

## СУЧАСНІ КНИЖКОВІ РИНКИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

*(оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та  
неопублікованими документами)*

Книговидання є однією з головних галузей креативної економіки, складовою культурної та освітньої сфери. Показники випуску книжкової продукції слугують індикаторами культурного розвитку країни.

Останніми роками літературно-книжковий ринок активно розвивається й в Україні. (Про його тенденції див. ДЗК «Сучасний літературний ринок: український ракурс» Вип. 12/4 за 2018 р.). Потреба наших громадян у самоосвіті, розвитку себе як особистості, знайомство з новинками сучасної української літератури та світовими бестселерами стимулює видавців до постійного пошуку нових імен, створення якісних книг. Втім, і проблем на вітчизняному книжковому ринку вистачає. Фактично сьогодні цей ринок опинився на роздоріжжі. І ситуація на ньому може розвиватися як за позитивним, так й за негативним сценарієм. Тож, дуже корисним у цій ситуації є вивчення світового досвіду літературно-книжкового ринку та ознайомлення з основними світовими тенденціями у цій царині.

Ми часто можемо почути, що в Україні мало читають, а книга втрачає свою популярність. А що ж відбувається у світі? Чи стикаються видавці інших країн з такими проблемами, і якщо так, то чи існують дієві рецепти розвитку видавничої галузі за таких умов? [1].

Для світового книговидання характерний активний інноваційний розвиток, який проявляється в асортиментних зрушеннях книжкової продукції. Тут спостерігається орієнтація на одночасний друкований, цифровий та мобільний паблішинг; кросплатформність; створення мультимедіа видань, що поєднують інтерактивні ілюстрації, аудіо-, відеоефекти.

Останнім часом щороку в світі виходить друком приблизно 1 млн найменувань книг, із них трохи більш ніж половина припадає на країни Євросоюзу. Для порівняння: у 1960 р. у світі вийшло 332 000 найменувань, у

1990 р. ця кількість становила 942 000 найменувань, а 2007 р. – 976 000. Кількість щорічно виданих екземплярів (копій) нині оцінюють у 4 млрд [2].

Ефективність книговидання в європейських країнах забезпечує розвинена система розповсюдження книжкової продукції. У Франції один книжковий магазин припадає на 20 тис. жителів, у Німеччині – на 15 тис., у Польщі й Данії – на 12 тис., Норвегії на 10,5 тис., Нідерландах – на 10 тис., Фінляндії – на 7 тис., Австрії – на 4 тис. Основу німецької та французької книготоргівлі становлять не філії гігантських книжкових торгових концернів, а малі приватні книжкові магазини, які ефективно функціонують в умовах регулювання ціноутворення. Розвинені інтернет-торгівля, читацькі клуби, продаж книг поштою. Сучасні книжкові видавництва та книготорговельні підприємства підвищують ефективність діяльності, використовуючи такі бізнес-моделі та технології: друк на замовлення (printondemand); друк після продажу загального тиражу з наступним постачанням (printposttrading); крауд-фандинг (передплатна модель книговидання). Подібні стратегії дають змогу ефективно використовувати матеріальні ресурси, уникнути складських витрат, налагодити плідну взаємодію зі споживачами. Сучасні комп'ютерні технології використовують і для маркетингових досліджень, реклами та пропаганди книжкової продукції; прямої взаємодії з читацьким середовищем; формування електронних бібліотечних систем [3].

Серед найбільших у Європі книжкових ринків – німецький. Він нагадує широку «мережу духовних заправок», як про це висловився лауреат Нобелівської премії Гюнтер Грасс. І це не дивно. Адже німецькою як рідною розмовляє близько 100 мільйонів європейців. Показники німецьких видавництв та книгарень просто вражають: загальноєвропейський обіг щороку складає понад дев'ять мільярдів євро, видавництва випускають близько 80 тисяч різних книжок загальним тиражем у майже мільярд примірників [4].

У Німеччині, за даними каталогу «Книги у продажу», випуск книг здійснюють близько 16000 видавництв і видавничих організацій, з них понад 10000 – це дрібні видавництва і лише 200 пропонують понад 500 назв у своєму видавничому каталозі.

Отже, 80% видавництв – це невеликі підприємства, що випускають на рік 10 назв, а 100 найбільших видавництв контролюють 82% ринку.

Домінують на ринку універсальні і спеціалізовані видавництва, що мають сучасну поліграфічну базу. Помітними стали процеси концентрації та інтернаціоналізації видавничого ринку, зміна якого призвела до панування видавничих марок (імпринтів) і філіалів потужних світових та національних видавничих концернів.

Крім великих видавничих концернів, у Німеччині працює група малих незалежних видавництв, які, орієнтуючись на якість, здійснюють видання

новаторської, оригінальної літератури. Опікується такими видавництвами заснована в листопаді 2000 року фундація Курта Вольфа. Існування незалежних видавництв здебільшого базується на самовідданості засновників і відмові від прибутків. За визначенням фундації К. Вольфа, незалежне видавництво – це видавництво, що не є концерном, має літературну програму, професійну структуру видавничої діяльності, структуру збуту, а також надає вагомого значення розробці свого стилю оформлення продукції.

