

**I. REGIONÁLIS ESETTANULMÁNYI VERSENY  
KÖZÉPISKOLÁSOKNAK**

**2007-2008**

**ANNA KÖNYVESBOLTJA**



## KÖNYVESBOLT ALAPÍTÁSÁNAK ÖTLETE

Ábrahám Anna még jól emlékszik, amikor majd 10 évvel ezelőtt először látta férjével „A Szerelmek hálójában” című amerikai romantikus filmvígjátékot Meg Ryan és Tom Hanks főszereplésével. Akár egy mesében, úgy indult itt is a történet: *„Hol volt, hol nem volt, volt egyszer két könyvesboltos. Az egyik egy fiatal nő, aki gyerekkönyveket árusított kicsiny üzletében. A másik Manhattan legnagyobb könyvesbolthálózatának a tulajdonosa, aki mindenkit bekebelezett, aki csak az útjába került. Isten is egymás ellenségének teremtette őket, s minden eszközt bevetnek a konkurenciaharcban. Éjszakánként azonban - ismeretlenül - szerelmes leveleket váltanak az interneten. Eljön aztán a személyes találka perce is ...”* Anna teljesen feldobódva hagyta el a mozit, és lelkesen magyarázta párjának, hogy egyszer neki is lesz egy könyvesboltja, ahová végre a középiskolásoknak is öröm lesz betérniük. Férje és Ő is akkor végzett az egyik hazai közgazdasági egyetemen, megtakarításaik nem voltak, így a legfontosabbnak azt tartották, hogy hozzájussanak első saját lakásukhoz az albérlet helyett. A könyvesbolt létrehozásának ötletét így el is vetették, és mindketten elhelyezkedtek hazai multinacionális vállalatoknál.



2007. nyarán váratlan dolog történt az életükben: Anna egy 60.000.000 forint értékű ingatlant örökölt az egyik nagynénjétől. Az ingatlan központi helyen található a fővárosban és alkalmas egy 2 szintes könyvesbolt kialakítására. A család összeült, osztottak-szoroztak, míg végül arra az elhatározásra jutottak, hogy belevágnak a vállalkozás elindításába. Ehhez azonban Annának muszáj feladnia jelenlegi állását, valamint legelőször is át kell alakítani az épületet és szükséges a berendezés és a kezdő árukészlet beszerzése.

Anna, amikor elkezdte magát jobban beleásnia a témába, a következő érdekes cikket találta: „Új szelek fújnak a könyvesboltok végeláthatatlan barna polcai között. A pekingi Kid's Republic meglepő szinkombinációival szokatlanul vonzó környezetet kínál a gyerekeknek. Bár Japán hálózathoz tartozik és Japán volt a designer is, a kínai fővárosban áll a Kid's Republic, két szinten nyújtózkodva. A földszint rendezvényterként működik, felolvasóesteket és vetítéseket tartanak itt; az emeleten könyvesbolt kapott helyet. A tervező az 1970-ben

született Keiichiro Sako, aki 2004 óta vezeti saját építészirodáját, az SKSK Architects-t. A Kid's Republic terveit a Poplar könyvesboltlánc felkérésre készítette, ők ugyanis egyedi és utánozhatatlan arculatot szerettek volna adni első pekingi üzletüknek. Az eredmény frenetikus



lett. Sako a "gyerekköztársaság" alapvetően fehérre hangolt enteriőrjét a szivárvány minden színében pompázó sávokkal dobta fel, amelyek bekígyózzák a bolt mindkét szintjét. Színes csíkok vonaglanak a mennyezetten, a lépcsőházban, a polcokon, de szivárványszínű a könyvesbolt kerek szőnyege is. A tervezőt a

gyerekkönyvek gerince és borítója ihlette, ami egyébként is jóval színesebb a felnőtteknek szóló kiadványokénál. A berendezés sem nevezhető szokványosnak. A boltban nincsenek hagyományos könyvespolcok; a könyvek és játékok mászásra csábító, épített struktúrába vannak pakolva, amelyben itt-ott kerek, párnázott „olvasólyukakat” és világítóablakokat alakítottak ki. Az alacsonyabb könyvespolcok felülete is párnázott, kényelmes helyet biztosítva az olvasgatásnak. Az organikusan csavargó, ki-be hajlodozó polcokkal és a vidám színekkel a könyvesbolt valóságos elvarázsolt, mesebeli kincsesbarlanggá válik.”

