

УДК 655

ТОМАЩУК А.М.

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ

В роботі проаналізовані сучасні тенденції у споживчих перевагах молоді на українському книжковому ринку, визначено вплив ковідної кризи на них, а також надані окремі рекомендації щодо подальшої діяльності компаній на даному ринку. Усі питання розглянуті у розрізі молодих читачів як української, так і зарубіжної художньої літератури, випущеної не раніше 2010 року

Ключові слова: книги, читання, книжковий ринок, книжковий ринок України, карантин, споживчий вибір, вибір книг.

В работе проанализированы современные тенденции в потребительских предпочтениях молодежи на украинском книжном рынке, определено влияние ковидного кризиса на них, а также предоставлены отдельные рекомендации по дальнейшей деятельности компаний на данном рынке. Все вопросы рассмотрены в разрезе молодых читателей как украинской, так и зарубежной художественной литературы, выпущенной не ранее 2010 года.

Ключевые слова: книги, чтение, книжный рынок, книжный рынок Украины, карантин, потребительский выбор, выбор книг.

The paper analyzes current trends in consumer preferences of young people in the Ukrainian book market, compares the results of 2021 with pre-quarantine indicators in 2018, based on this determined the impact of the crisis on them; a comparison of the pricing policy for fiction books in Ukraine and abroad on a specific example, and provides some recommendations for further activities of companies in this market. All issues were considered in terms of young readers of both Ukrainian and foreign fiction, published not earlier than 2010 and available for sale in Kyiv both in offline stores and on Internet sites.

Key words: books, reading, book market, book market of Ukraine, quarantine, consumer choice, choice of books.

Мета дослідження. Визначити основні споживчі тенденції на ринку, окреслити споживчі переваги при виборі книг

Об'єкт дослідження: Ринок художніх книг вітчизняної та закордонної літератури, датою випуску від 2010 року, які доступні до продажу в місті Києві

Методологія. інформація для дослідження збиралася за допомогою анкетування з питаннями закритого типу, що проводилося в мережі інтернет серед споживачів художньої літератури. А також була використана вторинна інформація що збиралася за допомогою кабінетного дослідження та проведення контент-аналізу

Аналіз фахової літератури. Дане питання досліджувалося здебільшого у багатьох соціальних дослідженнях, зокрема про переваги споживачів при виборі дозволля. Виділити окремих авторів, які

досліджували б суто це питання у багатьох роботах неможливо.

Виклад основного матеріалу. Протягом останніх 2-х років ситуація у книговидавничій сфері, як і у економіці вцілому, дуже нестабільна. Поки одні видавці нарощують прибутки, інші рахують збитки. Найбільше криза вдарила саме на малих видавництвах та книгарнях, особливо втратили ті, хто не зміг оперативно перелаштуватися на діджитал продажі [1].

Серед загальних трендів дуже помітним став перехід на електронні та аудіокниги. Взагалі такий перехід почався ще кілька років тому, розвиваючись паралельно з загальною діджиталізацією, проте коронавірусна криза навіть не дала поштовху, а фактично змусила цей напрям

© Томащук А.М., 2021

розвиватися швидше. Впродовж декількох місяців книжкові магазини не працювали, продажі могли здійснюватися лише дистанційно, за допомогою інтернет-сайтів, але для такого обслуговування необхідна була допомога посередників з доставки, які і так були надзвичайно перевантаженими. Тому виникла необхідність розвитку саме електронних варіантів книг. Так лише за 2020 рік кількість підписників найбільшої європейської компанії Storytel в сфері продажів електронних та аудіокниг збільшилась на третину [2].

У моєму власному анкетуванні взяли участь 86 осіб, проте початкові 2 питання – скрінери, відсіяли ще частину «непідходящої аудиторії» і в результаті на основу масу питань відповіли 56 осіб. І деякі його результати відрізняються від результатів дуже схожого за спрямуванням дослідження 2018 року [1]. Можна виділити 2 головні причини таких відмінностей: різниця вибірок (як у загальній кількості, так і у статеві-віковій структурі) та час проведення дослідження – до та після ковідної кризи.

