



Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям

Книжный рынок России

**Состояние, тенденции и перспективы
развития**

2010



Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям

Управление периодической печати, книгоиздания и полиграфии

Книжный рынок России

**Состояние, тенденции и перспективы
развития**

Отраслевой доклад

**Москва
2010**

УДК655.42 (470)
ББК76.18
К-53

Доклад подготовлен Управлением периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям при содействии авторского коллектива в составе Б. В. Ленского, А. Н. Воропаева, А. А. Столярова.

Под общей редакцией заместителя Руководителя Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям **В. В. Григорьева**.

Авторы доклада выражают благодарность за предоставленные материалы, использованные в докладе:

- Московскому государственному университету печати;
- Российской книжной палате;
- Российскому книжному союзу;
- Ассоциации книгоиздателей России;
- Ассоциации книгораспространителей независимых государств;
- Межрегиональному центру библиотечного сотрудничества;
- Издательству «Эксмо»;
- Издательской группе «АСТ»;
- Объединенному центру «Московский Дом книги»;
- Книжному клубу «36.6»;
- Компании «Топ-книга»;
- Интернет-магазину «Ozon.ru»;
- Компании «ЛитРес»;
- Газете «Книжное обозрение»;
- Журналу «Книжная индустрия»;
- Журналу «Университетская книга»;
- Журналу «Книжное дело».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
I. ОБЩИЕ ИТОГИ РАЗВИТИЯ КНИГОИЗДАНИЯ В РОССИИ В 2009 Г.	6
1.1. Количественные показатели развития книгоиздания в России в 2009 г. .	6
1.2. Издательская система России в 2009 г.	18
II. РОССИЙСКОЕ КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ В 2009 Г.	29
2.1. Общие тенденции развития российского книгораспространения в 2009 г.	29
2.2. Развитие малых форм книжной торговли.....	33
2.3. Книгораспространение в регионах России.....	34
2.4. Интернет-торговля.	42
III. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КНИЖНОГО РЫНКА РОССИИ В 2009 Г.	46
3.1. Объем книжного рынка и тенденции его развития в 2009/2010 гг.	46
3.2. Влияние финансового кризиса на деятельность федеральных операторов книжного рынка.....	52
3.3. Влияние финансового кризиса на деятельность локальных операторов книжного рынка.	63
IV. ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ	69
4.1. Тенденции развития рынка электронных изданий в России.....	70
4.2. Правовые проблемы развития электронного книгоиздания и книгораспространения.....	75
4.3. Проект «Google Book Search».	77
4.4. Современный рынок букридеров.	79
4.5. «Мобильные книги».....	84
4.6. Рынок аудиокниг в 2009 г.....	85
V. ПРОБЛЕМА ЧТЕНИЯ И ЧИТАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЯН В КРИЗИСНЫЙ ГОД.....	86
5.1. Чтение россиян в 2009 г.....	86
5.2. Чтение электронных книг в России.	89
5.3. Потребительские предпочтения на рынке книжной продукции.	90
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	93
СПИСОК ТАБЛИЦ.....	95
СПИСОК РИСУНКОВ.....	96

ВВЕДЕНИЕ

Настоящий доклад представляет собой обзор итогов развития книжной индустрии Российской Федерации в 2009 году и оценку влияния мирового финансового и общеэкономического кризиса на издательское дело в стране. Если в докладе по результатам работы отрасли в 2008 году эта тема была лишь обозначена, то в данной работе она стала лейтмотивом всего исследования.

В докладе подробно проанализированы статистические данные об итогах издательской деятельности в Российской Федерации в 2009 г., состояние и тенденции развития системы книгораспространения и положение на книжном рынке страны.

В процессе работы над докладом установлено, что система книжного дела, в основном, выдержала испытание кризисом, продемонстрировала достаточную устойчивость к его проявлениям и избежала серьезных «провалов» как в книгопроизводстве, так и в функционировании различных каналов книгораспространения. Предприятия отрасли вели и ведут целенаправленную работу по выходу из кризисной ситуации и возврату к тем положительным тенденциям, которые были характерны для ее развития на протяжении первого десятилетия нового века.

В условиях отсутствия приемлемых для книжной отрасли кредитных ресурсов в прошедшем году ее развитие характеризовалось определенными негативными тенденциями: ценовым демпингом в книжной рознице, задержками платежей поставщикам книжной продукции или увеличением сроков оплаты, сокращением количества книжных магазинов и снижением покупательской активности.

Большое внимание в докладе уделено также вопросам развития электронного книгоиздания, которое в 2009 г. стало предметом повышенного интереса со стороны специалистов как в России, так и за рубежом, в том числе, во многом из-за проблемы электронного пиратства.

Составители доклада не могли также оставить без рассмотрения проблему чтения, которая также не сходит с повестки дня издательского сообщества уже в течение нескольких лет, особенно после принятия Национальной программы поддержки и развития чтения, подготовленной Роспечатью совместно с Российским книжным союзом. В нашей работе мы намеренно не касались вопросов обеспечения бумагой и проблем полиграфии, поскольку они являются предметом самостоятельного доклада «Российский рынок полиграфии. Состояние, тенденции и перспективы развития», также подготовленного Роспечатью в нынешнем году.

В своем исследовании и выводах мы опирались на отраслевой мониторинг, осуществляемый Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, материалы нескольких крупных научно-практических конференций и «круглых столов», на контент-анализ отраслевой отечественной и зарубежной прессы, а также на экспертные оценки авторитетных представителей отрасли, результаты социологических исследований и информацию ведущих индустриальных аналитических центров мира.

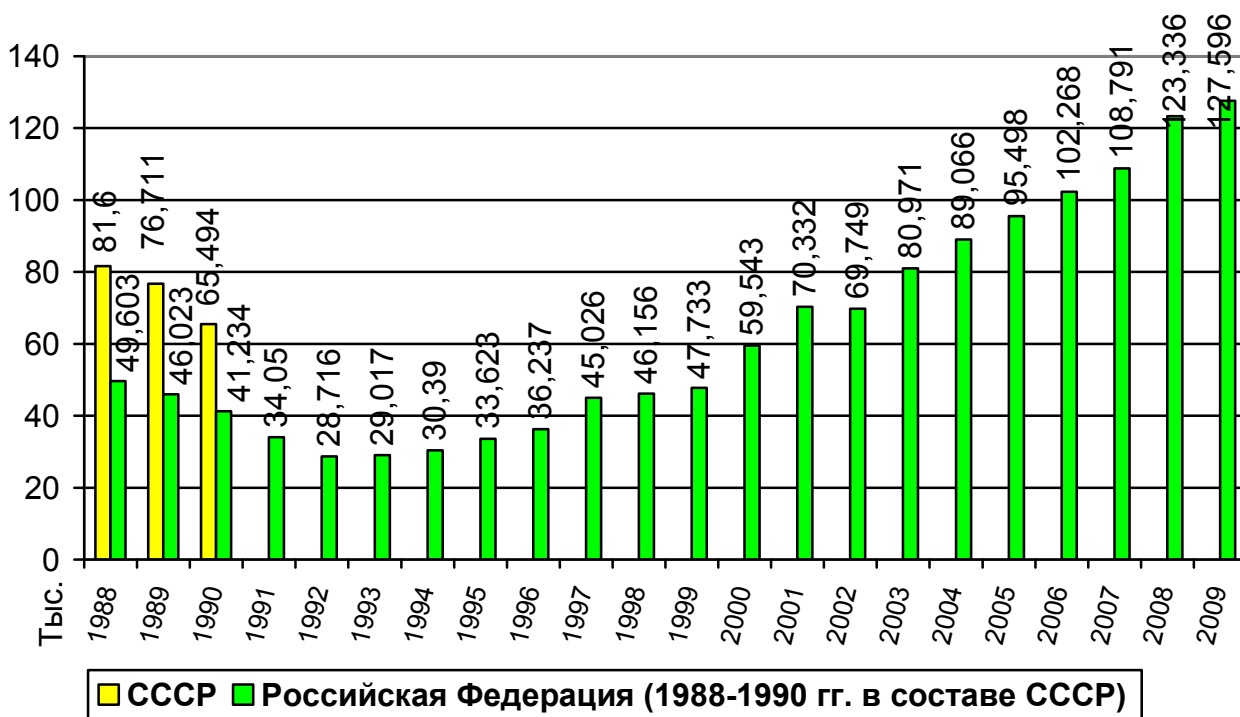
I. ОБЩИЕ ИТОГИ РАЗВИТИЯ КНИГОИЗДАНИЯ В РОССИИ В 2009 Г.

1.1. Количественные показатели развития книгоиздания в России в 2009 г.

Хотя первые признаки влияния кризиса на состояние книжной отрасли начали ощущаться в самом конце 2008 года, статистические результаты ее деятельности еще не давали повода для серьезного беспокойства и волнений: динамика выпуска книг и брошюр продолжала оставаться весьма убедительной. В 2008 г. в стране был зарегистрирован выпуск изданий общим тиражом более 760 млн экз. (рост на 14,3% к уровню 2007 г.), и это был самый высокий результат за все постсоветские годы после обвального падения, начавшегося еще в 1989 г. и закончившегося на отметке в 400 млн экз. в середине 1990-х (см. рис. 1 и 2).

Рисунок 1.

Количественные показатели российского книгоиздания в 1988-2009 гг. (тыс. названий)

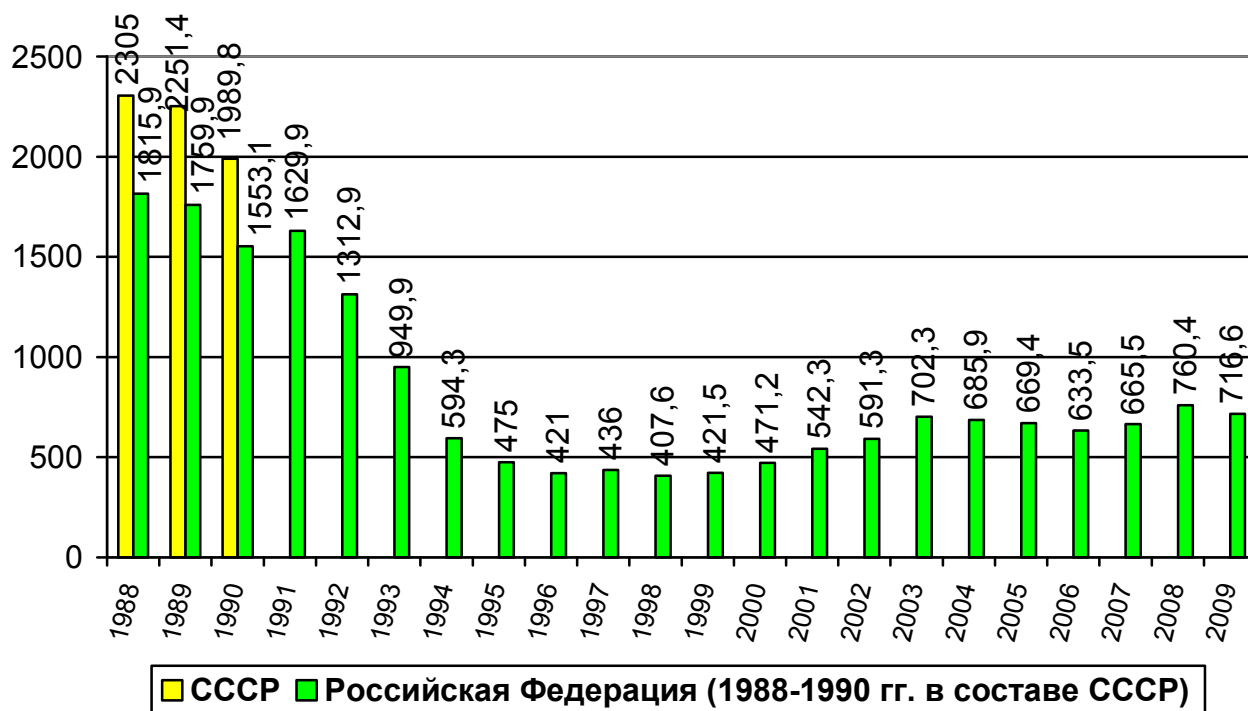


Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Тем не менее, аналитикам было понятно, что показатели такого роста в разгар кризиса являются лишь отражением инерционных сил, накопившихся в книгоиздании «в тучные» годы. Влияние этих факторов продолжалось в течение почти всего 2009 г., однако с каждым кварталом эта инерция «затухала». Так, в первом полугодии 2009 г. рост выпуска изданий по числу названий по сравнению с показателями первого полугодия 2008 г. составил почти 11%, а тираж за это же время увеличился на 10,3%, однако статистические данные за 9 месяцев 2009 г. отчетливо показали, что кризисные явления в сфере книгопроизводства уже дали о себе знать. По числу названий, выпущенных за этот период, было зафиксировано повышение всего на несколько процентных единиц, а по тиражному показателю – вообще отмечено снижение, хотя и небольшое, выражающееся в долях процента.

Рисунок 2.

Количественные показатели российского книгоиздания в 1988-2009 гг. (тираж, млн экз.)



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

В целом, по данным Российской книжной палаты, в прошедшем году российскими издательствами было выпущено **127596 названий** книг и брошюр совокупным тиражом **716,55 млн экз.** В сравнении с 2008 годом рост числа выпущенных названий в 2009 году составил **всего лишь 3,5%**; ситуация же с тиражами выглядит хуже: впервые за последние три года в стране наметилось падение совокупных тиражей (от чего многие уже отвыкли), которое составило сразу 5,8%.

Как показывает анализ таблицы 1, прирост выпуска названий в 2009 году произошел, в основном, не за счет книг, а **за счет брошюр**: их число по сравнению с 2008 годом увеличилось на 13,73% (см. рис. 3), в то время как прирост выпуска собственно книг составил лишь 1,67%. При этом доля книг в совокупном числе издаваемых в России неперiodических печатных изданий в 2009 году сократилась по сравнению с 2008-ым на 1,5%.

Таблица 1.

Основные характеристики выпущенных в 2009 г. книг и брошюр (по числу названий)

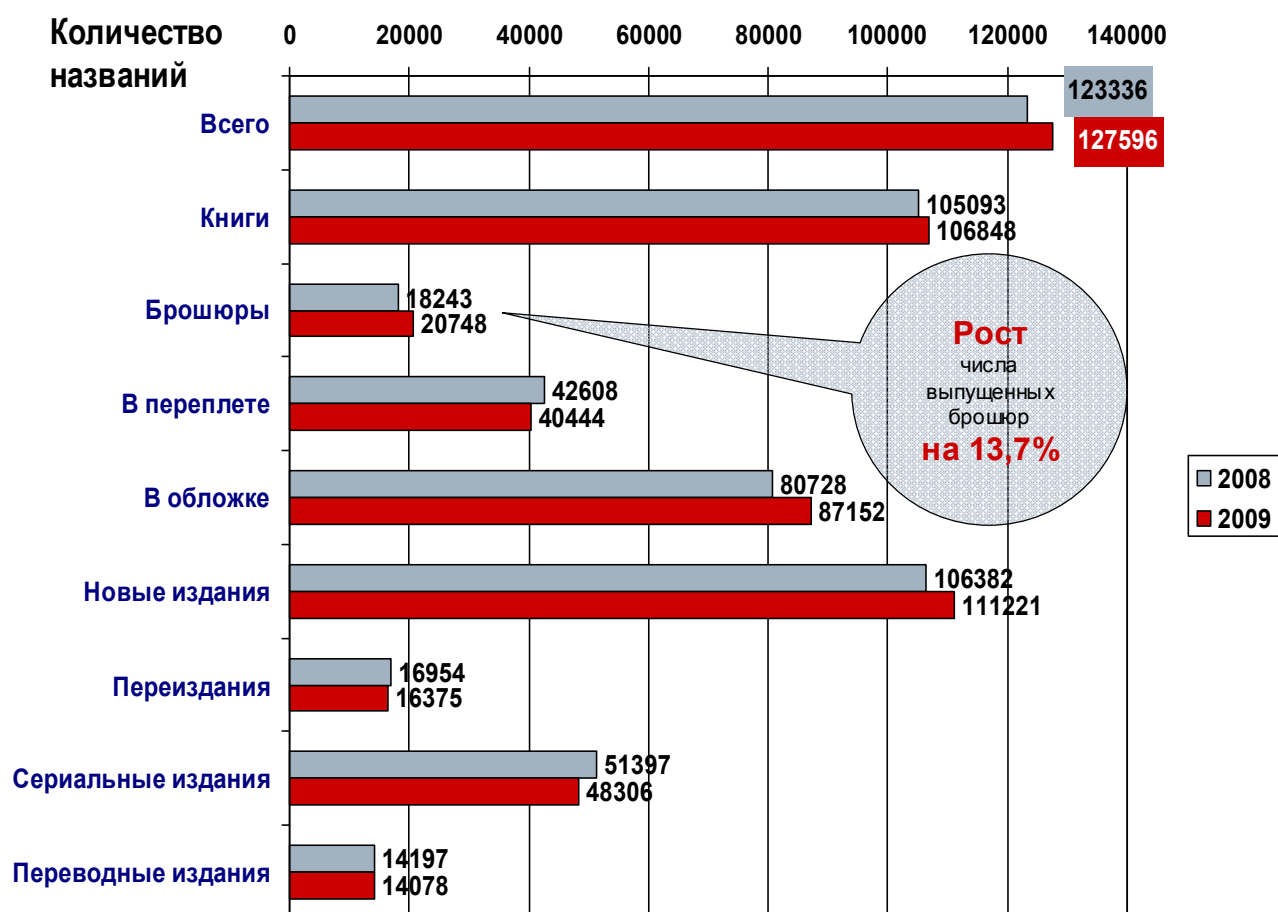
	Число выпущенных названий, 2008 г.	Число выпущенных названий, 2009 г.	Прирост числа выпущенных названий в 2009 г. к 2008 г.		Доля в совокупном числе названий в 2008 г.	Доля в совокупном числе названий в 2009 г.	Изменение доли в совокупном числе названий в 2009 г. к 2008 г.
			названий	%			
Всего	123336	127596	+4260	+3,45%	100%	100%	–
Книги	105093	106848	+1755	+1,67%	85,2%	83,7%	-1,5%
Брошюры	18243	20748	+2505	+13,73%	14,8%	16,3%	+1,5%

	Число выпущенных названий, 2008 г.	Число выпущенных названий, 2009 г.	Прирост числа выпущенных названий в 2009 г. к 2008 г.		Доля в совокупном числе названий в 2008 г.	Доля в совокупном числе названий в 2009 г.	Изменение доли в совокупном числе названий в 2009 г. к 2008 г.
			названий	%			
В переплете	42608	40444	-2164	-5,08%	34,5%	31,7%	-2,8%
В обложке	80728	87152	+6424	+7,96%	65,5%	68,3%	+2,8%
Новые издания	106382	111221	+4839	+4,55%	86,3%	87,2%	+0,9%
Переиздания	16954	16375	-579	-3,42%	13,7%	12,8%	-0,9%
Сериальные издания	51397	48306	-3091	-6,01%	41,7%	37,9%	-3,8%
Переводные издания	14197	14078	-119	-0,84%	11,5%	11%	-0,5%

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям,
Российская книжная палата.

Рисунок 3.

**Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2009 гг.
(по числу названий)**



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям,
Российская книжная палата.

Еще больший разрыв в выпуске книг и брошюр наблюдается при сравнении тиражных показателей (см. табл. 2 и рис. 4).

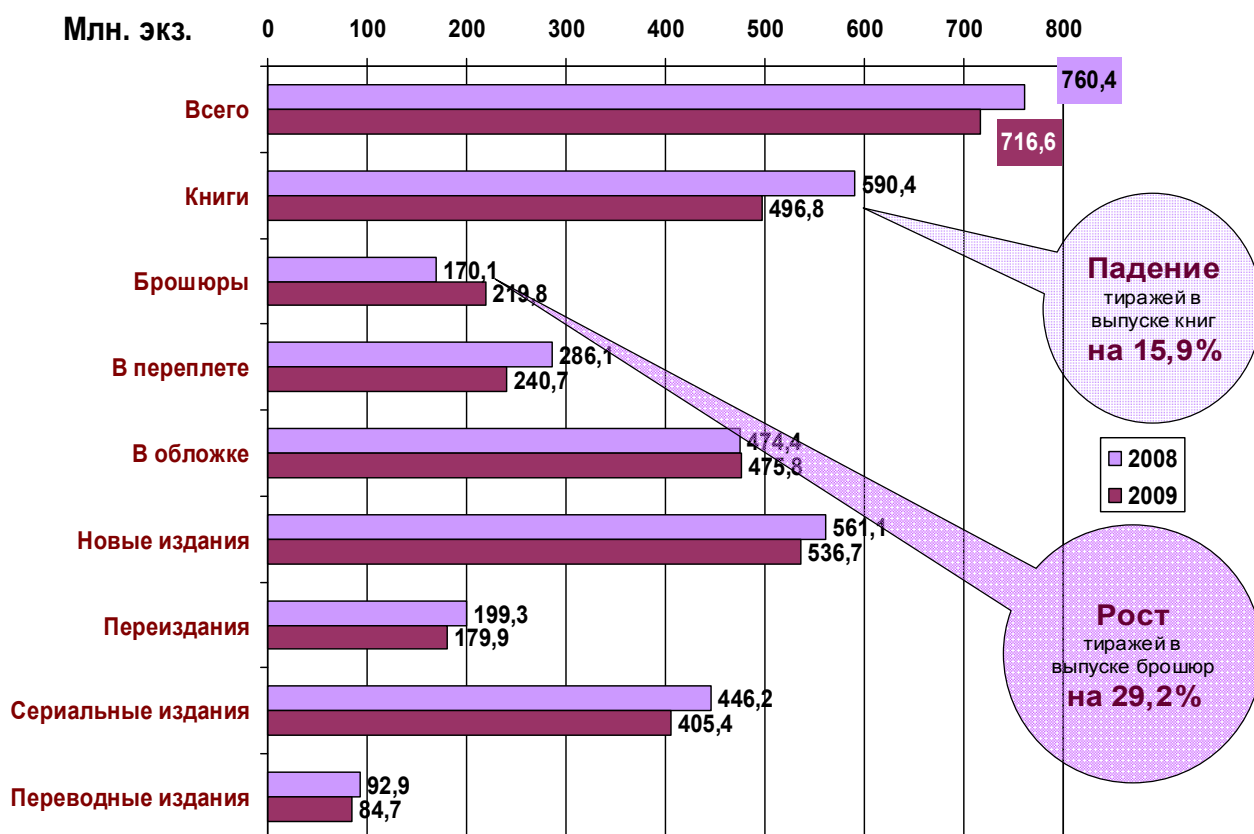
Таблица 2.

Основные характеристики выпущенных в 2009 г. книг и брошюр (по тиражам)

	Совокупный тираж, тыс.экз., 2008 г.	Совокупный тираж, тыс.экз., 2009 г.	Прирост совокупного тиража в 2009 г. к 2008 г.		Доля в совокупном тираже в 2008 г.	Доля в совокупном тираже в 2009 г.	Изменение доли в совокупном тираже в 2009 г. к 2008 г.
			тыс. экз.	%			
Всего	760439,3	716553,1	-43886,2	-5,77%	100%	100%	–
Книги	590364	496759,1	-93604,9	-15,86%	77,6%	69,3%	-8,3%
Брошюры	170075,3	219794	49718,7	+29,23%	22,4%	30,7%	+8,3%
В переплете	286077,6	240746,3	-45331,3	-15,85%	37,6%	33,6%	-4%
В обложке	474361,7	475806,8	+1445,1	+0,30%	62,4%	66,4%	+4%
Новые издания	561122,4	536684,8	-24437,6	-4,36%	73,8%	74,9%	+1,1%
Переиздания	199316,9	179868,3	-19448,6	-9,76%	26,2%	25,1%	-1,1%
Сериальные издания	446244,9	405398,4	-40846,5	-9,15%	58,7%	56,6%	-2,1%
Переводные издания	92944,5	84679,9	-8264,6	-8,89%	12,2%	11,8%	-0,4%

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Рисунок 4.

Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2009 гг. (по тиражу)

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Так, при общем падении тиражей всей непериодической печатной продукции на 5,8% падение тиражей собственно книжной продукции составило почти 16%, в то время как тиражи выпущенных брошюр увеличились почти на 30%. Если при этом посмотреть на распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008 и 2009 гг. (см. табл. 3 и рис. 5), то видно резкое смещение выпуска печатной продукции в сторону малотиражной продукции.

Таблица 3

Изменение в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2009 гг.

	Число выпущенных названий, 2008 г.	Число выпущенных названий, 2009 г.	Прирост числа выпущенных названий в 2009 г. к 2008 г.		Совокупный тираж, тыс.экз., 2008 г.	Совокупный тираж, тыс.экз., 2009 г.	Прирост совокупного тиража в 2009 г. к 2008 г.	
			названий	%			тыс.экз.	%
Всего	123336	127596	+4260	+3,45%	760439,3	716553,1	-43886,2	-5,77%
в том числе тиражом:								
до 500 экз.	41542	51430	+9888	+23,80%	10651,2	12892,8	+2241,6	+21,05%
от 500 до 1000 экз.	9860	10966	+1106	+11,22%	9377,0	10420,0	+1043	+11,12%
от 1 тыс. до 5 тыс. экз.	40156	38102	-2054	-5,12%	138150,0	126460,2	-11689,8	-8,46%
от 5 тыс. до 10 тыс. экз.	17076	13503	-3573	-20,92%	140572,2	110967,2	-29605	-21,06%
от 10 тыс. до 50 тыс. экз.	12314	11069	-1245	-10,11%	277148,8	254259,3	-22889,5	-8,26%
от 50 тыс. до 100 тыс. экз.	938	1010	+72	+7,68%	69574,5	75625,7	+6051,2	+8,70%
свыше 100 тыс. экз.	552	494	-58	-10,51%	114965,6	125927,9	+10962,3	+9,54%
Без указания тиража	898	1022	124	13,81%				

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Так, почти на 21% по числу названий и на такое же значение по совокупному тиражу сократился выпуск изданий, попадающих в тиражную группу от 5 тыс. до 10 тыс. экземпляров (именно в этой категории находится подавляющая часть издаваемой в стране интеллектуальной литературы). При этом почти на 24% по числу названий и на 21% по тиражу увеличился выпуск продукции, издаваемой тиражом до 500 экз. По-видимому, многие издательства в тяжелое для себя время решили сэкономить, в том числе на полиграфических материалах и переплетных процессах.

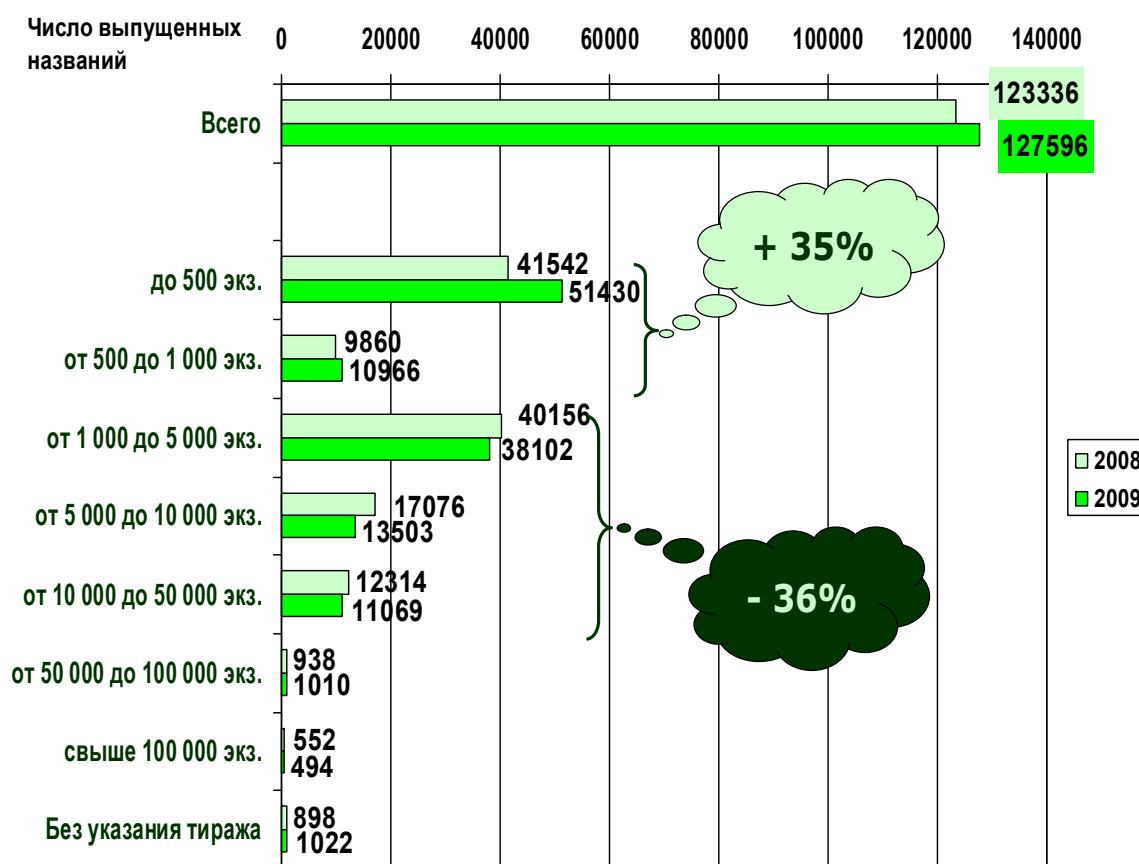
Данные, приведенные в табл. 3, представляют значительный интерес еще и потому, что они дают представление о тенденциях изменения загрузки полиграфических предприятий, которые подробно рассмотрены в отраслевом докладе «Российский рынок полиграфии. Состояние, тенденции и перспективы развития».

Из данных таблицы видно, что доля первых двух групп (тиражом до 500 экз. и до 1000 экз.) в суммарном тираже за 2009 год составляет всего 3,25%, тогда как число названий в них составляет почти 50% от общего числа. В то же время видно, что значительную массу рыночных тиражей (от 5 тыс. до 50 тыс. экз.) – 35,4%, или более трети от общего тиража по стране, дают менее 10% всех наименований изданий, еще одну треть общего тиража составляют издания, выпускаемые тиражом от 1000 до 10000 экз. (но их уже более половины от общего числа названий). А самое интересное состоит в том, что более четверти (28,1%) суммарного тиража дают издания, число наименований которых чуть более 1% в их общем количестве.

Порядок цифр в соотношении тиражных групп сохраняется практически неизменным на протяжении уже длительного времени, однако из рис. 5 отчетливо видно, что в кризисный год более чем на треть «просели» группы изданий, выходящих тиражом от 1000 до 50000 экз. и на столько же выросла группа малотиражной печатной продукции (до 1000 экз.).

Рисунок 5.

Изменение в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2009 гг.



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

В аналитическом докладе по итогам книгоиздательской деятельности в 2008 году уже обращалось внимание на необходимость тщательного рассмотрения проблемы с тиражными нишами, которые оказывают серьезное влияние на формирование репертуара книжного выпуска, на выбор каналов книгораспространения, более того, на саму оценку положения в отрасли. Последнее время раздаются все более острые критические замечания по поводу того, что у нас якобы неоправданно быстро растет число изданий, которое усугубляет проблемы книгораспространения, что РКП «искусственно» завышает количественные показатели и тем самым «мешает» решать вопросы государственной поддержки и т.д. Хотелось бы в этой связи привлечь внимание к показателям таблицы 3, из которых отчетливо видно, что из выпускаемых ежегодно почти 130 тыс. изданий около половины (48,9%) – это издания тиражом до 1 тыс. экз., причем более 50 тыс. из них (40,3% от общего числа изданных названий) выходят тиражом до 500 экземпляров, а средний тираж в этой нише не превышает 250 экземпляров. Таким образом, **лишь половина всего книжного выпуска по числу названий может иметь статус рыночного ассортимента, а другая половина реализуется через ВУЗовские библиотеки или вообще раздается бесплатно учащимся или лицам, желающим повысить свою квалификацию, в качестве методических пособий.**

В предыдущем докладе было обосновано также предложение об изменении методики расчета среднего тиража изданий, выпускаемых в целом по стране за счет исключения из этого массива некоммерческих названий. При таком подходе, когда учитываются только издания, реализация которых идет по нормальным каналам товародвижения, тираж среднестатистического названия составляет не менее 10 тыс. экз.

Как уже было отмечено, финансово-экономический кризис заставил издательства оптимизировать (иначе – сократить) расходы на подготовку изданий в целях их удешевления. Поэтому неудивительно, что в 2009 году число изданий, выпущенных в твердом переплете, сократилось по сравнению с 2008 годом на 5,08%, в то время как число названий, вышедших в обложке, напротив, выросло за этот же период почти на 8% (см. табл. 1).

Надо отметить, что следуя мировым тенденциям, доля изданий, выходящих в обложке, в общем массиве выпускаемой печатной продукции увеличивается год от года. В 2009 году она составила уже 68,3% по числу названий (+2,8% по сравнению с 2008 годом, см. табл. 1) и 66,4% от всех печатаемых тиражей (+4% по сравнению с 2008 годом, см. табл. 2).

Обычно при анализе динамики российского книгоиздания исследователи не принимают во внимание печатные объемы выпускаемой продукции. Однако мы не вправе упускать из виду этот немаловажный показатель, поскольку именно он свидетельствует об объемах загрузки полиграфических предприятий и в кризисный год становится чуть ли не важнее, чем номинальное число издаваемых титулов (см. табл. 4).

Таблица 4.

Общая характеристика выпущенных в 2008-2009 гг. книг и брошюр (по листажу)

	Печ. л.-отг., тыс., 2008 г.	Печ. л.-отг., тыс., 2009 г.	Прирост совокупного листажу в 2009 г. к 2008 г.		Доля в совокупном листажу в 2008 г.	Доля в совокупном листажу в 2009 г.	Изменение доли в совокупном листажу в 2009 г. к 2008 г.
			тыс. л.-отг.,	%			
Всего	9729803	8042232	-1687571	-17,34%	100%	100	–
Книги	9470094	7756357	-1713737	-18,10%	97,33%	96,45%	-0,89%
Брошюры	259708,9	285875,5	+26166,6	+10,08%	2,67%	3,55%	+0,89%
В переплете	5821114	4761489	-1059625	-18,20%	59,83%	59,21%	-0,62%
В обложке	3908688	3280743	-627945,4	-16,07%	40,17%	40,79%	+0,62%
Новые издания	6922250	5622022	-1300228	-18,78%	71,14%	69,91%	-1,24%
Перездания	2807552	2420210	-387342,3	-13,80%	28,86%	30,09%	+1,24%
Сериальные издания	5174877	4257024	-917852,7	-17,74%	53,19%	52,93%	-0,25%
Переводные издания	1577615	1371824	-205791,3	-13,04%	16,21%	17,06%	+0,84%

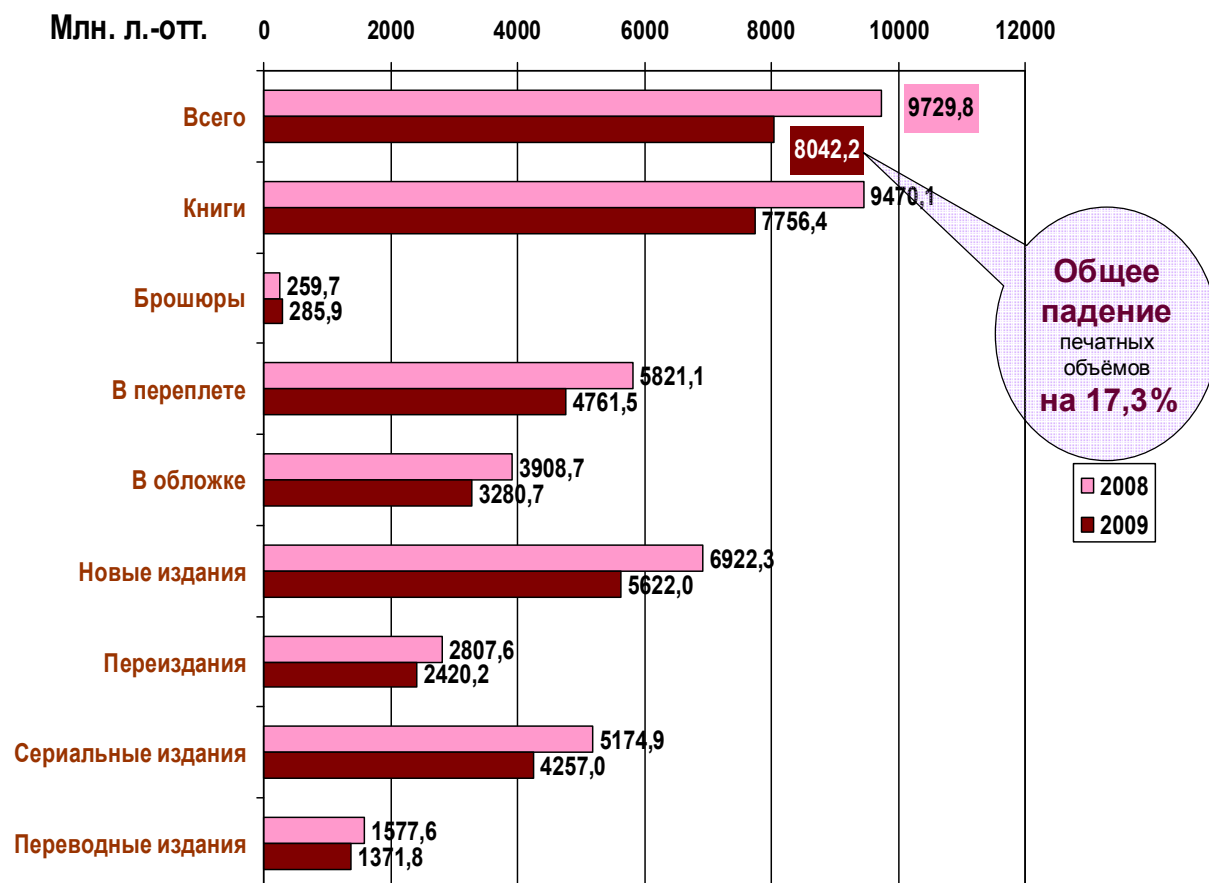
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Как показано в таблице 4, характерной чертой кризисного года наряду с падением тиражей стало и заметное *падение листажу* выпускаемой издательской продукции. Общий объем печатной массы сократился в 2009 году по сравнению с

2008-м на 1687571 тыс. листов-оттисков, или на 17,34% (см. рис. 6). Обращает на себя внимание то, что в кризисный год и вновь выходящие книги, и переиздания стали «тоньше» своих «предшественников» в прошлом году.