Центральними містами книговидання вважаються Мюнхен, Штутгарт, Гамбург, Франкфурт-на-Майні, загалом, характерною особливістю німецького видавничого ринку є територіальна децентралізація, видавничі фірми розташовуються в 350 містах.

До найбільших експортних ринків відносять Австрію і Швейцарію, їхня частка від експорту видавничої продукції становить 47%. Наступні за величиною ринки – США та Франція. Значна частина експортованої до Франції продукції – це періодичні видання, художня література, книжки розважального характеру. Показник експорту з Німеччини до східноєвропейських країн теж залишається високим; лідерами є Польща, Чехія, Росія та Угорщина, водночас значний відсоток продукції постачається до Білорусі, Словенії, України та Румунії.

Оскільки близько 70% продукції видається німецькою мовою, то це звужує ринки збуту за межами країни, що особливо відчутно для сегмента навчальної літератури.

Хоча й існує досить стабільний ринок у німецькомовних країнах, більше практично ніде у світі не купують наукову й академічну літературу німецькою мовою. Але про перехід до публікацій англійською мовою наразі не йдеться.

Традиційними для сектора книговидання є проблеми пошуку нових авторів і нових тем, відсутність достатньої кількості редакторів за тематичними напрямками, що змушує видавців залучати позаштатних працівників. Задля зниження виробничих витрат авторіві рекомендують надавати текст у форматі придатному для друку. З метою запобігання перевитрат активно впроваджується аутсорсинг (передача видавництвом низки процесів під час виготовлення книги підрядникам) як інноваційна стратегія оптимізації роботи видавництва.

Досить розвиненим є продаж видавництвами своєї продукції. Діє система підтримки цін на книги (книгорозповсюджувачі не мають права призначати ціни нижче зафіксованих видавництвом). Книги, що не мають попиту і не реалізовані за два роки, продають за зниженими цінами (категорія нових букіністичних книг).

Обсяг накладу книги залежить, переважно, від типу видання: збірка оповідань виходить накладом не більше 1000–1500 пр.; роман, як правило,

починається з 5000–6000 пр. Німеччина є однією з перших у світі країн за кількістю примірників книг на душу населення – 5,5 пр. Комерціалізація книговидавничої галузі пов'язана з посиленням уваги до якості книг.

Видавці намагаються збільшити продажі, купуючи дорогі псевдобестселери чи знижуючи розмаїття пропозиції. Прорахувати щось у цій галузі складно, стверджують фахівці. Виробництво книжок аж ніяк не є точною наукою – і в цьому німецький книжковий ринок подібний до ринків інших великих країн [5].

У Франції попри кризу й невеликі спади в економіці за останні роки, прибуток із книжок залишався постійним. Загальна кількість назв, які видаються щороку, збільшилася на 3,2%. Водночас населення Франції за цей час не збільшилося на стільки ж. Тобто тут ми спостерігаємо те, що дослідники називають видавничою інфляцією. З одного боку, можна радіти культурному різноманіттю, а з іншого – бути стурбованими питанням збереження видавничої екосистеми. Купівля збільшилася повільніше ніж виробництво.

Загальний індекс подорожчання книжок показує, що воно зростає повільніше, ніж на інші товари. Це відбувається завдяки принципу єдиної ціни на книжку, що й запобігає інфляції у цій сфері. Прогрес у видавничій техніці також вплинув на вартість книжок. 25 років тому ще існувала така професія, як набиральник текстів. Зараз, звісно, автори надають друковані тексти. Також зміни відбулися в професії коректорів. Це все впливає на зниження вартості виробництва книжок, тож ціни на книжки зростають повільніше, ніж на інші товари.

Інша цікава цифра – це кількість проданих примірників, що зросла на 30%. Цей процес завдячує збільшенню видання книжок у кишеньковому форматі. 2017-го року кожна 4-та книжка, видана у Франції, – це кишеньковий формат. І це важливо з огляду на політику читання. Покупець може недорого, лише за 6 євро, отримати як класичні книжки, Гюґо чи Золя, так і Нобелівського лауреата Патріка Модіано. Твір недорогий, отже, він доступний. А середня вартість книжки на французькому ринку – 12 євро. Це як один квиток у кіно в Парижі. Це показує, що в порівнянні з іншими культурними продуктами книжка не є найдорожчим, тож видання кишенькового формату – позитивне явище. 6,6% книжок, куплених кожним французом протягом року, – це кишеньковий формат. Хоча це набагато менше, ніж у скандинавських країнах.

Одним із феноменів видавничого ринку Франції останніх років є мальовані історії та графічні новели. 20 років тому ця сфера представляла 2% грошового ринку, зараз – 9%. І 12% серед проданих примірників такої літератури – це комікси не лише для дітей, а й для дорослих. Тож мальовані

історії для дорослої аудиторії – те, що розвивалося найбільше за останні роки. На сьогодні вони стали повноправним літературним жанром [6].