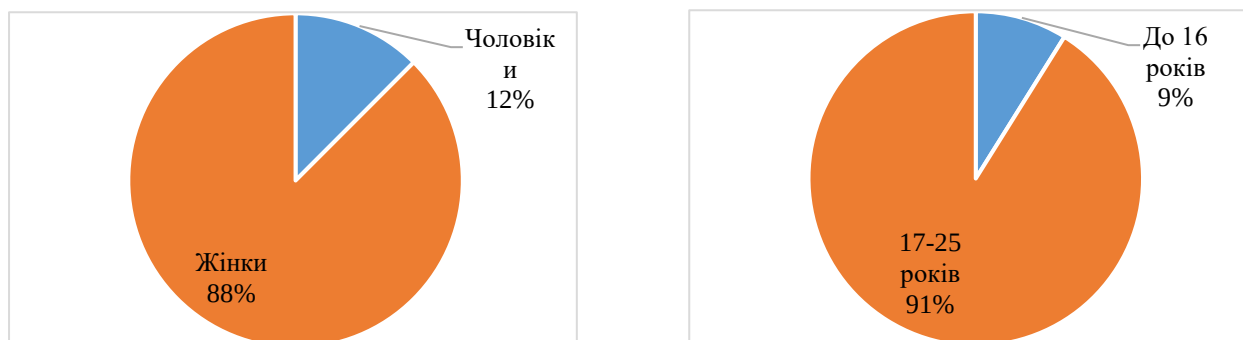


Рисунок 1 - Статеві-вікові співвідношення респондентів

Достатньо вагому різницю показало питання про частоту читання. В опитуванні 2018 року кожен третій респондент взагалі не читав друкованих книг і двоє з трьох не читали в онлайн, в той час як наразі близько 92% респондентів читають хоча б кілька разів на рік будь-який формат книг.

Як часто Ви читаєте книги?

86 відповідей

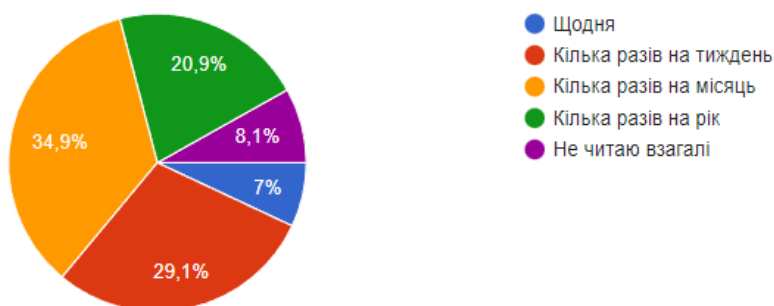


Рисунок 2 - Частота читання книг 2021 (розроблено автором на основі власного дослідження)

Також не можна сказати, що між кількістю читачів художньої та нехудожньої літератури, скоріше навпаки – 3

з 4 опитаних не надають цьому значення, їм більш важливу роль грає саме зміст книги. Так само як і не грає роль дата випуску книги. Факт — молодь також полюбає класику. Ба більше — у популярних соціальних мережах під читацькими хештегами обговорення класичної літератури не поступається кількістю фоловерів від обговорень сучасних бестселлерів.

А ось на що також вплинув карантин, то це на формат книг. Якщо раніше паперові книги мали приблизно вдвічі більше читачів, то зараз їх позиції фактично зрівнялися. На це вплинула також і зниження платоспроможності населення внаслідок кризи. Електронні книги мають нижчу собівартість а отже і коштують дешевше за свої паперові аналоги. Це і приваблює читачів, які не мають зайві кілька сотень на купівлю нового твору.