Рисунок 6.

Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2009 гг. (по листажу)



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

На этой стадии анализа мы можем констатировать, что большинство «предсказаний» в отношении развития книжной отрасли в кризисном 2009 году оправдалось. Однако некоторым мрачным прогнозам, к счастью, не суждено было сбыться.

Так, в начале 2009 года ряд исследователей говорил о том, что знаковым явлением для наступающего года станет сокращение числа новых названий и сосредоточение издателей на переиздании старых, хорошо продающихся книг. Этот прогноз статистика не подтверждает. Абсолютное число новых изданий, выпущенных российскими издательствами в 2009 году по отношению к 2008-му, увеличилось на 4,6%, в то время как число переизданий, напротив, снизилось на 3,4%. В общем числе выпущенных названий доля новых изданий увеличилась в сравнении с 2008 годом почти на 1%; на столько же, соответственно, сократилась доля переизданий.

Не подтверждается и расхожее мнение о том, что в кризис все больше книг начинает выходить в сериях. Так, число сериальных изданий в 2009 году по сравнению с 2008-м сократилось сразу на 6%.

Здесь следует заметить, что в кризисный год снизились и показатели выпуска переводной литературы – и если по числу переведенных названий это снижение не так заметно (всего 0,84%), то по тиражам оно составило почти 8,9%, а в совокупном листаже – более 13%.

Из общего числа переводных изданий 8804 названий – это переводы с английского языка тиражом около 55 млн экз. (в 2008 г. – 9617 названий тиражом около 62 млн экз.); 1102 названия переводов с французского вышли тиражом 7,4 млн экз. (в 2008 г. – 1221 название тиражом около 10 млн экз.); 964 названия (в 2008 г. – 927) тиражом 4,8 млн экз. (в 2008 г. – 5,6 млн экз.) – переводы с немецкого. В прошедшем году книги выпускались в переводе почти со ста языков стран ближнего и дальнего зарубежья, а также с языков народов России.

В истекшем году было издано также более 3 тысяч изданий на языках народов зарубежных стран и народов России. И здесь, как и в переводной литературе, на первом месте издания на английском языке – 1018 названий (в 2008 г. – 816 названий) общим тиражом около 3,5 млн экз. Всего выпуск осуществлялся на 76 языках.

В таблице 5 приведены данные о выпуске отдельных видов изданий по целевому назначению, на которые приходится около трех четвертей всего суммарного тиража выпускаемых книг и брошюр. Из таблицы видно, что в кризисный год сократился выпуск художественной, детской и справочной литературы, в то время как выпуск научных (и по названиям, и по тиражу) и учебных изданий (по числу названий) – вырос.

Интересно проследить параллели кризисного двухлетия 2008/2009 гг. с аналогичным кризисным периодом 1998/1999 гг. Как мы видим из табл. 5, в предшествующий кризисный период в России наблюдалась прямо противоположная ситуация: в 1999 году после дефолта вырос выпуск именно художественной, детской и справочной литературы (причем как по названиям, так и по тиражам), а выпуск научной – уменьшился. Выпуск учебной литературы (особенно школьной), думается, в меньшей степени, чем другие виды литературы, зависит от «чисто» рыночных факторов, поэтому и в том, и в другом из рассматриваемых периодов времени наблюдается рост.

Таблица 5.

Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 1998-2009 гг. по некоторым категориям целевого назначения

Виды изданий по целевому назначению	1998				1999			
	Число назв.	Тираж, млн экз.	В % к общ. числу назв.	В % к общ. тир.	Число назв.	Тираж, млн экз.	В % к общ. числу назв.	В % к общ. тир.
Всего	46156	407,6			47300	409,4		
<i>в т. ч. издания</i>								
Научные	8051	7,0	17,4	1,7	7600	7,0	16,1	1,7
Учебные	10435	110,6	22,6	27,1	10511	110,9	22,2	27,1
Справочные	2142	15,6	4,6	3,8	2205	15,7	4,7	3,8
Лит.-худож.	7615	107,2	16,5	26,3	7701	107,8	16,3	26,3
Для детей и юношества	2560	54,3	5,5	13,3	2609	54,5	5,5	13,3

Виды изданий по целевому назначению	2008				2009			
	Число назв.	Тираж, млн экз.	В % к общ. числу назв.	В % к общ. тир.	Число назв.	Тираж, млн экз.	В % к общ. числу назв.	В % к общ. тир.
Всего	123336	760,4			127596	716,6		
<i>в т. ч. издания</i>								
Научные	20772	10,1	16,8	1,3	24671	11,3	19,3	1,6
Учебные	37659	243,9	30,5	32,1	40978	218,3	32,1	30,5
Справочные	4177	26,9	3,4	3,5	3884	19,5	3,0	2,7
Лит.-худож.	20138	154,2	16,3	20,2	18729	130,8	14,7	18,3
Для детей и юношества	11296	149,8	9,2	19,7	10866	145,3	8,5	20,3

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

В таблице 6 сведены показатели выпуска книг и брошюр по тематике изданий. По числу изданий основное место среди выпускаемых видов литературы занимают политическая и социально-экономическая, техническая, художественная и детская литература, а также литература по образованию, культуре и СМИ, где главным образом выделяются учебные издания для школ и ВУЗов. Примечательно, что в 2009 г. положительную динамику по числу выпущенных изданий показали все виды литературы, за исключением художественной и детской, а наибольший прирост показал выпуск литературы универсального содержания (+53,9% по числу выпущенных названий и +26,2% – по тиражу). Что касается тиражных показателей, то здесь, помимо универсальных изданий, в «зеленой зоне» закрылись лишь разделы политической и социально-экономической литературы (+16,3%), а также медицинской и спортивной тематики (+13,4%).

Таблица 6.

Выпуск книг и брошюр по укрупненным тематическим разделам в 2009 г. в сравнении с 2008 г.

	2008		2009		2009 в % к 2008	
	Число книг и брошюр, названий	Общий тираж, млн экз.	Число книг и брошюр, названий	Общий тираж, млн экз.	Число книг и брошюр, названий	Общий тираж, млн экз.
Всего	123336	760,4	127596	716,6	103,5	94,2
Политическая и социально-экономическая литература	34093	119,2	35772	138,6	104,9	116,3
Естественнонаучная литература	8571	9,6	9637	7,9	112,4	82,3
Техническая литература	14324	47,5	14598	30,9	101,9	65,1
Сельскохозяйственная литература	2857	9,4	3101	7,4	108,5	78,7
Медицинская и спортивная литература	6934	32,1	7430	36,4	107,2	113,4
Литература по образованию, культуре и средствам массовой информации	17146	217,9	18613	199,3	108,6	91,5
Литература по филологическим наукам и искусству	7825	16,5	8616	14,6	110,1	88,5
Художественная литература	20138	154,2	18729	130,8	93,0	84,8
Детская литература	11296	149,8	10866	145,3	96,2	97,0
Литература универсального содержания	152	4,2	234	5,3	153,9	126,2

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

В таблицах 7, 8 и 9 приведены списки отечественных и зарубежных авторов беллетристики для взрослых и детей, издаваемых в России наибольшими тиражами. По итогам 2009 г., среди российских авторов (см. табл. 7) по данному показателю уверенно удерживает первое место Дарья Донцова (6,3 млн экз.). На втором и третьем местах среди самых печатаемых российских авторов 2009 года – Юлия Шилова (3,7 млн экз.) и Борис Акунин (2,3 млн экз.). Интересное наблюдение: если в 2008 году тиражи книг Дарьи Донцовой лидировали с сильным отрывом от ближайших соперников, то в 2009 году этот разрыв сократился сразу на треть.

Таблица 7.

10 российских авторов художественной литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2006-2009 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор		
				Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Общий тираж, тыс. экз.
2006				2007		
1.	Донцова Д.	96	9931,6	Донцова Д.	99	8991,5
2.	Устинова Т.	46	3530,4	Устинова Т.	59	3163,2
3.	Шилова Ю.	45	2729,5	Шилова Ю.	55	2896,6
4.	Акунин Б.	68	2695,5	Маринина А.	92	2837,7
5.	Маринина А.	75	2647,8	Полякова Т.	75	2190,7
6.	Полякова Т.	86	2177,3	Акунин Б.	58	1488,5
7.	Семенова М.	41	1569,1	Бушков А.	77	1364,2
8.	Перумов Н.	42	1060,9	Колычев В.	109	1283,8
9.	Вильмонт Е.	43	976,0	Стил Д.	108	978,8
10.	Бушков А.	99	956,5	Литвиновы А. и С.	39	974,9

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор		
				Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Общий тираж, тыс. экз.
2008				2009		
1.	Донцова Д.	147	9764,7	Донцова Д.	138	6374,6
2.	Шилова Ю.	117	3748,0	Шилова Ю.	135	3740,2
3.	Устинова Т.	100	3210,9	Акунин Б.	71	2283,0
4.	Полякова Т.	102	2254,2	Устинова Т.	54	2176,1
5.	Акунин Б.	79	2118,0	Полякова Т.	75	1707,7
6.	Вильмонт Е.	79	1504,4	Вильмонт Е.	62	1135,1
7.	Бушков А.	93	1248,7	Бушков А.	111	1059,0
8.	Маринина А.	102	1111,2	Маринина А.	54	961,5
9.	Колычев В.	86	1104,2	Александрова Н.	157	957,4
10.	Абдуллаев Ч.	137	1097,2	Литвиновы А. и С.	49	920,6

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Среди зарубежных писателей (см. табл. 8) самым печатаемым в России автором в 2008 году был Пауло Коэльо (1,5 млн экз.), а в 2009 году его обогнала молодая американская писательница Стефани Майер, книги которой («Сумерки», «Новолуние», «Затмение», «Рассвет» и ряд других) имели несколькими годами ранее огромные тиражи на территории Северной Америки. Как уже было сказано, на втором месте в хит-параде переводов зарубежных авторов – Пауло Коэльо (ок. 1 млн экз.), а третье место занимает Я. Вишневский (0,98 млн экз.).

Таблица 8.

10 зарубежных авторов художественной литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2006-2009 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Коэльо П.	32	914,0	Стил Д.	108	978,8
2.	Стил Д.	64	672,8	Флобер Г.	3	838,1
3.	Зюскинд П.	17	561,0	Коэльо П.	21	830,0
4.	Шелдон С	62	536,0	Смолл Б.	98	585,0
5.	Мураками Х.	34	531,2	Шелдон С.	68	421,0
6.	Смолл Б.	73	368,4	Кинг С.	87	395,0
7.	Сальваторе Р.	37	389,2	Вербер Б.	21	353,0
8.	Вербер Б.	15	288,0	Фрэнсис Д.	51	320,7
9.	Чайлд Л.	2	280,0	Стаут Р.	35	319,7
10.	Фрэнсис Д.	41	265,5	Уайльд О.	18	304,1

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Коэльо П.	40	1516,0	Майер С.	13	1862,1
2.	Стил Д.	112	988,5	Коэльо П.	41	1001,6
3.	Кристи А.	75	807,4	Вишневский Я.	37	978,0
4.	Шелдон С.	58	593,5	Кристи А.	117	965,9
5.	Деверо Дж.	57	581,0	Вербер Б.	29	614,0
6.	Стаут Р.	62	561,7	Браун Д.	17	581,0
7.	Вишневский Я.	13	462,0	Шахразада	11	542,0
8.	Хмелевская И.	55	442,0	Стил Д.	69	497,5
9.	Вербер Б.	22	440,0	Дрюон М.	29	435,7
10.	Смолл Б.	89	427,0	Робертс Н.	52	390,0

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Таблица 9.

10 авторов детской литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2006-2009 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Степанов В.	114	5238,0	Степанов В.	99	3882,5
2.	Ролинг Дж.	7	2188,0	Чуковский К.	163	3289,5
3.	Чуковский К.	119	1971,0	Ролинг Дж.	8	2490,0
4.	Успенский Э.	32	1560,0	Барто А.	83	1395,1
5.	Барто А.	80	1382,1	Михалков С.	69	972,0
6.	Гурина И.	28	733,0	Гурина И.	33	744,0
7.	Стайн Р.	84	717,0	Носов Н.	52	571,5
8.	Михалков С.	61	706,0	Емец Д.	31	524,2
9.	Андерсен Г.	54	665,7	Пушкин А.	57	520,4
10.	Пушкин А.С.	51	497,1	Андерсен Г.	41	478,6

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008			2009			
1.	Степанов В.	97	2903,0	Чуковский К.	195	3459,5
2.	Чуковский К.	166	2612,7	Степанов В.	81	2515,6
3.	Барто А.	109	1592,8	Гурина И.	53	1472,0
4.	Гурина И.	54	1539,0	Барто А.	84	1040,2
5.	Ролинг Дж.	10	970,2	Линдгрэн А.	93	534,6
6.	Михалков С.	58	740,1	Андерсен Х.	44	521,0
7.	Носов Н.	45	606,2	Маршак С.	42	508,6
8.	Маршак С.	52	570,0	Перро Ш.	28	489,7
9.	Крылов И.	57	553,1	Волков А.	40	438,5
10.	Емец Д.	46	546,2	Братья Гримм	22	404,0

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

В числе детских писателей (см. табл. 9) в 2009 г. самым тиражируемым автором в России стал Корней Чуковский (3,5 млн экз.). В 2008 году его место на второй позиции в рейтинге тиражей мы связывали со столетним юбилеем писателя. Однако в 2009 г. тираж книг советского классика не только не уменьшился, но вырос, что позволяет нам говорить о востребованности его книг вне зависимости от знаменательных дат. На второй позиции – победитель прошлого года Владимир Степанов (2,5 млн экз.), третью строчку заняла Ирина Гурина со своими книжками для самых юных читателей (1,5 млн экз.). Что касается недавней «фаворитки» рейтинга переводов Джоан Ролинг, то в 2009 г. она вообще не попала в список «Топ-10».

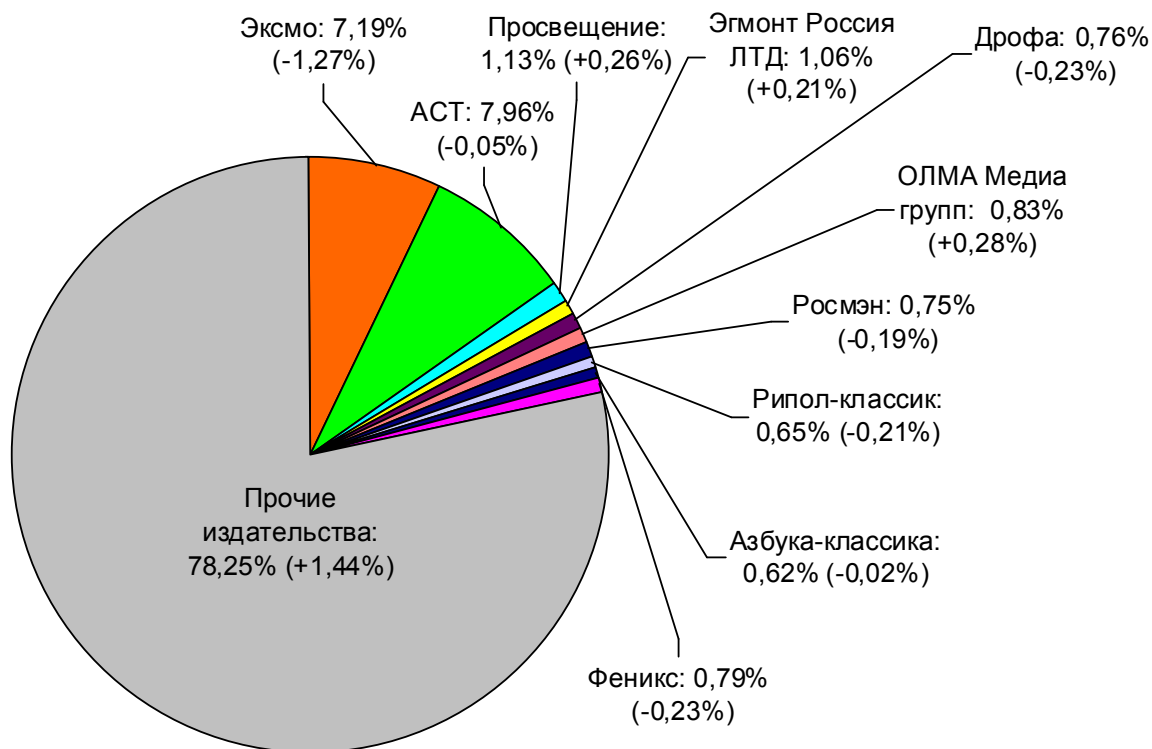
1.2. Издательская система России в 2009 г.

В прошедшем году издательская система России не претерпела существенных изменений. В начале 2009 года многие аналитики предрекали уход с рынка до 20% мелких и средних издателей. Однако имеющаяся в нашем распоряжении статистика опровергает данный прогноз: в 2009 году число издающих организаций, выпустивших хотя бы одну книгу за прошедший год, оказалось даже больше, чем в 2008 году – 5824 против 5702. Если говорить об издательствах, держащихся «на плаву», к которым мы относим компании, выпускающие хотя бы 1 книгу в месяц, или в среднем 12 книг в год, то их число за 2009 год также увеличилось, правда, всего на 25 – с 1280 до 1305.

Много говорилось в течение года о том, что кризис на рынке «подстегнет» дальнейшую концентрацию издательского бизнеса в нескольких крупных структурах, «подогреет» монополизацию книжного рынка. Но на деле существенного перераспределения рынка в пользу крупных игроков в этот год не случилось (см. рис. 7 и 8). Так, доля на рынке «ключевой десятки» издателей по сравнению с 2008 годом выросла незначительно – всего на 1,44% по числу выпущенных названий и 1,24% по тиражу. Зато внутри этой десятки есть интересные сдвиги: так, «АСТ» отыграло у конкурентов 1,35% тиражей, в то время как «Эксмо» потеряло за прошедший год 1,83%. Первая двадцатка издателей по числу выпущенных в 2009 г. книг и брошюр и совокупным тиражным показателям представлена соответственно в таблицах 10 и 11.

Рисунок 7.

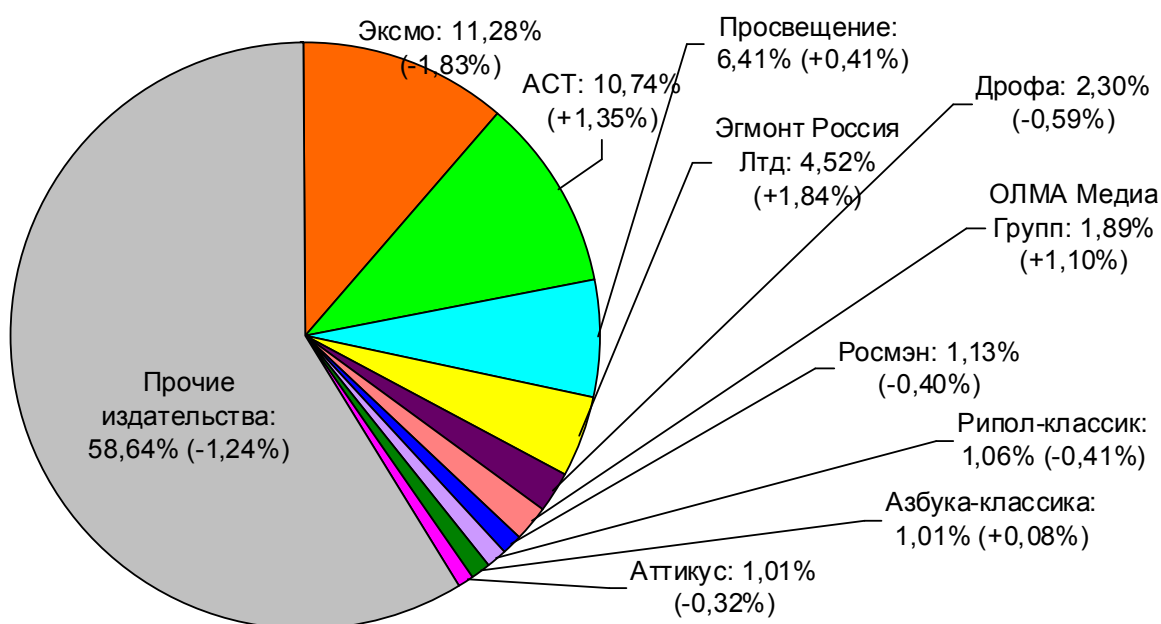
Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по числу выпущенных в 2009 г. названий)



Общее число издающих организаций в России:	2008 – 5702,	2009 – 5824
Число издательств, выпускающих 12 книг в год и более:	2008 – 1280,	2009 – 1305

Рисунок 8.

Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по выпущенному в 2009 г. тиражу)



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Таблица 10.

20 издательств, выпустивших наибольшее количество названий книг в 2008 и 2009 гг.

Место в 2009 г. (в 2008 г.)	Издательство	Число выпущенных названий, 2008	Число выпущенных названий, 2009	Изменение 2009 к 2008 (абсол.)	Изменение 2009 к 2008 (%)
1 (2)	АСТ	9884	10163	+279	+2,82%
2 (1)	Эксмо	10439	9178	-1261	-12,08%
3 (7)	Просвещение	1078	1444	+366	+33,95%
4 (10)	Эгмонт Россия Лтд	1047	1355	+308	+29,42%
5 (17)	ОЛМА Медиа Групп	676	1058	+382	+56,51%
6 (3)	Феникс	1261	1004	-257	-20,38%
7 (462)	ЛИБРОКОМ (Книжный дом)	45	1000	+955	+2122,22%
8 (4)	Дрофа	1222	976	-246	-20,13%
9 (5)	Росмэн	1154	960	-194	-16,81%
10 (18)	Стандартинформ	614	932	+318	+51,79%
11 (9)	Рипол-классик	1056	826	-230	-21,78%
12 (11)	Мир книги	839	797	-42	-5,01%
13 (14)	Азбука-классика	790	792	+2	+0,25%
14 (15)	Фламинго	713	766	+53	+7,43%
16 (19)	Вече	582	736	+154	+26,46%
16 (8)	Экзамен XXI	1065	697	-368	-34,55%
17 (16)	Центрполиграф	710	654	-56	-7,89%
18 (12)	Стрекоза-Пресс	825	571	-254	-30,79%
19 (27)	Спутник +	452	561	+109	+24,12%
20. (6)	ИЦ Академия	1129	548	-581	-51,46%

Таблица 11.

20 издательств выпустивших книги наибольшими тиражами в 2008 и 2009 гг.

Место в 2009 г. (в 2008 г.)	Издательство	Общий тираж, тыс. экз., 2008 г.	Общий тираж, тыс. экз., 2009 г.	Изменение 2009 к 2008 (абсол.)	Изменение 2009 к 2008 (%)
1 (1)	Эксмо	99680,7	80851,0	-18829,7	-18,89%
2 (2)	АСТ	71417,7	76928,8	+5511,1	+7,72%
3 (3)	Просвещение	45661,1	45900,4	+239,3	+0,52%
4 (6)	Эгмонт Россия Лтд	20359,9	32421,4	+12061,5	+59,24%
5 (4)	Фламинго	29880,0	32173,0	+2293,0	+7,67%
6 (5)	Дрофа	21972,6	16512,2	-5460,4	-24,85%
7 (20)	ОЛМА Медиа Групп	5994,8	13562,4	+7567,9	+126,24%
8 (18)	ЛДПР	6375,9	12777,0	+6401,1	+100,40%
9 (8)	Экзамен XXI	16065,7	11863,5	-4202,2	-26,16%
10 (7)	Баласс	16343,8	9766,6	-6577,2	-40,24%
11 (11)	Мир книги	11108,2	8871,3	-2236,9	-20,14%
12 (14)	Вентана-Граф	8863,0	8177,6	-685,4	-7,73%
13 (9)	Росмэн	11634,2	8116,5	-3517,7	-30,24%
14 (13)	Стрекоза-Пресс	9369,0	7887,0	-1482,0	-15,82%
15 (10)	Рипол-классик	11176,0	7585,6	-3590,4	-32,13%
16 (12)	Аттикус	10146,0	7237,5	-2908,5	-28,67%
17 (15)	Азбука-классика	7076,3	7225,5	+149,2	+2,11%
18 (16)	Ювента (С-инфо)	6815,5	6105,5	-710,0	-10,42%
19 (26)	Титул	4770,0	6009,4	+1239,4	+25,98%
20 (19)	Омега	5995,0	5868,0	-127,0	-2,12%

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям,
Российская книжная палата.

Российская книжная палата ежегодно составляет список 100 крупнейших российских издательств по числу выпускаемых изданий. Издательства, включенные в этот список по итогам 2009 года, выпустили 45,7% всех названий книг и брошюр (в 2008 г. – 48,2%). Как видим, это число несколько снизилось. При этом, число издательств, выпустивших более тысячи названий в год, за прошедший год не изменилось – их осталось десять. Можно предположить, что причиной обоих фактов стало влияние кризиса на российскую книжную индустрию. Это интересно отметить потому, что за 2008 г. число издательств, выпустивших более тысячи названий в год, выросло вдвое – в 2007 г. их было всего пять. Несмотря на кризис, в списке 100 ведущих российских издательств продолжает уменьшаться число компаний, выпускающих менее 200 названий в год: в 2007 г. их было более двадцати, в 2008-м – восемь, а в 2009-м – уже шесть.

Обострилась конкуренция между двумя гигантами российской книжной индустрии, с большим отрывом опережающими все остальные издательства. Если в 2008 году абсолютным лидером как по числу выпущенных названий, так и по тиражу, было издательство «Эксмо» (10439 названий книг тиражом 99,7 млн экз.), то в 2009 году пальму первенства по количеству выпущенных наименований перехватила издательская группа «АСТ», преодолев планку в 10 тысяч наименований книг (10163), хотя и не побив рекорд издательства «Эксмо» 2008 года (10439 названий). Общая доля двух лидеров российского книгоиздания по числу выпущенных названий по стране в 2009 году снизилась, составив 15,2% против 16,5% в 2008 году.

Наиболее отчетливо проявляется тенденция концентрации производства в сфере тиражей. Если почти половину всего книжного выпуска по числу названий, как отмечено выше, обеспечивают 100 издательств, то половину суммарного тиража – только 14. Однако число издательств, выпустивших свои книги общим тиражом более 10 млн экз., вернулось на уровень 2007 года – их вновь стало девять (в 2008 г. – 12). Из числа «десятимиллионников» выпали сразу 5 издательств: «Баласс», «Росмэн», «Рипол-классик», «Мир книги» и «Аттикус». Зато в этот список попало издательство «ОЛМА Медиа Групп», более чем в два раза(!) увеличившее производство тиражей в кризисный год (с 5,99 млн экз. до 13,6 млн экз.).

В последнее время активно пробивает себе дорогу тенденция концентрации издательского бизнеса. В последние годы путем слияний и поглощений в структурах крупных издательств и издательских групп появляются все новые импринты, которые еще недавно были независимыми издательствами (см. табл. 12). Особенно показательна в этом отношении издательская группа «АСТ», осуществляющая свою деятельность под девятью торговыми марками и при этом реализующая совместные издательские проекты еще с девятнадцатью издательствами. Другой издательский гигант – «Эксмо» – напротив, под иными импринтами книг не выпускает, а имеет лишь партнерские отношения с рядом издательств (напр., «Яуза»), многие из которых выступают для него в роли пэкеджеров.

В прошлогоднем докладе мы уже указывали, что в развитии современной издательской системы России отчетливо прослеживается давняя тенденция тяготения книжного бизнеса к центральным районам России и высокой концентрации издательской активности в Москве и отчасти в Санкт-Петербурге.

Доля издательств, расположенных в Москве и Санкт-Петербурге, в общем объеме книжного выпуска в России составляет около 70% по количеству названий и свыше 90% – по тиражам выпускаемых книг и брошюр. Принимая во внимание особенности территориального строения издательской системы России, в структуре

российского книжного рынка могут быть выделены две составляющие: московская и региональная. Регионы представлены на московском книжном рынке в основном научной и научно-популярной литературой, а Москва на книжном рынке регионов доминирует по всем разделам ассортимента массовых изданий (до 99% их тиражей).

Таблица 12.

Состав отдельных издательских групп России

Издательство / издательская группа	Импринты
«АСТ» (совокупный тираж издательской группы – 78661,7 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 10,98%)	«АСТ»
	«Астрель»
	«Астрель СПб»
	«Восток-Запад»
	«Мир энциклопедий Аванта+»
	«Прайм-Еврознак»
	«Корпус»
	«Сова»
	«У-Фактория»
«Азбука-Аттикус» (совокупный тираж издательской группы – 14798,5 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,07%)	«Аттикус»
	«Азбука-классика»
	«Махаон»
	«Иностранка»
	«КоЛибри»
	«Веды»
	«Фантастика»
«Дрофа» (совокупный тираж трех издательств – 16757,2 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,34%)	«Дрофа»
	«Дрофа-Плюс»
	«Дрофа-Медиа»
«Инфра-М» (совокупный тираж издательской группы – 2603,2 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,36%)	«Инфра-М»
	«Норма»
	«Весь Мир»
	«Форум»
	«Альфа-М»
	«Вузовский учебник»
	«Энциклопедия»
	«Риор»
«Магистр»	
Корпорация «Федоров» (совокупный тираж двух издательств – 3119,7 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,44%)	«Федоров»
	«Учебная литература»

Источник: Российская книжная палата, данные компаний.

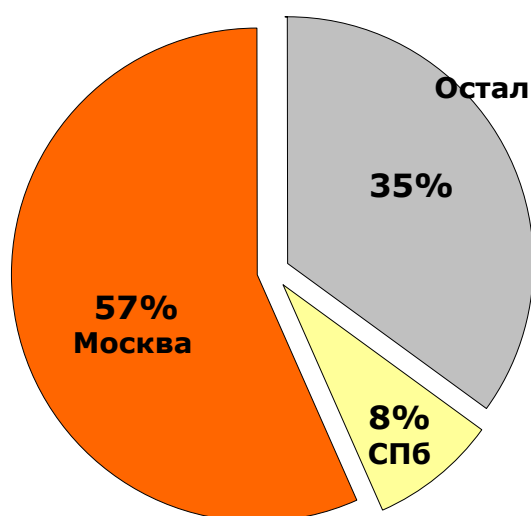
Данные по географии книгоиздания демонстрируют доминирующую роль Москвы, где расположена примерно половина всех действующих издательств страны (причем практически все крупнейшие издательства, выпускающие определяющую

долю суммарного тиража книг и брошюр). На долю Москвы приходится примерно 3/5 выпускаемых названий и 5/6 тиражей. Доля Санкт-Петербурга – около 8% названий и 5% общенациональных тиражей (см. рис. 9).

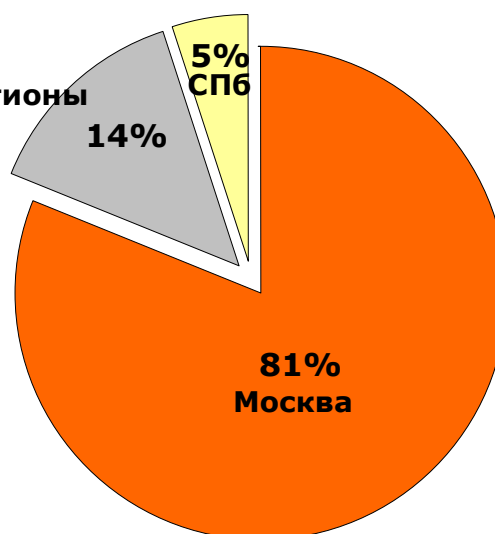
Рисунок 9.

Доли различных регионов в географии российского книгоиздания

Доля по числу выпущенных названий



Доля по тиражу



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Скромный удельный вес регионов в общем выпуске печатной продукции и их отставание в темпах развития принято объяснять, прежде всего, монополизацией книжного рынка. Несколько столичных гигантов издательской индустрии во многом определяют общую картину продаж книг и брошюр.

Усиливающееся доминирование на книжном рынке крупных издательств оборачивается тем, что большинство авторов, произведения которых выпускались мелкими и средними издательствами, затем принимают более выгодные условия крупных компаний. Собственная дистрибуция ведущих издательских структур демонстрирует большую эффективность в сравнении с дистрибуцией региональных оптовиков, которые пока недостаточно сильны для осуществления эффективных продаж продукции мелких и средних издательств. Как следствие – уменьшается доля присутствия в магазинах книг средних и малых издательств, которые выпускают издания, ориентированные на узкие целевые группы читателей, не представляющие интереса для больших магазинов.

Эксперты рынка сходятся во мнении, что выходом из сложившегося положения может быть согласование позиций малых и средних издательств для формирования единой политики реализации для поддержки дистрибуторского и оптового звена. Только подобная скоординированная политика позволит обеспечить присутствие книг малых и средних издательств на полках книжных магазинов. Конечно, определенные возможности для малых и средних издательств могут представлять альтернативные каналы продаж – Интернет-торговля, «Книга-почтой», прямые поставки. Однако на российском книжном рынке доминируют продажи через традиционные книжные магазины, составляя 2/3 всех розничных продаж, и альтернативные каналы продаж не настолько развиты, чтобы помочь решить большинству малых и средних издательств их сбытовые проблемы.

В российских регионах сейчас действует немногим более 2,5 тыс. издательств. Среди ведущих региональных издательств около 50 – университетские, которые выпускают учебную и некоторые виды научной литературы.

Таблица 13.

10 региональных издательств, выпустивших наибольшее количество книг и брошюр в 2008 и 2009 гг.

№ п/п	Издательство	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство		
				Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Кол-во названий
2008				2009		
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1261	5062,0	Феникс (Ростов-на-Дону)	1004	3331,8
2.	Тюменский государственный университет	407	157,3	Саратовский государственный технический университет	517	75,4
3.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	371	2559,1	Учитель (Волгоград)	511	1850,6
4.	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	347	3219,0	Тюменский государственный университет	507	166,1
5.	Южно-Уральский государственный университет	315	38,8	Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса	377	40,3
6.	Саратовский государственный технический университет	307	46,4	Воронежский государственный технический университет	377	108,6
7.	Учитель (Волгоград)	286	2197,1	Уфимский государственный авиационный технический университет	370	41,5
8.	Китап (Уфа)	268	1204,2	Магнитогорский государственный университет	345	156,6
9.	Чувашский государственный университет	249	74,9	Сибирское университетское издательство	316	2409,0
10.	Донской государственный технический университет	244	43,0	Казанский государственный технологический университет	315	43,9

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Для сравнения вкратце рассмотрим ландшафт мировой книгоиздательской индустрии. В сентябре 2009 г. профессиональными журналами «Livres Hebdo» (Франция) и «Publishers Weekly» (США) был составлен рейтинг мировой книгоиздательской индустрии, включающий 52 крупнейших издательских дома, который характеризует уровень концентрации издательского бизнеса (см. табл. 15).

Данные основываются на доходах, полученных в 2008 финансовом году от продаж книг, научных журналов и мультимедийных продуктов.

Таблица 14.

10 региональных издательств, выпустивших книги и брошюры наибольшими тиражами в 2008 и 2009 гг.

№ п/п	Издательство	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008			2009			
1.	Ассоциация XXI век (Смоленск)	168	6793,1	Титул (Калужская обл.)	101	6009,4
2.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1261	5062,0	Ассоциация XXI век (Смоленск)	147	5735,4
3.	Титул (Калужская обл.)	78	4770,0	Лицей (Саратов)	102	3766,5
4.	Лицей (Саратов)	128	4633,1	Феникс (Ростов-на-Дону)	1004	3331,8
5.	Клуб семейного досуга (книжный клуб) (Белгород)	218	3764,0	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	168	3094,7
6.	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	171	3648,3	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	316	2409,0
7.	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	347	3219,0	Учитель (Волгоград)	511	1850,6
8.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	371	2559,1	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	183	1327,5
9.	Владис (Ростов-на-Дону)	227	2250,0	Китап (Башкирия)	296	1286,7
10.	Учитель (Волгоград)	286	2197,1	Клуб семейного досуга (книжный клуб)	40	1071,0

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Таблица 15.