Обсяг книжкового ринку Великої Британії британська Асоціація книговидавців оцінює у 3,4 млрд фунтів. З них лише 1,752 млрд фунтів за даними Nielsen BookData припадає на роздрібний ринок. Тобто роздрібна торгівля книжковою продукцією складає лише половину від загальних обсягів продажу. Решта – це забезпечення виданнями шкіл, бібліотек і найрізноманітніших установ за посередництва бібколекторів. А майже 40% виданих книг експортується. У роздрібній торгівлі першість має література загальна – 72 %, далі – науково-практична книга – 21 %, і лише близько 1 % – це підручники. В останні роки британці частіше купують літературу дитячу, обсяг якої в роздрібній торгівлі нині займає близько 6 %. Примітним є той факт, що, попри інфляцію, роздрібні ціни на книги, регульовані в основному попитом, за останні роки у Великій Британії майже не підвищилися. Вартість книги в м'якій обкладинці складає в середньому 8,95 фунта, а в палітурці – близько 20 фунтів, причому книгарні мають можливість робити цінові знижки, які складають до 24 % від попередньої вартості. Найбільш прибутковими у Великій Британії є мережі книгорозповсюдження, книжкові супермаркети та інтернет-магазини. Спільною рисою для всіх фігурантів розповсюдження книжок є те, що тираж надходить до точок продажу зі складів виробників уже наступного після дати замовлення дня, а якщо тираж вичерпано, книгу замовляють у правонаступника чи в іншій структурі [7].

Італія – країна, де мало людей читають багато книжок. Італійський книжковий ринок переважно орієнтується саме на активних читачів, і це попри те, що їхня частка складає 13,3 % й поступово зменшується ще з 2010-го року. І хоча книговидання перетворилось на масово-промислову систему, читання все ще вважається певною мірою елітарною звичкою. Італійський видавець Емануеле Джіаммарко вважає, що причини кризи та зменшення відсотка тих, хто читає паперові книжки, криються у системних проблемах, які не дозволяють ефективно функціювати видавцям. Саме вони породили дивну ринкову ситуацію – зростання пропозиції та зменшення попиту. У 2016 році в Італії налічувалось 10 162 видавництва, з них лише 4 877 випустили принаймні одну книжку на рік, а 1 303 випустили щонайменше десять книжкових новинок за цей період. Загалом у 2016 році італійські видавництва опублікували понад 1 мільйон книжок, з яких 66 055 це тексти, що раніше не публікувалися. Ця кількість більша, ніж у 2015 році. Можливо, хтось очікував, що читацький ринок зростатиме з роками, але цього так і не сталося.

На Італійському ринку є великі видавничі компанії, як Mondadori, Giunti Group або Gruppo Gems. Ці групи складаються з кількох брендів. Два роки тому була ще одна дуже велика група, але зараз вони займаються лише газетами.

Буває й таке, що невеликі бренди вливаються до великих видавничих груп. Є в Італії й незалежні видавництва. Вони не мають і одного відсотка від ринку, навіть 0,1 %, але кількісно їх аж 44 %. Водночас, незалежні видавці отримують найбільшу кількість книжкових та літературних премій. Всі видавці, як великі, так і малі, працюють з дистрибуційними компаніями. Саме тут і ховається системна помилка ринку. Значна частина тиражу за умовами контракту відходить до дистрибуційної компанії, яка займається поширенням книжок і їх реалізацією. Звісно, вартість послуг таких компаній закладається у ціну кожної книжки. Дистрибуційні компанії мають забезпечувати обіг тиражів, але це не те, чим вони займаються в Італії. Вони беруть на себе усю бухгалтерську роботу незалежних видавництв, а також займаються фінансами, пов'язаними з крамницями та продажами книжок, повертають кошти за вже реалізовані видання. Також є і промоційні компанії. Вони мають переконувати крамниці закуповувати саме ваші книжки, але насправді просто їх бронюють. Книжок вони не читають. Але це логічно, бо зазвичай такі компанії працюють на великі видавничі групи, а для незалежних видавців важливий безпосередній контакт із читачем.

Незалежні видавці, які передають книжки напряму книгарням, не платять за товар, поки той не продасься. Компанії, які працюють з дистрибуторами, збільшують ціну книжки на 20%, а ті передають товар видавцям, що додає до ціни ще +35%. Лише потім це все продається читачам.

Джіаммарко стверджує, що запит на друк більшої кількості книжок створює система дистрибуції, а не споживацька поведінка покупців. За умовами співпраці з дистрибуційними компаніями, якщо книга не продалася через півроку чи рік, тираж повертається видавцю, який сплачує транспортні витрати. Тож дистрибуційні компанії не завжди переймаються тим, щоб забезпечити якісну та потужну промоцію виданню.

Дистрибуційні компанії ніби підштовхують видавця друкувати більше і більше книжкових новинок, на які є запит читачів, і менше переймаються тим, щоб донести до споживача інформацію про вже надруковане. Їм простіше повернути не дуже успішну книжку видавцю. А у видавця відсутній контакт з реальним покупцем, що негативно позначається на ринку в цілому.

