

**КНИЖНАЯ  
ИНДУСТРИЯ**



РОССИЙСКИЙ КНИЖНЫЙ СОЮЗ

# Книжный рынок 2013-2014

---

Статистика, тренды, прогноз

МОСКВА – 2014

---

# Аннотация

---

Настоящий аналитический отчет дает оценку текущему уровню отраслевой бизнес-активности и прогнозируемым на 2014–2015 год показателям функционирования российского книжной отрасли. На его страницах подробно рассматриваются изменения в тематической структуре книжного рынка отдельно в разрезе издательских инициатив и розничных продаж, анализируются базовые тренды 2011–2013 гг. в основных сегментах книжного рынка. Дается оценка текущей ситуации и прогнозные значения (2015) по структуре спроса и предложения с указанием ведущих авторских брендов, сезонных колебаний и динамики экземплярных и рублевых продаж.

В отчете приводятся расчетные показатели уровня монополизации отрасли и федеральный рейтинг суммарных продаж ведущих книгоиздательских компаний РФ по итогам 2013 года. Особое внимание уделено оценке объема продаж электронных книг в разрезе B2C и B2B сегментов, текущей ценовой политике, инфраструктуры и базовых драйверов развития рынка электронных книг в России.

Настоящий аналитический отчет подготовлен Российским книжным союзом совместно с журналом «Книжная индустрия» на основе аналитических исследований журнала, на сводной базе данных о продажах проекта «Книжный рынок России 2010–2015», а также на данных о продажах в федеральных книготорговых («Новый Книжный» – «Буквоярус») и FMCG сетях, предоставленных «ЭКМО».

Аналитический обзор подготовлен в феврале 2014 года.

Объем – 109 страниц

Обзор содержит 22 таблицы и 31 диаграмму

Язык обзора – русский.

# Оглавление

---

<b>Аннотация</b> .....	<b>2</b>
<b>Ключевые положения</b> .....	<b>11</b>
<b>1. Макроклимат</b> .....	<b>13</b>
1.1. Макро-показатели развития российской экономики. ....	13
1.2. Розничная торговля. ....	20
1.3. Демографическая ситуация. ....	22
1.4. ПЭСТ – сводка .....	23
<b>2. Книжный рынок России: динамика структуры и основные тренды</b> .....	<b>25</b>
2.1. Ценовая политика .....	27
2.2. Тематическая структура книжного рынка. ....	30
2.3. Художественная (развлекательная) литература для взрослых: динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы). ....	34
2.4. Детская литература: динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы). ....	38
2.5. Образование и наука: динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы). ....	42
2.6. Профессиональная литература: динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы). ....	47
2.7. Прикладная литература: динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы). ....	50
<b>3. Издательский бизнес: Конкурентные стратегии и сигналы рынка</b> .....	<b>55</b>
3.1. Основные показатели издательской активности. ....	55
3.2. Ценовая политика .....	57
3.3. Уровень конкуренции и угрозы монополизации рынка. ....	61
3.4. Сбытовая политика. Условия и приоритеты. ....	65

<b>4. Ключевые каналы сбыта:</b>	
<b>    потенциал и тренды репозиционирования .....</b>	<b>69</b>
4.1. Ритейл-карта книжного рынка: динамика структуры и потенциал .....	69
4.2. Специализированная книжная розница. Базовые показатели деятельности.....	70
4.2.1. Динамика уровня конвертации, трафика и среднего чека .....	71
4.2.2. Диверсификационные смещения в ассортиментной матрице.....	73
4.3. Федеральные книготорговые сети.....	76
4.4. Интернет-канал .....	78
4.5. Некнижный ритейл: FMCG и киосковые сети.....	81
<b>5. Рынок цифровой дистрибуции в РФ.....</b>	<b>85</b>
5.1. Потребительский рынок цифровой дистрибуции (Trade Market/B2C) .....	87
5.1.1. Базовые условия развития рынка цифровых книжных продуктов.....	87
5.1.2. Легальная дистрибуция: Текущая инфраструктура рынка (trade market).....	92
5.1.3. Ценовая политика (trade market) .....	94
5.2. Рынок электронно-библиотечных систем (B2B) .....	95
5.2.1. Электронно-библиотечные системы для библиотек и высшей школы .....	97