52 крупнейших издательских дома мира

Место в 2008 (в 2007)	Издательский дом (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	2008 Доходы (млн долл. США)	2007 Доходы (млн долл. США)
1 (2)	Pearson	Pearson Corp.	Великобритания	7 419,72	7 025,52
2 (4)	Reed Elsevier	Reed Elsevier Corp.	Великобритания/ Нидерланды/США	6 746,01	6 156,82
3 (1)	Thomson Reuters	The Woodbridge Co. Ltd	Канада	5 126,00	7 296,73
4 (5)	Wolters Kluwer	Wolters Kluwer	Нидерланды	4 963,15	4 982,98
5 (3)	Bertelsmann	Bertelsmann AG	Германия	4 383,58	6 412,32
6 (6)	Lagardère Publishing/ Hachette Livre	France Lagardère	Франция	3 175,89	3 109,80
Российская Федерация в целом, 2008 г.				3 000,00	
7 (7)	McGraw-Hill Education	The McGraw-Hill Companies	США	2 639,00	2 705,38
8 (13)	Grupo Planeta	Grupo Planeta	Испания	2 588,96	1 460,00
Российская Федерация в целом, 2009 г.				2 400,00	

Место в 2008 (в 2007)	Издательский дом (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	2008 Доходы (млн долл. США)	2007 Доходы (млн долл. США)
9 (10)	De Agostini Editore	Gruppo De Agostini	Италия	2 377,14	Данные отсутствуют
10 (11)	Scholastic	Scholastic Corp.	США	2 205,60	2 179,78
11 (9)	Houghton Mifflin Harcourt	Education Media and Publishing Group Ltd	США/ Каймановы острова	2 049,00	2 500,00
12 (12)	Holtzbrinck	Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	Германия	2 031,45	Данные отсутствуют
13 (15)	Cengage Learning	Apax Partners et al.	Канада/ США	1 723,40	1 413,95
14 (21)	John Wiley & Sons	John Wiley & Sons	США	1 674,70	1 235,01
15 (14)	Informa	Informa plc	Великобритания	1 512,04	1 455,04
16 (16)	HarperCollins	News Corp.	США	1 388,00	1 347,14
17 (18)	Shogakukan	Shogakukan	Япония	1 363,62	1 315,19
18 (20)	Shueisha	Shueisha	Япония	1 326,84	1 242,46
19 (19)	Kodansha	Kodansha	Япония	1 303,31	1 291,45
20 (17)	Springer Science and Business Media	Cinven and Candover	Великобритания/ Германия/Италия/ Франция	1 294,48	1 322,76
21 (8)	Reader's Digest	Ripplewood Holdings	США	1 111,70	2 690,78
22 (23)	RCS Libri	RCS Media Group	Италия	1 017,78	1 066,97
23 (51)	Egmont Group	Egmont International Holding A/S	Дания/ Норвегия	947,32	Данные отсутствуют
24 (25)	Oxford University Press	Oxford University	Великобритания	910,55	899,68
25 (24)	Bonnier	The Bonnier Group	Швеция	906,72	975,00
26 (26)	Simon & Schuster	CBS	США	857,70	886,22
27 (27)	Grupo Santillana	PRISA	Испания	852,80	817,60
28 (31)	Gakken	Gakken Co. Ltd	Япония	757,57	605,00
29 (28)	Mondadori	The Mondadori Group	Италия	638,86	649,70
30 (30)	Klett	Klett Gruppe	Германия	638,41	613,20
31 (34)	WSOY Publishing and Educational Publishing	Sanoma WSOY	Финляндия	573,69	470,85
32 (32)	Gruppo Editoriale Mauri Spagnol	Messagerie Italiane	Италия	561,92	541,66
33 (33)	Cornelsen	Cornelsen	Германия	521,18	529,10
34 (29)	Kadokawa Publishing	Kadokawa Holdings Inc.	Япония	489,84	631,81
35 (35)	Harlequin	Torstar Corp.	Канада	464,84	467,44
36 (36)	Media Participations	Media Participations	Франция	456,60	440,63
37 (37)	Les Editions Lefebvre-Sarrut	Frojal	Франция	453,80	432,74
38 (39)	Marvel	Marvel Entertainment Inc.	США	418,20	398,34
39 (45)	Higher Education Press	Higher Education Press	Китай	379,52	Данные отсутствуют
40 (42)	Westermann Verlagsgruppe	Medien Union (Rheinland-Pflaz Gruppe)	Германия	363,04	353,17
41 (43)	La Martinière Groupe	La Martinière Groupe	Франция	355,98	346,02
42 (40)	Langenscheidt	Langenscheidt	Германия	355,98	384,00
43 (38)	Groupe Gallimard	Madrigall	Франция	354,51	423,40

Место в 2008 (в 2007)	Издательский дом (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	2008 Доходы (млн долл. США)	2007 Доходы (млн долл. США)
44 (41)	Weka	Weka Firmengruppe	Германия	325,24	287,18
45 (-)	Perseus Book Group	Perseus	США	300,0	Данные отсутствуют
46 (49)	Bungei		Япония	288,32	279,87
47 (48)	Shinchosha		Япония	278,02	280,13
48 (50)	Haufe Gruppe		Германия	273,75	262,80
49 (52)	MairDuMont		Германия	257,43	Данные отсутствуют
50 (46)	Weltbild	Verlagsgruppe Weltbild GmbH	Германия	257,43	300,18
51 (-)	Kyowon	Kyowon	Корея	251,54	314,06
52 (-)	Groupe Albin Michel		Франция	228,01	Данные отсутствуют

Источник: «Publishers Weekly»

Среди 10 ведущих мировых издательских групп только 5 имеют значительное присутствие в секторе коммерческих книг для розничной торговли: «Pearson» (Великобритания), «Bertelsmann» (Германия), «Hachette Livres» (Франция), которая также является сильным игроком на образовательном рынке; «Planeta» (Испания); «De Agostini» (Италия). Все эти компании, как мы видим, базируются в Европе. **Мы намеренно вставили в этот рейтинг две строки, показывающие, что весь книжный рынок Российской Федерации, если представить всю отечественную книжную индустрию в качестве одной компании, занимает по своим объемам продаж седьмую строчку в 2008 году и лишь девятую – в 2009-м.**

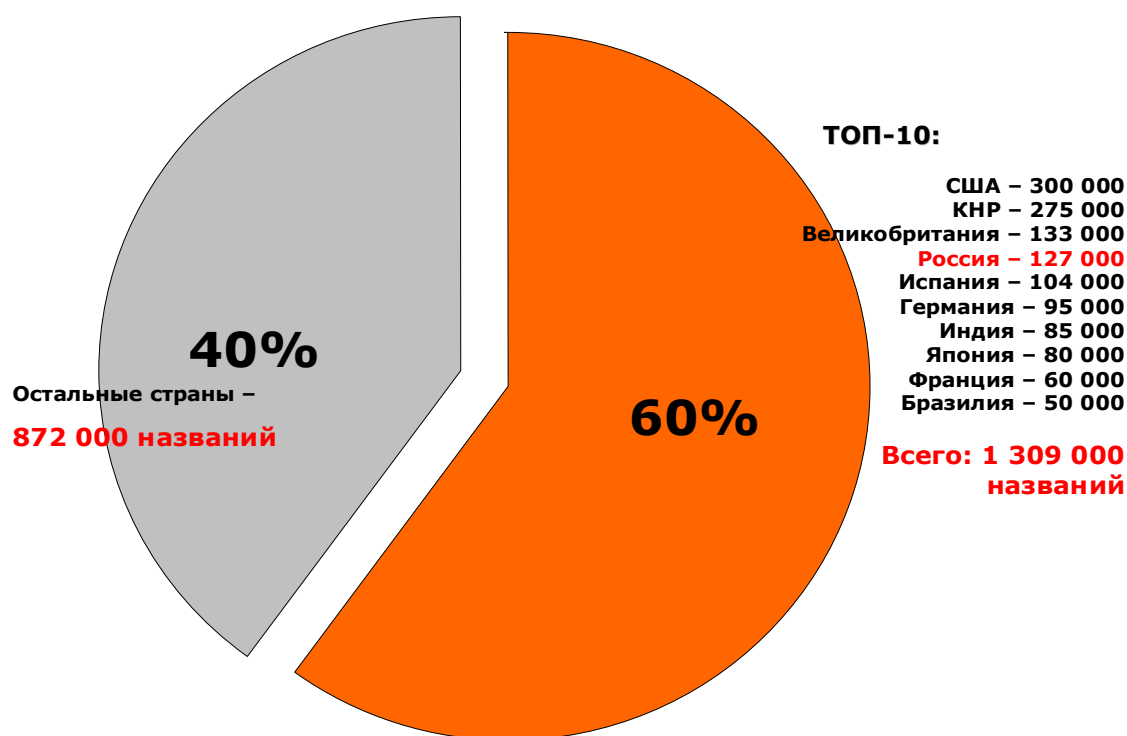
В новом рейтинге на первой позиции расположилась базирующаяся в Великобритании группа «Pearson. Pearson», являющаяся компанией-владельцем для «Pearson Education Penguin Group», в последние годы совершила ряд приобретений, что позволило группе «Pearson» обойти «Thomson Reuters», которая переместилась с первого на третье место. Изменение позиции «Thomson Reuters» связано с реструктуризацией компании, разделившей бизнесы компании на рыночное подразделение (market division), не имевшее отношения к книгоизданию, и профессиональное подразделение (professional division), в котором была сконцентрирована большая часть издательских операций, связанных с профессиональной информацией. В относительно спокойном 2008 г. для «Reed Elsevier» профессиональный издатель сменил четвертое место в рейтинге на второе. Продажа своего североамериканского книжного клуба плюс слабый год для издательской группы «Random House» обусловили перемещение компании «Bertelsmann» с третьей позиции на пятую.

Помимо экономического кризиса, мировое книгоиздание было затронуто изменчивой валютной ситуацией, в особенности снижением курса доллара относительно фунта и евро. Несмотря на то, что только 8 из 52 крупнейших издателей в мире базируются в США, многие другие компании ведут значительные операции в Соединенных Штатах, и конвертирование долларов в их собственную валюту имеет тенденцию к занижению результатов. Тем не менее, нет оснований полагать, что эти издатели намереваются покинуть американский рынок. Продажа компанией «Bertelsmann» своего книжного клуба в Северной Америке объясняется желанием уйти только из музыкального и книжного клубного бизнеса в Северной Америке, а не

говорит о полном уходе компании обратно в Европу. Группа «Random House» за 2007-2009 гг. совершила ряд нишевых приобретений. Последнее приобретение по состоянию на июль 2009 г. – компания «Ten Speed Press». Группа «Hachette Livre» не делает секрета из того, что одним из ее ключевых приоритетов является расширение деятельности в США.

Рисунок 10.

Мировое книгоиздание в 2009 г. (число выпущенных книг и брошюр)



Общеглобальный выпуск: 2 181 000 названий

Источник: www.buchmesse.de

Хотя экономический кризис ограничил возможности приобретения, компании, которые существенно поднялись в рейтинге, достигли этого именно благодаря покупке новых активов. Приобретение издательской группой «John Wiley & Sons» издательства «Blackwell» позволило ей подняться в рейтинге с 21 места на 14-е. Впервые пробилась в число 10 ведущих издателей мира испанская издательская группа «Grupo Planeta», переместившаяся с 13 на 8 позицию в основном благодаря приобретению крупного французского издательства «Editis».

Оценка мирового издательского ландшафта позволяет увидеть переориентацию книжной индустрии в сегменте научной, технической и медицинской литературы, научных журналов и значительного объема другого подобного контента на распространение цифровым способом. На рис. 10 представлена общая картина современного состояния мирового книгоиздания.

II. РОССИЙСКОЕ КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ В 2009 Г.

2.1. Общие тенденции развития российского книгораспространения в 2009 г.

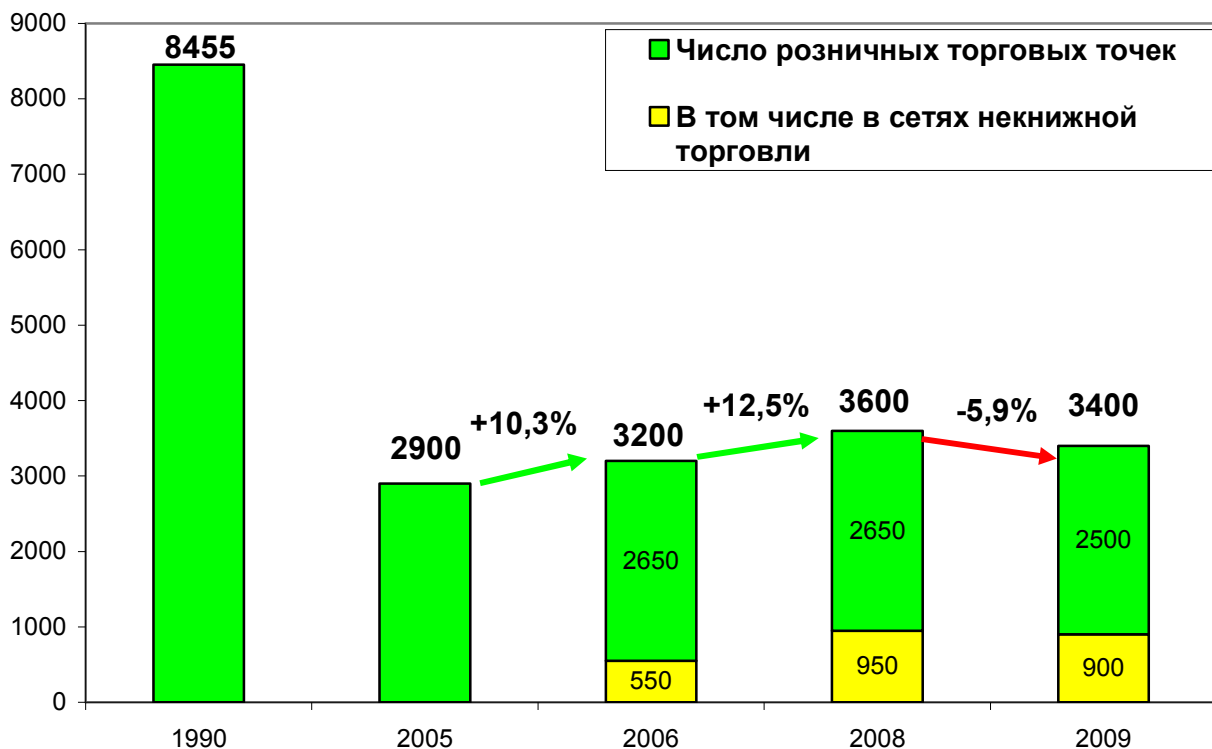
По общему мнению экспертов и специалистов, книгораспространение в 2009 г. в полной мере испытало на себе влияние мирового финансового и экономического кризиса. Особенно остро складывалось положение с платежами за поставленную продукцию, закрывались книжные магазины, снижалось количество названий в издательских портфелях, а покупатели приобретали в среднем меньше книг.

Весьма неблагоприятным стал 2009 год для российской книжной розницы. Если в течение нескольких предшествующих кризису лет шло постепенное увеличение числа книжных магазинов в стране (к середине 2008 года их число достигало 3600), то за прошедший год было закрыто, по некоторым оценкам, 150-200 книжных магазинов. Таким образом, их число сократилось примерно на 6% и сегодня составляет около 3400 (см. рис. 11).

Следует отметить, что в течение 2009 г. одновременно с закрытием старых магазинов владельцы сетей порой открывали новые – но уже с меньшими площадями и в менее престижных районах городов. То есть по числу самих книготорговых точек сокращение, возможно, было не такое большое, но вот по **совокупным книготорговым площадям** сокращение произошло, и было оно, по-видимому, довольно существенным.

Рисунок 11.

Динамика числа стационарных розничных книготорговых точек в России



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Ассоциация книгораспространителей независимых государств, РБК, компания «Стратегика», издательство «Эксмо».

В отношении структуры каналов книгораспространения в России в 2009 г. у экспертов нет единого мнения. Тем не менее, мы попытались представить консолидированную позицию участников рынка по данному вопросу на рис. 12.

По оценке О. Новикова, наибольшую долю на рынке в 2009 г. по-прежнему занимали *независимые книжные магазины*, при этом их доля выросла с 35% до 39%. Второй по значимости канал – *книжные сети*, занимавший до кризиса 25% рынка, ввиду закрытия большого числа сетевых магазинов в течение года, потерял около 5%, что привело к его сокращению до 20%. В то же время, по оценке О. Бартенева, существенных перемен в соотношении долей независимых и сетевых книжных магазинов в кризисный год не произошло, и примерное соотношение их, как и прежде, составляет 35% и 25% соответственно. Это «сохранение позиций» он объясняет тем, что на рынке происходит поглощение разорившихся сетей более сильными, на место старых сетевых книжных магазинов приходят новые, и общего уменьшения сетевых торговых точек, таким образом, практически не происходит. А доля канала FMCG (книжные продажи в торговых центрах товаров повседневного спроса), по оценке О. Новикова, даже выросла – с 10% до 12%.

Несколько снизилась по сравнению с 2008-м (с 10% до 7%) доля канала библиотечных продаж. Это снижение, по видимому, можно объяснить сокращением финансирования библиотек субъектов Российской Федерации и задержкой в выделении им средств в I полугодии 2009 г. Для сравнения отметим, что за рубежом продажа книг библиотекам считается одним из самых развитых каналов сбыта и достигает 50%.

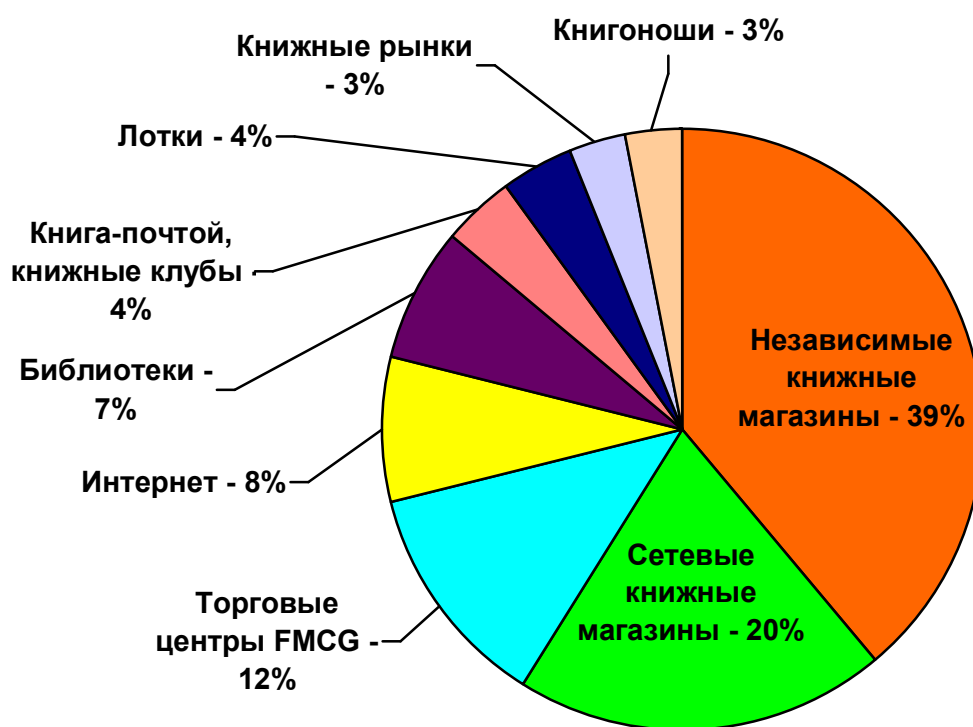
Характерной чертой кризисного года стало возвращение издателей к практике «нецивилизованных» форм книгораспространения, характерных для начала-середины 1990-х гг. В частности, получил второе рождение такой старый, но довольно успешный канал, как *книгоношество*. Данный способ сегодня активно используют издательства «АСТ», «ОЛМА Медиа Групп», «Белый город» и др. По оценкам специалистов, сегодня книгоношество составляет уже около 3% продаж на рынке.

Еще одна «архаичная» категория, которая также оказывает влияние на продажи, – это *«книжные рынки»* («Олимпийский» в Москве и аналогичные рынки в региональных городах) – ее доля в структуре каналов распространения, по оценке О. Новикова, составляет сегодня около 3%.

Как и ожидалось, в кризисный год существенную долю рынка потерял канал *почтово-посылочной* книжной торговли, включая торговлю через немногочисленные в нашей стране книжные клубы. Зато продажи посредством Интернет выросли с прошлогодних 6% до 8%. Рост доли Интернет-канала был обусловлен не только увеличением продаж в Интернет-магазинах, но и ростом онлайн-продаж в «традиционных» книготорговых предприятиях (напр., в «Библио-Глобусе»). Надо полагать, что наступление электронной эры будет способствовать дальнейшему увеличению доли Интернет-торговли в структуре каналов книгораспространения. Например, ведущий в Рунете Интернет-магазин «Ozon.ru» заявляет о существенном росте книжных продаж, в то время как традиционные магазины отмечают прямо противоположные тенденции. По результатам 2009 г. оборот «Ozon.ru» вырос примерно на 30% в денежном и на 25% в натуральном («экземплярном») выражении в сравнении с 2008 годом. В ближайшие годы участники рынка предсказывают этому сегменту книжной торговли рост до 10% объема книжных продаж.

Рисунок 12.

Структура каналов книгораспространения в России в 2009 г.



Источник: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (на основе экспертных оценок ведущих издательств и книготорговых организаций России).

Свою собственную оценку удельного веса книготорговых операторов на рынке розничных продаж дает генеральный директор компании «Топ - книга» Г. Лямин:

1. Федеральные сети: «Топ-книга», «Новый книжный» – «Буквоед», «Буква», «Библиосфера» – 20-25% рынка.
2. Крупные московские и Санкт-Петербургские магазины: «Библио-Глобус», ТД «Москва», «Молодая гвардия», «Дом книги» (Санкт-Петербург) – 10% рынка.
3. Локальные книготорговые сети – 10% рынка.
4. Региональные книжные сети, независимые магазины, ярмарки, лотки, не книжные магазины – 60% рынка.

К особенностям книжной торговли в России относятся острый дефицит книжных магазинов в средних и малых городах и сравнительно низкая доходность в отрасли ввиду низкой цены на книги. Согласно оценкам ведущих операторов книжного рынка, развитие новых сетей сбыта продолжает сокращаться, в этих условиях будет сохраняться низкий охват небольших городов, райцентров, поселков. Существующая книжная розница сегодня не может вместить даже половину ассортимента выпускаемых книг. Слабое ее развитие связано, прежде всего, с невысокой ценой книг, что не дает розничным операторам ресурсов для развития. Незрелость логистических цепочек по доставке книжной продукции в России не позволяет быстро удовлетворять возникающий спрос даже в не слишком отдаленных от Москвы регионах. Таким образом, задача насыщения рынка магазинами по-прежнему остается очень важной и требует консолидации усилий всей отрасли.

Эксперты убеждены, что российский книжный рынок должен и будет прирастать новыми магазинами еще и потому, что книгопроизводство все последние годы росло гораздо быстрее книгораспространительской инфраструктуры. И даже активное развитие Интернет-торговли вряд ли сможет хотя бы отчасти снять напряженность проблемы недоразвитости отечественного сбытового звена. Во всяком случае, как показывает практика зарубежных рынков, онлайн-торговцы также нуждаются в классических книжных магазинах – хотя бы для того, чтобы организовать там выдачу заказов. В подтверждение этого можно указать на настойчивое стремление лидера Интернет-торговли – компании «Amazon» – приобрести магазины сети «Borders UK», которая объявила себя неплатежеспособной. «Amazon» считает, что классические книжные магазины помогут ему привлечь еще больше клиентов.

По мнению М. Каменевой, для книжного ритейла 2009 год был год «битвы за покупателя». Каждый выбирал свою стратегию «борьбы»: сокращение издержек или введение новых услуг, дисконтные программы или новые пиар-ходы. В стремлении сохранить лояльность покупателей в 2009 г. книжный магазин «Москва» ввел целый ряд новых услуг. Так, в феврале 2009 г. появилось Бюро Интернет-заказов с высоким уровнем оперативности – экспресс-доставкой для всех в течение суток – и гарантией выполнения заказа. В «Москве» стали предоставлять скидки по дисконтным картам любых книжных магазинов России. При поддержке компании «ЛитРес» здесь первыми в книжном ритейле открыли для покупателей возможность приобретать электронные книги не только через свой сайт, но и непосредственно в магазине. Как отмечает М. Каменева, стратегия ориентированности на клиентов, на их потребности оправдала себя в полной мере: книжному магазину «Москва» удалось сохранить уровень продаж прошлого года, в то время как в среднем по отрасли падение составило до 30%.

Как и в магазине «Москва», повышенное внимание уровню сервиса сегодня уделяется и в сети «Московский Дом книги». В компании осознают, что от того, как обслуживают покупателей в магазинах, зависит, какое число из них придет туда в будущем и придет ли вообще. Генеральный директор сети Н. Михайлова, рассматривая кризисные явления в сфере книжной торговли, отмечает потерю покупателей и уменьшение количества чеков по сравнению с 2008 годом. Несмотря на то, что книжные магазины такого уровня, как сеть «Московский Дом книги» и другие большие книжные магазины столицы, значительно менее подвержены влиянию кризиса, чем мелкие игроки рынка, для книготорговой сети этот год стал первым за последнее десятилетие, когда она почувствовала падение и количества покупателей, и продаж в экземплярах.

Как считает Н. Михайлова, сегодня конкуренция между книжными магазинами должна проходить не на уровне того, «перетянет» ли к себе покупателя один магазин от другого, а на уровне стремления к тому, чтобы нечитающие люди начали читать и пришли в книжные магазины. По мнению главы МДК, магазины должны бороться за каждого *нового* покупателя.

Как считает гендиректор компании «Топ-книга» Г. Лямин, основными направлениями, ведущими к снижению кризисных явлений в книгораспространении, являются:

- осуществление комплекса мероприятий, предусматривающих сокращение текущих затрат: пересмотр арендных ставок и арендуемых площадей, оптимизацию персонала и общехозяйственных расходов;

- продуктовая диверсификация, повышение эффективности всех видов деятельности;
- проведение политики активного маркетинга на книжных рынках регионов России и ближнего зарубежья для увеличения объемов реализации;
- выборочное осуществление программ скидок и распродаж, предназначенных для тех торговых объектов сети, которые показывают высокоэластичный спрос по цене;
- использование различных форматов розничной и оптово-розничной торговли, а также их сочетаний с учетом специфики региона;
- повышение доли других товарных групп, пользующихся спросом у потребителей.

2.2. Развитие малых форм книжной торговли

Во всем мире существуют две разные технологии книжной торговли. С одной стороны, это небольшие («независимые») магазины и даже мелкие лавочки, в которых хозяин отлично знает, чем торгует. С другой – огромные сетевые моллы, где продают все. К сожалению, в России мелкие лавочки не имеют долгой жизни. Так, закрылись магазины «Ad Marginem», «Shakespeare and Co», «Графоман». Таким образом, на начало 2010 года в Москве, многомиллионном мегаполисе, было всего два жизнеспособных магазина с выраженной авторской позицией. Это магазины «Фаланстер» и «Артпроход» на Винзаводе.

Генеральный директор издательства «Время» Б. Пастернак так охарактеризовал свою позицию в отношении малых форм книжной торговли: «Сейчас глава «ИД Мещерякова» придумал в знак протеста против нашей (российской – *Авт.*) книготорговой системы идею совместного магазина. Он собрал у себя небольшие издательства, которые выпускают вполне качественные и интересные детские книги. И «Время» охотно откликнулось. Сначала десять издательств, теперь уже больше, открыли вкладчину этот магазинчик. И в первый же месяц он стал суперуспешным. Скоро мы переедем и займем гораздо более просторное помещение на Арбате. Я думаю, что эта идея будет развиваться дальше, и откроется еще несколько магазинов и в Москве, и в провинции».

В августе 2009 года в Москве открылась сеть маленьких книжных магазинов под названием «Додо спейс».

В начале 2010 г. начала функционировать новая книготорговая сеть «Мой книжный», образованная издательствами «АСТ-Пресс», «Рипол классик» и «Ниола 21 век», которая по состоянию на конец апреля 2010 г. включала в себя 8 магазинов, расположенных в Москве. В целом до конца 2010 г. компания планирует открыть до 15 магазинов в Москве и 2-4 магазина в регионах. Реализация проекта будет идти благодаря вкладам его участников без привлечения кредитных ресурсов. Условием реализации проекта выступает обеспечение равноправия его участников. Всем акционерам достаются равные доли с тем, чтобы ни один из них не мог обладать какими-либо преимуществами и особыми возможностями влияния на текущую деятельность компании. Издателям, не участвующим в проекте в качестве акционеров, будут предоставлены те же условия работы с книготорговой сетью, что и акционерам. Для последних отсутствуют какие-либо ограничения в их взаимодействии с другими распространителями.

Как подчеркивает руководитель проекта, генеральный директор издательства «АСТ-Пресс» С. Деревянко, сеть будет строиться для всего книжного сообщества и в нее приглашаются в компаньоны те издатели, которые заинтересованы принять участие в строительстве независимой сети книжных магазинов. Сеть «Мой книжный» также готова сотрудничать с независимыми региональными торговыми сетями с тем, чтобы согласовать и объединить с ними усилия, укрепить позиции на рынке, быть защищенными от монополии.

Начиная с 2009 г., издательство «Азбука-классика» использует совершенно иной канал продвижения книг – сеть салонов связи «Евросеть». Основным владельцем издательского холдинга «Азбука-классика» А. Мамут владеет 10 процентами акций «Евросети», благодаря чему издательство имеет возможность поставлять туда свою книжную продукцию. А это – 5000 магазинов по России и СНГ, представляющих достаточно неплохой рынок сбыта для издательства.

Управляющий директор издательской группы «АСТ» А. Альперович отмечает, что в 2008 г. совместно с ИД «Аргументы и факты» был задействован новый для «АСТ» канал распространения книг – киоски прессы. В рамках «газетного проекта» вместе с газетами по очень низкой (заведомо дешевле магазинной) цене продавались книги. Это способствовало продвижению и книг, и самой газеты. Правда, в проекте участвовали главным образом бестселлеры. Издательство изначально интуитивно предполагало, что и у бестселлеров книжного рынка может появиться дополнительная новая аудитория. И реализация проекта это фактически подтвердила.

2.3. Книгораспространение в регионах России

Предваряя анализ развития книгораспространения в отдельных регионах России, приведем общее мнение об этом президента Ассоциации книгораспространителей независимых государств и генерального директора книготорговой сети «Московский Дом книги» Н. Михайловой, высказанное ею в октябре 2009 г. в интервью отраслевому журналу «Университетская книга»: «Книжная торговля в регионах умирает, потому что нет крупного оптового звена, которое и позволяло бы делать закупки в одном месте, и служило единым источником информации. Правда, есть надежда, что вопрос с информацией решится благодаря реализации проекта Единого отраслевого товарного реестра. Появится информационная база, которой сможет пользоваться каждый участник рынка. Информация будет, но где взять сами книги? Это серьезная проблема».

Серьезной причиной, препятствующей развитию книжной торговли, особенно в регионах России, являются высокие ставки за аренду помещений для книжных магазинов. По словам Н. Михайловой, очень многие региональные магазины сегодня находятся на грани закрытия: «Просто потому, что региону нужны деньги, все подряд выставляют на аукцион. Конечно же, книжные магазины, особенно те, что находятся в нормальных помещениях, в центре, оттуда выгоняют. Всегда найдется другая торговля или сфера деятельности, которая принесет городу больше денег. Но хочется, чтобы власть задумалась над тем, что не все должно и может измеряться деньгами, когда речь идет о книге. Если выставить сейчас помещения Московского Дома книги на торги, на аукцион, то книжного магазина здесь не будет... Учитывая местоположение магазина, прибыль может быть гораздо выше, чем у нас». К сожалению, с этим мнением трудно не согласиться.

Величина арендных ставок оказывает влияние на деятельность книготорговых предприятий и в Санкт-Петербурге. Летом 2009 г. из-за высоких платежей за съемное помещение там закрылся книжный магазин «Перемещенные ценности», специализирующийся на интеллектуальной литературе, изданиях по искусству и продаже гравюр. Арендная плата для магазина не снижалась, несмотря на кризис. Сокращение спроса в условиях падающих доходов покупателей и привело к закрытию «Перемещенных ценностей», т.к. все годы своего существования магазин балансировал на грани убыточности.

Следует отметить, что в последние годы в Санкт-Петербурге закрылся целый ряд книжных магазинов, рассчитанных на интеллигенцию. Высокая арендная плата «ликвидировала», например, «Академический проект» на ул. Рубинштейна и «Летний сад» на Большом проспекте Петроградской стороны. В отличие от других видов торговли, для таких магазинов переезд на окраину, где аренда дешевле, невозможен из-за специфичности покупателя, ориентирующегося не на рекламу, а на передачу информации «по цепочке». Ряд книжных магазинов, например, «Подписные издания» на Литейном проспекте, сократил торговые площади. Выживают лишь сетевые книжные магазины, не имеющие узкой специализации и, как правило, поддерживающие более высокую планку цен.

В табл. 16 представлен состав ведущих книготорговых сетей России, а в табл. 17 – ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России.

Таблица 16.

Ведущие книготорговые сети России

	Сеть (владелец)	Название (торговая марка)	Кол-во магазинов, апрель 2009	Кол-во магазинов, апрель 2010
1.	Топ-книга	«Книгомир», «Лас-Книгас», «Литера», «Пиши-Читай»	602	548
2.	АСТ	«Буква», «От А до Я»	314	310
3.	Эксмо	«Новый книжный – Буквояд»	99	н/д
4.	Инфра-М	«Библиосфера»	50	1
5.	Правительство Москвы	ОЦ «Московский Дом книги»	38	41
6.	Мирс (Хабаровск)	«Мирс», «Знание», «Пиши-Читай» и др.	38	44
7.	ПродаЛитЪ (Иркутск)	«ПродаЛитЪ» и др.	37	40
8.	Амиталь	«Амиталь»	34	36
9.	Азбука-Аттикус	«Снарк»	24	н/д
10.	Чакона (Самара)	«Чакона»	12	17
11.	Люмна (Екатеринбург)	«Живое слово»	10	9
12.	ДОМО (Казань)	«Книжный Двор»	7	6

Источник: данные компаний.

Таблица 17.

Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований, апрель 2009	Ассортимент, наименований, апрель 2010
Москва	«Эксмо»	Розница, опт	10800**	н/д
	«Пятый океан» («АСТ»)	Розница, опт	36000**	более 50000***

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований, апрель 2009	Ассортимент, наименований, апрель 2010
	«Амадеос» («РИПОЛ-классик»)	Розница, опт	20000**	25719*
	Книжный клуб «36.6»	Опт	21500**	20000***
	«КноРус»	Опт, библиотечный коллектор, Интернет-магазин	55546*	24575* более 50000***
	Книготорг «Инфра-М»	Опт, библиотечный коллектор	50547*	57704*
	«Лабиринт»	Опт, розница	143635*	н/д
	«Омега-Л»	Опт, библиотечный коллектор, Интернет-магазин	48594*	56744* 68462***
	«Гранд-Фаир»	Библиотечный коллектор	40000**	ок. 30000***
	«Бибком»	Библиотечный коллектор	40000**	40000***
	Центр учебной и профессиональной литературы (ЦУПЛ)	Опт	37514*	38692*
	«Абрис»	Опт	30000**	30000***
	«Юрайт»	Опт	15070*	42178*
Санкт-Петербург	«Бизнес-Пресса»	Опт, розница, библиотечный коллектор	80000**	ок. 80000***
Архангельск	«АВФ-книга»	Опт	80000**	ок. 80000***
Ростов-на-Дону	«Ростовкнига»	Опт	50000**	более 60000***
Воронеж	«Регион-книга»	Розница	53000**	н/д
	«Амиталь»	Розница, опт	50000**	50000***
Самара	«Киви» (Чакона)	Розница, опт	80000**	357576*
	«Метида»	Розница, опт	54278*	ок. 80000***
Челябинск	«Интерсервис»	Розница, опт	55791*	ок. 60000***
Екатеринбург	«Люмна»	Розница, опт	60000**	34152*
Новосибирск	«Топ-книга»	Розница, опт	85210*	ок. 100000***
	«Экор-книга»	Розница, опт	54832*	52048*
	«Новосибирсккнига»	Розница, опт	31720*	более 30000***
Иркутск	«ПродаЛитЪ»	Розница, опт	90000**	150000*** (в рознице) 200000*** (в опте)
Хабаровск	«Мирс»	Розница, опт	30000**	35000**
Петропавловск-Камчатский	ЧП «Кожан С.П.»	Розница, опт	60000***	60000***

* – заявленный ассортимент в каталогах (прайс-листах) компаний, доступный к поставке;

** – экспертная оценка специалистов;

*** – собственная оценка компаний, представленная на сайте (без привязки к прайс-листу).

Источники: данные компаний, экспертная оценка.

Калининград

На книжном рынке в Калининграде из числа местных операторов наиболее заметным является ГК «Вестер» со своим сетевым проектом «Книги и книжечки». Первые книжные магазины под этой маркой были открыты летом 2001 г., однако только в сентябре 2004 г. книжная торговля стала отдельным бизнес-направлением ГК «Вестер». Сейчас в сеть «Книги и книжечки» входят 7 магазинов в Калининграде и 3 в городах области. Магазины сети – это универсальный ассортимент, включающий порядка 30 тыс. наименований, торговые площади от 70 до 510 кв. м

Еще одним местным сетевым игроком является книготорговая сеть «Книжная лавка», включающая 21 магазин в городе и области. В Калининграде сеть представлена 4 магазинами, самый крупный из которых на площади в 100 кв. м располагает универсальным книжным ассортиментом из примерно 10 тыс. наименований.

Рязань

В последние годы на рязанском книжном рынке стали демонстрировать активность федеральные книготорговые сети. Первой открыла магазин «Книгомир» компания «Топ-книга». Этот магазин сразу привлек внимание не только в силу размеров и широты ассортимента, но и из-за запредельно высоких, как считали местные читатели, цен. Появление «Книгомира» показало, что завоевать симпатии покупателей сможет тот, кому удастся создать аналогичное по масштабам предприятие, но с более низкими ценами. Так и случилось при появлении книжного супермаркета ТД «Барс», который в сентябре 2003 г. открыл супермаркет «Книги» (1200 кв. м, 65 тыс. наименований книг). В 2005 г. начал работать еще один книжный супермаркет этого местного игрока книжного рынка.

Федеральная сеть «Буква» стала осваивать книжный рынок Рязани с конца 2003 г., когда был открыт первый магазин площадью 200 кв. м, предлагавший 60 тыс. наименований книг, а также канцтовары, открытки, игры. При этом в сравнении с магазином «Книгомир» компании «Топ-книга» цены в «Букве» носили вполне умеренный характер. В апреле 2008 г. в ТЦ «Виктория-плаза» открылся второй магазин сети «Буква» (800 кв. м, 80 тыс. наименований плюс широкое предложение медийной продукции, развивающих игр).

После открытия в декабре 2005 г. «Литеры» с площадью в 1000 кв. м и со скромным книжным ассортиментом в 7,5 тыс. наименований компания «Топ-книга» в 2007 г. вновь попыталась закрепить формат «Книгомир» на местном книжном рынке, однако в 2009 г. торговая площадь этого магазина сократилась до 60 кв. м

Интересно, что Рязань была выбрана в качестве стартовой площадки для запуска региональных проектов двумя до этого традиционно московскими сетями магазинов. В августе 2008 г. в городе начал действовать в ТЦ «Аркада» первый региональный магазин сети «Книжный лабиринт» (600 кв. м, 50 тыс. наименований). Затем, в декабре 2008 г., в ТЦ «Круиз» состоялось открытие второго рязанского «Книжного лабиринта». В обоих магазинах, кроме книг, покупателям также предлагается широкий выбор товаров для детского творчества, что позволяет «Книжным лабиринтам» выделиться на фоне других книжных магазинов.