В Італії видавництва не можуть самостійно укладати угоди з великими крамницями чи книжковими мережами. Для цього є спеціальні компанії, що займаються розповсюдженням. Виключення – спеціальні книжкові ярмарки, на яких видавець має змогу побачити та поспілкуватися безпосередньо зі своїми читачами [8].

Доволі цікавим для України є досвід наших найближчих сусідів.

Польський книжковий ринок складає 3% видавничого ринку Європи, щойно перетнувши польський кордон та зайшовши у торгові центри чи просто

гуляючи містом, можна помітити багато місць продажу книг; польські художні репортажі вже практично стали світовим брендом, і, здається, ніяка політична сила не завадить польській літературі розвиватись. Для українців такий книжковий ринок виглядає потужним та надихаючим, але чи все так красиво насправді?

Криза польського книжкового ринку розпочалась ще у 2011 році, відтоді ринок скоротився в середньому на 5% і за прогнозами BwC та Biblioteki Analiz до 2020 року можна очікувати спад ще на 8–10%. У 2017 році було зареєстровано близько 45 000 видавництв (лише 2000–2500 вважаються діючими), з них 300 найбільших видавництв займають майже 98% ринку та ще близько 600–700 видавництв публікують понад десять книжок на рік. Протягом останніх років відбувається помітне зменшення кількості накладів (на 15% у 2016 році), та натомість зростання кількості титульних назв та книг виданих вперше; кількість книгарень скоротилась з 2250 у 2012 році до 1800 у 2017 році; кількість працівників видавничої сфери зменшилась на 2,5%; середня вартість книжки зросла на 0,9%; частка не читаючого населення зросла до 63,5%. Попри це стабільно розвивається та зростає інтернет-торгівля (39% продажів), купівля електронних книжок, що зросла на 15%, та аудіокниг, де прибуток збільшився на 13,1% [9].

Також зростає попит на книжки, які видаються обмеженими накладками. Як правило, це дуже красиві мистецькі книжки, якісно надруковані фотокнижки, сувенірні книжки, – це все почало відновлюватися. Але це так само призводить до великої фрагментації ринку. Тому проектні видавництва чи самвидав стають сьогодні все більш популярними. Зараз у Польщі видається набагато більше різноманітних видань, ніж 10 років тому. Але видавці не отримують таких прибутків, як отримували раніше [10].

Що ж до кризи, то її першопричиною на книжковому ринку Польщі стало введення ПДВ у розмірі 5% на друковану книжку та 23% на електронну у 2011 році. На додачу до зростання ціни на собівартість книжки, саме тоді спад на ринку становив рекордні 8%, попри 3% зростання у 2010-му. У зв'язку з цією зміною, ціна роздрібною книги змінилася приблизно на 10%, а у випадку підручників – на 15–20%. Слід зазначити, що у США, Великій Британії, Норвегії, Індії, Україні, Єгипті та більшості країн Латинської Америки податок на друковану книжку відсутній.

Однак кризу на польському ринку найбільше ускладнюють великі видавництва і політика їхньої співпраці з мережами книгарень, медіа-маркетам та великими супермаркетам. У 2013 році відбулися помилки у політиці закупівлі роздрібного сектору через прийняття надто великої кількості товарів, яку було необхідно повернути видавцям; видавці ж у свою чергу почали робити великі знижки на цей товар (тут мається на увазі знижки для

закупівлі книжковими дистрибуторами). А деякі видавництва почали пропонувати ще більшу знижку в обмін на збільшення продажів та просування своїх книжок. Відтак великі інтернет-магазини та книжкові мережі почали «війну знижок», ввівши на нові книжки знижки у розмірі 25–35%. Багато незалежних книгарень не спроможні конкурувати з такою ціновою категорією (для них знижка становить 15–20%), і як наслідок, через зростання орендної плати та зниження кількості покупців, вони перестають бути прибутковими і змушені закриватись.

Частка продажу книг на ринку виглядає так: інтернет – 39%; книжкові магазини – 35%; супермаркети – 14%; газетні кіоски – 9%; клубні та поштові розсилки – 1%; з рук в руки – 2%.

Щодо власне наповнення книжкового ринку, то ситуація тут має такий же характер, як і у сфері продажу. Великі видавництва продукують найбільшу частку товарів і мають змогу укласти вигідні умови з великими мережами. Тобто малі видавництва, як і незалежні книгарні, не спроможні конкурувати на рівних умовах з великими гравцями. Нішева література та книжки з малим накладом практично не потрапляють на полиці великих дистрибуторів, позаяк не є комерційно вигідними. На таку ситуацію також сильно впливають постійно зростаючі витрати на логістику.

Загалом на прилавках польських книгарень переважає одноманітний товар у вигляді новинок, бестселерів та книжок з комерційними назвами, а старші видання та література, що не вписується в тренди, на сайтах інтернет-магазинів та в незалежних книгарнях становлять не більше 10% від інших товарів. На книжковому ринку Польщі існує велика диспропорція товарообігу між великими видавцями та всіма іншими, та утворюється замкнута екосистема, яку з кожним роком буде все важче змінити.