(Forrás: [http://www.hg.hu/cikk/szivarvanyszin\\_konyvesbolt\\_gyerekeknek](http://www.hg.hu/cikk/szivarvanyszin_konyvesbolt_gyerekeknek))

Anna is ehhez hasonló, különleges könyvesboltot álmódott meg, csak elsődleges célcsoportként a 14-20 közötti korosztályt jelölte meg. Természetesen egy neves belsőépítész felkérésének az ötletét a család elvetette, inkább egyedi megvalósításokkal és elképzelésekkel kívánták a célközönséget a könyvesboltba bevonzani.

## **Számításaik szerint**

A vállalkozás elindításához elengedhetetlen 10.000.000 forint, amihez a megtakarításaikból 3.000.000 forint áll rendelkezésre. Több alternatíva is felmerült a hiányzó összeg előteremtésére:

- 1) 7.000.000 forint hitel felvétele az egyik kereskedelmi bankból.
- 2) Egyik barátjuk bevonása a vállalkozásba, aki mint „csendestárs” venne részt.
- 3) Egy másik barátjuk, akinek meséltek a terveikről, szintén szívesen beszállna a saját megtakarításával, ő azonban a vállalkozás napi működtetéséből is aktívan ki akarja venni a részét.

## KÖNYVPIAC

Hazánkban, 2006-ban több mint 11 ezer különböző kötet jelent meg, amely 10 százalékkal kevesebb az előző évinél. Többek szerint ez nem baj, hiszen Magyarországon négyszer annyi könyvet adnak ki, „mint amennyire igény van”. A majdnem 40 millió kiadott példány pedig a francia piacnak megfelelő arányt jelenti. A teljes könyvforgalom 62,74 milliárd forintról 65,53 milliárd forintra nőtt a két vizsgált évet tekintve.

### MAGYARORSZÁG KÖNYVKIADÁSA 2000-2006 KÖZÖTT

Év	Címek száma	Példányszám	Átlag példányszám	Könyvforgalom (Ft, fogyasztói áron)
2000	8.986	35.246.000	3.900	38.642.000.000
2001	8.837	32.615.000	3.690	45.742.293.000
2002	9.990	45.502.000	4.458	53.604.202.000
2003	9.205	32.627.000	3.544	56.871.989.000
2004	11.211	32.035.000	2.857	58.194.650.000
2005	12.898	40.974.000	3.177	62.740.883.000
<b>2006</b>	<b>11.377</b>	<b>38.281.000</b>	<b>3.365</b>	<b>65.533.324.000</b>

Forrás: <http://www.mkke.hu/>

Másik jelenség, hogy a hatalmas kiadói könyváradat ellenére folyamatosan fogynak az olvasók. Két éve fordult elő először, hogy az olvasók aránya visszaesett az 1981-es szintre. Ráadásul az adatok minden eddiginél nagyobbak – 42 százalékosnak - mutatják azok körét, akik soha sem vesznek könyvet a kezükbe. A hazai könyvpiac bevétele azért növekedhet mégis évről évre – jóllehet csökkenő mértékben – mert a megmaradó vásárlók jóval többet költenek. A TÁRKI piackutató cég két évvel ezelőtti felmérése szerint csökkent a keveset, számottevően nőtt a közepesen vagy nagyon sokat (évi 50 ezer forintnál is többet) költők aránya. Ezek szerint mind kevesebben olvasnak, ám aki olvas, az többet, mint korábban.

Bár három éve csökkentették a könyvek áfáját – 12 százalékról 5 százalékra -, ez középtávon nem vagy alig volt érezhető hatással a könyvek árára. Ráadásul azóta a könyvek átlagára az inflációval megegyező mértékben növekedett. Vannak olyan vélemények, hogy éppen a nagy kereskedelmi láncok nagy beruházásai és fejlesztései drágíthatják meg a könyveket, pedig ezek a magyar jövedelmekhez képest máris túl sokba kerülnek. A könyvek árát a kiadók határozzák meg, ám a kereskedők által alkalmazott kiskereskedelmi árrés 30-45 százalékos, amit az egyes nagyobb terjesztők akár 50 százalékra is feltornáznak. Egy „átlagos” könyv bolti árából 40 százalékot kap a kereskedő, 30-at a nyomda, 5-öt a költségvetés. A fennmaradó összegből a kiadó költsége 10 százalék, a busásnak nem nevezhető profit pedig 8-15 százalékos. Ebből következően a kiskereskedelemben mindössze 2-4 százalékos, a nagykereskedelemben pedig 1-2 százalékos profit a jellemző.