В конце декабря 2008 г. в Рязани появился и первый региональный книжный магазин «Мир книг и...» на площади 80 кв. м с ассортиментом каталога «Мир книги» (книги, медиапродукция, товары для дома и сада). Как полагает гендиректор ООО «Мир книги» Д. Зобнин, данный проект представляет для компании знаковое событие, так как местом проживания значительной части клиентов каталога «Мир книги» являются средние и малые города.

Воронеж

По решению Воронежского арбитража в начале 2009 г. была признана банкротом крупная региональная книготорговая сеть ООО «Книжный мир семьи». Сеть действовала с 2000 г. Базовый регион – Воронежская область.

Банкротство ООО «Книжный мир семьи» инициировала компания «Велес-трейд», которой книготорговая сеть «Книжный мир семьи» должна 8 млн руб., не считая неустойки в размере 1,5 млн руб. и процентов. В числе других кредиторов – ООО «Агролига России» (2,2 млн руб.), ООО «Питер Центр» (480 тыс. руб.) и др.

Проведенный финансовый анализ показал, что ООО «Книжный мир семьи» является неплатежеспособным и не располагает возможностью исправить положение, в связи с чем было введено конкурсное производство до 15 апреля 2010 г.

Временным управляющим книготорговой сети «Книжный мир семьи», назначенным в июне 2009 г. в рамках процедуры наблюдения, были выявлены признаки преднамеренного банкротства. Согласно его оценке положения дел, должником не предпринималось каких-либо мер для погашения задолженности.

Ижевск

Влияние кризиса начало ощущаться местной книжной торговлей с марта 2009 г. К концу весны 2009 г., согласно оценкам экспертов, произошло 20-30-процентное сокращение продаж по сравнению с 2008 г. И если ведущие операторы ижевского рынка воспользовались сезонным увеличением спроса на школьную литературу для выправления ситуации, то многим мелким книжным магазинам и отделам в торговых центрах пришлось закрыться, нередко вследствие непосильной для небольших предприятий арендной платы, которая забирала до 40% месячной выручки. Однако воздействие финансово-экономического кризиса на местном книжном рынке проявилось не столько в сокращении книготорговых площадей, сколько в переезде магазинов в другие помещения.

На вершине книготоргового рейтинга Ижевска находится сеть «Инвис», включающая три магазина: «Центр книги» (600 кв. м), «Инвис» (250 кв. м), «Книги на Пушкинской» (230 кв. м). Магазины сети предлагают, по словам владельцев, 50-70 тыс. наименований универсального книжного ассортимента.

Еще одна местная сеть «Учебно-методическая книга» представлена двумя магазинами «Книжник», каждый с площадью в 150 кв. м и ассортиментом в 35 тыс. наименований. В настоящее время ассортимент магазинов «Книжник» включает не только учебно-методическую литературу, но также и художественную и детскую литературу, деловую книгу, аудиокниги, канцелярию, игрушки.

Учебная и учебно-методическая книга традиционно имеет повышенный спрос у горожан, в сезонный период обеспечивая 50-90% объема книжных продаж в Ижевске. На учебной литературе строится специализация многих оптовых компаний Ижевска, например, ИП «Акимов А.Д.», поддерживающих прямые контакты с дошкольными учреждениями, школьными и муниципальными библиотеками, ВУЗами.

Другие ассортиментные группы привлекают меньшее внимание местных книготорговцев. Магазин «Бизнес-книга» (20 кв. м, 3000 наименований) специализируется на деловой литературе. В каталоге оптово-розничного ИП «Есипов В.С.» 70% наименований представлено книгами для детей.

Федеральная книготорговая сеть «Топ-книга», появившаяся в Ижевске в 2002 г., располагает в городе двумя магазинами формата «Книгомир» (соответственно 300 кв. м, 50 тыс. наименований и 107 кв. м, 18 тыс. наименований). Магазины «Книгомир» ижевские книголюбители склонны использовать как выставочный зал, чтобы подобрать понравившуюся книгу и затем приобрести ее дешевле на 20-30% в

магазинах сетей «Инвис» или «Буква». Федеральная книготорговая сеть «Буква» в 2007 г. открыла в Ижевске два своих магазина.

В настоящее время более 70% книготорговых точек располагаются в центре города. С появлением в Ижевске крупных федеральных сетей общей розницы «Карусель» и «Вестер-гипер» топовые позиции книжного ассортимента по низким ценам предлагают гипермаркеты.

Пермь

Из федеральных книготорговых сетей первой с начала 2001 г. стала осваивать книжный рынок Перми сеть «Библиосфера». К открытому в январе 2001 г. магазину затем добавились еще три магазина, функционировавших на условиях франчайзинга. Однако к 2004 г. сеть «Библиосфера» вновь оказалась представленной только одним магазином, удерживая позиции за счет специализации на деловой и ВУЗовской учебной литературе с приемлемыми ценами (учитывая скидки по дисконтным картам). В конце лета 2009 г. этот магазин сети «Библиосфера» в связи с банкротством последней стал принадлежать сети «Читай-город», войдя в ее пермское отделение.

С 2003 г. на книжном рынке Перми действует федеральная сеть «Топ-книга». В 2007 г. к шести уже открытым магазинам «Книгомир» сеть добавила книжный гипермаркет «Лас-Книгас» площадью 1300 кв. м в ТРК «Колизей-Синема». Открытый «Лас-Книгас» упрочил мнение жителей города, что чтение книг, которые куплены в магазинах сети «Топ-книга», является далеко не дешевым удовольствием.

В 2006 г. в Перми появилась федеральная сеть «Буква», открыв два магазина в ТЦ «Семья» и ТРК «Колизей-Атриум» (по 200 кв. м. каждый). Покупателям был предложен универсальный ассортимент с ценами, которые были в два раза меньше цифр, фигурирующих на ценниках в магазине «Лас-Книгас».

Летом 2009 г. под брендом «Читай-город» в городе появился первый магазин сети «Новый книжный – Буквояд» (268 кв. м). К ноябрю в Перми число магазинов «Читай-город» (площадью 200-300 кв. м) увеличилось до пяти. Как считают аналитики Центра деловой информации Перми, успешность нового бренда будет связана с ценовой политикой, так как «читатель в Перми не особо взыскательный, поэтому ассортимент играет второстепенную роль при выборе того или иного магазина. А вот что касается цен, то в большинстве пермских книжных магазинов цены неадекватны, особенно в сравнении с соседним Екатеринбургом, где они в 1,5-2 раза ниже».

Местная книжная торговля представлена Книжным домом «Университетский» (два магазина), фирмой «Энциклопедия» (два магазина с универсальным ассортиментом). Более 15 лет существует на рынке «Книжная лавка» (70 кв. м), в которой представлена универсальная по тематике книжная продукция. Имеет своего покупателя магазин «Книжный сундук». Любимой специализацией местных книготорговцев является учебная книга. Так, на учебной и учебно-методической литературе для всех ступеней образования специализируется книжный магазин «Учебная книга» (ИП «Гоголицын А.В.»). Специализация книжного магазина «Мир знаний» включает исключительно дошкольную и школьную учебную и учебно-методическую литературу. Предметом гордости магазина являются самые низкие розничные цены на данный ассортимент в Перми.

В городе имеется несколько местных оптово-розничных книготорговых компаний, наиболее заметными из которых являются «Азбука», «Ли́ра», «Тигр» (только оптовые продажи).

Екатеринбург

Итоги 2009 г. показали отсутствие роста книжных продаж, несмотря на меры по стимулированию спроса. Основной причиной сложившейся ситуации представители книжных магазинов Екатеринбурга назвали сокращение доходов населения.

Директор торговой сети «100 000 книг» А. Едильбекова указала на снижение спроса на дорогую литературу и возрастание интереса покупателей к экономичным вариантам книг. А. Едильбекова также отметила рост за год издательской цены книг минимум в два раза при увеличении всевозможных издержек на содержание торговой сети и внедрение антикризисных мер.

Согласно оценке коммерческого директора Дома книги Е. Гребеневой, в 2009 г. продажи магазина застыли на уровне прошлого года, хотя до 2009 г. за последние пять лет ежегодный рост продаж составлял 15-20%.

Директор магазина «Живое слово» Е. Иванова обратила внимание на то, что уменьшилась потребительская корзина, и при этом цены на книги стабильно росли.

Размер среднего чека одной покупки в точках продаж, которые опросило ИА УрБК, равнялся 250 руб. Для стимулирования потребительского спроса книжные магазины использовали стандартный набор мер, который включал дисконтные накопительные программы, распродажи и рекламные акции. Как отметила менеджер по продажам магазина «Еврокнига-Екатеринбург» Т. Распопова, стимулированием спроса в 2009 г. книжным магазинам пришлось заниматься активнее, чем раньше.

Ряд товарных позиций характеризовался неизменностью покупательского спроса. По оценкам специалистов, стабильным спросом пользовались новинки художественной литературы и детские книги.

Омск

Книготорговая компания «Топ-книга» в 1999 г. первой из федеральных книготорговых сетей вышла на омский книжный рынок. В настоящее время сеть располагает в городе тремя магазинами «Книгомир» и магазином «Литера».

Сеть «Библиосфера» с тем, чтобы обосноваться в Омске, создала ООО «Омский книготорговый дом «Библиосфера». В январе 2009 г. сеть была вынуждена пойти на закрытие четырех своих магазинов, сохранив лишь «Библиосфера-Центр» в ТЦ «Омский».

В декабре 2007 г. в новом ТЦ «АТ-Маркет» появился магазин сети «Буква» (200 кв. м). В кризисном 2009 г. в Омске открыты два магазина площадью 300 и 150 кв. м под брендом «Читай-город» федеральной книготорговой сетью «Новый книжный – Буквоед». Как считает управляющий местной сетью «Центр-книга» А. Федоров, магазинам «Читай-город» больше года не удастся просуществовать, поскольку падение книжных продаж составило 30-40%. Он отмечает, что «москвичи будут неприятно удивлены покупательской способностью в Омске». Впрочем, директор по маркетингу сети магазинов «Новый книжный» Н. Филюкова придерживается оптимистичной точки зрения, полагая, что Омск является городом быстро развивающимся, имеющим очень высокий экономический и

интеллектуальный потенциал при малом числе книжных магазинов, поэтому новой сети по силам обрести достойное место на книжном рынке Омска.

Местные книготорговцы представлены сетью «Центр-книга» из семи магазинов, самый крупный из которых имеет торговую площадь в 450 кв. м и ассортимент, включающий 36 тыс. наименований книг. Сеть ООО «Фирма «Принт» состоит из магазинов «Знание», «Просвещение», «Эрудит», «Библио-Глобус», «Слово», «Подписные издания» с площадью от 100 до 400 кв. м, с универсальным ассортиментом, предлагаемым по умеренным ценам. МУП «Омский книготорговый дом» располагает пятью магазинами с универсальным ассортиментом: «Наш друг» (300 кв. м), «Пятерка» (170 кв. м), «Слово» (300 кв. м), «Учебная литература» (150 кв. м) и «Мысль» (150 кв. м). В целом Омск является городом сетевой книжной торговли, при этом федеральные книготорговые сети контролируют только 25% торговых точек.

Хабаровский край

Ведущим книготорговым оператором на Дальнем Востоке является книготорговая сеть «Мирс». Генеральный директор компании С. Кустов характеризует конкурентный ландшафт на Дальнем Востоке следующим образом: «...в Приморском крае главный конкурент – это Приморский Дом книги (более 30 магазинов) и «Топ-книга» (10 магазинов). В Хабаровском крае основные конкуренты – МУПы «Книжный мир» (Хабаровск) и «Планета» (Комсомольск) с 8 магазинами на двоих. Да, конечно, конкурентом является каждый лоток, каждый продуктовый супермаркет, торгующий книгами, но сказать, что конкуренция сильна, не могу. А если быть объективным – серьезных конкурентов у фирмы «Мирс» на Дальнем Востоке давно уже нет».

За восемь месяцев 2009 г. сеть «Мирс» пополнилась семью новыми магазинами. Четыре магазина компания открыла в Приморском крае, два новых магазина появились в Хабаровске, один магазин был открыт в Биробиджане. Общее количество магазинов в сети было доведено до 42. Генеральный директор компании «Мирс» С. Кустов отмечает: «На мой взгляд, именно сейчас очень удобное время для расширения сети. Дело в том, что во время кризиса арендодатели очень неохотно снижают стоимость аренды на уже действующих площадках, считая, что «насиженное» и «раскрученное» место владелец вряд ли легко покинет, а значит, из него можно «вить веревки» и чисто символически снижать аренду на 5-15%. В свободных же местах вопрос о снижении аренды решается гораздо проще, целый ряд помещений подешевел практически вдвое. В частности, новые площадки, которые мы открыли в Приморском крае, были сданы нам на очень льготных условиях. Только что открытые магазины достаточно быстро вышли на окупаемость, падение книжных продаж было с лихвой компенсировано низкой арендой. Пожалуй, одним из немногих плюсов кризиса является снижение арендных ставок».

По оценке С. Кустова, максимальное снижение объема книжных продаж в стоимостном выражении в магазинах сети, работающих не менее года, составило 28%, а минимальное – 6%.

Владивосток

В марте 1993 г. на местном книжном рынке появилось ОАО «Приморский торговый Дом книги», в состав которого вошли 35 магазинов в городе и крае, ранее принадлежавшие краевому государственному объединению «Приморский Дом

книги», входившему в состав «Союзкниги». В лице этого предприятия книжные лотки, на долю которых еще в 2003 г. приходилось порядка 50% книжной торговли Владивостока, получили практически единственного конкурента.

В начале нового столетия к книжному рынку Владивостока стала проявлять интерес федеральная сеть «Топ-книга». Вначале речь шла о поддержке инициативы местных предпринимателей в рамках партнерской программы. В результате в 2002 г. во Владивостоке началось строительство сети универсальных книжных магазинов «Книжный червь». В следующем году уже существовали три магазина этой сети, имевшие площадь 250-300 кв. м каждый, но планы руководства сети имели гораздо больший масштаб, и весной 2003 г. сеть «Топ-книга» приступает к реализации планов обеспечения собственного присутствия на книжном рынке Владивостока, открыв в центре Владивостока первый магазин формата «Книгомир» с 55 тыс. наименований в ассортименте. В последующие годы в различных районах Владивостока появилось еще несколько магазинов данного формата. В апреле 2007 г. «Топ-книга» открыла во Владивостоке в ТЦ «Россиянка» книжно-канцелярский супермаркет «Литера» (площадь более 500 кв. м).

Хабаровский оператор – компания «Мирс» - имеет в городе собственное представительство и магазин формата cash & carry.

Сеть «Книжный червь», располагая в городе по состоянию на середину 2009 г., только двумя магазинами, не строит планов расширения в ближайшее время своего присутствия во Владивостоке. Директор сети Е. Юдакова так объясняла свою позицию: «Все-таки «Топ-книга» обладает мощными ресурсами, и состязаться с ней не имеет смысла, у нас иная стратегия – выход в край». Следует отметить, что сеть «Книжный червь» представляет единственного во Владивостоке книготоргового оператора, который сумел интегрировать книжный магазин и кофейню (с самостоятельным брендом «Капуцин»).

Усиление конкуренции сказалось на ослаблении позиций ОАО «Приморский торговый Дом книги», сохранявшему 11 торговых точек во Владивостоке. В 2005 г. в этих торговых точках появились отделы, ориентированные на продажу только книг издательской группы «АСТ». В итоге в настоящее время 4 предприятия Приморского торгового Дома книги позиционируются издательской группой «АСТ» в качестве собственных магазинов. А ведущее направление деятельности самого ОАО «Приморский торговый Дом книги» в настоящее время связано с обеспечением учебно-методической литературой общеобразовательных школ, средних специальных и высших учебных заведений Приморского края.

2.4. Интернет-торговля

Объем российского рынка электронной торговли книгами составляет более 3 млрд рублей в год. Такие выводы были сделаны аналитиками РБК в ходе исследования «Рынок книг и розничные сети по продаже книжной продукции в России», проведенного весной 2009 года. Книжный сектор составляет более 3% всего розничного оборота электронной торговли в секторе B2C. В российском Интернете книги считаются одним из самых популярных товаров.

Развитие электронной торговли сдерживается пока еще невысоким уровнем проникновения Интернета в регионы России. В начале 2009 года, по данным опросов, он составил около 33% (в среднем по России). В крупных городах этот показатель выше. В Москве и Санкт-Петербурге, например, уровень проникновения Интернета уже перешел 50%-й барьер. Доля людей, активно пользующихся Интернетом

несколько ниже: только 24% россиян, по данным «Левада-Центр», пользуются сетью Интернет минимум 1 раз в неделю. Именно эта категория людей и составляет костяк Интернет-покупателей различных товаров и услуг.

В октябре 2009 г. компания «PricewaterhouseCoopers» провела исследование особенностей потребительского поведения Интернет-пользователей. Участниками опроса стали 2 тыс. пользователей Интернет в 11 крупнейших городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Омске, Ростове-на-Дону, Самаре, Уфе, Челябинске.

По данным исследования, 80% участников опроса сделали хотя бы одну покупку посредством Интернет. Согласно результатам опроса, среди товаров, которые приобретались через Интернет, первое место заняли книги (46% респондентов). Далее следуют бытовая электронная техника (40%), компьютеры и программное обеспечение (35%), косметика и парфюмерия (31%) и другие товары.

Участники опроса выделили следующие преимущества совершения покупок посредством Интернет:

- экономия времени (74% респондентов);
- доставка на дом (65%);
- возможность обойтись без суеты традиционных магазинов (61%);
- круглосуточный режим работы (58%);
- возможность приобретения товара, который отсутствует в традиционных магазинах (55%).

Для сравнения: группа онлайн-исследований («Arbeitsgemeinschaft Online Forschung» – AGOF) сообщает, что в 2009 г. 39,6% пользователей Интернет в Германии купили книги в режиме онлайн, что выше на 2,4% аналогичного показателя 2008 г. Это делает книги наиболее покупаемым продуктом в режиме онлайн в Германии. За книгами следуют билеты на событийные мероприятия (33,3% Интернет-пользователей) и музыка (25,2%). Люди в возрасте от 30 до 49 лет наиболее склонны искать информацию о книгах в режиме онлайн, покупатели в возрасте от 20 до 29 лет заинтересованы в приобретении через Интернет в первую очередь билетов и музыки. AGOF опросила 103 731 Интернет-пользователей в Германии в возрасте старше 14 лет.

Другое исследование, проведенное «Bitkom» (Немецкая Ассоциация новых технологий, телекоммуникаций и новых медиа), показало, что книги являлись третьим наиболее популярным продуктом, приобретаемым онлайн. На первой позиции расположились авиа- и железнодорожные билеты. Билеты на концерты заняли второе место. 35% участников опроса приобрели книгу через Интернет. Музыка расположилась на 7 месте, билеты в кино – на 8. Результаты опроса также показали, что 88% пользователей Интернет в Германии приобрели какой-либо товар или услугу в режиме онлайн.

По данным Немецкой Ассоциации электронной коммерции и дистанционных продаж, в 2008 г. немцы потратили рекордную сумму на онлайн-покупки, и ожидается, что онлайн-продажи достигнут в 2009 г. объема 15,4 млрд. евро.

Хороших результатов добился в кризисный год и лидер российской книжной Интернет-торговли «Ozon». Показатели деятельности магазина демонстрируют успешный рост компании на фоне снижения продаж в традиционной книжной торговле. Оборот Интернет-магазина «Ozon.ru» увеличился по сравнению с 2008 г. на 21% и составил 3,1 млрд. рублей.

В 2009 г. Интернет-магазин «Ozon.ru» отправил своим клиентам 1 460 204 заказа (1 268 724 – в 2008 году), в которых содержалось 6 636 755 (5 466 022 – в 2008 году) товаров. В денежном выражении 38% продаж Интернет-магазина «Ozon.ru» составили книги, 30% – электроника, 12% – видео, 5% – софт и игры, по 4% – у музыки и антиквариата. Общая доля относительно новых товарных категорий – Спорт, Косметика, Детский мир, Дом и интерьер – составила около 6% продаж, при этом указанные разделы лидируют по темпам роста продаж. Компания «Ozon» продолжает диверсифицировать свой бизнес. Так, в апреле 2009 г. был запущен новый проект «Ozon.ru – Ozon-Travel».

По данным на 7 апреля 2010 г., ассортимент Интернет-магазина «Ozon.ru» составил более 613 000 наименований товаров, доступных для выбора и оформления заказов (для сравнения: в среднестатистическом обычном супермаркете – 12 000 наименований). Всего в базе Интернет-магазина находится 1,2 млн наименований товаров. В единой базе покупателей Интернет-магазина «Ozon.ru» зарегистрировано более 3,6 млн Интернет-пользователей, ежемесячный прирост клиентской базы составляет 60-70 тыс. регистраций. Каждый месяц посетители проводят на сайте Ozon.ru в среднем 9 млн сессий и совершают более 50 млн просмотров страниц.

В 2009 г. Интернет-магазин «Ozon.ru» реализовал 3 741 693 экземпляра книг (2 937 915 в 2008 году, рост – 27%). Сейчас в продаже более 370 000 наименований. «Ozon.ru» является явным лидером продаж книг онлайн (40-45% рынка) и уверенно входит в десятку крупнейших игроков книжного рынка России.

В сентябре 2009 г. состоялось официальное открытие построенного под Тверью нового операционно-логистического комплекса «Ozon.ru». В 2010 г. «Ozon.ru» планирует выпуск устройства для чтения под собственным брендом (по аналогии с «Kindle» от «Amazon»).

В кризисный год Интернет-торговля книгами продолжала нарастать и в других компаниях. Так, в 2009 г. были открыты два новых Интернет-магазина, торгующих книгами, – *Read.ru* и *Soyuzkniga.ru*. Оба проекта реализуются крупными компаниями, имеющими значительные ресурсы для развития. Особенно значительным представляется запущенный 1 июня 2009 года проект *Read.ru*, за которым стоит группа компаний «Логос», давно работающая на рынке. Группа специализируется на торговле периодикой, а книги, преимущественно «покетбуки», до недавнего времени были лишь дополнительным товаром. Однако в последние год-два «Логос» активно выходит на книжный рынок, реализуя проект сети магазинов «Букбастер». Очевидно, что *Read.ru* будет использовать онлайн-ресурсы, чтобы добиться эффекта синергии с «Букбастером». Ассортимент книжной продукции в Интернет-магазине достигает 100 тыс. наименований, выпущенных 500 российскими издательствами.

Основным преимуществом сервиса «Логоса» является наличие многочисленных – на сайте *Read.ru* говорится о 342 в Москве и 180 в Санкт-Петербурге – пунктах самовывоза заказанных товаров. Это не что иное, как многочисленные киоски по торговле печатной продукцией, через которые «Логос» реализует периодику. Связывание этих киосков с онлайн-торговлей позволяет добиться двоякой цели: повысить эффективность работы Интернет-магазина и одновременно более полно загрузить сами киоски. «Логос» даже объявил об открытии в Москве одного пункта «экспресс-самовывоза», где покупку можно получить уже через час после оформления заказа.

В отличие от *Read.ru* другой проект «Союзкнига» (*Soyuzkniga.ru*) использует в качестве средства доставки заказанного товара исключительно почту. Видимо, это

объясняется тем, что компания, стоящая за этим проектом, – холдинг «Терра-ИПК» – имеет давние и хорошие связи с «Почтой России». Другой особенностью «Союзкниги» является ассортимент: упор здесь сделан не на массовую литературу – «ширпотреб», а на классику, специальные и учебные издания, словари и т.п. Это книги самого издательства «Терра», а также ряда других издательств («Молодая гвардия», «Захаров», «Эксмо», «Питер», «Рипол классик», «Росмэн» и т.д.). Книг некоторых крупных издательств, например, «АСТ», «Олма Медиа», «Центрполиграф», «Иностранка», «ИНФРА-М», «Вече» и др. в ассортименте магазина пока нет вообще. Создатели «Союзкниги» выражают свою позицию следующим образом: «Мы наполняем наш магазин, в первую очередь, теми книгами, у которых невелик шанс попасть к своему читателю. Мы намеренно не уделяем повышенного внимания раскрученным псевдобестселлерам, навязываемым публике беззастенчивой рекламой».

Как отмечает глава книготорговой компании «Топ-книга» Г. Лямин, 2009 год можно по праву назвать годом поступательного развития онлайн-торговли: продажи через Интернет не только не упали, а даже выросли. Формируя свою антикризисную стратегию, компания «Топ-книга» учла этот базовый тренд, заявив о том, что одним из основных приоритетов ее работы компании в 2009 г. было развитие Интернет-торговли. И в 2009 г. компания открыла второй книжный Интернет-магазин – «Bookean.ru».

Таким образом, общая картина ведущих книжных Интернет-магазинов в Рунете выглядит сегодня следующим образом (см. табл. 18).

Таблица 18.

Ведущие книжные Интернет-магазины в Рунете

Название магазина	Адрес в Интернет	Общее кол-во позиций (книги), представленных в списке, апрель 2009	Общее кол-во позиций (книги), представленных в списке, апрель 2010	Владелец	Год создания
«Ozon»	www.ozon.ru	140000	335000	RPE Group	1998
«Books.ru»	www.books.ru	314471	160501	ООО «Символ-Плюс»	1996
«Библион»	www.biblion.ru	140864	180000	ЗАО «Библион – Русская книга»	1999
«Библио-Глобус»	www.bgshop.ru	250000	250000	Холдинг «Библио-Глобус»	2000
«Лабиринт»	www.labyrinth-shop.ru	143635	н/д	ООО «Лабиринт»	2005
«Болеро»	www.bolero.ru	125308	140474	Интернет-холдинг «eHouse»	1999
«Co@Libri»	www.colibri.ru	35184	более 100000	«Внебиржевые системы»	1999
«Read.ru»	www.read.ru	–	100000	Группа компаний «Логос»	2009
«Soyuzkniga»	www.soyuzkniga.ru	–	100000	Холдинг «Терра-ИПК»	2009
«Bookean»	www.bookean.ru	–	100000	Компания «Топ-книга»	2009

Источники: данные компаний, РБК, экспертные оценки.

III. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КНИЖНОГО РЫНКА РОССИИ В 2009 Г.

3.1. Объем книжного рынка и тенденции его развития в 2009/2010 гг.

Определение объема российского книжного рынка – одна из самых сложных задач его анализа. В 2008 г. у экспертов не было единой точки зрения на этот счет. Оценки экспертов в пересчете на доллары США колебались в диапазоне от 2,2 до 3,0 миллиардов. Существовало также мнение, что объем книжного рынка превысил эти цифры.

По мнению генерального директора издательства «Эксмо» О. Новикова, с которым согласны представители многих издательств и книготорговых компаний, объем рынка книгоиздательской продукции в России в «пиковый» 2008 год (в розничных ценах с НДС) составил около 3,0 млрд. долл. При этом, по его оценкам, с 2003 по 2008 гг., рынок вырос в своем объеме приблизительно на 87,5% (см. рис. 13). При этом рост книжного рынка происходил во многом за счет повышения цен на книги.

В 2009 году участники рынка указывали примерно на 20-процентное его сокращение в долларовом выражении – как в связи с падением спроса и закрытием ряда магазинов, так и в связи с девальвацией рубля. Экспертная оценка объема рынка в 2009 г. составляет 2,4 – 2,5 млрд. долл. США, хотя О. Новиков называет более оптимистичную цифру – 2,7 млрд. долл.

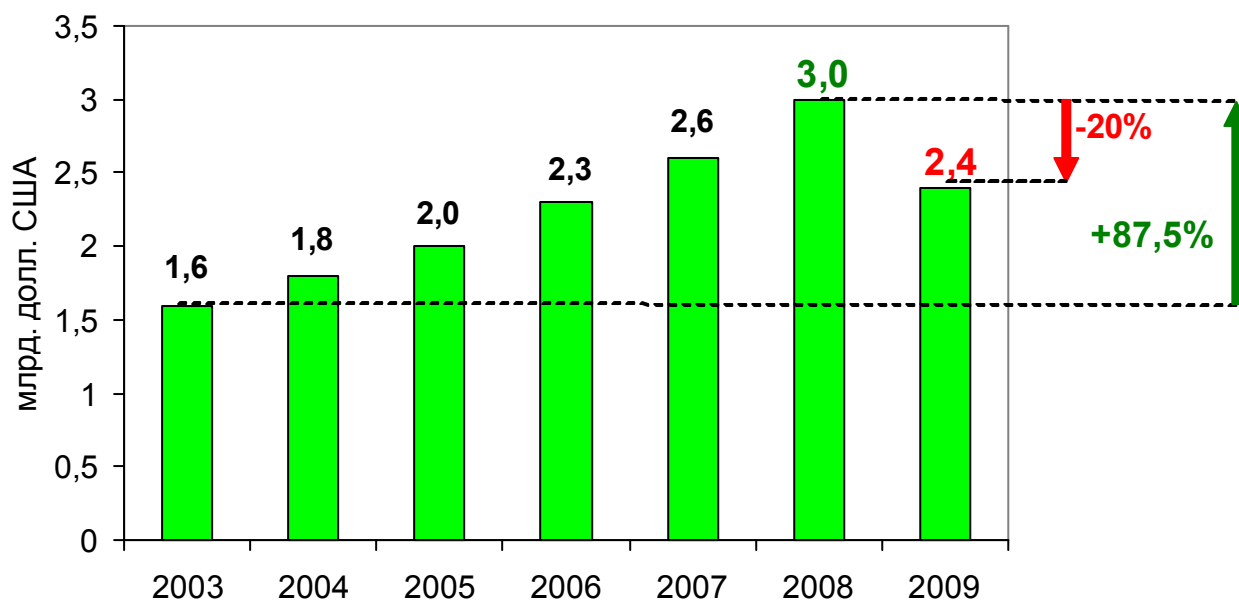
Интересно сравнить динамику показателей российского книжного рынка с ситуацией, складывающейся в мировом издательском бизнесе. Президент Международной ассоциации издателей Г. Спруйт отмечает, что воздействие глобального финансового кризиса на международный издательский рынок оказалось весьма незначительным. Так, за первые 6 месяцев 2009 г. немецкий рынок сократился на 0,6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В Австрии рынок вырос на 1,7%. Даже в США рост прибыли издателей на июнь 2009 г. составил 1,8%. Конечно, это лишь отдельные цифры, но ясно одно: издательский бизнес отреагировал на финансовый кризис по-особому. По мнению Г. Спруйта, для экономического барометра книжной отрасли гораздо более значимы изменения потребительского поведения и правительственной политики, чем мировой финансовый кризис.

В то же время генеральный директор компании «Топ-книга» Г. Лямин с сожалением констатирует, что прогнозы, которые делались им самим и директором издательства «Эксмо» О. Новиковым в конце 2008 года на год 2009-ый в отношении российского рынка, оказались слишком оптимистичными. Тогда ожидалась либо стагнация рынка (но при снижении объема продаж в экземплярах), либо, как крайний случай – понижение объема рынка в денежном выражении в размере 5-10%. Реально же к концу года падение рынка в регионах составило от 10 до 20%, в то время как в Москве и Санкт-Петербурге оно было зафиксировано на отметке около 5%. Но и там статистика последних месяцев не дает оснований для оптимизма.

О. Новиков отметил сохранение издательством «Эксмо» в условиях кризисного года прежних объемов продаж благодаря некоторому увеличению цен, проведению определенных сокращений, связанных со снижением затрат и повышением эффективности.

Рисунок 13.

Объем книжного рынка России в 2003-2009 гг. (млрд. долл. США)



Источники: издательство «Эксмо» (2003-2008 гг.),
экспертная оценка ведущих издательств и книготорговых компаний (2009 г.)

Средняя розничная цена на книги в России росла на протяжении всех предкризисных лет в национальной валюте и в долларовом выражении, составив в 2008 г. 6,3 долл. США. В кризисном 2009 году средняя розничная цена книги в национальной валюте выросла примерно на 15%, дойдя до отметки 181 руб., а в долларовом выражении, ввиду девальвации рубля в начале 2009 г., упала. Однако продолжающийся с середины 2009 г. рост курса российской национальной валюты постепенно нивелирует результаты девальвации, что увеличивает среднюю цену российской книги в долларах и евро.

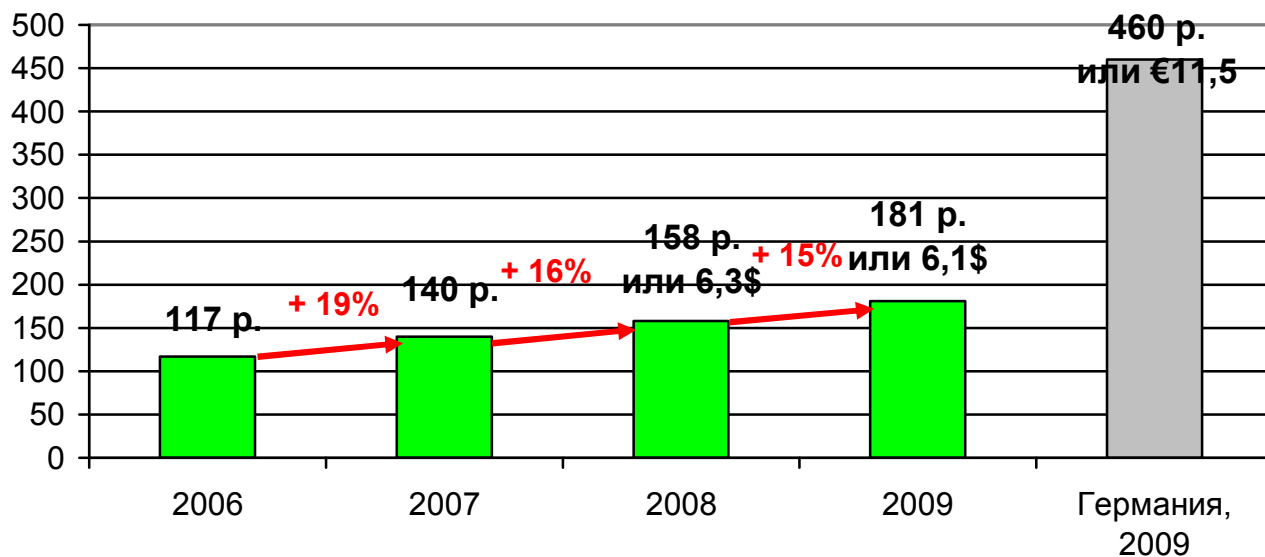
Для сравнения: согласно данным «Nielsen Bookscan», средняя продажная цена книги в Великобритании в 2009 году снизилась в 2009 г. на 0,7%, до 7,43 фунтов, а в Германии, напротив, средняя цена книги в 2009 году в сравнении с 2008-м выросла на 2,4% – до 11,5 евро. Согласно данным журнала «Buchreport», именно этот фактор, а не увеличение спроса, обусловил рост продаж в Германии на 2,3% за первые семь месяцев 2009 г. в сравнении с аналогичным периодом 2008 года.

Как отмечают книготорговцы, наиболее продаваемые книги находятся сегодня **в самом низком ценовом сегменте от 1,5\$ до 6,5\$ (50-200 руб.)**, на них приходится **до 50% продаж**. Книги среднего ценового сегмента **от 6,6\$ до 16,5\$ (200-500 руб.)** покупают **20-25% читателей**. Дорогие книги **от 50\$ (от 1500 руб.)** покупают **10%** посетителей книжных магазинов (см. рис. 15).

По оценке О. Новикова, относительной стабильностью в конце 2009 г. отличался только нижний сегмент цен на книги (до 100 руб.). Сильнее всего кризисом была затронута художественная литература для взрослых. Снижение спроса также испытала профессиональная и прикладная книга. В этих условиях проявилась одна из серьезнейших проблем отрасли – неразвитость системы книгораспространения. Как следствие – замедление оборачиваемости книг: три года назад она составляла 120 дней, сегодня же в среднем увеличилась до 200 (от 150 дней, по данным издательства «Эксмо», до 240 дней, по данным компании «АСТ»).

Рисунок 14.

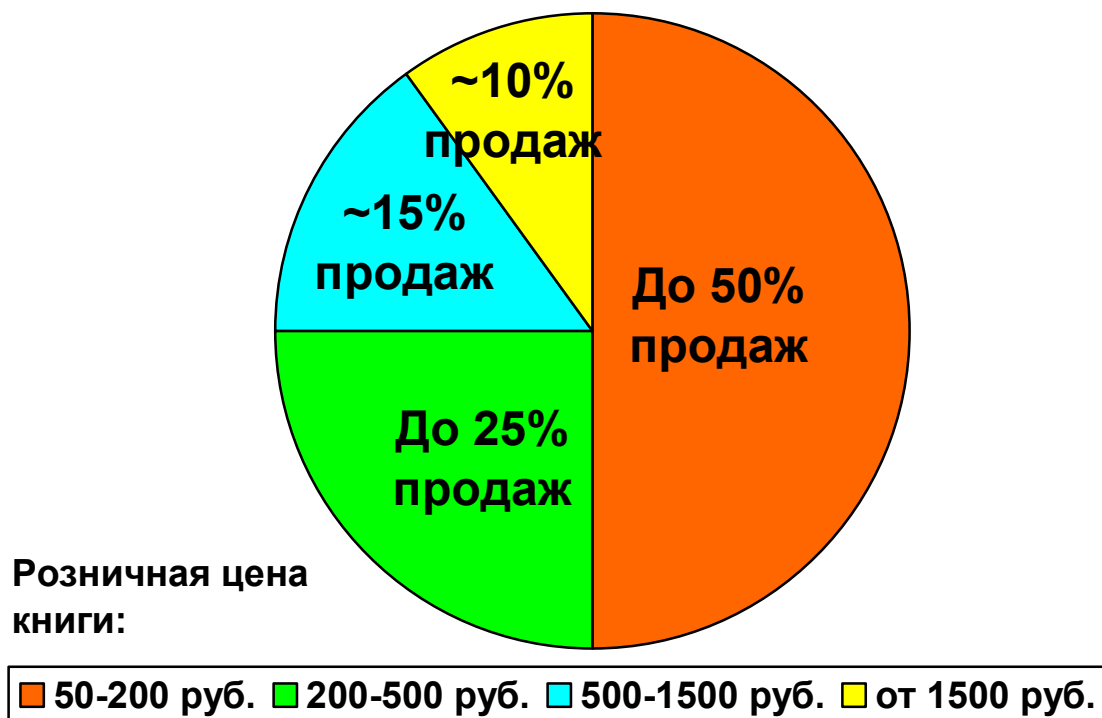
Динамика среднеотраслевой розничной цены книги в России в 2006-2009 гг.