Серед книжкових трендів 2018 року на книжковому ринку Польщі є ріст попиту на науково-популярну літературу – вже декілька років полиці книжкових магазинів прогинаються під вагою літератури, яка намагається розкрити сутність всього, що тільки можна: від життя грибів і справжніх причин науково-технічного прогресу до найпотаємніших глибин людського мозку. Також набирає популярності коротка проза – збірки оповідань іноземних та відомих польських сучасних авторів і класиків. Попри повагу до гігантських романів і саг, коротка проза завойовує увагу читачів своєю лаконічністю не тільки у Польщі.

Росте й попит на біографізм – польські автори заповнили ринок життєписами відомих постатей: альпіністів, які підкорювали Гімалаї, священників, культурних діячів та історичних постатей. Історії поразок та успіху не так світових кумирів, як саме людей, народжених у Польщі, входять до



списків бестселерів. Також вартим уваги є те, що біографії саме духовних лідерів нації визнані найкращими книжками в Польщі.

Вражаючою є велика кількість польських авторів серед найбільш продаваних книжок на ринку. В той час, як в Україні до топів продажів входять здебільшого іноземні автори, польські читачі часто надають перевагу саме вітчизняному літературному продукту. Загалом, погортавши сторінки найпопулярніших інтернет-магазинів і вчитавшись в анотації польських бестселерів, можемо спостерігати звичну для товарів масового ринку картину: популярністю користується література, орієнтована на середньостатистичного читача, з стандартним сюжетом на злободенні теми, а також трендова література на вищезазначені теми. Тобто кардинальна відмінність від, скажімо, українського ринку не спостерігається.

Серед перекладної літератури найбільше присутні англійські автори, популярністю також користуються німецькі, французькі, японські, італійські, шведські, іспанські, російські та норвезькі письменники. Спостерігається стала популярність детективів, фентезі та фантастики, а також любовна белетристика. Відповідно найбільше польської літератури протягом останніх років було перекладено на російську, англійську, німецьку, іспанську, французьку, чеську, італійську. Щоправда, дані щодо кількості найменувань та тиражів відсутні і важко судити про загальний стан продажів польських авторів за кордоном. Та слід очікувати, що після вручення у 2018 р. Міжнародної букерівської премії з літератури Ользі Токарчук, польська література стане більш популярною для іноземних читачів.

В експорті польських книжок найпопулярніші такі відомі класики: Генрік Сінкевич, Адам Міцкевич, Владислав Реймонт, Юзеф Ігнацій Крашевський, Болеслав Прус, Станіслав Ігнацій Віткевич. Модерну літературу представляють: Станіслав Лем, Вітольд Гомбрович, Чеслав Мілош, Рішард Капусцінський, Анджей Сапковський, Януш Корчак, Славомір Мрожек, Віслава Шимборська, Єжи Анджеєвський, Ярослав Івашкевич, Тадеуш Рожевіч, Збігнев Герберт, Бруно Шульц, Ольга Токарчук, Анджей Стасюк, Тадеуш Конвіцький, Анджей Щіпборський та Ганна Краль.

Польща багата такою кількістю різножанрових письменників, здатних завойовувати розуми й серця як вибагливих читачів, так і прихильників невибагливого читива, що безсумнівно можна не боятись за майбутнє літератури польською мовою. Навряд чи навіть спад кількості читачів серед населення призведе до літературної катастрофи. Також потужні програми підтримки перекладу та вражаюча кількість вартісних літературних фестивалів дають можливість для розвитку польського книжкового ринку і збільшення експорту інтелектуального продукту [9].

За кількістю книжок, виданих за рік на душу населення, Чеська Республіка належить до найбільш літературних держав світу. Та, попри це, ситуація на книжковому ринку не є ідеальною. Чеський ринок малий – майже в 100 разів менший, ніж ринок США, у 30 разів менший, ніж ринок Німеччини, й приблизно в 10 разів менший, ніж італійський – і кожен видавець мусить боротися за свого покупця, задовольняючи його смаки [2].

Нині в Чехії переважають такі тенденції поширення літературних текстів: друкована книга, електронна та аудіокнига. З економічного погляду, найбільш прибутковою є друкована книга, бо саме за нею залишаються найбільші продажі. За даними Асоціації чеських книготорговців і видавців частка електронних книг не перевищує 2 % чеського книжкового ринку, а частка аудіокниг – 1 %.

Втім зараз відбуваються суттєві зміни у структурі та концентрації традиційного ринку друкованих видань. Зменшується кількість традиційних невеликих книгарень і, навпаки, розширюються великі книжкові мережі, які відкривають свої магазини в нових торгових центрах, а деякі з них проникають навіть до районних центрів. Найбільшими книжковими мережами є групи «Neoluxor», «Kanzelsberger», «Dobrovský», «Kosmas» і «Levné knihy». Електронні книги ще якийсь час не матимуть істотного впливу на ринок друкованих видань.

З міжнародного погляду, у виданні книг на кількість населення Чеська Республіка посідає одне з чільних місць у світі за кількістю виданих книг на одного жителя. Так, за кількість найменувань книг на 1 000 осіб становить 1,7, так само як і в Іспанії; найбільший показник має Велика Британія – 2,5). Завдяки великій кількості активних читачів Чехія стала четвертою країною в ЄС за читанням книг.