A nyugat-európai piacon megszokott fix átvételes, visszárus rendszerrel szemben, Magyarországon az értékesítés 97 százalékban bizományosi alapon történik. Vagyis a könyveket a terjesztő havi, utólagos elszámolással veszi át, általában körülbelül a könyv árának feléért. A 2-3 százalékos fix értékesítéses körbe csak a garantált sikerkönyvek kerülnek, mint a Harry Potter sorozat, néhány szépíró és a Stahl-szakácskönyvek.

## Támad az internet



Magyarországon az internetes könyveladás gyorsabban fejlődik az online kiskereskedelem átlagánál, ám egyelőre több pénzt visz, mint hoz. Nem ritka ugyanis a 40-50, sőt akár a 60 százaléknál magasabb árkedvezmény, ami akár át is rendezheti a hagyományos könyvkereskedés szerkezetét.

Ugyanakkor a magyar vásárló konzervatív: amit megvesz, szereti megfogni, a könyvbe is szívesen belelapoz, bár műve válogatja: például egy-egy Márai- vagy Kertész-kötetet könnyebben megrendel interneten, mert pontosan tudja, mit kap, mint mondjuk egy képes albumot.

A piacvezető Bookline becslései alapján a 2002-ben még 200-250 millióra tehető online könyvpiaci összbevétel az idén akár négy milliárd fölé is emelkedhet, és a forgalom több mint felét, két milliárd feletti összeggel a Bookline érheti el. A fennmaradó részen néhány nagy, hagyományos bolthálózatot működtető könyvkereskedő - mint az Alexandra, a Libri vagy a Líra és Lant - online kereskedése több kisebb internetes vállalkozással együtt osztozhat. A

Bookline vezetője, Dietrich Tamás szerint a hazai online könyveladás aránya ezzel eléri az európai átlagot, amely a teljes könyvpiac 6-8 százalékát teszi ki. Egyébként Európában az online könyvkereskedés aránya jóval alatta van az Egyesült Államokban elért 15-20 százalék körüli részesedésnek.

Dietrich Tamás jellemzőnek tartja, hogy az internetes könyvforgalom 60 százalékát fővárosi és főváros környéki vásárlók bonyolítják, aminek az oka a települési és társadalmi különbségekben keresendő. Az internetes hozzáférés ugyanis Budapesten és a megyei városok lakosai körében a legelterjedtebb, a magasabban iskolázott, magasabb jövedelmű rétegekben. Az elfoglalt értelmiségiek, menedzserek időmegtakarítás céljából rendelnek könyvet a világhálón, mert így nem kell elmenni, parkolni, egy-két perc alatt elintéződik a vásárlás. - A vevők köre azonban fokozatosan bővül, ahogy újabb és újabb nemzedékek lépnek be, akiknek már korszerűbb vásárlási szokásaik alakulnak ki.

Az internetes könyveladás fejlődését elősegítheti a kereskedelmi törvény nemrég megszavazott módosítása, amely márciustól az internetes kereskedelmi vállalkozások alapítását jócskán meggyorsítja. Egyik fontos könnyítés, hogy nem kell üzlethelyiséget fenntartaniuk csomagküldő kereskedelem besorolás alá eső elektronikus kereskedelmi vállalkozásoknak, vagyis nem kell raktározniuk a termékeiket.

## **VERSENYTÁRSÁK**

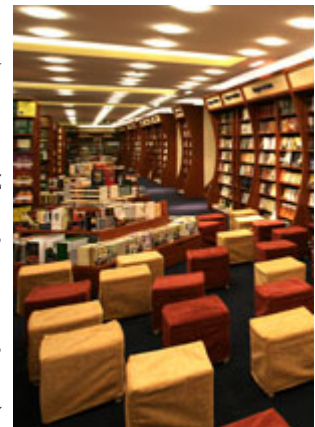
A könyvpiacot évek óta 3 nagy szereplő uralja: az Alexandra cégcsoportot összefogó Pécsi Direkt Kft., a Kolosi Tamás vezette Lira és Lant Zrt., illetve a kizárólag nagy- és kiskereskedelemmel foglalkozó hálózat, a Libri Kft. Ráadásul ezek a szereplők egyre nagyobbak lesznek, mert piacszerzés vagy presztízs növelés miatt – folyamatosan felvásárolják a kisebb cégeket. Egyes prognózisok szerint a teljes könyvforgalmon belül a nagykereskedelmi láncok forgalma 20 százalékkal, a kis boltoké pedig 2-3 százalékkal fog növekedni. Azonban a konjunktúra időszakában elvált egymástól a minőségi és az úgynevezett olcsókönyves terjesztés. Részben az internetes könyvkereskedelem árversenye, részben egyéb okok miatt fennáll a veszély, hogy ez a határ elmosódik a könyvszakmában.