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, издательство «Эксмо», журнал «Vuchreport», Германия.

Рисунок 15.

Структура книжных продаж в ценовом разрезе



Источник: оценка ведущих издательств и книготорговых компаний России.

Отмечая снижение издательской активности, Г. Лямин выделяет целые сектора рынка – деловую литературу, дорогие подарочные издания, специализированную литературу, – где падение продаж исчисляется десятками процентов. Примером более стабильных секторов рынка он считает детскую и учебную литературу, учитывая возрастание заинтересованности в образовании и воспитании детей в периоды кризисов.

По словам О. Новикова, одной из первоочередных целей издательства «Эксмо» в кризисный год осталось продвижение и реклама авторов, на которых издательство делает основную ставку и которые, по его расчетам, принесут коммерческий успех. Издательству «Эксмо» в 2009 г. удалось увеличить объем продаж книг некоторых авторов. Кроме того, 2009 год для издательства связан с появлением нескольких новых успешных брендов: Олег Рой, Андрей Геласимов, Марина Крамер, Роман Сенчин, Елена Усачева. По оценке О. Новикова, прошедший год принес издательству безусловное лидерство еще в двух сегментах – детской и профессиональной литературы – как с точки зрения продаж, так и по числу выпущенных названий. При этом он подчеркнул, что издательство не пошло на сокращение маркетингового бюджета, а персонал в компании был сокращен менее чем на 5%.

Финансовый директор издательской группы «АСТ» О. Бартенев, подводя итоги деятельности своей компании, отметил, что прошедший 2009 г. оказался для издательства достаточно сложным. Однако, к счастью, издательская группа не испытала того падения, которое было у других, более мелких компаний. Это было связано в основном с тем, что еще в конце 2008 г. – в начале 2009 г. группа вложила достаточно большие средства в новые проекты – «Метро 2034» Дмитрия Глуховского, книгу Дэна Брауна «Утраченный символ», проекты «Этногенез» и «S.T.A.L.K.E.R.». И если в обычной ситуации они дали бы компании прирост объема реализации где-то на 17-20%, то в условиях кризиса по итогам года был достигнут лишь 5%-ный рост.

По мнению О. Бартенева, без новых проектов у издательства было бы такое же падение, как на всем рынке, которое в среднем составляет от 10 до 15% в рублевом выражении. В объеме проданного тиража «АСТ» потеряло 9-10%. При этом в 2008 году рост оборота компании составил 16-18% за год, а в 2007 г. – 22-24%. «Таким образом, рост в 5% в 2009 году – это фактически падение по сравнению с предыдущими годами» – признается О. Бартенев. Как отмечает эксперт, спасительным для компании стало то, что она начала перестраиваться еще во втором полугодии 2008 г. Руководство компании успело предсказать падение за полгода до его свершения и соответственно выпустить более дешевые книги в детском сегменте, а также начать выпускать книги нового формата – среднего между твердым переплетом и покетбуком, который оказался очень востребованным.

По мнению О. Бартенева, сегодня основной проблемой рынка является отсутствие дешевых кредитных ресурсов со ставкой 12-14%, которые могли бы быть спасением для рынка.

Для компании «ОЛМА Медиа Групп» 2009 год, без сомнения, был весьма удачным: издательство закончило его с приростом в 18%. И это – на фоне снижения тиражей и вполне закономерных проблем с платежами. Причиной успеха генеральный директор компании Д. Иванов считает то, что издательству вовремя, еще задолго до кризиса, удалось сбросить «балласт» и сосредоточиться на самых удачных проектах. В итоге – даже на пике кризиса ни один из приоритетных проектов издательства (книги Бориса Акунина, Александра Бушкова, исторические

бестселлеры Владимира Мединского, детская серия «Коты-воители», компьютерные энциклопедии и самоучители Виталия Леонтьева) не уронил «стотысячную» годовую планку. Выросли продажи детской и подарочной литературы. Издательству удалось избежать лихорадочных метаний, сохранив свое лицо и репутацию на рынке.

По мнению Д. Иванова, кризис внес коррективы в тиражи, цены, в расклад жанров. Фактически в 2009 г. были «списаны в архив» «гламур»-литература, отечественный любовный роман и детектив, серьезно просела «политика», справочная и околотехническая литература. И если кризис 1998 года в одночасье «вымел» с рынка всю переводную литературу, то в 2009 году резко активизировался обратный процесс: отечественные мейнстримовые авторы вынуждены были серьезно потесниться, вновь уступая место «варягам». Однако крупные издатели сумели приспособиться к этой ситуации.

Куда более болезненный характер для издателей, как считает Д. Иванов, носило даже не резкое сокращение тиражей, а вынужденное участие в гонке «ценового демпинга», что вылилось в существенное снижение рентабельности многих издательских проектов. Эксперт полагает, что «это тупиковый путь, он хорош лишь как временная мера».

Зимой 2009/2010 гг. кардинальных перемен в динамике продаж в книготорговых предприятиях не произошло. В марте 2010 г. журнал «Книжная индустрия» провел опрос издательств и книготорговых компаний на предмет оценки состояния книжной отрасли. Опрос показал, что 57,1% участвовавших в нем книготорговцев отметили стабильность продаж – в нынешний сезон по сравнению с 2009 годом экземплярные продажи книг остались примерно на том же уровне. Более того, 28,6% респондентов отметили рост продаж по книгам (в экземплярах), и лишь 14,3% сообщили о снижении экземплярных продаж в первые месяцы 2010 года.

И все же определенные негативные тенденции в отрасли присутствуют. Оценивая итоги ушедшей зимы (декабрь-февраль), почти треть книготорговых предприятий, участвовавших в исследовании, отметили тревожный факт – число посетителей сегодня однозначно сократилось, магазин все чаще пустует. И даже если заметного спада в потоке посетителей не произошло, покупать они стали реже, больше «гуляют». Это отметили еще 59% книжных магазинов. Таким образом, мы можем констатировать, что книга постепенно теряет своего клиента, а книжные магазины превращаются в своеобразные выставочные залы. И этому есть много причин. В частности, рост цен на книжную продукцию. О том, что только в первые месяцы 2010 года поставщики подняли цену в диапазоне от 5 до 25% заявили 85% книготорговых предприятий. И это в то время, когда покупатель все чаще выбирает дешевый продукт. Ведь при указанном выше тренде определенной стабильности экземплярных продаж средний чек у 50% респондентов сократился в 2010 году на 5-10% на фоне первых месяцев 2009 года.

Естественно, это усредненные данные. Динамика внутри тематических ассортиментных групп весьма различна. Так, в секторах художественной и детской литературы большинство книготорговых предприятий отметили определенную стабильность и даже рост продаж. С тем, что детская книга – это растущий сегмент в товарообороте книжного магазина согласны 43% респондентов, 29% отмечают положительную динамику продаж и в сегменте художественной литературы. И, напротив, однозначное сокращение продаж (и даже провал) книготорговые предприятия отмечают в сегменте деловой, профессиональной литературы (с этим

согласны 67% респондентов), а также в группе изданий по вопросам истории, философии, культуры и искусства (83% респондентов).

Учебная литература для всех ступеней образования, а также лечебники, травники и издания по теме «Быт/досуг» демонстрируют скорее стабильность при определенной склонности к сокращению продаж (этот тренд отметили 93% респондентов).

Учитывая происходящие на рынке смещения тематических приоритетов, журнал «Книжная индустрия» предложил книготорговым предприятиям смоделировать оптимальную ассортиментную матрицу универсального книжного магазина. В итоге получилось, что сегодня широко представлены на торговой площади могут быть лишь детская и художественная литература, занимая суммарно до 60% полочного пространства. Именно этот ассортимент наиболее рентабелен для книжного магазина с точки зрения оборачиваемости и маржинальной прибыли. Далее до 20% торгового зала книготорговые предприятия готовы выделить под учебную литературу (главным образом для детских садов и школ). Брошюры «народной» эзотерики и лечебников, книги досуговой тематики суммарно могут претендовать на 10-15% торговой площади. А вот доля профессиональной литературы и изданий по истории, культуре и искусству в идеале не должна превышать 5-10% в текущем ассортименте магазина. Это тот продукт, с которым книготорговцы готовы работать сегодня главным образом под заказ.

Рисунок 16.

Оптимальное распределение тематических групп в ассортименте универсального книжного магазина (март 2010 г.)



Источник: журнал «Книжная индустрия».

В целом, подводя итоги кризисного года, О. Новиков отмечает проявившееся общее снижение интереса к чтению. По его мнению, это наиболее значимая и глобальная проблема, которую усилил кризис. Чтение как эстетический, культурный, так и идеологический, формирующий умы и тенденции в обществе процесс постепенно теряет свое значение. И эта ситуация все больше находит свое отражение в сфере экономики книжного дела.

3.2. Влияние финансового кризиса на деятельность федеральных операторов книжного рынка

Как уже говорилось выше, прошедший год характеризовался дальнейшим развитием финансово-экономического кризиса, основной удар которого пришелся на первое полугодие 2009 г. В октябре 2008 г. – мае 2009 г. издательство «Эксмо» проводило ежемесячный опрос розничных операторов (100-120 ключевых партнеров) в специализированной книжной рознице для определения динамики изменения потребительского спроса на книжную продукцию в условиях кризиса. География опроса включала не только Москву и Московскую область, но и все федеральные округа.

Опрос показал, что в I – начале II квартала 2009 г. по сравнению с IV-м кварталом 2008 г. было зафиксировано существенное возрастание доли магазинов, показавших уменьшение числа покупателей и размера среднего чека (см. табл. 19-20 и рис. 17). Если по итогам IV квартала 2008 г. доля магазинов, отметивших уменьшение количества покупателей по отношению к аналогичному периоду прошлого года, была 36%, то по итогам второго квартала 2009 г. тех, кто зафиксировал уменьшение потока клиентов, стало уже 84%. Правда, стоит отметить, что появилось 3% «счастливиц», у которых поток покупателей стал больше. В конце 2008 г. таких не было.

Похожая картина была зафиксирована и в разрезе данных о среднем чеке. По итогам IV квартала 2008 г. 26% опрошенных отмечали уменьшение размера среднего чека по отношению к аналогичному периоду прошлого года, а к III кварталу 2009 г. таких стало 72%. Процент тех книготорговых компаний, где смогли добиться повышения суммы среднего чека, снизился с 13% в 4 квартале 2008 г. до 8% в апреле-мае 2009 г.

Таблица 19.

Доли магазинов, отметивших изменение числа покупателей в конце 2008 – начале 2009 гг.

Вариант ответа	IV кв. 2008 г.	Январь 2009 г.	Февраль 2009 г.	Март 2009 г.	Апрель-май 2009 г.
Уменьшился	36%	69%	75%	86%	84%
Не изменился	64%	29%	19%	12%	13%
Стал больше	0%	2%	6%	2%	3%

Источник: издательство «Эксмо».

Таблица 20.

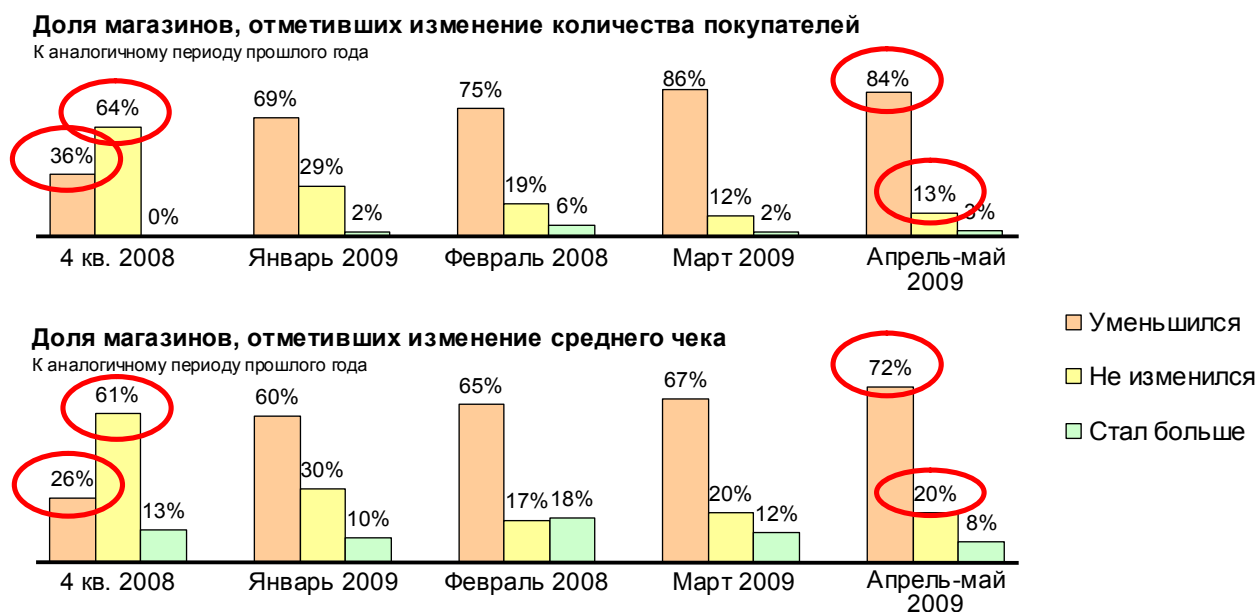
Доли магазинов, отметивших изменение размера среднего чека в конце 2008 – начале 2009 гг.

Вариант ответа	IV кв. 2008 г.	Январь 2009 г.	Февраль 2009 г.	Март 2009 г.	Апрель-май 2009 г.
Уменьшился	26%	60%	65%	67%	72%
Не изменился	61%	30%	17%	20%	20%
Стал больше	13%	10%	18%	12%	8%

Источник: издательство «Эксмо».

Рисунок 17.

Доли магазинов, отметивших изменение числа покупателей и изменение размера среднего чека в конце 2008 – начале 2009 гг.



Источник: издательство «Эксмо».

Таким образом, в апреле-мае 2009 г. во всех регионах, кроме Москвы и Московской области, Северо-Западного и Дальневосточного федеральных округов, абсолютное большинство клиентов отмечали снижение покупательской активности. Среднее снижение спроса в этих регионах составило около 20% (см. табл. 21). Самая неблагоприятная ситуация сложилась в Сибирском и Уральском федеральных округах, где об оттоке клиентов говорили буквально все опрошенные. И почти все они (порядка 90%) фиксируют снижение среднего чека (см. рис. 18).

Таблица 21.

Доли магазинов, отметивших изменение числа покупателей и изменение размера среднего чека во II кв. 2009 г. в сравнении со II кв. 2008 г. по федеральным округам

Федеральные округа	Снижение количества покупателей (II кв. 2009 г. ко II кв. 2008 г.)		Уменьшение среднего чека (II кв. 2009 г. ко II кв. 2008 г.) Доля магазинов, указавших на уменьшение
	Среднее снижение (в магазинах, отметивших снижение)	Доля магазинов, отметивших снижение	
Сибирский ФО	26%	100%	90%
Уральский ФО	24%	100%	86%
Центральный ФО	15%	85%	85%
Северо-Западный ФО	13%	83%	50%
Приволжский ФО	17%	81%	77%
Южный ФО	27%	80%	70%
Москва и Московская область	6%	60%	40%
Дальневосточный ФО	20%	50%	30%

Источник: издательство «Эксмо».

Рисунок 18.

Доли магазинов, отметивших изменение числа покупателей и изменение размера среднего чека во II кв. 2009 г. в сравнении со II кв. 2008 г. по федеральным округам

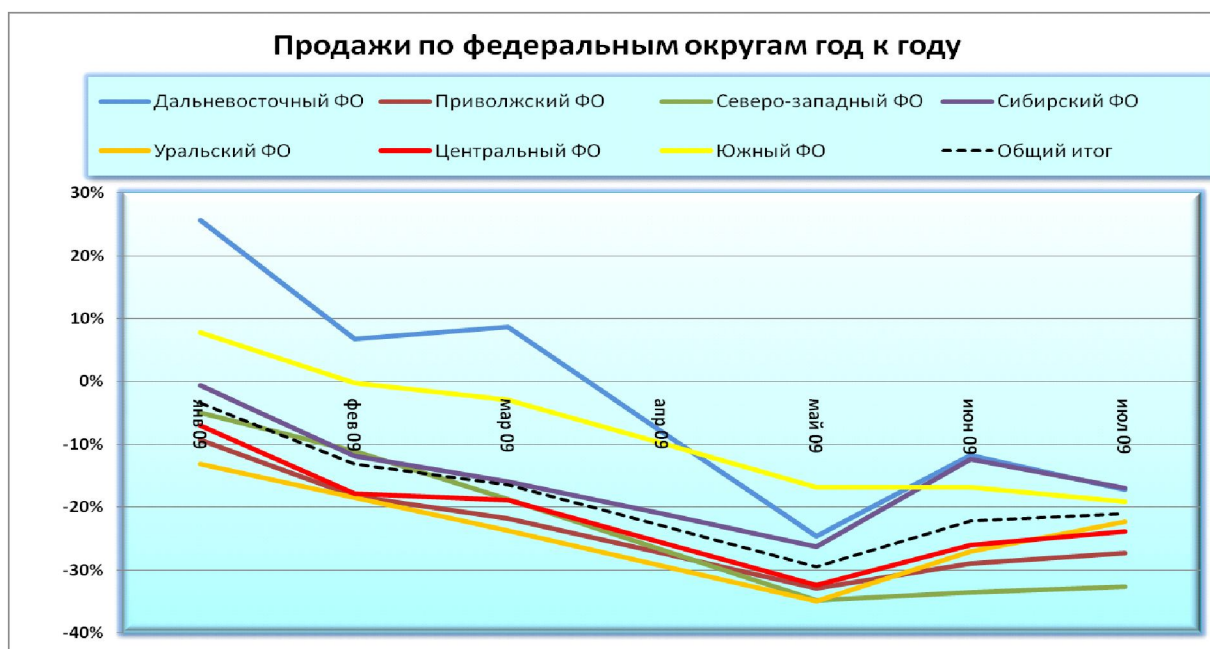


Источник: издательство «Эксмо».

Для сравнения приведем данные по продажам за I полугодие 2009 г. компании «Топ-книга» (см. рис. 19). На диаграмме, в частности, можно видеть, что в Южном федеральном округе кризис был менее выражен, чем в других округах, на Дальнем Востоке кризис продаж начался с некоторым опозданием, и в этом же регионе, равно как и в Сибири, уже к середине 2009 г. началось оживление.

Рисунок 19.

Продажи в магазинах компании «Топ-книга» в I п/г 2009 г. к I п/г 2008 г.



Источник: компания «Топ-книга».

Снижение спроса прежде всего отразилось на дорогой литературе, однако в марте-мае 2009 г. было отмечено ухудшение спроса уже в ценовом сегменте 100-300 руб. (см. табл. 22).

Таблица 22.

Снижение потребительского спроса по ценовым сегментам*

Ценовой сегмент	Январь 2009 г.	Февраль 2009 г.	Март 2009 г.	Апрель-май 2009 г.
Менее 100 руб.	22%	16%	11%	18%
100-300 руб.	17%	15%	30%	43%
300-500 руб.	47%	43%	57%	62%
500-1000 руб.	72%	53%	58%	74%
Более 1000 руб.	75%	55%	56%	70%

* 2009 г. к 2008 г., доля представителей розницы, указавших на снижение.

Источник: издательство «Эксмо».

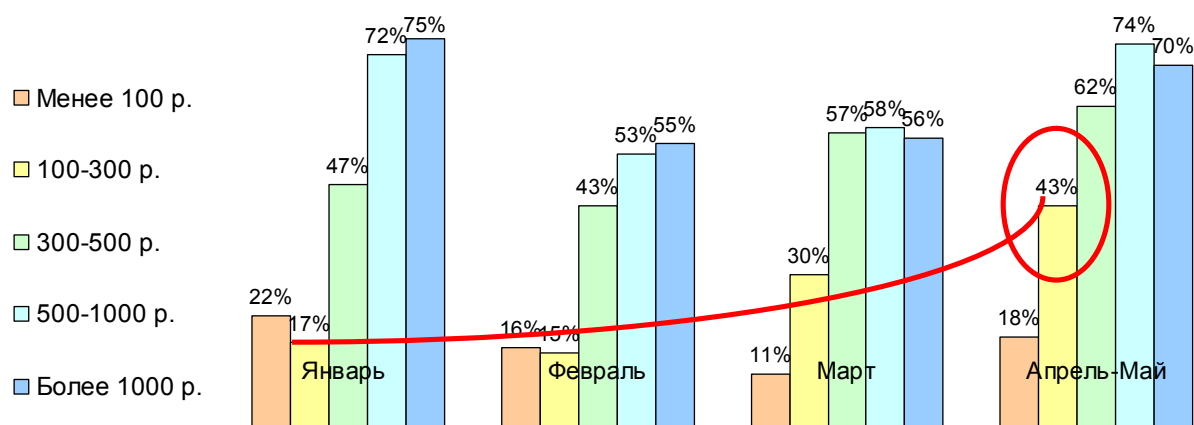
Так, в январе 2009 года снижение потребительского спроса в этом ценовом сегменте наблюдали 17% опрошенных, а в апреле-мае 2009 года – уже 43% (см. рис. 20).

У книготорговых предприятий, отмечавших снижение, продажи в среднем сократились на 12-17% в ценовых сегментах до 500 рублей и на 20 и 28% соответственно для книг стоимостью от 500 до 1000 и более 1000 рублей, в т.ч.:

- в сегменте менее 100 руб. – на 13%;
- в сегменте 100-300 руб. – на 12%;
- в сегменте 300-500 руб. – на 17%;
- в сегменте 500-1000 руб. – на 20%;
- в сегменте более 1000 руб. – на 28%.

Рисунок 20.

Снижение потребительского спроса по ценовым сегментам*



* 2009 г. к 2008 г., доля представителей розницы, указавших на снижение.

Источник: издательство «Эксмо».

Если говорить о снижении спроса в разрезе сегментов книжного рынка (см. табл. 23), то оно отмечается в первую очередь по художественной и деловой литературе.

Таблица 23.

Снижение потребительского спроса по сегментам книжного рынка*

Сегмент	Январь 2009 г.	Февраль 2009 г.	Март 2009 г.	Апрель-май 2009 г.
Взрослая художественная литература	63%	54%	55%	70%
Прикладная литература	44%	39%	51%	53%
Деловая литература	41%	46%	48%	61%
Учебная литература	27%	31%	29%	46%
Детская литература	26%	25%	41%	49%

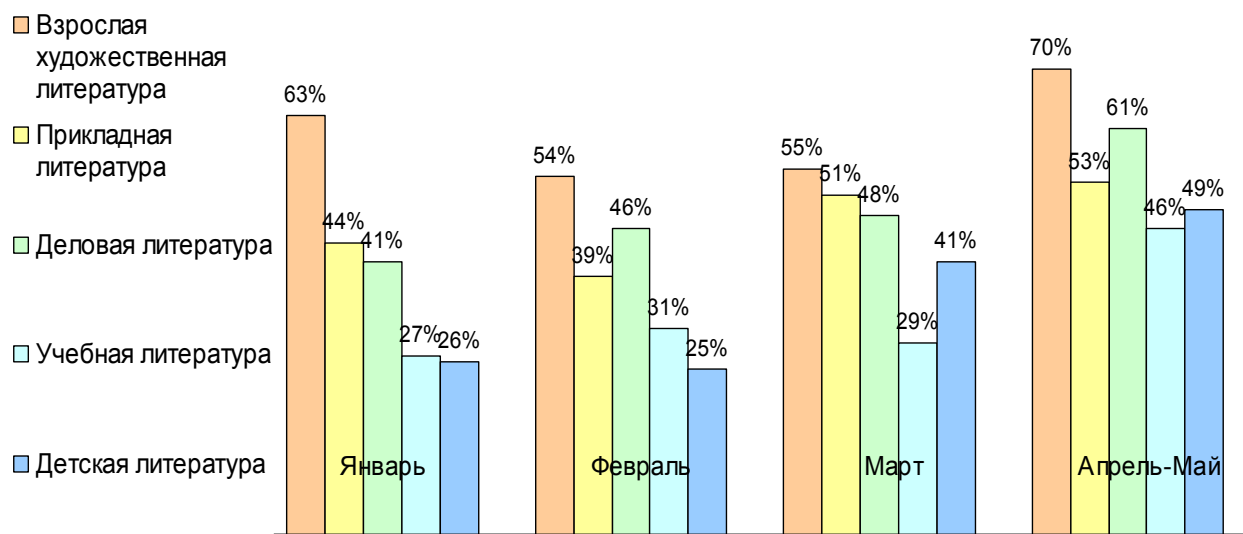
* 2009 г. к 2008 г., доля представителей розницы, указавших на снижение.

Источник: издательство «Эксмо».

При этом в апреле-мае 2009 г. ситуация ухудшилась по всем сегментам (см. рис. 21).

Рисунок 21.

Снижение потребительского спроса по сегментам книжного рынка



* 2009 г. к 2008 г., доля представителей розницы, указавших на снижение.

Источник: издательство «Эксмо».

К осени 2009 г. у книготорговых предприятий, отмечающих снижение спроса, продажи по сегментам в среднем сократились на 13-15%, в т.ч.:

- в сегменте взрослой художественной литературы – на 15%;
- в сегменте деловой (бизнес) литературы – на 14%;
- в сегменте прикладной литературы – на 13%;
- в сегменте учебной литературы – на 13%;
- в сегменте детской литературы – на 15%.

20% магазинов стабильно с начала 2009 года отметили 12% рост в сегменте детской литературы. Это дает возможность предполагать усиление внимания

родителей к воспитанию своих детей в русле культуры книги и чтения, что, безусловно, является положительной тенденцией для отрасли.

Подобные данные, которые приводит и другой федеральный розничный оператор – «Топ-книга», показывают динамику продаж книг по различным сегментам литературы по состоянию на июль 2009 г. в сравнении со стабильной базой – июлем 2008 г. (см. табл. 24 и рис. 22) и в динамике с начала 2009 г. (см. рис. 23). Из указанных диаграмм, в частности, видно, что наибольшее падение продаж произошло в сегменте специальной литературы.

Таблица 24.

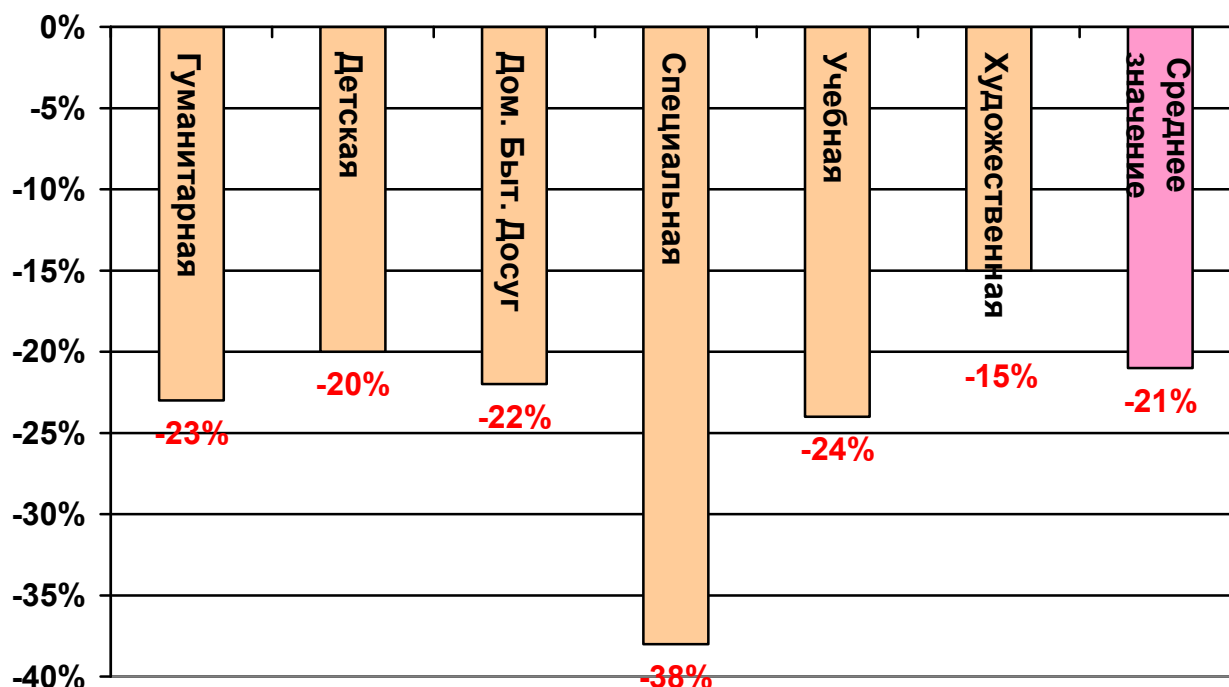
Падение продаж в различных сегментах литературы в компании «Топ-книга»

Сегмент литературы	Динамика продаж (июль 2009 г. к июлю 2008 г.)
Гуманитарная	-23%
Детская	-20%
Дом. Быт. Досуг	-22%
Специальная	-38%
Учебная	-24%
Художественная	-15%
Среднее значение	-21%

Источник: компания «Топ-книга».

Рисунок 22.

Падение продаж в различных сегментах литературы в компании «Топ-книга»



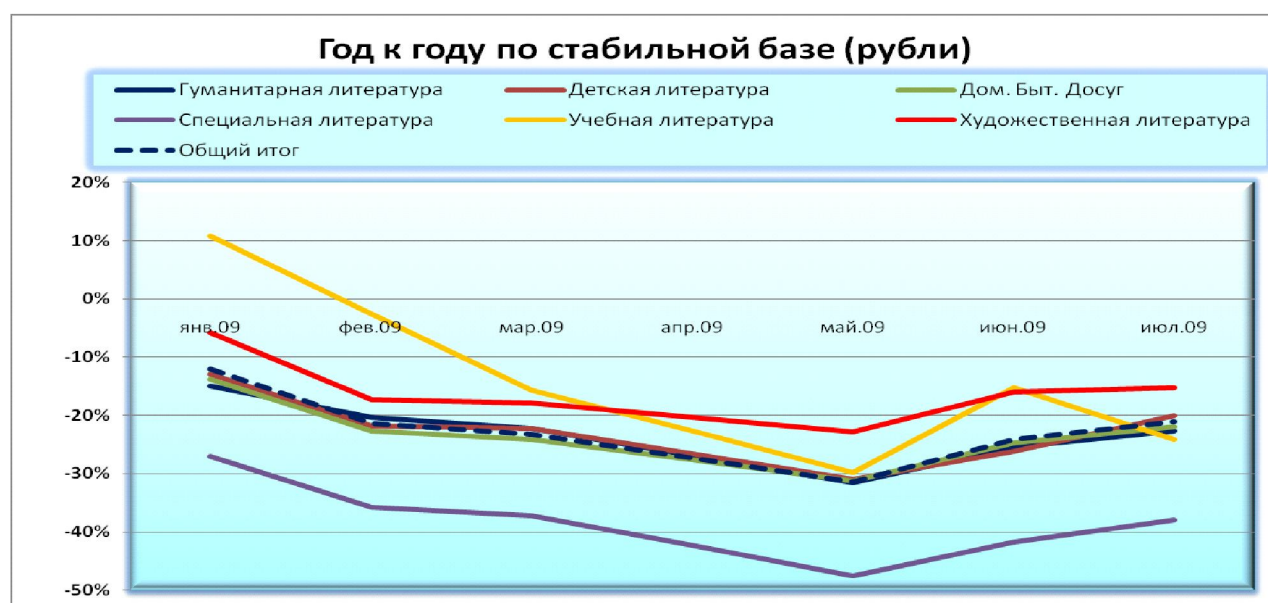
Источник: компания «Топ-книга».

Оценивая динамику продаж по тематическим группам в книготорговой сети «Мирс» в 2009 г., генеральный директор компании С. Кустов отмечает, что больше всего пострадали продажи деловой и компьютерной литературы. И, по его мнению, причиной этого является не только кризис, но и конкурентное давление со стороны

Интернета и электронных публикаций. В условиях кризиса экономия распространилась и на детские книги, о чем свидетельствует заметное уменьшение среднего чека при покупке детских книг в магазинах сети «Мирс». Падение продаж затронуло также тематический раздел «Дом, быт, досуг», в рамках которого частично информация черпается читателями из Интернета. Если на школьной учебной литературе люди пока не экономят, то ситуация с продажами ВУЗовской учебной литературы является гораздо более тяжелой, что, по мнению С. Кустова, следует связывать и с кризисом, и с ростом цен, и с доступностью электронной книги. По его свидетельству, учебники для ВУЗов за 400-600 руб., выпущенные на газетной бумаге, практически не продаются.

Рисунок 23.

Динамика продаж книг по различным сегментам литературы в компании «Топ-книга» в I п/г 2009 г.



Источник: компания «Топ-книга».

Сравнение результатов работы ведущих российских розничных книготорговых сетей в I полугодии 2009 г. по отношению к тому же периоду 2008 г. показывает, что только сети, принадлежащие издательству «Эксмо», продемонстрировали в рассматриваемом периоде времени положительную динамику продаж в рублевом выражении, при этом ни одна из сетей не вышла «в плюс» по продажам в экземплярном выражении (см. табл. 25 и рис. 24).

Таблица 25.

Результаты работы розничных книготорговых сетей.

Динамика продаж в рублях и экземплярах в I п/г 2009 г. в сравнении с I п/г 2008 г.*

Книготорговая сеть	Розничные продажи, руб.	Розничные продажи, шт.
Новый книжный (Москва)	10,5%	-6,4%
Новый книжный (Регионы)	12,1%	-2,3%
Буквоед (Санкт-Петербург)	12,3%	-7,3%
Библиосфера	-3,1%	-16,3%
Топ-книга	-29,7%	Данные отсутствуют

* Оценивались продажи в магазинах, работавших более 1,5 лет.

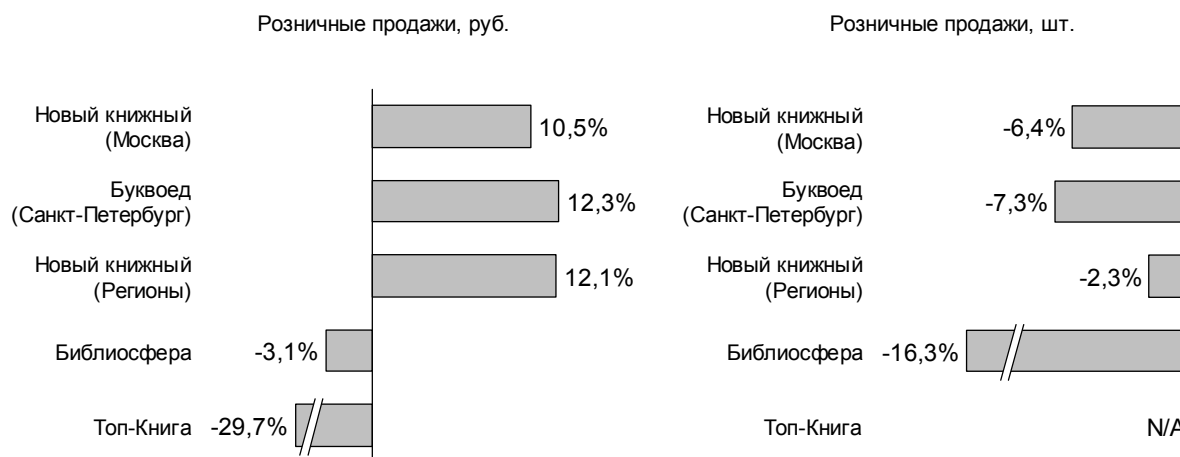
Источник: издательство «Эксмо».

Рисунок 24.

Результаты работы розничных книготорговых сетей.

Динамика продаж в рублях и экземплярах в I п/г 2009 г. в сравнении с I п/г 2008 г.*

Прирост продаж в руб. и шт. – I п/г 2009 г. к I п/г 2008 г.



* Для анализа использовались магазины, отработавшие более 1,5 года

Источник: издательство «Эксмо».

В условиях снижения спроса ключевой фактор успеха определяется качеством работы с ассортиментом. Результаты оценки издательства «Эксмо» розничных продаж в SKU, продаж хитов и новинок в расчете на одну розничную точку продаж в 2008 и 2009 гг. представлены в табл. 26 и на рис. 25.

Таблица 26.

Розничные продажи в SKU, продажи хитов и новинок в расчете на одну розничную точку продаж

Сеть	Ежемесячные розничные продажи в SKU* в среднем в каждой розничной точке продаж**		Ежемесячные розничные продажи новинок*** в среднем в каждой розничной точке продаж		Количество хитов*, которые продаются ежемесячно в среднем в каждой розничной точке продаж	
	2008 г., 10 мес.	2009 г., I п/г	2008 г., 10 мес.	2009 г., I п/г	2008 г., 10 мес.	2009 г., I п/г
Новый книжный	1 923	1 995	38%	39%	24%	26%
Топ-книга	1 315	718	50%	18%	11%	5%

* SKU (Stock Keeping Unit) – ассортиментная позиция, единица складской наличности, учета запасов.