Вже з кінця 70-х років минулого століття відбувається, зокрема в західному світі, інтеграція видавництва у більші компанії, діяльність яких переходить межі чистого книжкового ринку, внаслідок чого виникають великі медійно-видавничі конгломерати. Цей тренд називають Media and Content Industries (MCI). Отже, книжковий світ стає частиною глобальної мережі світу медіа і так званої інформаційної та розважальної індустрії. Чехії за західним взірцем вдалося створити кілька дистрибуторських мереж, але так званих «великих гравців» на ринку бракує, що проявляється у все більшій розрізненості й часто відмові від довгострокових стратегій і непослідовній рекламі. Стратегічно не вигідним є те, що чеський ринок досить малий і не має достатнього капіталу. Однак, з іншого боку, це забезпечує йому більшу гнучкість, тому чеський читач краще орієнтується у тому, що видається в світі, ніж, наприклад, американський читач.

Супутнім явищем процесів глобалізації на ринку є так звані глобальні бестселери, тобто найменування, які за короткий час вдалося перекласти багатьма мовами і які – завдяки також і інтенсивному маркетингу – досягають мільйонних продажів. Чехія в цьому плані не є винятком.

Зростання глобалізації йде в ногу з експансією основної глобальної мови – англійської. Наприклад, у Німеччині переклади з англійської становлять дві третини всіх перекладів, в Чехії – трохи більш, ніж половину. До того ж у США чи Великій Британії уже тривалий час переклади з усіх мов коливаються між 2–3 % [2].

Доволі цікавими є книжкові ринки й за межами Європи. Це, зокрема, книжковий ринок США. Тут зосереджується третина обороту світового книжкового ринку. Цей ринок дуже непростий, з неймовірно високою конкуренцією [11].

Американці – одна з найбільш читаючих націй у світі. Згідно з даними дослідження, опублікованими в 2016 році центральним університетом штату Коннектикут, США займають сьому сходинку в рейтингу з більш ніж шістдесят найбільш читаючих країн у світі. Але це статистика. А що можна побачити по факту? За фактом в книжкових магазинах Нью-Йорка жваво йде торгівля, повно людей, переважно молодого (20–35 років) віку, видавничий бізнес процвітає, список бестселерів, рецензії на книжкові новинки та інтерв'ю з письменниками регулярно публікує New York Times, зустрічі з читачами мало чим відрізняються від автограф-сесій знаменитостей – мікрофони, камери, юрби бажаючих на власні очі побачити своїх кумирів в літературі.

Бути письменником в Америці не те що не соромно, це модно. Навіть в крихітному містечку з двома перехрестями буде пара антикварних крамниць та книгарня. Один з найстаріших книжкових магазинів в світі (що безперервно працює з дня заснування) знаходиться в американському містечку Віфлеєм в штаті Пенсильванія. Відкритий в 1745 році, він розрісся і зараз займає не тільки оригінальне, але і кілька сусідніх будівель. Середня ціна за книгу в книжкових магазинах – 14 доларів. Якщо мова йде про гучний твір, з автором якого вийшло інтерв'ю в модному інтелектуальному журналі на кшталт «Parer», то і всі тридцять три.

Часто книжкові магазини мають на своїй території кафе з чаєм-кавою і випічкою, столики і лавки, де можна сидіти і гортати книжки [12].

Доволі близький до американського й книжковий ринок Канади.

Канаду часто називають «країною читачів». 2018 року BookNet, канадська організація, яка збирає дані про обсяги продажів та інші дані про книговидання в Канаді, провела дослідження читацьких звичок і виявила, що 81% людей читали або слухали книжки минулого року, а 33.5% зазначили, що читали або слухали більше книжок у порівнянні з попереднім роком. Що

сприяло змінам? Схоже, це поєднання декількох факторів, у тому числі буму на місцеві аудіокниги та популярності канадських всесвітньовідомих авторів, зокрема, сучасних класиків Маргарет Етвуд та Майкла Ондатже, і навіть покращення системи анонсування новинок у бібліотеках.

Загалом, видавничий ринок Канади займає 12 місце у світі й оцінюється приблизно у 2,1 мільярда доларів США за останніми статистичними даними. Це хороший результат для країни з населенням 37 мільйонів та двома окремими видавничими галузями: англо- та франкомовною. Хоча дві галузі часто працюють ізольовано одна від одної, часом вони перетинаються, як це відбувається у випадках численних літературних перекладів, що сприяють подоланню мовного розділення. Англomовне книговидання переважає у більшій частині країни, окрім Квебеку, де більшість франкомовних видавництв.

Разом з тим, внутрішній ринок країни виглядає надзвичайно перенасиченим та сповненим цікавими книжками. У 2017 році обсяги продажів друкованих книжок у Канаді впали на 4% у порівнянні з 2016 роком. «Але якщо врахувати електронні книжки, продажі рівномірні протягом останніх семи років», – зазначає Ноа Геннер, директор BookNet.