В якому вигляді Ви читаєте частіше:

56 відповідей

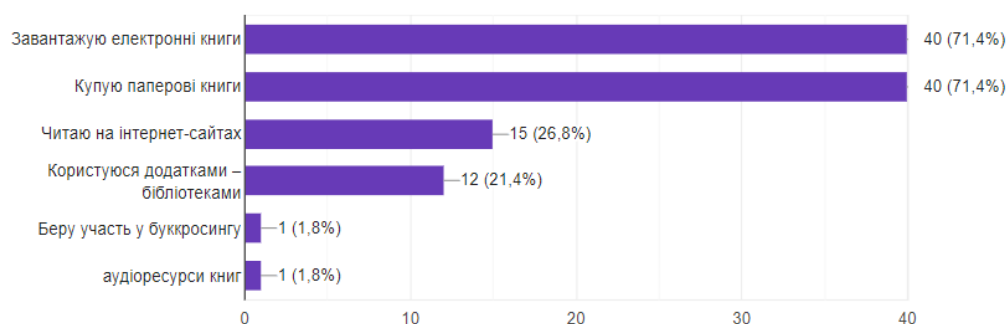


Рисунок 3 - Формат читання книг (розроблено автором на основі власного дослідження)

Доречі, ще один факт — ціна книг в Україні значно вища, аніж в найближчих сусідів. Принаймні така тенденція спостерігається на новинки. Візьмемо для прикладу популярну серед молоді останнім часом трилогію російської письменниці Лії Арден «Мара та Морок». Ця трилогія за час свого існування жодного разу не перекладалася українською та присутня на

українському ринку лише у вигляді імпорту російського видавництва «Ексмо». В одному з найпопулярніших російських книжкових магазинів книга коштує 493 рубля, в той час як в Україні її ціна стартує від 300 грн. Саме це створює ще одну проблему українського книжкового бізнесу — часто книгу з-за кордону включно з оплатою доставки купити буде значно дешевше, аніж у власній країні, чим часто і користуються читачі.

Вартість одної книги

В Україні близько 13\$

В Росії близько 8\$

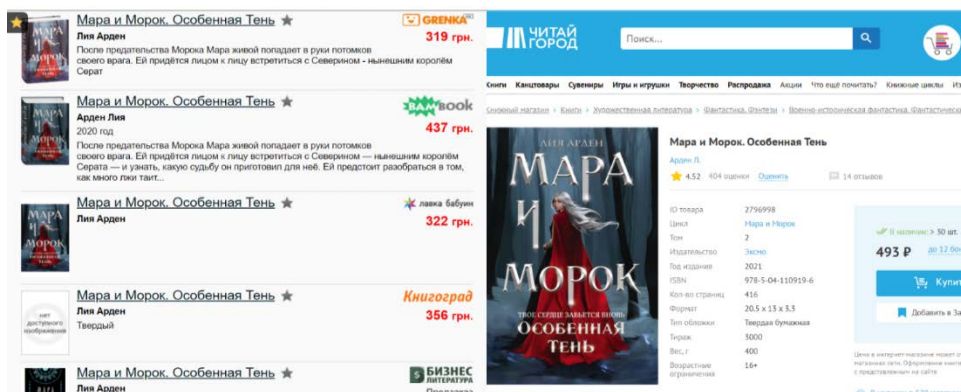


Рисунок 4 - Порівняння цін на одну книгу в Україні та Росії (розроблено автором)

Одною з головних гіпотез, які варто було перевірити в даному дослідженні була гіпотеза про те, що споживачі надають більшу перевагу для книг у твердій палітурці. Звичайно, кожна палітурка має свої переваги, для твердої це більша довговічність та естетична привабливість. М'яка ж в свою чергу підкупляє більшою функціональністю та дешевизною [4].

Проте, як виявилось, українська молодь все ж надає перевагу першому, хоча не завжди купує саме паперові книги. Кожен третій респондент любить і купує книги у твердій палітурці, в той час як майже кожен п'ятий зізнається, що полюбляє тверду палітурку проте зазвичай читає онлайн. Прихильників м'якої палітурки виявилось зовсім мало, але при тому майже третина не надає ніякого значення палітурці.