Хиты – те SKU, ежемесячные розничные продажи которых больше или равны 10 экз. в одном магазине (по ассортименту издательства «Эксмо»)

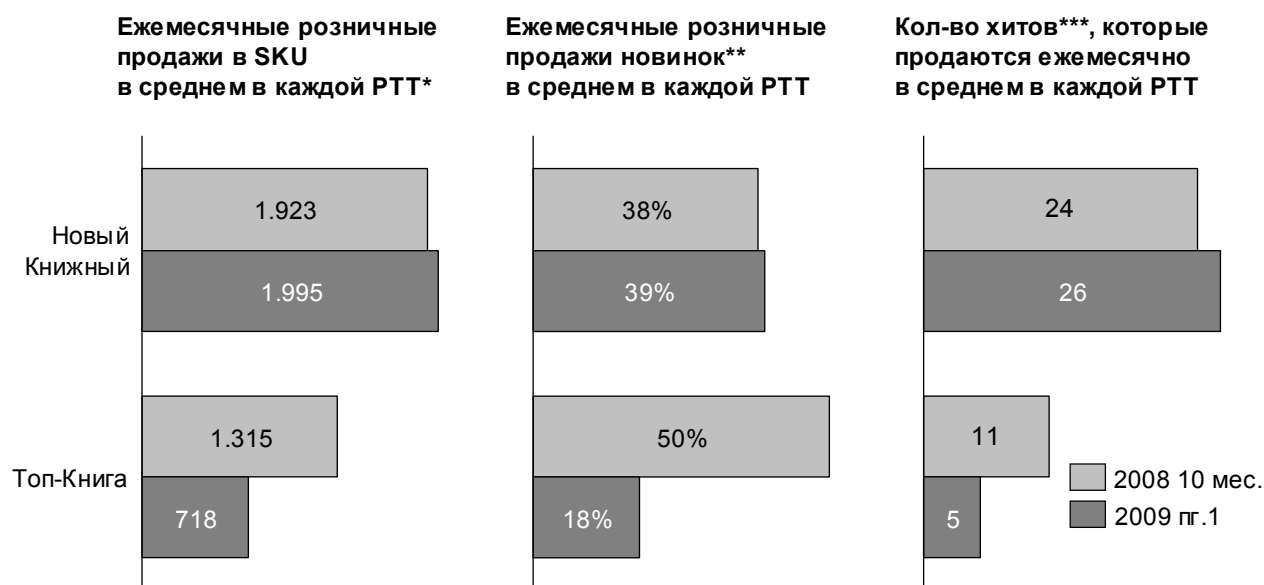
** В сетях «Новый книжный» и «Топ-книга» рассматривались результаты работы лучших 55 магазинов.

*** Рассчитывался ежемесячный процент от вышедших новинок по ассортименту издательства «Эксмо».

Источник: издательство «Эксмо».

Рисунок 25.

Розничные продажи в SKU, продажи хитов и новинок в расчете на одну розничную точку продаж



* И в сети Новый Книжный, и в Топ-Книге рассматриваются лучшие 55 магазинов

** Рассчитывается ежемесячный % от вышедших новинок по ассортименту ЭКСМО

*** Хиты – те SKU, ежемесячные розничные продажи которых ≥ 10 экз. в одном магазине – по ассортименту ЭКСМО

* SKU (Stock Keeping Unit) – ассортиментная позиция, единица складской наличности, учета запасов.
Источник: издательство «Эксмо».

Главным «героем» 2009 г., за которым весь год пристально следил российский книжный рынок, была компания «Топ-книга». В первом квартале 2009 г. компания находилась в сложной ситуации, о чем свидетельствовали опубликованные ею данные за этот период. Оборот упал на 20,9% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года, до 1,68 млрд. руб. Валовая прибыль снизилась на 18,8%, до 944,5 млн руб., чистая – на 62,6%, до 13,5 млн.

По сравнению с IV кварталом 2008 года выручка упала еще сильнее – на 29,7%, а валовая прибыль – на 19,7%. Правда, в IV квартале 2008 г. компания зафиксировала убыток (-34,6 млн руб.), а в I квартале 2009-го – добилась прибыльности. Несколько снизилась и кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками – на 8,9%, с 2,2 млрд. до 2,0 млрд. руб. Впрочем, в этот момент «Топ-книга» известила своих поставщиков, что она приостанавливает оплату за поставленный товар до августа.

Сложное финансовое положение компании подталкивало ее к поиску новых средств стимулирования спроса, который неуклонно снижался из-за ухудшения экономического положения большинства потребителей. В апреле 2009 г. в магазинах сети стартовала акция «Лучшая цена», в ходе которой «Топ-книга» предлагала все бестселлеры и «горячие» новинки по самой низкой, как утверждали в компании, цене.

Летом 2009 г. «Топ-книга» продолжала трудную борьбу за выживание, сокращая число магазинов и проводя новые распродажи. В начале июня 2009 г. компания объявила об очередной акции по снижению цен на «горячие» новинки и бестселлеры под девизом «Хватай-цена»: наиболее востребованные издания подешевели на 25-30%.

По сообщению компании, в июне 2009 г. она приобрела 243 750 своих облигаций 2-й серии по соглашению с их владельцами на общую сумму 243,75 млн руб. Одновременно «Топ-книга» выплатила доход по пятому купону этих облигаций в размере 86,4 млн руб. Исходя из того, что ставка купона была утверждена в размере 20%, у инвесторов остались облигации на общую сумму 432 млн руб. Остальные бумаги компанией были выкуплены.

Правда, погашая долги перед инвесторами, «Топ-книга» наращивала свой долг перед банками и другими займодавцами. Весной 2009 г. сообщалось о новых кредитах, полученных компанией у Сбербанка России. Летом было объявлено о займе в размере 150 млн руб., полученном от ООО «Полимикс-центр». В обеспечение этого кредита «Топ-книга» также заложила часть своих активов (подробности залога компанией не раскрывались).

Между тем в самой «Топ-книге» продолжались структурные изменения. Сокращалось число магазинов: к июлю 2009 г. их число снизилось на 30, причем особенно резко (на 20) упало число «Книгомиров». В июле 2009 г. «Топ-книга», открывшая в Омске полтора года назад три мини-магазина прессы «Городская сорока», отказалась от развития этого проекта. Конкуренты сети объясняли это не только общим падением рынка, но и особенностями формата «Сорок». Прежде компании «Топ-книга» пришлось изрядно потрудиться, чтобы приучить омичей покупать прессу не в киосках или супермаркетах, а в павильонах со свободным доступом к товару и с широким ассортиментом. Но кризис не позволил «Топ-книге» зафиксировать результат. Руководители компании признали, что формат немного опередил свое время. В сложившейся ситуации «Топ-книга» приняла решение пока не развивать этот формат, сохранив лишь те магазины, эффективная технологическая поддержка которых не сопряжена с заметными затратами.

Нынешнее состояние книготорговой сети обуславливает, как считает Г. Лямин, необходимость смены бизнес-модели розничной торговли. Для восстановления операционной эффективности небольших и средних книжных магазинов в регионах требуется их освобождение от избытка слабо востребованного ассортимента при смещении работы с «длинным хвостом» в специализированные каналы или Интернет, по крайней мере, в малых и средних городах.

В общей сложности в 2009 году в компании «Топ-книга» было уволено около 30% сотрудников, закрыто около 100 магазинов (при открытии 45 новых). Сокращение общей торговой площади составило 10%, снижение оборота – 25%. Сумма среднего чека к середине 2009 г. возросла на 10-15% по сравнению с июлем 2008 г., однако количество чеков сократилось на 30-40%. Падение оборота вследствие ухудшения ассортимента Г. Лямин определил на уровне около 10%.

К концу 2009 г., по словам Г. Лямина, положение дел в компании «Топ-книга» складывалось следующим образом:

- падение продаж удалось остановить на уровне 10-25% по отношению к 2008 г. (для разных каналов);
- был установлен баланс открытий-закрытий торговых точек на уровне 5-10 в месяц; была достигнута стабилизация общего числа магазинов в районе 550;
- достигнутая договоренность со Сбербанком РФ позволила рассчитывать на дальнейшее кредитование компании «Топ-книга»;
- снижение оборачиваемости обусловило смещение ассортиментного «хвоста» в опт и Интернет, сокращение числа поставщиков и ассортимента в розничной сети;

- благодаря опережающему снижению затрат достигнута операционная рентабельность на уровне около 10%, что дает возможность устранить просроченную задолженность в течение 6-12 месяцев.

К сожалению, «спасение» сети «Топ-книга» велось в течение 2009 г. во многом за счет самих издателей, довольно большая часть из которых не получила денег за поставленный товар вплоть до настоящего времени. В декабре 2009 г. «Топ-книга» получила кредит от издательства «АСТ» в размере 400 млн руб., однако и это не сильно поправило положение ритейлера. По словам генерального директора «Эксмо» О. Новикова, в январе-марте 2010 г. «Топ-книга» продолжала задерживать платежи, а в апреле денег от компании не поступало совсем. Это привело к тому, что в апреле 2010 г. «Эксмо» прекратило для компании «Топ-книга» отгрузку товара, стоимость которой прежде оценивалась примерно в 20 млн руб. в месяц (в ценах поставщика). О. Новиков полагает, что в перспективе ритейлеру просто неоткуда взять необходимые средства для расчета с издательством. Общий долг «Топ-книги» издательству, по его оценке, достиг примерно 100 млн руб. Вместе с тем, по данным финансового директора «АСТ» О. Бартенева, «Топ-книга» не только расплатилась с «Эксмо» за уже проданный товар, но и переплатила не менее 100 млн руб., в то время как другие издательства получают деньги только по факту продаж.

По мнению генерального директора издательства «Эгмонт Россия» Л. Елина, «уход» «Эксмо» может стать для «Топ-книги» если не последним, то предпоследним «ударом». Реакция других издателей на решение «Эксмо», по его словам, может быть «очень нервной». Хотя многие издатели и пытаются поддержать «Топ-книгу» и надеются получить от нее деньги, все понимают, что работать с ритейлером, серверы которого с марта 2010 г. находятся под арестом, весьма рискованно.

По данным О. Новикова, с середины 2009 г. только в арбитражном суде Москвы в адрес «Топ-книги» было зарегистрировано 14 исков от поставщиков. По расчетам «Эксмо», убытки ритейлера составят в 2010 г. от 500 до 700 млн руб. Как считает О. Новиков, «Топ-книга» может прекратить свою деятельность еще до конца I полугодия 2010 г. Если в 2008 г. доля «Топ-книги» на рынке составляла 12%, то сейчас гендиректор «Эксмо» оценивает ее примерно в 5%, хотя даже такое снижение доли позволяет ритейлеру оставаться крупнейшим в стране.

Впрочем, в самой «Топ-книге» оптимизма не теряют, и в 2010 г. компания планирует восстановить книготорговую сеть, достигнув того числа магазинов, которое существовало в середине 2008 г., и, при наличии возможностей, превысить этот показатель. 26 апреля 2010 г. «Топ-книга» подписала соглашение о партнерстве с Банком «Международный финансовый клуб», принадлежащим М. Прохорову и еще четырем крупным российским бизнесменам. В соответствии с условиями соглашения Банк МФК проведет всеобъемлющий анализ текущего состояния «Топ-книги» и предложит варианты его стабилизации, окажет компании финансовую поддержку, а также выступит агентом по урегулированию ее взаимоотношений с миноритарным акционером. Председатель Правления банка МФК А. Попов считает, что совместная работа по стабилизации финансового положения компании создаст все необходимые предпосылки для ее дальнейшего позитивного развития.

3.3. Влияние финансового кризиса на деятельность локальных операторов книжного рынка

В наибольшей степени отрицательное воздействие кризиса на книжный рынок сказалось на книжной торговле в регионах за Уралом. По оценкам экспертов рынка, оборот крупнейшей российской федеральной книготорговой сети «Топ-книга» снизился в 2009 г. в основном за счет магазинов в азиатской части страны.

По данным компании «Топ-книга», которые были собраны у региональных книготорговых операторов на условиях анонимности, снижение выручки региональных операторов в среднем по России составило к середине II квартала 2009 г. 20% (см. табл. 27 и рис. 26).

Таблица 27.

Снижение выручки региональных операторов в мае 2009 г. к маю 2008 г.

Региональные сети	Падение выручки (май 2009 к маю 2008 г.)
Екатеринбург: 3 сети, 18 магазинов	-25%
Новороссийск: 1 сеть, 4 магазина	-15%
Таганрог: 1 сеть, 5 магазинов	-10%
Абакан: 1 сеть, 3 магазина	-30%
Санкт-Петербург: 2 сети, 68 магазинов и 240 торговых точек	-25%
Сургут: 1 сеть, 2 магазина	-20%
Среднее значение	-20%

Источник: компания «Топ-книга».

Согласно оценке генерального директора книготорговой сети «ПродаЛить» (Иркутск) В. Перевозникова, продажи в сети в 2009 г. увеличились на 19,2%, но главным образом за счет некнижных товаров. Рост собственно книжных продаж в сети «ПродаЛить» составил 6%, однако если исключить учебную литературу с увеличением оборота на 22% и не принимать во внимание инфляционный фактор, то на деле книжные продажи испытали заметное падение. Как считает В. Перевозников, причины снижения реализации книг связаны не столько с кризисом, сколько с общим ослаблением интереса к чтению, в особенности в молодежной среде, отсутствием серьезного внимания к пропаганде чтения и книги.

С. Рухлов, генеральный директор екатеринбургской книготорговой сети книжных магазинов «Люмна», оценивает снижение объема продаж книг в экземплярах на уровне примерно 10%, обращая в то же время внимание на увеличение стоимостного показателя продаж из-за роста цен также приблизительно на 10%.

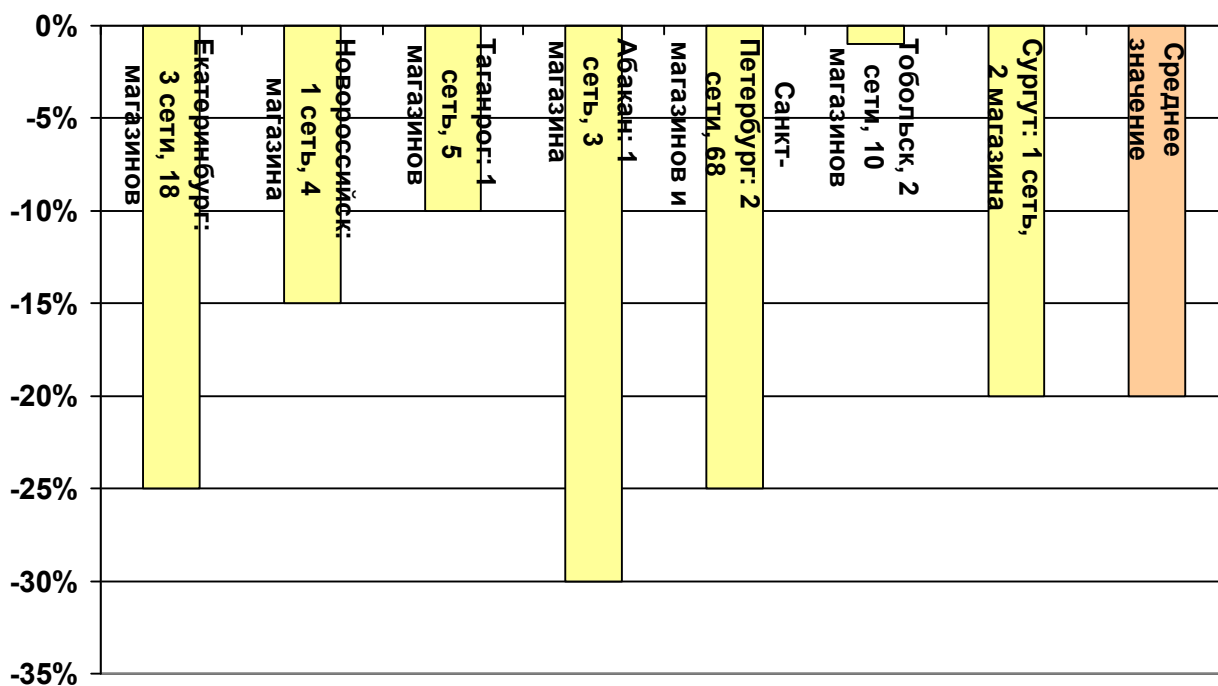
Характеризуя положение дел на книжном рынке Самарской области, генеральный директор книготорговой сети «Метида» Н. Мнацаканян в качестве основных факторов влияния выделяет, помимо кризиса, также и резкое усиление конкуренции. Так, в истекшем году рыночная активность сети «Новый книжный – Буквоед» проявилась в открытии трех магазинов «Читай-город». Местная книготорговая сеть «Чакона» продолжает заниматься открытием новых магазинов в торговых центрах. Традиционные книготорговцы испытывают все более серьезную конкуренцию со стороны сетей по продаже товаров повседневного спроса (FMCG) – «Ашан», «Метро» и др.

Как отмечает первый заместитель генерального директора компании «Ростовкнига» Л. Симашкова, в Ростове и Ростовской области кризис также ошутим, и в особенности заметны его проявления в шахтерских городах. Однако, исходя из предварительных оценок, «Ростовкнига» показала рост продаж на 12-15%.

Книготорговая сеть «АВФ-книга» (Архангельская область), согласно данным ее генерального директора Т. Елисейевой, потеряла в книжных продажах 5-7%.

Рисунок 26.

Снижение выручки региональных операторов в мае 2009 г. к маю 2008 г.



Источник: компания «Топ-книга».

Как показал опрос книготорговцев, проведенный журналом «Книжное дело», в наименьшей степени кризис отразился на Москве, Санкт-Петербурге, на других крупных городах – «миллионниках». Так, по информации руководства Санкт-Петербургского Дома книги, в 2009 г. продажи магазина выросли на 30%, хотя в октябре-ноябре 2009 г. в магазине было зафиксировано падение покупательского спроса. В предновогодний период магазин не смог продать ни одного подарочного издания, чего прежде никогда не случалось, заметно уменьшилось и число покупателей-туристов.

Генеральный директор книготорговой компании «Буквояд» Д. Котов оценивает увеличение оборота на уровне примерно 20%, отмечая, что рост средней суммы чека составил около 15%. При этом он подчеркивает, что рост выручки происходит за счет повышения цен: средняя цена книги в 2009 г. выросла примерно на 15%. В то же время эксперт связывает увеличение продаж в основном с открытием новых книжных магазинов, тогда как в старых магазинах во втором полугодии 2009 г. было отмечено снижение продаж. Больше всего сократились продажи деловой, «прикладной» и естественнонаучной литературы, лучше конъюнктура на рынке художественной и учебной литературы (рост на 12-18%). Снизилось и количество покупателей. Д. Котов подтверждает обострение проблемы возвратов: нужно повышать эффективность

использования площадей. Следует отметить, что при этом многие крупные издатели и книготорговцы проводят мысль о необходимости активизации усилий по пропаганде чтения и стимулированию спроса, чтобы преодолеть негативные тенденции на рынке.

Генеральный директор Санкт-Петербургского Дома книги Л. Пасхина отмечает, что «вымывание» ассортимента становится заметным. В то же время в главном петербургском магазине в июне 2009 г. – это традиционное время «белых ночей», когда в городе много иностранных туристов – выручка выросла на 20%.

Неоднозначной следует признать ситуацию на московском книжном рынке. Генеральный директор ГУП ОЦ «Московский Дом книги» Н. Михайлова отмечает, что в 2009 г. по сравнению с 2008 г. выручка сети выросла в среднем на 5,8%, однако продажи в поэкземплярном исчислении упали на 5,5% (см. табл. 28). Рост же объясняется увеличением продажной цены книги в среднем на 11,9%. Наиболее сильно спад коснулся технической литературы (-15,5% в поэкземплярном исчислении и -3,1% – в стоимостном). В то же время продажи учебной литературы увеличились на 4,6% в экземплярах и на 14,1% – в деньгах при росте средней продажной цены учебной книги на 9,2%. Число покупателей в магазинах сети немного уменьшилось, а количество наименований в чеке снизилось с 5-6 до 3,5. При этом руководитель МДК отмечает, что у тех издательств, которые активно занимаются продвижением своей продукции, снижения продаж по сети не наблюдается.

Таблица 28.

Реализация книжной продукции в ГУП ОЦ «Московский Дом книги» в 2009 г.

Раздел литературы	Общественно-политическая	Учебная	Детская	Художественная	Техническая	Среднее значение
Выручка в розничных ценах	-1,3%	+14,1%	+14,4%	+11,3%	-3,1%	+5,8%
Экземплярные продажи	-15,6%	+4,6%	-1,6%	-1,7%	-15,5%	-5,5%
Продажи по количеству наименований	-7,6%	-1,1%	-6,8%	-2,0%	-8,6%	-5,3%
Средняя продажная цена книги	+16,9%	+9,2%	+16,2%	+13,3%	+14,7%	+11,9%

Источник: ГУП ОЦ «Московский дом книги».

В. Синянский, генеральный директор ИГ «ИНФРА-М», владевшей¹ сетью «Библиосфера», основываясь на данных о продажах в 35 магазинах сети, работающих более семи лет, отмечает, что спад оборота отмечен только в мае и июне 2009 года – соответственно на 3% и 2%. Максимальное падение отмечалось в Татарстане и некоторых других регионах, где раньше фиксировались высокие темпы роста, а в регионах победнее, соответственно, резкого падения нет. По словам В. Синянского, из-за того, что издатели были «напуганы» банкротством ряда книготорговых компаний («Букбери»), условия поставки в середине 2009 г. резко ужесточились, а некоторые издательства вообще прекратили отгружать товар. По мнению эксперта,

¹ По состоянию на конец 2009 г. велись переговоры о продаже сети «Библиосфера». Подробности переговоров не раскрываются.

если улучшить ассортимент и подкрепить продажи маркетинговыми усилиями, то ситуация была бы намного лучше. Основной проблемой момента он называет психологический настрой издателей из-за роста неплатежей.

Сложнее приходилось новым игрокам. К примеру, в сети мультимедиа-магазинов «Букбастер» в 2009 г. оборот уменьшился на 20%, а размер суммы среднего чека по книгам снизился на 5-10%. Как полагает глава компании «Букбастер» О. Степанов, в условиях кризиса не произошла переориентация людей на книги, на что многие рассчитывали. Наоборот, от чтения отказались те, для кого оно не представляло первую необходимость.

Как показал проведенный журналом «Книжное дело» опрос книготорговцев, большинство участников на фоне общей негативной картины отметили рост продаж детской литературы в 2009 г. Также книготорговцы выразили удовлетворение продажами учебников и учебных изданий. В то же время представителями книжной торговли было отмечено снижение продаж экономической, деловой, научной и профессиональной литературы. Так, по словам Т. Елисеевой из компании «АВФ-книга», приобретение данной литературы организациями по безналичному расчету практически сошло на нет.

Во многих регионах стало заметным смещение спроса покупателей в более дешевый ценовой сегмент. Финансовый директор издательской группы «АСТ» О. Бартенев приводит следующие данные. Существенно – на 40% – снизились продажи книг стоимостью более 1500 руб. А продажи книг дороже 3000 руб. вообще упали на 70%. Серьезный спад отмечен в сегменте книг с ценой выше 500 руб. С другой стороны, продажи детских цветных книг с розничной ценой от 100 до 250 руб. увеличились на 40%. Согласно оценке эксперта, в докризисное время у крупных компаний основной объем продаж обеспечивался за счет книг с розничными ценами в диапазоне 400-500 руб., однако в 2009 г. на первый план вышли издания с ценой до 250 руб. Обращает на себя внимание и другое его наблюдение: если в 2007-2008 гг. такие факторы, как повышение качества и соответствующий рост цены книг, обуславливали рост объемов продаж, то в 2009 г. положение дел вернулось на уровень 3-4-летней давности: в истекшем году продажи дешевой, пусть и не очень хорошо сделанной книги, шли в регионах намного лучше. Вывод О. Бартенева: «Цена теперь имеет значение № 1».

Прошедший год показал, согласно свидетельствам книготорговцев, что увеличение цен не вышло за обычные рамки, составив 10-20%. При этом почти всеми книготорговцами было отмечено, что этот ценовой рост был фактически снивелирован многочисленными распродажами, маркетинговыми акциями с предложением существенных скидок.

Кризис обострил проблему своевременности расчетов между издателями и книготорговцами. Коммерческий директор компании «Топ-книга» Л. Касьянова сообщила в ходе опроса, проведенного журналом «Книжное дело», что текущие поставки «Топ-книга» оплачивает в обычном режиме, при этом отсрочки по платежам доходят до года, т. е. фактически сеть кредитруется за счет издателей. Более того, многие партнеры компании «Топ-книга» получили от последней предложение списать часть кредиторской задолженности при условии стабильного внесения оплаты оставшихся долгов и новых счетов.

Книготорговая сеть «ПродаЛить», связанная в начале кризиса обязательствами по выплате больших кредитов, взятых на развитие сети, также не смогла сохранить отношения со всеми поставщиками. В условиях, когда у компании появилась

проблема своевременности расчетов с издательствами-поставщиками, некоторые из них приняли решение о прекращении сотрудничества с сетью. В то же время глава «ПродаЛита» В. Перевозников не планировал списывать свои задолженности перед кредиторами, взяв обязательство постепенно погасить все долги перед поставщиками.

В прошедшем году большинство книготорговых предприятий пошли на увеличение периода отсрочки платежей или же стали платить издательствам по реализации поставленной продукции. В 2009 г. обычный период отсрочки для платежей составлял 180 дней, а периода отсрочки платежей менее 90 дней применительно к среднерасходным изданиям практически уже не существует.

Весьма серьезное значение для российской книжной отрасли имеет проблема возвратов. По мнению представителей книготорговых компаний, возврат поставщикам нереализованной продукции способствовал бы повышению товарооборачиваемости, высвобождению книжных полок для новых книг. Однако, как считают книготорговцы, российскими издателями возвраты принимаются с крайней неохотой. Возможность таких возвратов в договорах, как правило, не предусматривается, и, если допускается, то в соответствии с устными договоренностями. Это и понятно: согласно нынешнему российскому законодательству, моментом продажи книги считается не момент поступления средств за проданный товар от книготорговца на расчетный счет издателя, как в зарубежных странах, а момент отгрузки книг издателем книготорговцу. Соответственно именно в этот момент возникает необходимость уплаты издателем НДС. В случае же возвратов, издатель получает назад книги, но не получает назад уплаченного НДС. Зачастую книготорговцы, чтобы избежать проблем с возвратом НДС издателям за непроданный товар, оформляют его как возврат по браку. Такая практика, основанная на несовершенстве российского законодательства, является для мелких издательств губительной.

Своеобразной политики придерживается издательская группа «АСТ», настаивая на оплате своих непроданных книг, но в то же время и не принимая их обратно. По-прежнему почти отсутствует практика возвратов нереализованной продукции в деятельности издательств, выпускающих учебную литературу. По мнению специалистов, введение повсеместной практики возвратов нереализованной продукции позволило бы книготорговцам брать больше книг, чаще экспериментировать.

В 2009 г. на схему оплаты поставленной продукции по ее реализации перешло издательство «Эксмо», что было поддержано многими книготорговцами. Кроме того, издательство «Эксмо» сделало реальным для книготорговцев возврат нереализованной продукции.

Многие представители регионов полагают, что ситуация на книжном рынке, невзирая на кризис, характеризуется ростом конкуренции, в особенности со стороны федеральных книготорговых сетей. При этом наиболее часто упоминается книготорговая сеть «Новый книжный» – «Буквояд», продолжающая расширяться за счет открытия магазинов в различных регионах России. Интересно, что если ранее основным раздражителем для местных книготорговцев являлась компания «Топ-книга», то в 2009 г. относиться к ней на местах стали с гораздо большей терпимостью. В истекшем году «Топ-книга» боролась за выживание, ее структура носила весьма подвижный характер в силу закрытия и последующего открытия на новом месте многих ее магазинов, их «переформатирования», и, по мнению местных книготорговцев, серьезной угрозы от компании «Топ-книга» уже не исходило.

В новых условиях те обвинения, которые раньше доставались «Топ-книге», теперь были адресованы сети «Новый книжный – Буквояд» (обычна ссылка на открытие магазинов сети поблизости от конкурентов, на уже «прикормленном» месте, проведение политики ценового демпинга).

В то же время в ходе проведенного журналом «Книжное дело» опроса книготорговцев сеть «Буква» практически не упоминалась. В 2009 г. рост числа магазинов сети «Буква» в силу того, что не делалась ставка на расширение, носил вполне умеренный характер. Как известно, сеть «Буква» свой ассортимент базировала преимущественно на издательской продукции группы «АСТ», но в 2009 году, по оценке О. Бартенева, рост доли книг других издательств в ассортименте сети «Буква» усилился. Если в 2008 г. удельный вес «сторонних» изданий в объеме продаж сети находился на уровне 15%, то к началу 2010 г. этот показатель достиг 25% и прогнозируется его рост к концу 2010 г. до 35%. Впрочем, следует учитывать, что если сеть «Буква» включает в свой ассортимент «сторонние» издания, то это те книги, которые не «пересекаются» с ассортиментом издательской группы «АСТ», – в основном издания деловой литературы и бестселлеры.

Сами региональные книготорговцы использовали достаточно благоприятную ситуацию на рынке аренды помещений для открытия новых магазинов, отдавая предпочтение крупным форматам. Так, большой магазин-склад появился у сети «ПродаЛить». Екатеринбургская сеть «Люмна» ввела в эксплуатацию крупный мелкооптовый склад. 2 магазина прибавились в сети «АВФ-книга». По мнению участвовавших в опросе книготорговцев, какого-либо резкого уменьшения количества книжных магазинов не произошло: если магазины закрывались, то и открывались также.

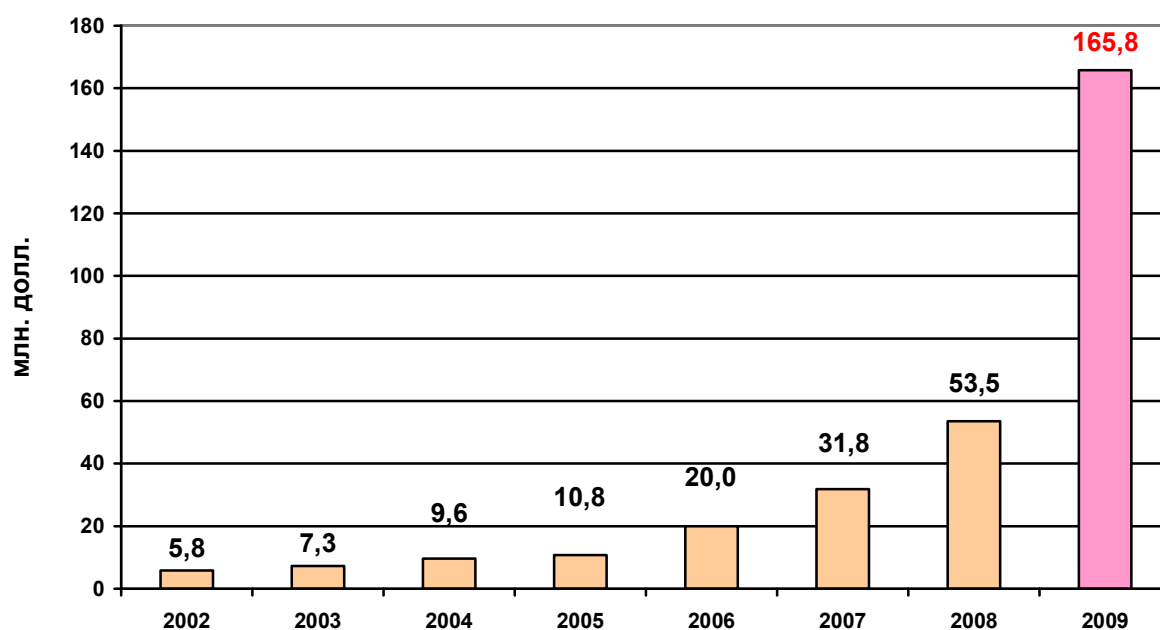
IV. ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ

В апреле 2010 г. крупнейшая в мире библиографическая компания «Bowker» представила статистические данные о книгоиздании в США в 2009 г. Согласно оценке «Bowker», выпуск книг по названиям в 2009 г. в США фактически не изменился, снизившись в сравнении с 2008 г. менее чем на полпроцента: с 289 729 названий в 2008 г. до 288 355. В отличие же от традиционного книгоиздания для издателей США этот год стал еще одним рекордным периодом за счет роста выпуска «нетрадиционных» книг. Эти книги, продвигаемые почти исключительно в Сети, представляют по большей части названия, выпущенные по технологии «print-on-demand», репринтными издательскими домами, специализирующимися на произведениях, находящихся в общественном достоянии, и издательствами, работающими с самоиздателями и «микронисшевыми» изданиями. Согласно данным компании «Bowker», в 2009 г. в США было выпущено 764 448 названий, которые выходят за пределы традиционных издательских и классификационных дефиниций. В результате совокупный издательский выпуск в Соединенных Штатах впервые преодолел отметку в 1 млн названий в год.

Особенно быстро растет рынок электронных изданий. Так, по данным Международного цифрового издательского форума (IDPF), продажи электронных изданий в США в 2009 г. втрое превысили аналогичный показатель 2008 г. (см. табл. 29 и рис. 27).

Рисунок 27.

Динамика роста рынка электронных книг в США в 2002-2009 гг. (оптовые продажи)



Источники: Международный цифровой издательский форум (International Digital Publishing Forum), Ассоциация американских издателей (Association of American Publishers).

Таблица 29.

Динамика роста рынка электронных книг в США в 2002-2009 гг. (оптовые продажи)

Годы	Доходы издателей (долл. США)	Прирост к предыдущему году	Годы	Доходы издателей (долл. США)	Прирост к предыдущему году
2002	5 794 180	–	2006	20 000 000	+84,69%
2003	7 343 885	+26,75%	2007	31 800 000	+59,00%
2004	9 619 503	+30,99%	2008	53 500 000	+68,24%
2005	10 828 970	+12,57%	2009	165 800 000	+209,91%

Источники: Международный цифровой издательский форум (International Digital Publishing Forum), Ассоциация американских издателей (Association of American Publishers).

При этом необходимо учитывать, что Международный цифровой издательский форум берет в расчет данные только 15-ти крупнейших поставщиков электронного книжного контента, и в реальности объем американского рынка e-books еще больше. Кроме того, следует отметить, что данные IDPF дают информацию об оптовых продажах электронных изданий, следовательно, объем розничного товарооборота может быть значительно выше. Так, согласно итоговым данным Ассоциации американских издателей, которые также основываются на информации ограниченного числа издателей, объем **розничных продаж электронных книг** в США составил 313 млн долл., что почти на 180% превышает уровень 2008 г.

По оценкам экспертов, в прошлом году электронные издания занимали около 1% книжного рынка США, но эксперты предсказывают, что в течение пяти лет доля цифровой литературы в Америке может вырасти до 10%.

Высокими темпами развивается рынок электронных изданий в Японии, Китае и других странах.

4.1. Тенденции развития рынка электронных изданий в России

В настоящее время на российском рынке электронных изданий действует целый ряд агрегаторов электронного контента. Так, лидеры книгоиздания – издательство «Эксмо» и издательская группа «АСТ» – вышли на этот рынок, создали специальные подразделения и активно занимаются подготовкой и распространением электронных изданий.

Несмотря на то, что рынок электронных книг можно назвать быстрорастущим, объем его все еще остается незначительным. По оценке руководителя проекта «КнигаБайт» А. Гельмизы, легальное электронное поле включает до 20 тыс. названий. Очевидная ограниченность представленных на легальном рынке электронных изданий, по его мнению, обуславливается, во-первых, отсутствием правильно подготовленных электронных файлов для выпуска электронного издания и, во-вторых, отсутствием консолидации прав на электронные публикации. А. Гельмиза подчеркивает: «Если частично рынок электронной книги был инициирован именно извне, компаниями, которые предлагали свои решения, не являясь классическими издателями, то сегодня точно настал тот момент, когда без консолидации усилий дальнейшее развитие рынка невозможно».

Развитие рынка электронных изданий в России, по мнению экспертов, сдерживается несколькими серьезными проблемами.

Первая ключевая проблема: в России должны быть созданы единые стандарты подготовки книг-файлов, которые могут быть использованы для выпуска как изданий на бумажном носителе, так и электронных изданий.

Вторая проблема: правовое обеспечение электронного книгоиздания. Сформировавшаяся в доцифровую эпоху договорная система не предусматривала передачу издателям прав на электронные публикации, и сейчас права на большинство названий для издания в электронном виде находятся у авторов, что затрудняет решение проблемы консолидации прав. Как отмечает А. Гельмиза, российские правовые организации не в состоянии «обслужить» этот поток, и пока не существует схемы, которая позволяла бы купить права «оптом», что серьезно ограничивает возможности создания электронных книг.

По оценке специалистов, обозначенные выше две проблемы имеют скорее технический характер и со временем вполне могут быть решены. Значительно более серьезная проблема легального рынка электронного книжного контента, как считают эксперты, заключается в неспособности издательских компаний сформировать рыночное предложение продукта, который по соотношению «цена – качество» существенно превосходит предложение пиратских ресурсов и который способен генерировать платежеспособный спрос значительной по объему аудитории российских Интернет-пользователей.

Одним из самых заметных игроков на рынке электронных книг является сетевой ресурс «ЛитРес», обладающий самым большим пакетом авторских прав на распространение русскоязычных книг в Рунете – 20 тыс. названий. Портал «ЛитРес» появился в 2005 г. после объединения пяти онлайн-библиотек. База магазина ежедневно пополняется. Приобрести книги можно в 15 форматах, включая fb2, rtf, java и txt. Проект предлагает семь способов оплаты, в число которых входят WebMoney, PayPal, кредитные карты и СМС.

Компания «ЛитРес» установила прямые контакты с авторами и переводчиками для получения текстов и прав на их продажу. Один из первых авторских договоров компания подписала с Сергеем Лукьяненко. Успешно развивается сотрудничество «ЛитРес» с издательствами. В числе партнеров «Литрес» – ведущие издательства: издательская группа «АСТ», «Эксмо», «Олма Медиа Групп», «Росмэн» и др.

«ЛитРес» позиционирует себя как Интернет-компанию легального бизнеса, продающую электронные копии книг только на основе договорных отношений с правообладателями – авторами или издательствами, и первую компанию в Рунете, выплачивающую авторские гонорары. Права компании «ЛитРес» на каждую продаваемую книгу оформлены соответствующими договорами. Продажу электронных книг «ЛитРес» осуществляет по минимальным ценам: в настоящее время 1000 знаков текста обходятся читателю в среднем в 8 коп. Средняя стоимость электронной книги на www.litres.ru – 11 руб. 06 коп.

По оценке компании «ЛитРес», доля дохода автора от продаж каждой электронной книги более чем в 2 раза выше его доли доходов от продаж той же книги в бумажном издании. Автору предоставлен полный оперативный контроль хода продаж его произведений: в режиме онлайн автор может отслеживать начисления с продаж каждого файла и чтения отдельных страниц.