Загалом у 2017 році у Канаді було продано близько 51,5 мільйона примірників книжок. Організація простежила 700 000 ISBN у 2017 році й зафіксувала тренд, який намітився у попередні роки – видається більше назв книжок, але купують менше примірників. У 2017 році 60% від продажів всіх друкованих книжок припадали на видання, що не були новинками, і цей показник був на 2% вищим, ніж у 2016 році.

Тренд невеликих продажів став однією з причин того, що так багато видавців вкладають все більше ресурсів у просування на американський книжковий ринок. Для багатьох видавництв продажі в США становлять 50% від загального обсягу продажів, а для дитячих видавництв цей показник може бути навіть вищим.

Значною є й державна підтримка видавництв. Так, Книжковий фонд Канади надає близько 39 мільйонів канадських доларів підтримки, а Рада з питань мистецтва Канади пропонує 11 мільйонів канадських доларів гарантій.

Показовою є й популярність бібліотек. Зокрема, у 2017 році половина канадців брала книжки в бібліотеках, і Публічна бібліотека Торонто, що належить до однієї з найбільших бібліотечних систем світу, зареєструвала 3,7 мільйона завантажень електронних книжок і близько 25 мільйонів видач друкованих книжок. І це добре для авторів: у Канаді діє Програма громадського прокату, за якою письменники (але не видавці) отримують компенсацію, коли книжки беруть в бібліотеці [13].

Одним з найбільш потужних книжкових ринків світу є сьогодні ринок Китаю. Він продовжує розвиватися найшвидшими темпами у світі.

Масштабність видавництв у Китаї – вражає. Більшість з них – повного циклу, величезна кількість друкарень. Так само слід зазначити істотну державну підтримку й політику залучення дітей до читання з раннього віку.

Сьогодні в Китаї працює понад 500 видавництв. Більшість з них належать державі. Приватні видавці мають купувати ISBN для своїх видань у видавничій компанії, яка теж є державною установою. Це формує систему, в межах якої ISBN у будь-якому разі реєструється за державними стандартами. Уряд затверджує кожну книжку, що видається в Китаї.

Загалом китайський ринок роздрібної книжкової торгівлі стабільно розвивався протягом минулого десятиліття. У 2017 році зростання досягло 14,55%, але у першій половині 2018 року вони впали до 10%. Цифрова торгівля зберігає сильні позиції, обсяги зростання продажів в онлайн-магазинах Китаю, як і раніше, перевищують 20%. Фізичні книжкові магазини у 2017 р. досягли позитивних показників продажів, але у першій половині 2018 року вже стали негативними. Загальні показники свідчать про швидке і вражаюче зростання частки продажів, які контролюють онлайн-магазини роздрібної торгівлі.

Якщо розглядати показники за виданнями, то обсяг загального зростання становить 2,53%. Між січнем та червнем 2018 року на ринку з'явилися 1,16 мільйона книжок. 2017 року загальна кількість проданих видань становила 1,89 мільйона. У 2017 році на китайському ринку з'явилися 3 мільйони нових видань.

У першій половині 2018 року обсяги продажів дитячих книжок у Китаї зросли на 14,47% у порівнянні з 2017 роком, але сам показник зростання 2017 р. був вищим – 21,8%.

Частка дитячих книжок на ринку Китаю становила 8,72% у 1999 році та 26,25% у 2017. Зараз прибутки зростають через навчальну програму Пекіна та послаблення у 2013 році принципу «одна родина – одна дитина», завдяки чому сімейні пари тепер можуть заводити більше дітей.

Художня література для дорослих демонструє падіння. Обсяги продажів знизилися з 12,94% до негативного показника 1,21%. Але у першій половині 2018 року відбувалося стабільне зростання у галузі видання нон-фікшну, особливо книжок про політику, обсяги продажів яких зросли на 197,76% у порівнянні з минулим роком. Обсяги продажів політологічних видань зросли на 146,28% протягом того самого проміжку часу, а продажі видань про законодавство і нормативні положення збільшилися на 94,44%.

Обсяги продажів біографій за перші шість місяців 2018 року зросли на 17,18 % у порівнянні з 2017 роком.

Попитом у Китаї користуються «великі міські магазини». Це зазвичай фізичні центри роздрібної торгівлі площею 5 000 квадратних метрів, які мають

понад 60 000 книг. Обсяги продажів у цих магазинах зросли на 10,9% у першій половині 2018 року. Після появи та розвитку онлайн-магазинів з продажу книжок, «великі міські магазини» починають коригувати свої стратегії інвентаризації, розвиваючи вузькоспеціальні нішові категорії для підвищення активності споживачів.

Середня ціна нової книжки у 2017 році становила 75,62 юаня (10,94 долара США), що на 3 юані більше, ніж у 2016 році. У першій половині 2018 року середня ціна нової книжки становила 88 юанів (12,73 долара США). Це на 13 юанів вище за середні показники 2017 року.

Також помітне поступове зменшення щорічної кількості нових видань. Вона зменшується на 2,16% щороку. Це відбувається через те, що ринок стає менш різноманітним. Загальна кількість нових видань у 2017-му році становила 16,39, і це у той час, як у 2010-му році цей показник був від 27-ми до 28-ми відсотків [14, 15].