Книгам у якій палітурці надаєте перевагу

56 відповідей

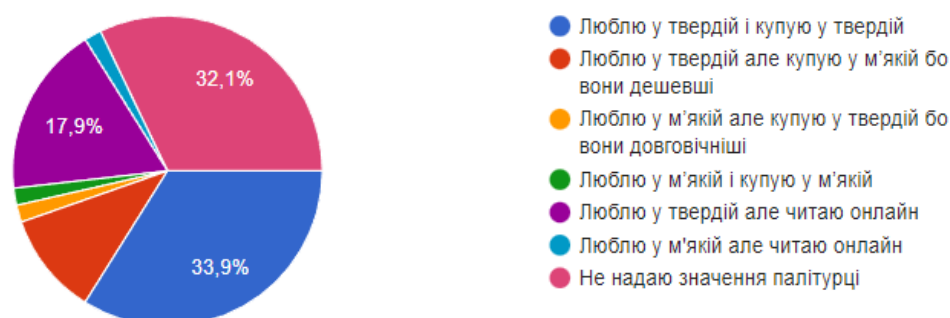


Рисунок 5 - Переваги у виборі палітурки (розроблено автором на основі власного дослідження)

Ще одною гіпотезою було те, що молодь наразі мало звертає увагу на літературу зі шкільної програми, що викликано специфікою викладання відповідних предметів у багатьох школах. Наразі багато фахівців зазначають, що дуже часто саме школа відбиває в дітей бажання

читати, оскільки вона націлена на те, щоб зазубрити окремі ідеї а не привити їм саму любов до творів [5]. Так у спонтанному питанні, лише 7% вказали що звертають увагу на шкільну літературу. А ось в конкретному питанні, чи звертають вони увагу на літературу зі шкільної програми відповіді трохи різняться

Чи звертаєте Ви увагу на книги, розміщені у розділі «Література зі шкільної програми»

54 відповіді



Рисунок 6 - Популярність розділу зі шкільною літературою в книжкових магазинах(розроблено автором на основі власного дослідження)

. Жоден респондент не дивиться на цей відділ при кожному своєму поході до

книжкового, проте кожен четвертий інколи може переглянути шкільні книги. Хоча

тенденція лишається одною – без потреби купити книгу саме зі шкільної літератури, ймовірність, що цей відділ (і книги які в ньому знаходяться) привернуть увагу читача дійсно мала.

Способи отримання книг, на жаль, дещо засмучують. Частка тих, хто завантажує їх на піратських сайтах приблизно така ж, як і тих хто купує. Виною цьому досить низька платоспроможність переважної частини респондентів (усі вони студенти або школярі) та достатньо легкий

доступ до піратського контенту. Також варто звернути увагу, що безкоштовні книги українською знайти в мережі майже нереально, та і в книжкових магазинах ледве частина творів продається російською мовою, тому перед читачами постає питання: навіщо переплачувати за те ж саме, що можна завантажити безкоштовно. Окрім того видно, що буккросинг в нашій країні ще зовсім не розвинений, на відміну від європейських країн, де він уже давно набирає обертів.

А яким чином найчастіше отримуєте книги

56 відповідей



Рисунок 7 - Шляхи отримання книг (розроблено автором на основі власного дослідження)

Щодо найпопулярніших жанрів серед української молоді, то тут вони нічим не відрізняються від молоді за кордоном. ТОП-3 жанри для читання це фантастика і фентезі, пригодницькі та любовні романи. Але ось

історичні книги втрачають популярність – майже половина опитаних найбільш ймовірно не стала б їх читати. При цьому кожен третій зазначає що не виділяє конкретного неулюбленого жанру.