В мае 2009 г. компания «Комстар-ОТС», предоставляющая услуги по Интернет-доступу под маркой «Стрим», стала первым крупным Интернет-провайдером, заключившим соглашение с «ЛитРесом». Любую книгу, купленную на портале «Стрим24», пользователь сможет скачать более чем в 15 форматах: для ПК,

смартфонов, коммуникаторов, iPhone и специализированных eBook-устройств. Единожды приобретя издание, пользователь получает к нему неограниченный доступ из любого места, с любого компьютера.

Первым ритейлером, который начал предлагать своим покупателям электронные книги, стал один из крупнейших столичных книжных магазинов – Торговый Дом книги «Москва».

На сайте «Москвы» появился раздел «Электронные книги» (он доступен и в торговом зале), где покупатели могут приобрести любые тексты из ассортимента «ЛитРеса». Потребители могут скачать электронную книгу не только с сайта «Москвы», но и непосредственно в торговом зале, оплатив покупку через кассу. Цены на электронные книги полностью соответствуют ценам «ЛитРеса». Торговый Дом книги «Москва» также начал продажу устройств для чтения электронных книг. Все предлагаемые устройства снабжены экраном с технологией «электронные чернила», то есть процесс чтения с этого экрана не отличается от чтения бумажной страницы обычной книги.

В «Москве» продажу электронных книг рассматривают как дополнительную услугу для своих покупателей, у которых отныне есть возможность приобрести нужный текст в любом формате – печатном, электронном или в виде аудиокниги. Выбор партнера в магазине объясняют тем, что «ЛитРес» – первая компания, которая ведет эту работу в правовом поле, а для такого предприятия, как «Москва», абсолютная правовая чистота имеет первостепенное значение. Генеральный директор Торгового Дома книги «Москва» М. Каменева отмечает, что предложение новой услуги никак не сказалось на наценке магазина. По ее словам, магазин не рассматривает продажу электронных текстов как поддержку офлайн-продаж. По состоянию на декабрь 2009 г., база магазина включала около 20 000 электронных текстов на русском языке, а также более 60 тыс. названий на английском, предоставленных британской оптовой компанией «Gardners Books». По мнению М. Каменевой, важнейшими условиями расширения аудитории пользователей электронных книг выступают удобство и легкость чтения с экрана, разнообразие форматов файлов электронных текстов. Важно обеспечить наличие максимального выбора устройств для чтения, которые официально разрешены для продажи в России.

В июле 2009 г. магазин «ЛитРес» открылся на базе проекта «Афиша@Mail.ru», ранее компания заключила договор о сотрудничестве с еженедельником «Аргументы и факты».

Усиливает свою активность на рынке электронных книг один из лидеров российского книгоиздания издательство «Эксмо». По состоянию на начало мая 2010 г., ассортимент магазина электронных книг издательства «Эксмо» (<http://ebooks.eksmo.ru/>) включал свыше 20 000 названий книг, около 1500 названий аудиокниг. В ассортименте представлены книги более 5 500 авторов. Услугами магазина электронных книг пользуются примерно 230 000 читателей.

В конце февраля – начале марта 2010 г. издательство «Эксмо» проводило маркетинговую акцию, в ходе которой любая сумма, которая вносилась на книжный счет, увеличивалась на 40%.

Покупателю предоставляется такая услуга, как оформление абонемента в библиотеку «Эксмо – книги». В зависимости от объемов скачиваний на выбор предлагаются несколько тарифных планов от «эконом» до «бизнес».

Другой лидер российского книгоиздания – издательская группа «АСТ» – развивает проект «Elkniga.ru» – портал, созданный для продажи электронных книг.

К началу мая 2010 г. в магазине было представлено более 5000 названий книг и более 300 аудиокниг. Цифровой ассортимент составили произведения почти 1800 авторов. Общее количество читателей, пользующихся услугами портала, – более 17,5 тыс. чел.

Как подчеркивают специалисты «АСТ», главное отличие портала «Elkniga.ru» от многих аналогичных ресурсов состоит в высоком качестве продаваемой продукции: в полном соответствии текста оригиналу, хорошем разрешении, легкости скачивания, наличии только подлинных электронных версий – отсутствии отсканированных книг.

Постепенное увеличение потребительского спроса на электронные издания стимулирует рост числа игроков на рынке электронных книг. В конце 2009 г. на нем появился новый интересный и активный игрок – «Bookee.ru», позиционирующий себя как национальную систему дистрибуции электронных книг. В этот проект фонд «Softline Venture Partners», как отмечает пресс-служба самой компании, планирует инвестировать 1 млн долл. США. Результаты деятельности «Bookee.ru» через 15 дней после старта проекта говорят сами за себя:

- 12 800 уникальных посетителей сайта;
- 960 зарегистрированных пользователей;
- 64 регистрации в день;
- наличие в системе bookee 1850 электронных книг.

Как показал опрос пятидесяти ведущих издателей, организованный компаниями «Bookee.ru» и «Softline» в декабре 2009 г., издатели рассматривают рынок электронных книг как весьма перспективный с тенденцией активного роста в ближайшие годы. 32% опрошенных издателей уже действуют на рынке электронных книг, продавая электронные версии своих изданий. 50% участников опроса планируют выход на этот рынок в ближайшее время, а 56% опрошенных выразили готовность уменьшить цены на электронные версии своих книг для привлечения покупателей.

В сентябре 2009 г. журнал «Книжная индустрия» провел опрос представителей малых и средних издательств, который принес следующие результаты:

- 75% участников опроса рассматривают сетевые библиотеки и магазины электронных публикаций в качестве партнеров, которые способны поддержать традиционный издательский бизнес;
- 18% респондентов – представителей малого и среднего издательского бизнеса – усматривают в электронной книге самостоятельное направление книжного бизнеса, совсем не пересекающееся с деятельностью их фирмы;
- 7% указали на отсутствие цивилизованных рыночных отношений в электронном книгоиздании, большое число пиратских ресурсов.

Перспективы развития рынка цифрового контента специалистам видятся в следующем:

- 50% участников опроса – малых и средних издательств – полагают, что через 10 лет цифровой контент составит серьезную конкуренцию традиционным книжным изданиям;
- 30%, напротив, считают, что у цифрового контента нет самостоятельного будущего. Рынок электронных книг, по их мнению, вряд ли сформирует полноценное бизнес-направление вследствие специфических экономических и политических условий существования большей части населения России;

- 20% исходят из перспективы параллельного развития рынков цифровой и традиционной (бумажной) книги, поэтому не считают нужным акцентировать внимание на возможности какой-либо конкуренции.

Директор книжного магазина «Москва» М. Каменева приводит свой аргумент в пользу электронных книг. Она отмечает, что книжников беспокоит снижение покупательской способности при растущих ценах на книги. По ее мнению, альтернативой как раз и станут электронные издания, цены на которые в нашей стране пока значительно ниже, чем на традиционную книгу. В любом случае – интерес покупателей к электронным книгам будет расти.

«Замещение» печатных книг электронными отмечают и издатели. Как отмечают в издательстве «Альпина бизнес букс», в среднем по рынку сегмент деловой литературы в 2009 году просел примерно на 20-30%. Однако компания тут же придумала антикризисную меру, запустив новый сервис – деловую онлайн-библиотеку. Издательство продает клиентам, в основном корпоративным, доступ к своей базе данных – это около 300 наименований электронных книг. Подписка на год стоит минимум 45 тыс. руб. Экономия получается существенная: покупка этих книг в бумажном варианте обойдется как минимум в два-три раза дороже.

Характеризуя ситуацию в книжной индустрии в 2009 г., следует обратить внимание на то, что происходящие сегодня на рынке процессы и изменения, связанные с внедрением новых технологий, многими издателями и книготорговцами осознаны еще далеко не до конца. Например, оценивая перспективность рынка электронной книги, генеральный директор издательства «Азбука-классика» Д. Веселов отмечает: «Пока что мы на это смотрим, наблюдаем и думаем. Но у нас так много хороших еще не изданных книжек, что на электронные нет ни сил, ни времени. В любом случае это требует определенного кадрового ресурса, затрат. Любое новое направление нужно правильно просчитать. Если ты не видишь конечный результат, лучше этим не заниматься – потратив время, силы и деньги, в итоге получишь непонятно что. У кого есть финансовый ресурс, тот пусть этим и занимается. Мы умеем хорошо делать бумажные книжки, и мы их делаем».

В свою очередь, генеральный директор издательства «Время» Б. Пастернак отмечает, что в 2009 г. его компания начала торговать электронным контентом и считает это направление перспективным. По его словам, «Время» активно и с удовольствием сотрудничает с компанией «ЛитРес». По мнению Б. Пастернака, тем, кому книга действительно нужна, удобнее купить ее в электронном виде, когда цена покупки находится в пределах 30-40 рублей, а не 150-200 рублей бумажного тома.

По мнению генерального директора издательства «РИПОЛ классик» С. Макаренкова, появление электронной книги не будет во вред бумажной книге. Издатель считает, что проблему сосуществования ридеров и традиционной книги можно сравнить с идеей телефона вообще и его мобильной версии, в которой сегодня можно совместить и компьютер, и плеер, и камеру.

Л. Веденьева (ТД «Библио-Глобус») признает, что для развития рынка цифровой книги сегодня есть все условия. Продажа контента, правда, несколько осложняется из-за активного пиратства, однако чем быстрее будет развиваться легальный рынок, чем сильнее он будет поддержан законодательством, тем быстрее можно будет победить и электронных пиратов. Тем не менее, по ее мнению, полного замещения бумажной книги не произойдет, но полноценным дополнением к домашним библиотекам электронная книга обязательно станет.

Генеральный директор книготорговой компании «Топ-книга» Г. Лямин считает, что несмотря на усиление позиций Интернета, в ближайшие 10 лет рынок бумажных книг сохранит сегодняшнюю актуальность. В основе его уверенности – наличие традиционной системы обучения и развития детей, основанной на книгах, а также роль чтения в жизни общества. В то же время, отмечает Г. Лямин, развивать традиционный книжный рынок теперь нужно с учетом тех изменений в сознании покупателей, которые уже произошли, и тех экономических реалий, с которыми отрасли придется иметь дело в 2010 году.

4.2. Правовые проблемы развития электронного книгоиздания и книгораспространения

Развитие сетевых технологий создало предпосылки для появления многочисленных «электронных библиотек» (ЭБ), под которыми обычно понимают доступные через Интернет или локальные сети упорядоченные коллекции преобразованных в цифровую форму литературных произведений и иных документов, снабженные средствами поиска и навигации.

Мировой опыт показывает, что в настоящее время сложилось две категории крупных электронных библиотечных ресурсов, формируемых и действующих в соответствии с законодательством:

1) образовательные и научные электронные ресурсы, формируемые самими правообладателями или с их согласия («Elsevier», «Springer» и др.) и действующие на коммерческой основе;

2) оцифрованные и размещенные в сети архивы, содержащие неохранные материалы (первая подобная ЭБ возникла в результате реализации проекта «Гутенберг»).

В 2008 г. начала функционировать общеевропейская цифровая библиотека «Europeana», весной 2009 г. состоялось официальное открытие Всемирной цифровой библиотеки. В России подобный цифровой архив неохранный литературы создан при Президентской библиотеке им. Ельцина

Большинство же электронных библиотек в России формировалось в результате постепенного накопления различных доступных для читателей материалов. Эти библиотеки могут быть универсальными, стремящимися к наиболее широкому охвату материала (например, Библиотека Максима Мошкова или «Либрусек»), либо специализированными, открытыми или закрытыми.

Деятельность электронных библиотек в подавляющем большинстве случаев осуществляется без получения какого-либо согласия от правообладателей. Лишь в единичных случаях они действуют в соответствии с требованиями части IV Гражданского кодекса Российской Федерации – на основании договоров с правообладателями. По данным экспертов рынка, ежемесячный объем продаж легальной электронной книги в России составляет 100-150 тыс. долл., в то время как нелегальной – около 2 млн долл. По подсчетам бывшего генерального директора компании «ЛитРес» А. Кузьмина, сегодня 30-40% любителей чтения скачивают книги из бесплатных пиратских библиотек. Но, скорее всего, их намного больше – по статистике сайта Alexa.com, аудитория одной из бесплатных библиотек Максима Мошкова «Lib.ru» в марте-мае 2009 г. превосходила аудиторию «ЛитРеса» более чем в 60 раз. По свидетельству директора книжного магазина «Москва М. Каменевой, 40% опрошенных покупателей ее магазина в возрасте от 17 до 24 лет демонстрируют

склонность искать бесплатные библиотеки. В последнее время торговцы пиратским контентом стали использовать еще одну «эффективную», но столь же нелегальную схему распространения, при которой пользователю предлагается бесплатное скачивание файла с некоторой задержкой (при ограничении числа скачиваний в течение суток) или быстрое скачивание с оплатой, но величина которой в 2 раза ниже, чем на легальных сайтах. По свидетельствам экспертов, время от вывоза тиража отдельных книг из типографии до появления их в электронном виде на пиратских сайтах может составлять всего лишь около 4 часов.

К возможности бесплатного скачивания книг, защищенных авторским правом, довольно благосклонно относятся не только широкие слои пользователей Рунета, но и вполне солидные организации. В 2009 г. сайт «Либрусек» был назван победителем ежегодной профессиональной премии Рунета «РОТОР-2009» в номинации «Электронная библиотека». Эта онлайн-«библиотека» в ходе голосования опередила Библиотеку Мошкова и проект «Google Books Search», набрав более 50% голосов. Премия «РОТОР-2009» присуждается Международным союзом «ЕЖЕ», объединяющим более 500 «знаковых Интернет-деятелей». Победители премии определяются более чем в 30 номинациях простым голосованием участников этого сообщества – обычные пользователи к голосованию не допускаются.

Летом 2009 г. в Рунете началось «наступление» на нелегальные онлайн-библиотеки. Так, бывший генеральный директор «ЛитРес» А. Кузьмин заявил о намерении судиться с «пиратами» и пообещал основателю «Либрусек» И. Ларину юридическое преследование и в Эквадоре, и в Голландии, и в России. Но спустя полтора месяца после публичного заявления А. Кузьмина соперники пришли к «джентльменскому соглашению». Осенью 2009 г. в онлайн-библиотеке «Либрусек» был введен временный запрет на размещение и скачивание новинок из каталога онлайн-магазина цифровых книг «ЛитРес».

Проблема несанкционированного размещения книг в Интернете и их бесплатного скачивания является актуальной и за рубежом. Так, в 2009 г. издательство «John Wiley & Sons» направило уведомления различным сайтам с просьбой снять более чем 5 тыс. наименований книг издательства, что в 5 раз больше, чем в 2008-м. А на популярные сайты «Scribd» и «Wattpad», размещающие электронные книги для свободного чтения в онлайн, обрушилась волна недовольства издателей за незаконные размещения популярных книг. В ответ оба сайта заверили, что убирают «незаконные» книги в течение суток после получения уведомления.

Пострадавшие от пиратства известные писательницы Джоан Ролинг и Урсула К. Ле Гуин высказались категорически против размещения их произведений в бесплатном доступе. В то же время Стивен Кинг, напротив, не видит особого смысла в отслеживании незаконных копий.

Значительная часть «нелегальных» библиотек в России сегодня создается и поддерживается образовательными заведениями и учреждениями культуры, при этом оцифровка книг и их размещение в сети нередко осуществляется государственными библиотеками, ВУЗами и иными государственными организациями на бюджетные средства. Часть ВУЗовских библиотек ограждена от прямого доступа внешних читателей, что, однако, не устраняет проблемы несоблюдения ими требований законодательства Российской Федерации об авторском праве.

Тем не менее, в настоящее время в Российской Федерации постепенно формируются достаточно обширные легальные электронные коллекции изданий. Так, в 2008 году была создана Электронно-библиотечная система «КнигаФонд»,

осуществляющая свою деятельность по предоставлению доступа к литературе, востребованной в образовательном процессе, в точном соответствии с требованиями части IV Гражданского кодекса Российской Федерации. Проект получил поддержку со стороны Президента Российской Федерации Д.А.Медведева.

С сентября 2008 г. согласно поручению Президента от 2.04.2008 г. № 576, ООО «Центр цифровой дистрибуции» начал экспериментальное внедрение ЭБС «КнигаФонд» в отраслевых ВУЗах РЖД и ряде ВУЗов Республики Татарстан. Итоги реализации первого этапа внедрения ЭБС «КнигаФонд» были признаны успешными, в связи с чем Президентом России было дано новое поручение от 31.10.2009 г. № Пр-2920, направленное на ускоренное массовое внедрение электронно-библиотечной системы «КнигаФонд» в ВУЗах Российской Федерации.

4.3. Проект «Google Book Search»

В 2004 году крупнейшая Интернет-компания «Google» запустила программу «Google Books Search», в рамках которой намерена отсканировать 20 млн книг на 40 языках из библиотек США. Тем самым «Google» намеревалась перевести в электронный формат миллионы авторских произведений и сделать их доступными для поиска и покупки через Интернет, предвещая появление в самом ближайшем будущем своего рода «книжного iTunes» от «Google».

Корпорация начала реализацию проекта в 2005 году, сканируя все книги подряд, и вскоре в Сеть были выложены отрывки из нескольких миллионов книг, которые защищены авторским правом. По мнению корпорации, книгам, пылившимся в заштатных библиотеках, тем самым был дан шанс найти новых читателей. Тем не менее, в 2005 году Гильдия авторов США обвинила «Google» в том, что проект по созданию цифрового книгохранилища нарушает закон об авторском праве и подала в суд на «Google» за нарушение авторских прав. Несколько недель спустя к иску присоединились книгоиздатели.

В октябре 2008 года, после двухлетних переговоров с американскими издателями, корпорации «Google» удалось заключить мировое соглашение с Гильдией авторов США и Ассоциацией американских издателей о размещении в сети Интернет миллионов цифровых копий произведений. Корпорация согласилась выплатить издателям и авторам 125 млн долл., а также выкладывать защищенные книги в платный доступ. «Google» была согласна на получение 37% дохода от продаж цифровых версий книг. Кроме того, компания выразила готовность выплачивать еще 60 долл. за каждую новую отсканированную книгу.

Тем не менее, некоторые условия соглашения многим участникам рынка показались спорными, поскольку они давали возможность «Google» зарабатывать и на так называемых «бесхозных» произведениях – книгах, которые формально являются объектами авторского права, но при этом их правообладатель четко не определен. Кроме того, на пути мирного решения конфликта возник еще один барьер: у Министерства юстиции США возникли сомнения в том, что договор между корпорацией и авторами/издателями не нарушает антимонопольное законодательство.

Именно эти неоднозначные аспекты, а также явная угроза монополизации рынка доступа к электронным версиям произведений, которую таит в себе данный проект, привлекли внимание американских властей. В июле 2009 г. власти Соединенных Штатов начали официальное расследование по поводу факта сделки компании «Google» с американским книгоиздательским бизнесом на предмет поиска

нарушений в сфере добросовестной конкуренции. Федеральный суд США, рассматривавший дело, дал литераторам несколько месяцев на размышления о присоединении издателей и авторов к соглашению с «Google», после чего признал его правомерным.

Тем не менее, многие авторы и издатели отказываются подписывать это соглашение. В оппозиции сервису находятся также американские библиотеки. Первыми с критикой в адрес проекта «Google Books Search» выступили Американская библиотечная ассоциация и Ассоциация научных библиотек США, которые призвали к пересмотру соглашения, мотивируя это тем, что оно позволит компании «Google» стать единственным держателем цифровых версий книг и академических журналов.

Следом за американцами более 1300 немецких литераторов подписали «Гейдельбергское воззвание» – обращение к властям Германии, в котором писатели требуют защитить их авторские права от программы «Google Books Search» и других сетевых проектов. Кроме того, критику вызывал тот факт, что судьба немецких книг решается американским судом. Ранее «Google Books» критиковали депутаты бундестага и министр юстиции, однако писатели призывали вмешаться в ситуацию канцлера Ангелу Меркель, президента Хорста Келлера и глав федеральных земель.

К позиции немецких авторов и издателей присоединились их коллеги в Великобритании, Франции и Канаде. Так, в то время, как Канадский союз писателей рекомендовал местным авторам одобрить рассматриваемое соглашение, 18 канадских литераторов отказались подписать договор с «Google», указывая на то, что компания не имеет права оцифровывать их книги.

Вслед за авторами, издателями и библиотеками три Интернет-гиганта – «Amazon», «Microsoft» и «Yahoo» – также объявили о том, что будут бороться против проекта «Google Books». Три компании присоединились к коалиции некоммерческих организаций, библиотечных ассоциаций и частных лиц, которая выступает против группового соглашения по поводу копирайта на книги и журналы, оцифрованные «Google». Новый союз противников «Google Books» носит предварительное название «Открытый книжный альянс» («Open Book Alliance»). Его участники сошлись в убеждении, что предложенное «Google» соглашение противоречит антимонопольному законодательству США и независимо друг от друга подали иски, обвиняющие «Google Books» в нарушении правил добросовестной конкуренции.

Обеспокоенность сложившейся вокруг проекта «Google Books Search» ситуацией выразил от имени Международной ассоциации издателей ее президент Г. Спруйт. Ассоциация считает близоруким рассмотрение проблемы «Google Books Search» только с точки зрения финансовых проблем. Более важный вопрос – позволит ли сотрудничество с «Google» авторам и издателям управлять судьбой собственных работ в соответствии со своими коммерческими интересами и этическими ценностями или, напротив, лишит их возможности контроля и ослабит их влияние? Будет ли урегулирование проблемы «Google» способствовать росту разнообразия предложений на фоне формирующегося цифрового рынка или, напротив, «задушит» его? Эти вопросы и составляют основу дебатов издателей по проблеме «Google». По мнению Г. Спруйта, однозначно ответить на них сегодня нельзя. Только время покажет, приведет ли это урегулирование к тому книжному разнообразию, которое все хотели бы видеть в будущем.

Между тем, в библиотечном сервисе «Google Book Search» появился ряд новых функций, направленных на то, чтобы сделать поиск и чтение книг легче. Они

упрощают отдельный поиск по книгам и журналам, позволяют просматривать страницы в виде эскизов (эта функция особенно полезна для иллюстрированных изданий) и облегчают переход от страницы к странице. Кроме того, в сервис добавлены выпадающие меню, которые выполняют роль интерактивного оглавления и позволяют перемещаться между разделами книги. Наконец, появилась возможность читать книги в простом текстовом формате, а не путем просмотра отсканированных страниц.

Сервис также позволяет теперь пользователям вставлять фрагменты книг в свои веб-страницы, подобно YouTube-видео. Можно отправлять ссылки на нужные страницы по электронной почте или через службы мгновенных сообщений. Пользователи смогут поделиться с друзьями важной информацией, а правообладатели узнают, какая часть книги пользуется наибольшей популярностью. И рекламодатели разместят там рекламу.

Большинство нововведений относится к книгам, на которые истек срок действия авторских прав, а также к изданиям, включенным в партнерскую программу, в соответствии с которой правообладатели разрешили «Google» разместить книги в виртуальной библиотеке. Они не распространяются на большинство изданий, отсканированных компанией без разрешения авторов и публикаторов.

Тем временем на ежегодной конференции книгоиздателей «Book Expo» в Нью-Йорке в мае 2009 г. было сделано объявление о том, что «Google» планирует выйти на новый для себя рынок продажи книг в цифровом формате. В компании говорят, что будут торговать цифровыми книгами в различных форматах, в том числе и в форматах, поддерживаемых «Amazon Kindle» и «Sony eReader». Очевидно, что данный шаг компании можно рассматривать как желание, с одной стороны, улучшить свои отношения с книгоиздателями, а с другой, компания намерена создать более конкурентные условия для нынешних лидеров рынка, в частности для «Amazon».

В «Google» отмечают, что книгоиздатели в каждом конкретном случае будут сами вольны устанавливать цены на электронные книги, но, по прогнозам самого Интернет-гиганта, цифровые копии книг в различных форматах будут стоить столько же, сколько и бумажные варианты.

Что касается ситуации на российском рынке, то «Google» также пытается наладить отношения с ведущими российскими издателями. Однако два крупнейших российских издателя – «Эксмо» и «АСТ» пока не выражают явной готовности участвовать в проекте «Google». В то же время, «Google» всё-таки идёт навстречу издателям: так, при запросе пользователей на скачивание книг через поисковую машину «Google Books Search», на первых страницах результатов поиска сервер выдает ссылки на легальные электронные библиотеки, в то время как другие поисковые машины на первых страницах результатов поиска пока еще выдают ссылки на пиратские сайты.

4.4. Современный рынок букридеров

Ввиду интенсивного развития выпуска электронных книг, большое значение приобретает вопрос о рынке устройств для их чтения. Согласно данным исследования, проведенного аналитической группой «SmartMarketing», объем продаж устройств для чтения электронных книг (ридеров) в России в 2009 г. составил 189 тыс. шт. При этом отмечена чрезвычайно высокая динамика роста рынка: от квартала к кварталу объемы продаж увеличивались в полтора-два раза.

Следует отметить чрезвычайно важное обстоятельство: основную массу покупателей ридеров составляют люди, которые ранее были очень далеки от сектора гаджетов, – обычные пользователи, которые составляют «становой хребет» массового рынка. По словам специалистов, это позволяет уверенно прогнозировать значимый рост сегмента в течение ближайших двух-трех лет и сохранение текущих темпов роста еще минимум в течение года.

В 2009 г. стартовый уровень развития российского рынка устройств для чтения электронных книг определялся весьма скромными показателями. Формирование товарной группы ридеров с экранами, выполненными на основе технологии «электронных чернил», началось с 2007 г., однако больших объемов продаж не было по двум причинам: из-за низкого технического уровня устройств и ограниченности предложения букридеров с e-Ink-экранами.

На протяжении 2008 г. развитие рынка шло по пути совершенствования технологий производства и доведения качественных показателей до приемлемого уровня. С выходом на рынок компаний «PocketBook», «iBook», «ORSiO», у российского рынка устройств для чтения электронных книг начали появляться черты массового рынка. К началу 2009 г. число пользователей ридеров достигло критического порогового показателя в 200 тыс. шт.

С начала 2009 г. аналитическая группа «SmartMarketing» развернула систематический мониторинг рынка устройств для чтения электронных книг. Исследование группы SmartMarketing продемонстрировало высокую квартальную динамику развития рынка. Объем продаж ридеров во II квартале 2009 г. в сравнении с I кварталом возрос на 40%, с 20 000 шт. до 28 000 шт. Увеличение продаж ридеров в III квартале 2009 г. составило 82%, с 28 000 шт. до 51 000 шт.; в IV квартале – 76%, с 51 000 шт. до 90 000 шт.

Динамика роста объема продаж по полугодиям является еще более впечатляющей: во втором полугодии 2009 г. было продано 141 тыс. ридеров в сравнении с 48 тыс. в первом полугодии – рост на 194% или почти в 3 раза.

Резкое увеличение объема продаж ридеров в 2009 г. связано с изменением структуры спроса. В результате расширения проникновения Интернета, роста доступности электронных книг, активной рекламы магазинов электронных книг устройства для чтения электронных книг привлекли к себе внимание массовой аудитории, которая ранее не проявляла интерес к приобретению ридеров.

Лидерами рынка ридеров по итогам первого полугодия 2009 г. были:

1. «PocketBook» (43%);
2. «Sony» (24%);
3. «iBook» (18%);
4. «ORSiO» (7%);
5. «Азбука» (2%);
6. Другие (5%).

Во второй половине 2009 г. на рынке появились или приобрели известность благодаря активному проникновению в каналы продаж весьма настойчивые игроки, представленные торговыми марками «iRiver Story», «FR Book», «Азбука» и др.

Лидером рынка является торговая марка «PocketBook», выведенная на рынок в 2007 г. компанией «Украинская полиграфическая группа». Благодаря продуманной продуктовой стратегии, ценовой политике, агрессивной рекламе компании удалось стать основным игроком на рынке ридеров в России.

Ридеры от компании «Sony» оказались на второй позиции в рейтинге продаж в силу активности «серого» канала поставок, поскольку, согласно оценке группы «SmartMarketing», практически 100% ридеров «Sony» попали на российский рынок, минуя официальный канал поставок.

Основной канал продаж устройств для чтения электронных книг в 2009 г. представляли Интернет-магазины. Удельный вес этого канала в общем объеме продаж, согласно исследованию группы «SmartMarketing», превысил 80%.

С точки зрения технических характеристик, в 2009 г. доминировали модели с 6-дюймовым e-Ink-экраном и разрешением 800x600. Модели с сенсорными и несенсорными дисплеями соотносились примерно в пропорции 40:60.

Средняя цена устройств для чтения электронных книг на протяжении 2009 г. демонстрировала тенденцию к снижению: 14,2 тыс. руб. в I квартале 2009 г. и 10,7 тыс. руб. в IV квартале.

Исходя из высокой динамики развития рынка ридеров, группа «SmartMarketing» прогнозирует на 2010 г. его рост в 2,3-2,5 раза, до 440-470 тыс. штук. В рамках пятилетней перспективы группа «SmartMarketing» определяет потенциальную емкость рынка ридеров на уровне не менее 4 млн устройств.

Основные тенденции, определяющие развитие рынка ридеров в России, как полагают в группе «SmartMarketing», выглядят следующим образом:

- повышение внимания к сегменту электронных книг в целом в силу интереса со стороны покупателей, рекламы производителей книг, применения устройств для чтения электронных книг в образовательных учреждениях;
- уменьшение средней цены и преодоление в процессе снижения розничных цен психологически значимого порогового значения в 10 000 руб. вследствие естественной эрозии цен, а также усиления популярности бюджетных моделей ридеров с размером экрана в 5 дюймов;
- возрастание удельного веса регионов по причине ограниченности ассортимента и длительных сроков появления книжных новинок в регионах;
- заметное усиление конкуренции, активность новых игроков на рынке, вывод на рынок новых моделей.

Аналитики независимой исследовательской компании «Forrester Research, Inc.» (в 2008 г. у «Forrester Research, Inc.» было 2643 компаний-клиентов) подготовили прогноз развития рынка электронных книг и ридеров в 2010 г., выделив на нем ряд ключевых тенденций.

1. В 2010 г. на рынок будут выведены новые устройства для чтения электронных книг, производители которых предпочтут технологии электронных чернил более дешевые аналоги или новейшие разработки.

2. Мобильные телефоны и нетбуки с двумя дисплеями потеснят «традиционные» ридеры.

Как показывают данные компании «Forrester Research», в настоящее время большее число пользователей отдадут предпочтение загрузке контента на мобильные телефоны и ПК, а не на ридеры. Некоторые мобильные телефоны (к примеру, «Samsung Alias 2») имеют дополнительный экран, который можно использовать для чтения. Оснащение нетбуков также будет предусматривать наличие двух дисплеев.

3. Вырастет число приложений, позволяющих загружать электронные книги в устройства, которые специально не предназначены для их чтения. Так, в 2009 г. были выпущены приложения для «iPhone», смартфонов, портативных компьютеров, первые приложения для портативных игровых устройств: «Sony», «PSP», «Nintendo DS». 2010 г. будет характеризоваться увеличением числа подобных приложений. Кроме того, в 2010 г. появятся новые приложения и для ридеров.

4. По мнению аналитиков, компания «Amazon» выведет на рынок новые ридеры, имеющие сенсорный экран, цветной дисплей, значительный запас прочности. Как полагают специалисты «Forrester Research», благодаря новым устройствам «Amazon» останется в 2010 г. лидером потребительского рынка.

5. Как отмечают исследователи, 2010 г. будет отмечен существенным укреплением позиций компании «Barnes & Noble». В 2009 г. «Barnes & Noble» создала магазин электронных книг, осуществила выпуск собственного приложения для мобильных телефонов и портативных компьютеров, вывела на рынок свой ридер «Nook». Для части покупателей «Barnes & Noble» будет представлять альтернативу компании «Amazon».

6. Также в 2010 г. заявит о себе выпуском новых устройств компания «Sony», которая при этом продолжит работу над совершенствованием программного обеспечения и будет развивать сотрудничество с поставщиками контента.

По мнению исследователей, в 2010 г. рынок электронных книг и ридеров будет развиваться в Китае, Индии, Бразилии, странах Евросоюза, при этом лидерские позиции сохраняют Соединенные Штаты. По крайней мере, пять новых ридеров появятся в Китае, два устройства – в Индии. В Бразилии и странах Евросоюза будет наблюдаться увеличение спроса на электронные книги.

В ходе онлайн-опроса, проведенного американской маркетинговой компанией «NPD Group», были определены основные технические требования пользователей к различным моделям ридеров:

- около 93% участников опроса оказались очень довольными или просто довольными своими устройствами для чтения электронных книг и лишь 2% респондентов выразили неудовлетворение приобретенным товаром;
- 60% участников опроса основное достоинство своего ридера усматривают в беспроводном доступе к контенту;
- 23% респондентов отдают предпочтение устройствам с сенсорным экраном;
- 42% опрошенных высказались за увеличение ассортимента доступных книг;
- только 39% участников опроса, сумевших заполучить все интересующие их издания, устраивает доступность контента;
- 39% респондентов не удовлетворены слишком малым временем автономной работы ридера;
- 34% респондентов хотели бы иметь цветной дисплей;
- около 30% опрошенных обладателей ридеров используют, по крайней мере, еще одно устройство для чтения электронных книг (к примеру, персональный компьютер или смартфон).

В начале осени 2009 г. американская компания «Forrester Research» провела онлайн-опрос с целью определить оптимальную стоимость букридера для наибольшего числа потребителей различных сегментов. В опросе приняли участие более 4 тыс. чел. В результате опроса выяснилось, что только 14% респондентов сообщили о готовности приобрести устройство для чтения электронных книг за

199 долл., в то же время полагая, что эта цена завышена. Остальные участники опроса указали приемлемую цену в диапазоне от 50 до 98 долл. Следует иметь в виду, что популярные модели букридеров «Sony Pocket Reader» и «Kindle 2» продаются на американском рынке по цене соответственно 199 и 299 долл.

В начале января 2010 г. в Лас-Вегасе (США) прошла выставка потребительской электроники «CES-2010». Выставка показала, что в 2010 г. основным стандартом будут устройства, поддерживающие сенсорный интерфейс. Другим важным трендом в политике производителей букридеров является повсеместное использование беспроводных модулей связи, которые при скачивании контента делают ненужной синхронизацию букридера с компьютером.

Компанией «Сориа» – новым игроком на рынке букридеров – были анонсированы две линейки моделей «Ocean» и «Tidal», каждая из которых включает в себя три модели. Почти все устройства имеют сенсорный экран и обязательный Wi-Fi. Представленные «Сориа» модели букридеров отличаются дизайном, размерами экрана (6 и 9 дюймов), наличием 3G-модуля, физической клавиатуры.

На выставке «CES-2010» компания «Plastic Logic» (независимый английский производитель) представила большой букридер «Que proReader», имеющий сенсорный дисплей размером в 10,5 дюйма. Отличия между двумя моделями «Que» связаны с объемом встроенной памяти и дополнительными возможностями беспроводного доступа. Продажи моделей «Que» по цене в 649 и 799 долл. компания Plastic Logic планировала начать с апреля 2010 г.

На «CES-2010» компания «Spring Design» показала двухэкранный букридер «Alex», внешне напоминающий ридер «Nook» от компании «Barnes & Noble» (кстати, «Spring Design» предъявила «Barnes & Noble» обвинение в краже технической документации). Ридер «Alex» располагает предназначенным для чтения книг 6-дюймовым экраном с технологией e-Ink, а также имеет цветной сенсорный ЖК-дисплей размером в 3,5 дюйма. В ридере «Alex» использована открытая программная платформа Android, позволяющая использовать сенсорный дисплей в качестве интерфейса к полноценному мини-компьютеру (выход в Интернет, загрузка и просмотр видео и т.д.). Цена устройства в США – 359 долл.

Представляет интерес ридер enTourage eFGe с двумя экранами, смонтированными в виде раскладушки. Правый экран для чтения имеет размер в 9,7 дюйма и выполнен с использованием технологии «электронных чернил». Левый экран представлен 10,1-дюймовым цветным сенсорным ЖК-дисплеем с функциями нетбука. Цена – 490 долл. Начало продаж планировалось на март 2010 г.

Подобное совмещение двух разных технологий выглядит очевидным компромиссом, означающим сохранение естественного режима чтения и экономию заряда аккумуляторов при использовании экрана на основе технологии e-Ink, а также получение полноценного доступа в Интернет благодаря сенсорному дисплею с функциями нетбука.

Впрочем, выставка «CES-2010» показала, что необходимость механического совмещения двух разных технологий может стать излишней в результате появления новых типов дисплеев. Так, компания «Notion Inc.» впервые представила планшетный компьютер Adam, использующий операционную систему «Android». Его главной особенностью является 10-дюймовый дисплей от «Pixel Qi», который делает возможным переключение между обычным полноцветным просмотром с подсветкой экрана и черно-белым режимом просмотра в отраженном свете, уменьшающем потребление энергии экраном в пять раз.

4.5. «Мобильные книги»

Книга для мобильного телефона представляет собой обычное Java-приложение. Оно закачивается в мобильный телефон и позволяет прочитывать текстовые файлы на дисплее. Достаточно отправить SMS с кодом книги на указанный номер – в ответном сообщении будет получена ссылка. Перейдя по ней, можно загрузить выбранную книгу с war-сайта. Это все равно, что загрузить мелодию, картинку или игру.

«Мобильные книги» позволяют развиваться новым технологиям. Компания «SmartMarketing» провела исследование среди владельцев смартфонов, которое позволило понять: чтение книг на сотовом телефоне – один из основных мотивов приобретения подобных аппаратов. Конечно, существуют помехи, препятствующие мобильному чтению. Прежде всего, это размер дисплея: чем меньше, тем чаще приходится листать. Определенные неудобства могут возникнуть и из-за объема произведения, которое владелец мобильного устройства пытается загрузить на сотовый телефон.

Количество произведений, которые предлагаются различными Интернет-сайтами для скачивания становится все больше. Например, среди деловой части читателей пользуется популярностью бизнес-литература. Сотовые компании заключают договора с издательствами на приобретение прав, причем некоторые книги по бизнесу можно легально скачать на мобильный телефон раньше, чем они появляются на прилавках магазинов.