## Alexandra



A dinamikusan fejlődő könyvruház-lánc ma már az ország valamennyi megyeszékhelyén és a nagyobb városokban is megtalálható. Jelenleg 39 településen, 71 üzletben várja a vásárlókat. A jellemzően nagy alapterületű, egyedi kialakítású üzletekben az átfogó könyvkiálat mellett audio- és videokazetták, CD-k, CD-ROM-ok és DVD-k, valamint térképek, földgömbök, naptárak, játékok, képeslapok, ajándécsomagolók széles választékát találják.

Az üzletek kialakítása vásárlóbarát, több helyen is olvasósarkok, kényelmes ülőalkalmatosságok állnak a vevők rendelkezésre, hogy kedvükre válogathassanak és elmerülhessenek olvasmányaikban. Emellett egyéb szolgáltatásokkal is várják vendégeiket: egyre több az olyan létesítményük, ahol egy kávét, vagy egy kis harapnivalót is fogyaszthatnak, esetleg nemes borok palackjai közül válogathatnak. A Károly körúton és a Nyugati téren folyamatosak a kulturális rendezvények, programok. 2006 őszén az Alexandra Könyvesházat a Kultúraközvetítők Társasága Fehér Rózsa Díjjal tüntette ki "a kultúra egészségének képviselőjét válláló tevékenységéért, kezdeményező szerepéért és teljes kulturális palettát bemutató programjaiért".



A törzsvásárlóiknak biztosított állandó kedvezmény mellett (könyvekre 10%, hanghordozókra és egyéb termékekre pedig 5%) rendszeresen a promóciós kampányok is, melyek keretében számos terméket kínálnak kedvezményes áron.

## Líra és Lant

A Líra és Lant Zrt. hagyományos tevékenysége a könyvesbolti kiskereskedelem. Az országos boltihálózatban (jelenleg 65 üzletet működtet) a tudomány, az alkotó munka, a művészetek, az oktatás értékközvetítő szférájában a teljesség igényével válogathatnak a vásárlók. A széles könyv, CD, műsoros kazetta, videó kazetta és zenemű kínálatot a vásárlók érdekében és kívánságára olyan rokon árucikkekkel bővítették a boltok, mint a képeslap, művészportré,

poszter, nyomtatvány, csomagolóanyag, elektronikus eszközök, szoftverek, CD ROM, számítástechnikai kellékanyagok, illetve a folyóiratok és szaklapok. Az országos bolthálózat a társaság főprofilú árucikkeinek - könyv, hangzóanyag, zenemű és folyóirat - teljes választékát kínálja egy-egy szakterületen.

A Lira és Lant kiskereskedelmi bolthálózatán belül három láncot és egyben terjeszkedési irányt különböztet meg. A *Fókusz Könyváruházak* nagy alapterületű (300 négyzetméter fölött), teljességre törekvő készletet tartó, az egyéb árucikkeket (elsősorban hanghordozó, videokazetta, CD-ROM) is széles választékban kínáló könyvesboltok. Fókusz Könyváruház található Budapesten, Debrecenben, Pécsen, Miskolcon és Szegeden. A Fókusz láncához kapcsolódik a Fókusz Online virtuális Könyváruház is. A *Szaktoltok* egy-egy témában kívánnak teljes választékot nyújtania vevők számára. Pl. orvosi, műszaki, valamint zeneműboltok *Rózsavölgyi és Társa* márkanéven. A *Lira és Lant* könyvesboltok kisebb alapterületű (maximum 300 négyzetméter), alapvetően szépirodalmi választékot, de a lehetőségekhez képest széles áruskálát tartó boltok. Az ilyen könyvesboltok nagy része franchise rendszerben üzemel.