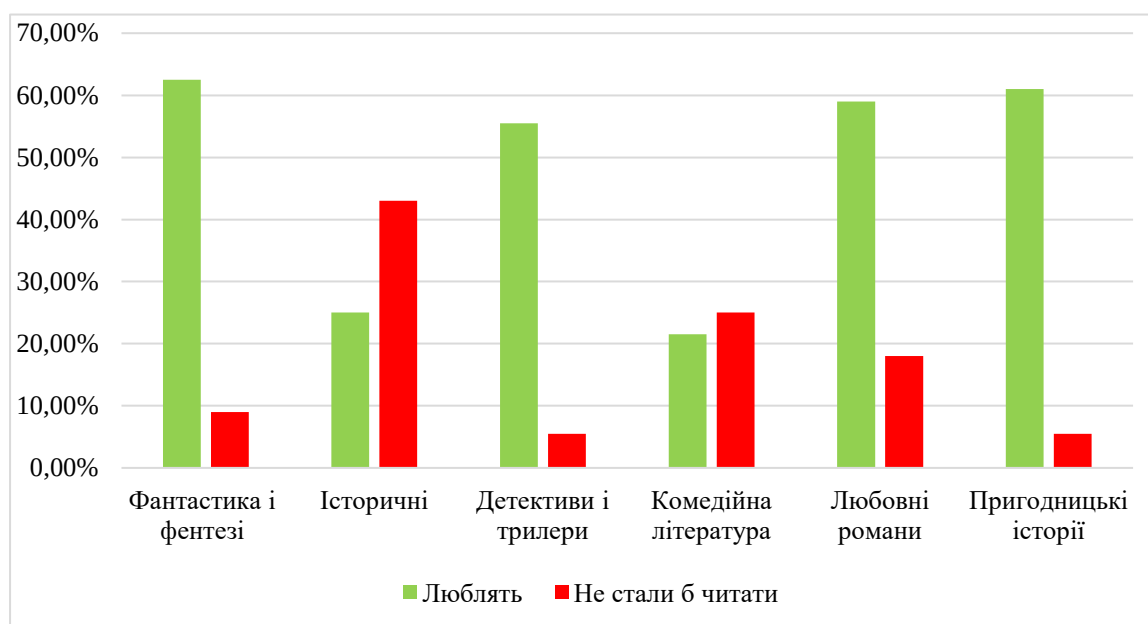


Рисунок 8 - Улюблені і не дуже жанри (розроблено автором на основі власного дослідження)

Розділилися думки і в питанні про час початку активного читання. Трохи більше половини респондентів зазначили, що почали читати в юнацькому віці, тобто з 14 до 22 років. Інша ж частина зізналась, що

читає ще з дитинства. Значимою різниці між цими групами немає тому не можна сказати, що існує якийсь «чарівний» вік, коли всі починають читати, для кожного це індивідуально.

В якому віці у Вас прокинулась любов до читання?

56 відповідей

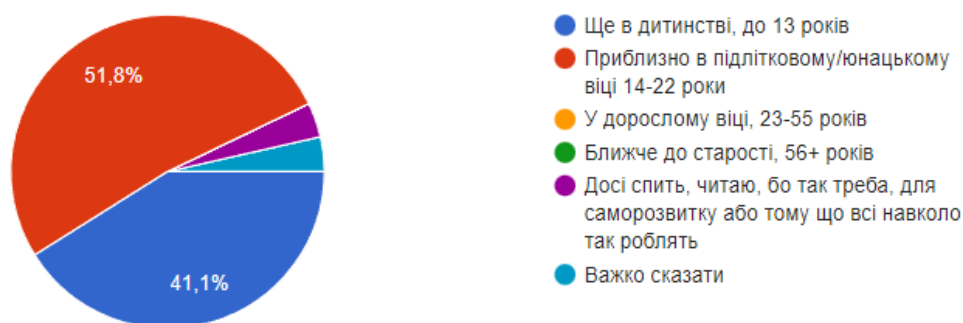


Рисунок 9 - Початок любові до читання (розроблено автором на основі власного дослідження)

Висновки. Книжковий бізнес по-різному переніс ковідну кризу: дехто втратив, а хтось і заробив. Однак можна сказати точно, що за останні 2 роки люди дійсно почали частіше читати, проте не лише в звичному, паперовому вигляді, і примножити свої прибутки можуть лише ті компанії, які вчасно перейдуть на діджитал формат. Проте паперові книги нікуди не зникли, і наразі їх купують нарівні з онлайн книгами. А в такому форматі важливу роль грає палітурка. Більшість респондентів все ж надає перевагу твердій палітурці, незважаючи на її дороговизну і цим доволі часто користуються видавництва: спершу випускають новинки у твердій палітурці і лише через певний час розробляють і м'яку, аби покупці спочатку витратилися на більш дорогу версію і відповідно принесли більше прибутку.