Художественная литература пользуется среди мобильной аудитории наибольшим спросом. Произведения для сотовых пишут самые известные авторы во всем мире. В России, к примеру, одно из таких произведений написал Борис Акунин. Его сказка «Проблема 2000», написанная в обозначенном самим автором жанре «типа святочного рассказа», была подготовлена к выпуску в одном из мобильных издательств. Помимо Акунина, на выбор читателей были представлены четыре десятка произведений классиков – Пушкина, Лермонтова, Толстого, Достоевского, Пастернака и других авторов. Получить произведение можно, отослав на короткий номер SMS с кодом книги.

В 2006 году в России был запущен проект «Поэзия в мобильном». Благодаря ему в течение года мобильные любители лирики могут получать по одному стихотворению известных российских авторов в день. К примеру, Игоря Иртеньева, Веры Павловой, Владимира Салимона. Следует отметить, что произведения современных отечественных авторов сегодня являются одними из наиболее востребованных. По рейтингам цифровых издательств, произведения Гришковца и Пелевина «закачиваются» не реже, а то и чаще Шекспира и Пушкина.

Сотовые издательские проекты становятся нормой и за рубежом. В Соединенных Штатах новый рынок успешно осваивает издательская компания «Random House». Она создала пособие по прохождению виртуальных электронных игр, руководство по изучению иностранных языков, а также серию учебников по школьным тестам. Все это американские тинэйджеры могут скачать на свои мобильные телефоны. В формат книг для сотовых телефонов сегодня переносятся целые издательские проекты – к примеру, известнейшая серия книг «Для чайников», которая была издана в «бумажном варианте» на 30 языках и тиражом в 125 миллионов экземпляров.

Мобильные книги охотно издаются на всех континентах. Австралийские издатели, к примеру, договорились с датской компанией «Campfire» о выпуске серии книг для телефонов. Среди авторов – великий сказочник Ганс Христиан Андерсен.

По мнению специалистов, мобильные книги могут составить серьезную конкуренцию бумажным и аудиокнигам. Преимущества литературы «для телефонов» очевидны: готовящиеся к печати произведения быстрее появляются в «сотовом» формате. В мобильную книгу также можно включить не только графику, но и систему ссылок, мультимедийные вставки. У писателей будущего, таким образом, появятся большие возможности.

4.6. Рынок аудиокниг в 2009 г.

За последние два года рынок аудиолитературы не показал того роста, которого от него ожидали. Связано это прежде всего с тем, что более 50% аудиокниг распространяется нелегально. Кроме этого, среди факторов, негативно влияющих на динамику рынка, выделяют и проблему дистрибуции аудиокниг. Сегодня основными каналами продаж аудиокниг являются книжные магазины, магазины электроники, Интернет-магазины. При этом заинтересованность книжных магазинов и магазинов электроники в аудиолитературе невысока. Для магазинов электроники аудиокниги – товар непрофильный. Книжные магазины тоже не всегда выделяют место под аудиокниги, кроме того, аудиокниги дешевле печатной литературы, поэтому магазины получают с аудиокниг меньшую маржу. По словам Генерального директора издательской группы «Азбука-классика» Д. Веселова, продажи аудиокниг показали, что от тиража расходуется всего 10%, и все, что было издано, давно лежит в сетях. Как отметил Д. Веселов, «производители аудиокниг ходят толпой и пытаются продать свой бизнес тем же издательствам. А издательства, самостоятельно занимавшиеся аудио, в настоящий момент сворачивают это направление».

Анализ ассортимента аудиокниг трех Интернет-магазинов («OZON.ru», «Volero.ru», Интернет-магазин ИД «Равновесие») показал, что подавляющее большинство представленных аудиокниг относится к категории «Литература и поэзия». В среднем аудиокниги Интернет-магазина «OZON.ru» дороже аналогичных позиций Интернет-магазина «Volero.ru» на 15%. В свою очередь, уровень цен в Ravnovesie.com практически по всем отобраннным названиям аудиокниг выше уровня цен магазина «OZON.ru». Среди издательств лидерами по количеству представленных аудиокниг являются следующие: «АРДИС», «Эксмо-СИДИКОМ», «IC», «ИДДК», «Книга вслух». По мнению экспертов, сегодня не более 10 компаний регулярно заявляют о новинках в своих каталогах. В ближайшее время, возможно, их количество сократится, что объясняется влиянием кризиса на данную отрасль.

По мнению участников рынка, дальнейшее развитие рынка аудиокниг будет сопровождаться сокращением его объемов. По предварительным оценкам, согласно оптимистическому сценарию развития, в 2009 г. объемы рынка приблизятся лишь к уровню 2007 г. Если рассматривать пессимистический сценарий, то в 2009 г. объем рынка аудиокниг будет ниже уровня 2006 г. Цены на аудиокниги возрастут, что связано с ростом себестоимости аудиолитературы за счет повышения цен на услуги тиражирующих компаний, на полиграфические услуги и производство носителей.

V. ПРОБЛЕМА ЧТЕНИЯ И ЧИТАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЯН В КРИЗИСНЫЙ ГОД

5.1. Чтение россиян в 2009 г.

В июне 2009 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил данные о состоянии чтения в России на основании результатов всероссийского опроса, проведенного компанией в конце мая 2009 г. Было опрошено 1600 чел. в 140 населенных пунктах в 42 областях, краях и республиках Российской Федерации.

За прошедшие 13 лет доля тех, кто практически ежедневно читает книги, в сравнении с 1996 г. уменьшилась с 31% до 22%. Среди женщин постоянно читающих больше – 27%. 48-50% практически ежедневно обращающихся к книге – люди в возрасте 25-44 лет; 45% – высокообразованные респонденты. Количество никогда или очень редко читающих книги за 13 лет возросло с 20% до 35%.

Наибольший процент постоянно читающих зафиксирован в Северо-Западном федеральном округе – 29%, а в Поволжском федеральном округе больше всего респондентов, никогда или крайне редко читающих книги, – 41%.

С 1995 г. по 2009 г. доля россиян, имеющих домашнюю библиотеку, насчитывающую до 100 книг, возросла с 33% до 44%. По сравнению с 1997 г. уменьшилось с 22% до 16% число тех, кто не имеет книг дома. Среди малообразованных респондентов наиболее велик процент тех, кто сообщил, что не располагает домашней библиотекой (46%). 52% респондентов со средним образованием имеют домашнюю библиотеку, включающую до 100 книг. О существовании домашней библиотеки, насчитывающей от 100 до 1000 книг, в большей степени сообщали высокообразованные респонденты: 49% в сравнении с 13% среди респондентов с начальным образованием.

Жители села (27%) чаще других указывали на отсутствие домашней библиотеки. Среди жителей Москвы и Санкт-Петербурга наиболее велик удельный вес тех, у кого домашняя библиотека включает от 300 до 1000 книг: 39% по сравнению с 25-29% среди жителей других населенных пунктов.

Проводя сравнение с положением дел в 2002 г., можно отметить изменение жанровых предпочтений россиян. Они стали чаще выбирать для чтения русскую и зарубежную классику (25% в 2009 г. против 19% в 2002 г.), российские детективы (14% против 8%), фэнтези (10% против 6%), классические историко-приключенческие романы (26% против 22%), современные романы об истории дореволюционной России (16% против 11%).

Опрос ВЦИОМ показал, что чаще всего россияне берут интересующие их книги у знакомых, друзей, родственников (51%) или покупают (46%). Приобретают книги в большей степени высокообеспеченные респонденты (56%). Представители данной группы чаще «скачивают» книги из Интернета (13%). Малообеспеченные респонденты чаще находят нужную книгу у знакомых (54%) или в домашней библиотеке (40%).

51-55% респондентов моложе 59 лет отметили, что берут нужную книгу у знакомых. Респонденты моложе 45 лет (50-54%) в большей степени склонны приобретать желаемую книгу. Россияне, которым 60 и более лет, чаще (50%) обращаются к домашней библиотеке. А для респондентов моложе 34 лет характерна большая популярность «скачивания» книг из Интернета.

Таблица 30.

**Ранжирование ответов на вопрос: «Читаете ли Вы книги?»
(закрытый вопрос, один ответ)**

Вариант ответа	1996	2009
Никогда, очень редко	20%	35%
От случая к случаю, иногда	49%	42%
Постоянно, практически ежедневно	31%	22%
Затрудняюсь ответить	<1%	1%

Источник: ВЦИОМ.

Таблица 31.

Ранжирование ответов на вопрос: «Сколько приблизительно книг имеется в Вашей домашней библиотеке?» (закрытый вопрос, один ответ)

Вариант ответа	1989	1990	1991	1995	1997	2009
Не имею книг дома	20%	23%	18%	19%	22%	16%
До 100 книг	35%	28%	31%	33%	34%	44%
100-300 книг	23%	23%	24%	23%	23%	21%
300-500 книг	11%	13%	15%	12%	11%	9%
500-1000 книг	7%	7%	8%	6%	6%	4%
Свыше 1000 книг	5%	5%	4%	7%	4%	2%
Затрудняюсь ответить	0%	1%	1%	0%	0%	4%

Источник: ВЦИОМ.

Таблица 32.

**Ранжирование ответов на вопрос:
«Если Вы читаете книги, то какие жанры Вы чаще всего выбираете для чтения?»
(закрытый вопрос, любое число ответов, % от тех, кто читает книги)**

Вариант ответа	2002	2009
Российские «крутые» боевики, романы из жизни криминального мира (Пронин, Абдуллаев, Сухов, Корецкий)	22%	14%
Классические зарубежные детективы (Агата Кристи, Жорж Сименон, Чейз и пр.)	25%	19%
Советские и современные «милицейские» детективы (Н. Леонов и др.)	21%	15%
«Женский» детектив (М. Маринина, Д. Донцова, П. Дашкова и пр.)	24%	25%
Российские детективы – литературные стилизации (Б. Акунин, Л. Юзефович и пр.)	8%	14%
Западные детективы-бестселлеры (Ван Гулик, А. Перес-Реверте и пр.)	6%	6%
Традиционная научная фантастика, романы о технике и обществе будущего	8%	9%
Фэнтези, сказочная фантастика (Толкиен, К. Льюис, Дж. К. Роулинг и пр.)	6%	10%
Фантастическая мистика, ужасы, готика	8%	7%
Классические историко-приключенческие романы (А. Дюма, М. Дрюон)	22%	26%
Современные романы об истории дореволюционной России, переиздания отечественных исторических романов прежних лет)	11%	16%
Переводные любовные романы	17%	13%
Русская и зарубежная классика	19%	25%
Современная русская и зарубежная литература	12%	16%
Поэзия	5%	11%
Другое	4%	13%
Затрудняюсь ответить	3%	2%

Источник: ВЦИОМ.

Таблица 33.

Ранжирование ответов на вопрос: «Где Вы чаще всего берете книги, которые хотите прочитать?» (закрытый вопрос, не более трех ответов)

Вариант ответа	Всего опрошенных, %	Оценка своего материального положения		
		Очень хорошее, хорошее	Среднее	Плохое, очень плохое
Покупаю (в магазинах, ларьках, на книжных развалах и пр.)	46%	56%	46%	42%
Беру почитать у знакомых, друзей, родственников и пр.	51%	50%	51%	54%
Беру в домашней библиотеке; читаю то, что есть дома	37%	34%	37%	40%
Беру в городской библиотеке	14%	11%	16%	12%
Беру в научной библиотеке, библиотеке ВУЗа, предприятия	3%	4%	2%	3%
«Скачиваю» из Интернета, читаю в Интернете	7%	13%	8%	4%
Покупаю через Интернет, заказываю по почте	2%	3%	1%	2%
Другое	3%	1%	3%	3%
Затрудняюсь ответить	1%	2%	0%	2%

Источник: ВЦИОМ.

Исследование читательских привычек детей, проведенное в 2009 г. фондом «Booktrust» (Великобритания), в котором приняли участие 1772 родителя и 1318 детей в возрасте от 5 до 12 лет, показало, что 96% опрошенных детей отметили, что получают удовольствие от чтения, что на 5% больше в сравнении с результатами аналогичного исследования, выполненного в сентябре 2008 г. Среди 7-летних ответивших подобным образом было 99%, среди 12-летних заметно меньше – 89%. Однако дети признали, что от чтения их отвлекали просмотр ТВ (54%), игра за компьютером или видеоигры (41%). В действительности, 56% всех родителей и почти половина (48%) родителей детей в возрасте от 4 до 5 лет отметили, что их дети проводят больше времени перед экраном, играя в компьютерные игры или просматривая DVD, нежели за чтением.

Большинство детей (74%) сообщило, что за ними было последнее слово при выборе книг для чтения, в то время как 15% отметили, что их мамы решали, что читать; 5% сообщили, что это делали учителя; и только 3% участвовавших в исследовании детей заявили, что решение принимали отцы.

Проведенное исследование также выявило, что родители мальчиков с вдвое большей вероятностью не читают по сравнению с родителями девочек. Семьи с девочками имеют на 10 детских книг больше, чем семьи с мальчиками. Одна из каждых 20 семей в Великобритании сегодня имеет менее 10 книг. Один из каждых 12 детей сообщил, что редко или никогда не видит своих родителей читающими ради удовольствия.

5.2. Чтение электронных книг в России

В сентябре 2009 г. портал «SuperJob.ru» по заказу компании «OZON.ru» провел охвативший все федеральные округа опрос 1800 респондентов, представлявших экономически активных жителей России старше 18 лет. Опрос показал, что почти 80% респондентов отдают предпочтение традиционным книгам. Больше число сторонников печатной книги отмечено среди женщин: 87% в сравнении с 72% среди мужчин. Наиболее высок удельный вес любителей традиционной книги в возрастной группе 45-55 летних – 85%.

В то же время результаты опроса говорят о постепенном росте сторонников электронных форматов. К последним можно отнести 12% опрошенных. По сравнению с показателями 2008 г. число тех, кто предпочитает традиционные книги, уменьшилось на 3%, а количество сторонников электронных книг возросло на 2%. Электронным книгам отдают предпочтение существенно больше мужчин (17%), нежели женщин (8%). Интересно, что в возрастных группах от 18 до 35 лет и старше 55 лет отмечено одинаковое количество любителей электронной книги – 13%.

Опрос также показал, что 49% респондентов время от времени читают книги с компьютера, посредством КПК, иных устройств. Респондентами были отмечены такие положительные стороны чтения книг в электронном формате, как удобство, мобильность, выгода в финансовом плане.

Аудиоверсии книг предпочитают 3% респондентов (в 2008 г. – 2%), при этом опять же среди тех, кто обращается к книгам в аудиоформате, мужчин больше, чем женщин: соответственно 4% и 2%.

Таблица 34.

Ранжирование ответов на вопрос: «Читаете ли Вы цифровые книги (книги на компьютерах, КПК, других устройствах)?» (в зависимости от возрастно-половых характеристик)

Вариант ответа	Все	Пол		Возраст, лет					Семейное положение	
		муж.	жен.	До 25	25-35	35-45	45-55	От 55	Состоит в браке	Не состоит в браке
Да	49%	51%	48%	54%	48%	46%	42%	33%	44%	53%
Нет	51%	49%	52%	46%	52%	54%	58%	67%	56%	47%

Источник: www.superjob.ru

Таблица 35.

Ранжирование ответов на вопрос: «Читаете ли Вы цифровые книги (книги на компьютерах, КПК, других устройствах)?» (в зависимости от образования и дохода)

Вариант ответа	Все	Ежемесячный доход, руб.					Образование	
		До 14999	15000-24999	25000-34999	35000-44999	От 45000	Высшее	Среднее специальное
Да	49%	57%	52%	47%	45%	51%	50%	39%
Нет	51%	43%	48%	53%	55%	49%	50%	61%

Источник: www.superjob.ru

Таблица 36.

Ранжирование ответов на вопрос: «Книги какого формата Вы предпочитаете читать?»

Вариант ответа	Все	Пол		Возраст, лет					Образование	
		муж.	жен.	До 25	25-35	35-45	45-55	От 55	Высшее	Среднее специальное
Обычные бумажные	80%	72%	87%	79%	79%	84%	85%	80%	80%	81%
Электронные (КПК, Интернет)	12%	17%	8%	13%	13%	10%	11%	13%	12%	12%
Слушаю аудиокниги	3%	4%	2%	3%	4%	3%	1%	1%	3%	2%
Не читаю книг	5%	7%	3%	5%	4%	3%	3%	6%	5%	5%

Источник: www.superjob.ru

Таблица 37.

Ранжирование ответов на вопрос: «Книги какого формата Вы предпочитаете читать?» (сравнение 2008 и 2009 гг.)

Вариант ответа	2008	2009
Обычные бумажные	83%	80%
Электронные (КПК, Интернет)	10%	12%
Слушаю аудиокниги	2%	3%
Не читаю книг	5%	5%

Источник: www.superjob.ru

5.3. Потребительские предпочтения на рынке книжной продукции

Летом 2009 года маркетинговая компания «inFOLIO Research Group» провела телефонный опрос, в котором приняли участие 500 человек в возрасте от 18 до 86 лет. Результаты опроса свидетельствуют, что большинство москвичей вне зависимости от образования и уровня дохода покупают 1-2 книги в месяц.

Данные «inFOLIO Research Group» примерно совпадают с показателями, полученными «РосБизнесКонсалтингом» (РБК) в ходе своего осеннего онлайн-опроса. Так, РБК назвал наиболее активной читательской аудиторией людей в возрасте от 30 до 50 лет. По опросу «inFOLIO», в возрастных группах среди покупателей книг лидируют люди 36-50 лет – 29,5% от общего числа опрошенных. Высока и доля тех, кому от 51 до 65 лет – 19,2%. Таким образом, чаще всего книги покупают люди среднего и старшего возраста (от 36 до 65 лет) – 48,7%. Далее следуют возрастные группы: 28-35 лет – 18,6%, 16-21 год – 12,0%, 22-27 лет – 10,4%, от 66 лет и старше – тоже 10,4%.

Подтверждается и вывод о том, что женская аудитория интересуется книгами больше мужской. Телефонный опрос «inFOLIO» показал, что женщины приобретают книги почти в два раза чаще мужчин – 64,3% против 35,7%. Этот опрос подтвердил еще одну традиционную тенденцию: книги чаще покупают люди с высшим образованием.

Средняя сумма, выделяемая на покупку книг в месяц, как и следовало ожидать, растет в зависимости от доходов опрошенных. В группе с доходом до 15 тыс. руб. в

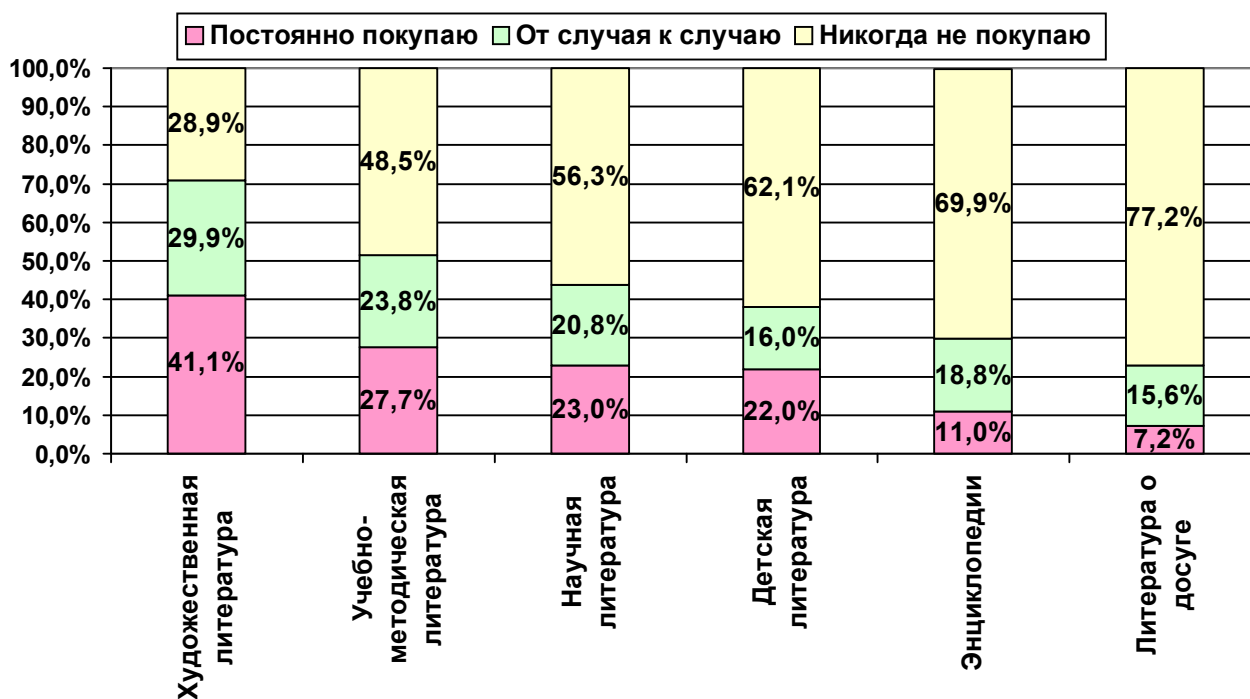
месяц эта сумма составляет примерно 1050 руб., с доходом от 15 до 30 тыс. руб. в месяц – 1280 руб., 30-40 тыс. – 1300 руб., свыше 40 тыс. – 1800 руб. С увеличением возраста эта сумма уменьшается от 1800 до 500 руб.

Максимальная сумма, которую потребители готовы заплатить за литературно-художественное издание, – 400 руб. Две трети опрошенных (66,3%) предпочитают книги в твердом переплете. Для трети (33,9%) оформление обложки не имеет никакого значения. Электронными книгами интересуются 2,2% респондентов.

Рейтинг разделов литературы у потребителей, по данным опроса, следующий: художественная – 41,1%, учебно-методическая – 27,7%, научная – 23 %, детская – 22%, энциклопедии – 11,4%, издания о досуге – 7,2%. В разделе художественной литературы потребители предпочитают покупать книги современных авторов – как российских (39,2%), так и зарубежных (24,3%). В художественной литературе наиболее популярными являются исторические романы (26,3%), детективы (22,6%) и фэнтези (21%). В нехудожественной – книги по истории и культуре (в т.ч. издания по философии и искусству).

Рисунок 28.

Читательские предпочтения по разделам книжной продукции



Источник: «inFOLIO Research Group».

В 2009 г. эта же компания провела целевое исследование потребительских предпочтений молодых покупателей **в возрасте 16-35 лет** на московском книжном рынке.

Исследование выявило, что подавляющее большинство москвичей в возрасте 16-35 лет (69%) покупают книги не реже одного раза в месяц, еще около трети покупателей (29%) приобретают книги раз в 2-3 месяца. При этом популярными местами покупки являются книжные супермаркеты (76%), небольшие книжные магазины (57%) и Интернет-магазины (46%). Любопытно отметить, что около 4% покупателей книг получают книги посредством буккроссинга.

Независимо от частоты покупки книг подавляющее большинство респондентов приобретает книги в книжных супермаркетах. Чаще других прибегают к услугам Интернет-магазинов наиболее активные покупатели (53%), они же – основные посетители книжных ярмарок (32%) и клиенты киосков в метро (22%). Читатели, покупающие книги реже, чем раз в полгода, предпочитают приобретать их в книжных супермаркетах (70%).

74% покупателей приобретают книги для своей домашней библиотеки. Около половины респондентов покупают книги для учебы (49%) и для разового прочтения (48%). Треть опрошенных приобретает книги для детей (37%), в подарок (33%) или для работы (30%). И только 2% принявших участие в исследовании основным мотивом покупки книги назвали буккроссинг.

Для 84% московских покупателей книг в возрасте 16-35 лет основным источником получения информации о новинках на книжном рынке является Интернет. Еще около 63% опрошенных узнает о книжных новинках от друзей и родственников. Интересно, что молодежь в возрасте 16-19 лет несколько реже узнает о появлении новых книг от родственников (53%), из печатных изданий (36%), а также по телевидению или радио (17%). Важно отметить, что в целом поведение молодых читателей, касающееся получения информации о новинках книжного рынка, имеет схожий характер. Так, для получения информации о новых книгах, подавляющее большинство опрошенных обращаются к Интернету.

Наиболее известными книжными магазинами при первом упоминании оказались ТД «Библио-Глобус» (25%), «Московский дом книги» (12%) и «Буквоед» (10%).

Среди книжных издательств самыми известными оказались «Эксмо», «АСТ» и «Дрофа». Издательство «Эксмо» знают более трети респондентов (38%), при этом только половина из них (19%) назвала его при первом упоминании. На втором месте с небольшим отставанием идет издательство «АСТ» (35% и 17% соответственно). Издательство «Дрофа» было названо 14% опрошенных, и только около 7% вспомнили его при первом упоминании.

Абсолютным лидером среди книжных Интернет-магазинов является «Ozon». Спонтанно его называет более половины покупателей книг (59%), при этом около 50% – при первом упоминании. На втором месте идет магазин «Лабиринт», который вспомнили около 20% покупателей и только 8% назвали его при первом упоминании. При этом, в рейтинге, составленном по полному знанию, «Лабиринт» находится только на четвертом месте (34%), уступая «Books.ru» (43%) и «Библио-Глобусу» (42%).

Наиболее популярными направлениями художественной литературы среди покупателей книг являются научная фантастика (38%), современная и классическая зарубежная литература (35% и 33% соответственно). Наименее интересными жанрами для покупателей книг являются женская проза (15%), мемуары и воспоминания (15%), поэзия (13%). Среди жанров нехудожественной литературы наиболее интересными для покупателей книг являются книги по медицине (38%), детские рассказы (31%), книги по философии (29%), книги по искусству, а также фольклор и мифы (по 28%). При этом наименьший интерес у респондентов вызывают энциклопедии (68%), книги по эзотерике (67%) и развивающие книги для детей (61%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ развития ситуации на книжном рынке в 2009 г. показывает, что прямого воздействия на книгоиздание и структуру издательской системы России кризис не оказал. Общее ухудшение ситуации в отрасли стало, главным образом, результатом снижения покупательной способности населения, связанного с последствиями кризиса. Эти последствия нашли свое выражение в возврате спроса посетителей магазинов к дешевому ассортименту, уменьшении размера «среднего чека», т. е. сокращении расходов покупателей на приобретение книг и снижении посещаемости книжных магазинов.

В ответ на кризисные явления издательские и книготорговые компании проводили оптимизацию расходов, повышая свою экономическую эффективность, совершенствовали стратегию и тактику применительно к складывающейся ситуации. Кризис во многом пошел компаниям на пользу, т. к. издательства избавлялись от балласта в виде перепроизводства и значительного количества случайных проектов. Подтверждением этому может служить тот факт, что отрасль, сделав шаг назад в объемных показателях своей деятельности, сохранила инфраструктуру и пока не потеряла в количестве субъектов рынка, производящих национальный книжный продукт. Иными словами, сокращение основных показателей книгоиздания произошло не за счет массовой ликвидации издательств, а за счет «сжатия» деятельности издательств по всему рынку. Издатели в прямом смысле слова проявили в период кризиса жизнестойкость, сделав все возможное, чтобы сохранить себя и основные направления своего развития.

К сожалению, кризисные явления усугубляют ряд «традиционных» для книжной отрасли негативных факторов:

- низкая степень корпоративной культуры представителей индустрии, отсутствие грамотной стратегии и тактики в лоббировании отраслевых интересов;
- отсутствие государственных мер антикризисной поддержки индустрии (доступ к приемлемым кредитным ресурсам, снятие таможенных пошлин на бумагу, проведение жесткой муниципальной политики по снижению арендной ставки для книжных магазинов и созданию новых торговых площадей);
- пиратство, тормозящее формирование эффективной модели развития индустрии книг в условиях цифровой революции и несовершенство IV части Гражданского кодекса РФ, сдерживающее развитие электронного книгоиздания и Интернет-торговли;
- чрезмерная концентрация книгоиздания в Москве и в нескольких крупных издательствах;
- отсутствие независимых национальных книготорговых сетей, элементы монополизации в книгораспространении;
- недостаточное взаимодействие книгоиздания и книжной торговли с библиотечным сообществом.

Прогнозируя развитие книжного рынка в 2010 году, ведущие эксперты отрасли видят его по-разному. Некоторые из них (например, Г. Лямин, О. Бартенев) склонны рассматривать его в пессимистичных тонах, другие (в частности, Н. Михайлова, О. Новиков), напротив, полагают, что рецессия на рынке прекратилась, и на нем уже наблюдаются процессы стабилизации. По мнению последних, падение продаж, продолжавшееся до октября 2009 г., сегодня остановилось. В состоянии кризиса все еще находится часть операторов рынка – в первую очередь это оптовые и некоторые розничные структуры, однако дальнейшего падения рынка не предвидится.

Другая часть экспертов ожидает в 2010 г. падения продаж в Москве и Санкт-Петербурге как продолжение этого процесса в регионах, где «дно» было достигнуто в 2009 г. По их мнению, следует ждать падения оборота не только в Москве, но и в целом по России, ввиду того, что на долю Москвы приходится не менее 20% общего объема реализации книжной продукции в стране.

Впрочем, отдельные специалисты (например, Д. Котов) прогнозируют в 2010 г. куда более глубокие изменения, и «очистка складов и перетряска портфелей», по их мнению, будут здесь лишь первым шагом. **Ввиду того, что книжная отрасль является самой инертной в медиаиндустрии, целый ряд негативных тенденций 2009 года может не только продолжать действовать, но и даже усугубиться в 2010 году.** По мнению некоторых экспертов, рынок ждет новая борьба за каналы сбыта, активизируется процесс слияний-поглощений. К сожалению, будут и дальше падать и дробиться тиражи. А главное – будет наблюдаться как никогда ожесточенная битва за внимание и кошелек читателей. Многие считают, что, начиная с 2009 года, отрасль вступила на новый, крайне сложный и абсолютно непроторенный путь, и процесс адаптации к новым условиям далеко не закончен.

Главным вопросом, по общему мнению экспертов, является вопрос о состоянии, в котором сейчас пребывает покупатель. Именно от покупательского поведения зависит то, как будет выглядеть рыночный ландшафт в ближайшем будущем. Снижение издательской активности, кризис в торговле сегодня обусловлены изменениями именно в покупательском поведении. Так, ситуация кризиса подтолкнула часть покупателей к переходу в Интернет, стала стимулом роста не только Интернет-торговли традиционными книгами, но и потребления электронного контента. В этой связи возрастает роль пропаганды чтения и мероприятий по реализации Национальной программы поддержки и развития чтения.

В то же время тенденции, которые существуют на мировом книжном рынке, так или иначе проявляются и на российском. Правда, в России книжный рынок еще не так структурирован и консолидирован, как западные рынки, до конца не ясна еще расстановка сил, но правила поведения игроков – те же, поэтому развиваются эти рынки сходным образом.

В целом же следует отметить, что в кризисный год российское книгоиздание достойно отреагировало на вызовы времени и по целому ряду направлений боролось с влиянием кризиса достаточно успешно. Сегодня российская книжная отрасль, образно говоря, напоминает сжатую спираль, которая при наступлении более благоприятных, чем сегодня, условий может и должна распрямиться. А это значит, остаются надежды, что при преодолении кризисных явлений, издательства, пережившие «бурю», оставшиеся «на плаву» и накопившие за это время экономический и интеллектуальный потенциал, смогут через какое-то время не только восстановить докризисные объемы своей деятельности, но и превзойти их.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Основные характеристики выпущенных в 2009 г. книг и брошюр (по числу названий)	7
Таблица 2. Основные характеристики выпущенных в 2009 г. книг и брошюр (по тиражам)	9
Таблица 3. Изменение в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2009 гг.	10
Таблица 4. Общая характеристика выпущенных в 2008-2009 гг. книг и брошюр (по листажу)	12
Таблица 5. Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 1998-2009 гг. по некоторым категориям целевого назначения	14
Таблица 6. Выпуск книг и брошюр по укрупненным тематическим разделам в 2009 г. в сравнении с 2008 г.	15
Таблица 7. 10 российских авторов художественной литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2006-2009 гг.	16
Таблица 8. 10 зарубежных авторов художественной литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2006-2009 гг.	17
Таблица 9. 10 авторов детской литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2006-2009 гг.	17
Таблица 10. 20 издательств, выпустивших наибольшее количество названий книг в 2008 и 2009 гг.	20
Таблица 11. 20 издательств выпустивших книги наибольшими тиражами в 2008 и 2009 гг.	20
Таблица 12. Состав отдельных издательских групп России	22
Таблица 13. 10 региональных издательств, выпустивших наибольшее количество книг и брошюр в 2008 и 2009 гг.	24
Таблица 14. 10 региональных издательств, выпустивших книги и брошюры наибольшими тиражами в 2008 и 2009 гг.	25
Таблица 15. 52 крупнейших издательских дома мира	25
Таблица 16. Ведущие книготорговые сети России	35
Таблица 17. Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России	35
Таблица 18. Ведущие книжные Интернет-магазины в Рунете	45
Таблица 19. Доли магазинов, отметивших изменение числа покупателей в конце 2008 – начале 2009 г.	52
Таблица 20. Доли магазинов, отметивших изменение размера среднего чека в конце 2008 – начале 2009 г.	52
Таблица 21. Доли магазинов, отметивших изменение числа покупателей и изменение размера среднего чека во II кв. 2009 г. в сравнении со II кв. 2008 г. по федеральным округам	53
Таблица 22. Снижение потребительского спроса по ценовым сегментам	55
Таблица 23. Снижение потребительского спроса по сегментам книжного рынка	56
Таблица 24. Падение продаж в различных сегментах литературы в компании «Топ-книга»	57
Таблица 25. Результаты работы розничных книготорговых сетей. Динамика продаж в рублях и экземплярах в I п/г 2009 г. в сравнении с I п/г 2008 г.	58
Таблица 26. Розничные продажи в SKU, продажи хитов и новинок в расчете на одну розничную точку продаж	59
Таблица 27. Снижение выручки региональных операторов в мае 2009 г. к маю 2008 г.	63
Таблица 28. Реализация книжной продукции в ГУП ОЦ «Московский Дом книги» в 2009 г.	65
Таблица 29. Динамика роста рынка электронных книг в США в 2002-2009 гг.	70
Таблица 30. Ранжирование ответов на вопрос: «Читаете ли Вы книги?»	87
Таблица 31. Ранжирование ответов на вопрос: «Сколько приблизительно книг имеется в Вашей домашней библиотеке?»	87
Таблица 32. Ранжирование ответов на вопрос: «Если Вы читаете книги, то какие жанры Вы чаще всего выбираете для чтения?»	87
Таблица 33. Ранжирование ответов на вопрос: «Где Вы чаще всего берете книги, которые хотите прочитать?»	88
Таблица 34. Ранжирование ответов на вопрос: «Читаете ли Вы цифровые книги?» (в зависимости от возрастно-половых характеристик)	89
Таблица 35. Ранжирование ответов на вопрос: «Читаете ли Вы цифровые книги?» (в зависимости от образования и дохода)	89
Таблица 36. Ранжирование ответов на вопрос: «Книги какого формата Вы предпочитаете читать?»	90
Таблица 37. Ранжирование ответов на вопрос: «Книги какого формата Вы предпочитаете читать?» (сравнение 2008 и 2009 гг.)	90

СПИСОК РИСУНКОВ

Рисунок 1. Количественные показатели российского книгоиздания в 1988-2009 гг. (тыс. названий).....	6
Рисунок 2. Количественные показатели российского книгоиздания в 1988-2009 гг. (тираж, млн экз.).....	7
Рисунок 3. Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2009 гг. (по числу названий).....	8
Рисунок 4. Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2009 гг. (по тиражу).....	9
Рисунок 5. Изменение в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2009 гг.	11
Рисунок 6. Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2009 гг. (по листажу).....	13
Рисунок 7. Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по числу выпущенных в 2009 г. названий).....	19
Рисунок 8. Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по выпущенному в 2009 г. тиражу).....	19
Рисунок 9. Доли различных регионов в географии российского книгоиздания.....	23
Рисунок 10. Мировое книгоиздание в 2009 г. (число выпущенных книг и брошюр).....	28
Рисунок 11. Динамика числа стационарных розничных книготорговых точек в России.....	29
Рисунок 12. Структура каналов книгораспространения в России в 2009 г.	31
Рисунок 13. Объем книжного рынка России в 2003-2009 гг. (млрд. долл. США).....	47
Рисунок 14. Динамика среднеотраслевой розничной цены книги в России в 2006-2009 гг.	48
Рисунок 15. Структура книжных продаж в ценовом разрезе.	48
Рисунок 16. Оптимальное распределение тематических групп в ассортименте универсального книжного магазина (март 2010 г.).....	51
Рисунок 17. Доли магазинов, отметивших изменение числа покупателей и изменение размера среднего чека в конце 2008 – начале 2009 г.	53
Рисунок 18. Доли магазинов, отметивших изменение числа покупателей и изменение размера среднего чека во II кв. 2009 г. в сравнении со II кв. 2008 г. по федеральным округам.....	54
Рисунок 19. Продажи в магазинах компании «Топ-книга» в I п/г 2009 г. к I п/г 2008 г.	54
Рисунок 20. Снижение потребительского спроса по ценовым сегментам.....	55
Рисунок 21. Снижение потребительского спроса по сегментам книжного рынка.....	56
Рисунок 22. Падение продаж в различных сегментах литературы в компании «Топ-книга».....	57
Рисунок 23. Динамика продаж книг по различным сегментам литературы в компании «Топ-книга» в I п/г 2009 г.	58
Рисунок 24. Результаты работы розничных книготорговых сетей. Динамика продаж в рублях и экземплярах в I п/г 2009 г. в сравнении с I п/г 2008 г.	59
Рисунок 25. Розничные продажи в SKU, продажи хитов и новинок в расчете на одну розничную точку продаж.....	60
Рисунок 26. Снижение выручки региональных операторов в мае 2009 г. к маю 2008 г.	64
Рисунок 27. Динамика роста рынка электронных книг в США в 2002-2009 гг. (оптовые продажи).....	69
Рисунок 28. Читательские предпочтения по разделам книжной продукции.	91

К-53 Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2009 год: Отраслевой аналитический доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2010. ISBN 978-5-904427-04-7

УДК655.42 (470)
ББК76.18