## Libri

A Libri Könyvkereskedelmi Kft. csaknem 500 főt foglalkoztató hálózat 46 üzletével, két internetes áruházával, kilencmilliárd forint feletti éves forgalmával az ország harmadik legnagyobb könyvértékesítője. Úttörő szerepet vállalt az online könyvkereskedelem elindításában, amikor 2000-ben létrehozta a <http://www.libri.hu/> oldalt, amely azóta is töretlenül fejlődik. 2004-ben megvásárolta a könyvbarátok körében közkedvelt Könyvkereső weboldalt, amely Magyarország legnagyobb adatbázisát biztosítja: jelenleg az érdeklődők csaknem 130 ezer könyvcím között kereshetnek.

A 2004-es és 2005-ös olvasói felmérések alapján a Budapest Week Publishing "Best of Budapest - A Minőség Mércéje" díját a "Legjobb szaktolt" kategóriában szintén a Libri nyerte el. Független marketing- és reklámszakemberekből álló zsüri döntése alapján pedig 2004 és 2005 után 2007-ben ismét elnyerte a "Superbrand" címet, így a Libri máig a könyvkereskedelem egyedüli szupermárkája.





A cég 6 alkalommal nyerte el a kiadók és a könyvszakma képviselőinek szavazatai alapján az "Év Könyvkereskedője" megtisztelő címet. A Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának Hermész-díját eddig kilenc Libri-bolt érdemelte ki. A díj bírálóbizottsága a többi között a választékot, ezen belül is a határon túli magyar nyelvű kiadványok választékát, az idegen nyelvű kiszolgálást, a dedikálások és könyvbemutatók számát és minőségét értékelte.

Meglévő üzleteik szolgáltatásait folyamatosan bővítik vezeték nélküli internet (WIFI) bevezetésével, internet kávézóval, színház- és koncertjegyek értékesítésével, olvasószigetek kiépítésével, nagyobb boltjaikban pedig játszóteret alakítottak ki gyermekek számára. 2005-ben a nagy budapesti áruházakban bevezették az egyedi könyvrendelés lehetőségét, amelyet később vidéki üzleteikre is kiterjesztettek. A Libri üzletek számos eseménynek adnak helyet. Iskolai látogatások, sajtóesemények és dedikálások színesítik a boltok mindennapjait.

## JÖVŐBELI ELKÉPZELÉSEK ÉS TERVEK

Anna és családja tisztában van azzal, hogy az első néhány évben még nem lehet nyereséges a vállalkozásuk. A későbbiekben viszont szeretnék, ha egyedi ötleteikkel, a hagyományostól eltérő könyvesboltjukkal sikerülne a könyvpiac középiskolások igényeit kiszolgáló szegmensébe betörni és megalapozni egy hosszú távon sikeres, jövedelmező vállalkozás alapjait.



## FELADATOK

📖 Anna és családja kérésére készítsetek elemzést a könyvpiac jelenlegi és jövőbeli helyzetéről, különös tekintettel az általuk meghatározott célpiacra vonatkozóan!

📖 Értékeljétek a hiányzó 7 millió forint előteremtésére megfogalmazott alternatívákat, valamint válasszátok ki és indokoljátok az általatok javasolt legjobb megoldást!

📖 Dolgozzátok ki a célcsoportnak megfelelő könyvesbolt arculatát, és adjatok meg kiegészítő szolgáltatásokat, amivel vonzóvá tehető a 14-20 éves korosztály számára a könyvvásárlás.

### **Formai követelmények:**

12-es betűméret, 1,5-ös sorköz, 2,5 cm-es margók, Times New Roman betűstílus, sorkizárt megjelenítés, oldalak sorszámozása.

### **A feladat BEÉRKEZÉSÉNEK határideje:**

**2008. február 10.**

**A határidő után beérkezett megoldásokat a versenybizottság  
nem fogadja el!**

## HASZNOS OLDALAK

Központi Statisztikai Hivatal (KSH) honlapja

[www.ksh.hu](http://www.ksh.hu)

Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülésének honlapja

[www.mkke.hu](http://www.mkke.hu)

Társadalomkutatási Intézet (TÁRKI) Zrt. honlapja

[www.tarki.hu](http://www.tarki.hu)

Bookline.hu Nyrt. online könyvárúház honlapja

<http://bookline.hu/>

Pécsi Direkt Kft. által üzemeltetett Alexandra online áruház honlapja

[www.alexandra.hu](http://www.alexandra.hu)

Libri Könyvkereskedelmi Kft. honlapja

[www.libri.hu](http://www.libri.hu)

Líra és Lant cégcsoport könyvportálja

<http://www.sunbooks.hu>

Könyvnet.hu Kft. internetes könyvárúház honlapja

<http://www.konyvnet.hu/>