# Список диаграмм

---

<b>Диаграмма 1.1.</b> Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения РФ в I и IV кварталах 2012–2013 гг. ....	18
<b>Диаграмма 1.2.</b> Структура использования денежных доходов населения в III квартале 2018-2013 гг., % .....	20
<b>Диаграмма 1.3.</b> Темп роста оборота розничной торговли и платных услуг населению, 2000-2013 г. ....	21
<b>Диаграмма 2.1.</b> Ежегодные темпы динамики книжного рынка России в денежном (руб.) и натуральном (экз.) выражении, % .....	25
<b>Диаграмма 2.2.</b> Средняя цена реализованного издания в разрезе основных тематик и каналов сбыта в 2013 году .....	29
<b>Диаграмма 2.3.</b> Долевое участие основных ассортиментных групп в ритейл-обороте печатного книжного рынка РФ в 2013 году .....	31
<b>Диаграмма 2.4.</b> Прогноз долевого участия основных ассортиментных групп в ритейл-обороте печатного книжного рынка РФ на 2014 год .....	32
<b>Диаграмма 2.5.</b> Художественная литература: динамика продаж в 2011–2014 гг. ....	36
<b>Диаграмма 2.6.</b> Художественная (развлекательная) литература для взрослых: сезонные тренды продаж в 2011–2013 гг. ....	37
<b>Диаграмма 2.7.</b> Детская литература: динамика продаж в 2011–2014 гг., % .....	39
<b>Диаграмма 2.8.</b> Детская литература: сезонные тренды продаж в 2011–2013 гг. ....	42
<b>Диаграмма 2.9.</b> Образование и наука: динамика продаж в 2011–2014 гг., % .....	43
<b>Диаграмма 2.10.</b> Образование и наука: сезонные тренды продаж в 2011–2013 гг. ....	46
<b>Диаграмма 2.11.</b> Профессиональная литература: динамика продаж в 2011–2014 гг., % .....	47
<b>Диаграмма 2.12.</b> Профессиональная литература: сезонные тренды продаж в 2010–2013 гг. ....	50
<b>Диаграмма 2.13.</b> Прикладная литература: динамика продаж в 2011–2014 гг., % .....	51

<b>Диаграмма 2.14. Прикладная литература:</b>	
сезонные тренды продаж в 2010–2013 гг. ....	54
<b>Диаграмма 3.1. Позиции ведущих издательств (ТОП-20)</b>	
на карте стоимости канала offline книжных магазинов	
в 2013 году. ....	59
<b>Диаграмма 3.2. Конкурентный ландшафт: Доли книжного рынка</b>	
ключевых игроков по суммарным (рублевым) продажам	
в 2013 (2012) году. ....	63
<b>Диаграмма 3.3. Динамика продаж в 2013 (2012) году.</b>	
Издательская оценка (доля издательств,	
отметивших тренд, %) ....	67
<b>Диаграмма 3.4. Доля канала сбыта в общем объеме реализации</b>	
издательств РФ в 2013 (2012) году	
(средневзвешенный показатель, %) ....	68
<b>Диаграмма 4.1. Структура розничных каналов сбыта в РФ</b>	
в 2013 (2012) году, % от оборота книжного рынка ....	70
<b>Диаграмма 4.2. Динамика среднего чека книжного ритейла</b>	
в 2011–2013 гг. (доля предприятий отметивших тренд, %) ....	72
<b>Диаграмма 4.3. Динамика трафика книжного ритейла</b>	
в 2011–2013 гг. (доля предприятий отметивших тренд, %) ....	73
<b>Диаграмма 4.4. Доля книг в торговом предложении</b>	
независимых книжных магазинов РФ в 2012–2013 гг.	
(средневзвешенный показатель, %) ....	76
<b>Диаграмма 4.5. Доля укрупненных тематических групп</b>	
в канале федеральных книготорговых сетей,	
% январь–декабрь 2013. ....	78
<b>Диаграмма 4.6. Интернет-канал: темпы роста продаж</b>	
печатной книги в 2011–2014 гг. ....	79
<b>Диаграмма 4.7. Доля укрупненных тематических групп</b>	
в обороте FMCG сетей, % январь–декабрь 2013 ....	82
<b>Диаграмма 5.1. Объем рынка цифровой дистрибуции в РФ</b>	
в 2011–2015 гг., млн руб. ....	86
<b>Диаграмма 5.2. Динамика численности интернет-пользователей</b>	
в России (18+, млн чел.) ....	88
<b>Диаграмма 5.3. Динамика уровня интернет-покрытия</b>	
в федеральных округах РФ в 2011–2013 гг. ....	89
<b>Диаграмма 5.4. Уровень популярности устройств/операционных</b>	
систем для скачивания (и чтения) легального цифрового	
книжного контента в 2013 (2012) гг. ....	91

<b>Диаграмма 5.5.</b> Структура предпочтений пользователей РФ в отношении формата цифрового контента (книги) для скачивания. 2012–2013 гг. ....	91
<b>Диаграмма 5.6.</b> Динамика средней цены предложения в цифровом и бумажном сегменте книжного рынка РФ в 2011–2014 гг. ....	94
<b>Диаграмма 5.7.</b> Приоритеты библиотеки вуза при покупке стороннего электронного контента, % голосов ....	99
<b>Диаграмма 5.8.</b> ЭБС: Уровень рыночной востребованности тематик электронного контента (оценка агрегаторов контента, % голосов) ....	101