Завершуючи стислий огляд стану книжково-літературних ринків світу, можна зазначити, що тенденції їх розвитку доволі різні, у деяких випадках, навіть прямо протилежні. Втім ринки продовжують існувати, продовжується книговидання, а різні національні ринки зі всіма своїми особливостями органічно складаються у єдиний світовий книжковий ринок. Тож, цей досвід, безумовно, корисний і українським видавцям, зважаючи на те, що й наш ринок з кожним роком все більше інтегрується у велике світове літературно-видавниче поле. Ми також бачимо, що більшість проблем, які стоять перед українськими видавцями та книгорозповсюджувачами, тою чи іншою мірою характерні й для їхніх закордонних колег.

Що ж до загальних тенденцій, то книжка сьогодні у самих різних країнах стає частиною життєвого стилю. Це призводить й до зміни формату книгарень – люди приходять туди, щоб поспілкуватися й познайомитися з іншими людьми, щоб просто гарно провести час. Зараз книгарні й бібліотеки стають великими культурними центрами.

Ще один феномен: люди повертаються до повільного читання, вони намагаються читати довші тексти, щоб певним чином відключитися від інформаційного перенасичення.

## СПИСОК ПЕРШОДЖЕРЕЛ

1. Видавничий успіх на тлі занепаду культури читання в Італії [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/vydavnychuj-uspikh-na-tli-zanepadu-kultury-chytannia-v-italii/>.
2. Чужа О. Книжковий ринок Чехії в цифрах: видавництва, переклади [Електронний ресурс] / Оксана Чужа. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://litakcent.com/2016/06/23/knyzhkovyj-rynok-chehiji-v-cyfrach-vydavnytva-pereklady/>.
3. Сухорукова О. Інтеграційні процеси на світових ринках [Електронний ресурс] / Сухорукова О. – Текст. дані. – Режим доступу: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3\(86\)/6.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3(86)/6.pdf).
4. Елінг Г., Ніколайчук Х. Особливості німецького книжкового ринку [Електронний ресурс] / Гольгер Елінг, Христина Ніколайчук. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/83/a-2479951>.
5. Інноваційні особливості розвитку видавничого ринку Німеччини [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://medium.com/gwaramedia/83-B8-f3af6acdf1df>.
6. Петренко Т. Французька панорама останніх видавничих трендів Жана-Гі Буена [Електронний ресурс] / Тетяна Петренко. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/frantsuz-ka-panorama-ostannih-vy-davny-chy-h-trendiv-zhana-gi-buena/>.
7. Полковенко Т.В. Книговидання у Великій Британії: стратегії, принципи, досвід [Електронний ресурс] / Полковенко Т.В. . – Текст. дані. – Режим доступу: [http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4906/1/T\\_Polkovenko\\_13\\_11\\_14\\_konf\\_GI.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4906/1/T_Polkovenko_13_11_14_konf_GI.pdf)
8. Видавничий успіх на тлі занепаду культури читання в Італії [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/vydavnychuj-uspikh-na-tli-zanepadu-kultury-chytannia-v-italii/>.
9. Добуш Ю. Книжковий ринок Польщі [Електронний ресурс] / Юстина Добуш. – Текст. дані. – Режим доступу: [http://archive.chytomo.com/polish\\_accent/knizhkovij-rinok](http://archive.chytomo.com/polish_accent/knizhkovij-rinok).
10. Петренко Т. Кароль Пекарський про кінець книжок та майбутнє читання [Електронний ресурс] / Петренко Т. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/karol-pyekars-ky-j-pro-kinets-kny-zhok-ta-majbutnye-chy-tannya/>.

11. Національні ринки: узагальнені характеристики [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://archive.chytomo.com/news/nacionalni-rinki-uzagalneni-harakteristiki>.

12. Ксєневич А. Dear New York. Книжный рынок в США: Алексєевич и зарплата библиотекаря [Електронний ресурс] / Алиса Ксєневич. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://news.tut.by/society/492761.html?crnd=39337>.

13. Навотка Е. Канадське книговидання у 2018 році: збільшення кількості назв та політичні загрози [Електронний ресурс] / Ед Навотка. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/kanadske-knyhovydannia-u-2018-rotsi-zbilshennia-kilkosti-nazv-ta-politychni-zahrozy/>.

14. Китайський ринок – 2018: радикальний бум на нон-фікшн / [Електронний ресурс] / Переклала Ольга Брагіна. За матеріалами publishingperspectives.com. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/kytajskij-rynok-2018-radykalnyj-bum-na-non-fikshn/>.

15. Батурєвич І. Пекінський книжковий ярмарок: зростання ринку, книжки-картинки та едьютеймент [Електронний ресурс] / Батурєвич І. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://archive.chytomo.com/news/pekinskij-knizhkovij-yarmarok-zrostannya-rinku-drukovanix-vidan-knizhki-kartinki-ta-edyutejment>.

Матеріал підготував

**Бурнашов І.Ю.**, зав. відділу  
наукового аналізу і  
узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування **І. Г. Піленко**

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 0,93. Б/т. Зам. 11. Безплатно

---

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12