників, акціонерів тощо) та реалізується через сфери екологічної, суспільної, трудової та економічної відповідальності підприємства. Складність реалізації цього підходу ґрунтується на необхідності знаходження балансу між інтересами та потребами підприємства та зацікавлених сторін.

### ***Об'єкти та методи дослідження***

Як свідчать результати досліджень [1, 2], що проводилися на вітчизняних підприємствах, та аналіз публікацій українських вчених [3], КСВ реалізується переважно у вигляді окремих розрізнених заходів, що, з одного боку, значно ускладнює процес їх планування, а з іншого, не дозволяє адекватно оцінити та використати отримані результати. Подоланню існуючої суперечності, на нашу думку, сприятиме використання наукових підходів до управління КСВ як основи для побудови дієвого механізму формування КСВ машинобудівних підприємств.

### ***Постановка завдання***

Метою статті є процеси розробки механізму формування КСВ машинобудівних підприємств з позицій системного підходу, що дозволить визначити його складові елементи та обґрунтувати зв'язок із загальною системою управління підприємством.

### ***Результати та їх обговорення***

При розробці механізму формування КСВ підприємства необхідно подолати проблеми співвідношення цілей діяльності підприємства (збільшення прибутковості та рентабельності, забезпечення можливості для розвитку, підвищення ефективності функціонування тощо) та положень