Шкода, але в Україні досі спостерігається використання нелегальних сайтів для безкоштовного завантаження книг. Тому видавництвам необхідно стимулювати споживача саме бути

Список літератури:

1. Загоруй А. Місія вижити: малі видавці під час карантину [Електронний ресурс] / Анастасія Загоруй // Читомо. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://chytomo.com/misiia-vyzhyty-mali-vydavtsi-pid-chas-karantynu/>.
2. Bara K. Селф-паблішинг, аудіоформат і сервіси підписок. Як карантин змінив книжковий бізнес [Електронний ресурс] /

відповідальним та купувати твори, як останнім часом активно роблять кінодистриб'ютори і у них це вдається, так як в останні роки кількість оформлених платних підписок на сервіси перегляду фільмів та серіалів росте в геометричній прогресії. Також варто звернути увагу і на цінову політику, оскільки книги не лише є доволі дорогим задоволенням, а і часто коштують в рази дорожче аніж закордоном.

Найбільш популярними жанрами серед молоді лишаються фентезі/фантастика, пригод та любов, а ось найменше подобаються історичні твори, а враховуючи велике різноманіття останніх, книжковим магазинам варто додати зусиль на популяризацію історичного жанру, оскільки йому надають перевагу здебільшого представники старшої вікової категорії але в зв'язку з банальним старінням, слабкістю зору та малою купівельною спроможністю пенсіонерів, у цього жанру зовсім скоро може не лишитися прихильників.

Катрін Бара // НВ. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/chitannya-u-chasi-karantiniv-yak-zminivsia-knizhkoviy-rinok-ostanni-novini-50156354.html>.

3. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018 [Електронний ресурс] // Читомо. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.chytomo.com/chytannya-v-ukrayini/#top-scroll>.

4. М'яка чи тверда: яку обкладинку для книги вибрати? [Електронний ресурс] // ВолиньPost. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.volynpost.com/news/167645-miaka-chy-tverda-iaaku-obkladynku-dlia-knygy-vybraty>.

5. Ростислав Семків: «Ідея Української книжкової революції, безперечно, належить оптимістам, які мають уявлення

про те, що можна щось вдіяти, когось переконувати, намагатися чинити опір». Аналітика, безпека, економіка, міжнародна політика, культура. Зміст має значення! URL: <https://tyzhden.ua/Culture/252122>

Бібліографічні описи/Библиографические описания/Bibliographic descriptions

Дослідження споживчих переваг на книжковому ринку / А.М. Томашук // Електронна збірка наукових праць «Е-КОНОМІКА». – Х. : НТУ «ХПІ». – 2021. – № 1(5). – С. 101-107

Исследование потребительских предпочтений на книжном рынке / А.Н. Томашук // Электронный сборник научных работ «Е-КОНОМИКА». - Х. : НТУ «ХПИ». - 2021. - № 1(5). - С. 101-107

Research of consumer preferences in the book market / A.M. Tomaschuk // Electronic collection of scientific papers "E-CONOMICS". – Kharkiv : NTU "KhPI". - 2021. - № 1(5). - P. 101-107

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Томашук Анастасія Миколаївна – студентка, Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана, e-mail: toma.nastya1108@gmail.com

Томашук Анастасія Николаевна – студентка, Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана, e-mail: toma.nastya1108@gmail.com

Tomashchuk Anastasia Mykolayivna - student, Kyiv National Economic University named after Vadim Getman, e-mail: toma.nastya1108@gmail.com

Посилання на статтю / Reference to the journal article:

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ [Електронний ресурс] / А.М. ТОМАЩУК // «Е-КОНОМІКА». Електронна збірка наукових праць. – 2021. – № 1 (5). – С. 101-107. – Режим доступу до журн.: <http://e-conomics.hpi.kh.ua/index.php/journal/article/view/98>