# Список таблиц

---

<b>Таблица 1.1.</b> Индекс производства печатной продукции в 2012–2013 гг. ....	15
<b>Таблица 1.2.</b> Россия: Индекс потребительских цен в 2011–2013 гг. ....	16
<b>Таблица 1.3.</b> Индексы потребительских цен в группировке классификатора индивидуального потребления по целям (на конец периода, в %) .....	17
<b>Таблица 2.1.</b> Структура доходов книжной отрасли в 2011–2015 гг. ....	26
<b>Таблица 2.2.</b> Средняя цена реализованного на книжном рынке издания в 2011–2015 гг. ....	27
<b>Таблица 2.3.</b> Средняя цена реализации в базовых тематических блоках и каналах книжного рынка в 2011–2013 гг. ....	28
<b>Таблица 2.4.</b> Индекс потребительских цен в основных тематических нишах книжного рынка .....	30
<b>Таблица 2.5.</b> Доля укрупненных тематических групп в обороте книжного рынка, % .....	31
<b>Таблица 2.6.</b> Динамика продаж в укрупненных (тематика) товарных группах, % .....	33
<b>Таблица 2.7.</b> ТОП-20 Художественная литература: ведущие авторы (проекты) по суммарным продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2013 году .....	34
<b>Таблица 2.8.</b> ТОП-10 Детская литература: ведущие авторы (проекты) по суммарным продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2013 году .....	40
<b>Таблица 2.9.</b> ТОП-20 Образование и наука: ведущие авторы (проекты) по суммарным продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2013 году .....	44
<b>Таблица 2.10.</b> ТОП-10 Профессиональная литература: ведущие авторы (проекты) по суммарным продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2013 году .....	48
<b>Таблица 2.11.</b> ТОП-10 Прикладная литература: ведущие авторы (проекты) по суммарным продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2012 году .....	52
<b>Таблица 3.1.</b> Динамика выпуска книг и брошюр по целевому назначению .....	55
<b>Таблица 3.2.</b> Средняя цена реализованного издания импринта (поставщика) в 2012–2013 гг. ....	58

<b>Таблица 3.3.</b> Средняя цена реализованного издания импринта (поставщика) в 2013 году.....	60
<b>Таблица 3.4.</b> Динамика доли ведущих издательств в суммарном выпуске РФ в 2007–2013 гг. ....	62
<b>Таблица 3.5.</b> Конкурентный ландшафт: доли ведущих издательств РФ по суммарным (рублевым) продажам в 2013 году .....	64
<b>Таблица 4.1.</b> Динамика долевого участия каналов сбыта в структуре доходов книжной отрасли, % .....	69
<b>Таблица 4.2.</b> Крупные региональные и локальные независимые книготорговые сети РФ .....	74
<b>Таблица 4.3.</b> Федеральные книготорговые сети РФ: число магазинов и регионы присутствия .....	77
<b>Таблица 5.1.</b> Средняя цена бумажной и электронной книги в РФ в 2011-2013 гг. ....	95
<b>Таблица 5.2.</b> Рейтинг популярности внешних электронных ресурсов у пользователей (студентов, преподавателей вузов) .....	98
<b>Таблица 5.3.</b> Базовый ассортимент поставщиков ЭБС и издательских коллекций в B2B-сегменте цифрового рынка.....	99

# Ключевые положения

---

- По итогам 2013 года книжный рынок РФ сократился на 2,6 % за счет существенного падения оборотов в канале федеральных сетей, а также снижения продаж в киосковых сетях и некнижном ритейле. Согласно расчетным значениям 2014 год для книжного рынка будет более благоприятен – стабильная ситуация прогнозируется для всех рыночных каналов сбыта при параллельном снижении бюджетных закупок (и в школьном, и в библиотечном секторе), что не позволит в итоге книжной отрасли выйти на положительный баланс.
- В 2013 году в целом по рынку средняя цена реализованного издания демонстрировала плавный рост на уровне предыдущих лет, и достигла значения в 164,84 р. Очевидно, что потребительская аудитория книги настроена лояльно и готова платить больше. Самую высокую среднюю цену реализации демонстрирует интернет-канал (196,21 р.), клиент которого делает взвешиваемые покупки и не приобретает дешевых брошюр, снижающих показатель средней цены в offline ритейле.
- Базовыми для российского печатного книжного рынка остаются ниши образовательной (24,46 %) и детской книги (20,04 %), а также художественной литературы для взрослых (21,63 % от оборота). Однако в прогнозных значениях на 2015 год доля этих ниш в обороте книжного рынка будет постепенно сокращаться, и напротив, положительный тренд прогнозируется для книг культурно-краеведческой и прикладной тематики.
- В 2013 году многие, по крайней мере, крупные (от 1000 SKU) издательства росли по количеству наименований в диапазоне плюс 3–18 %, и более двух третей (72,2 %) нарастили прайс на 2–57 % позиций. В 2013 году ведущие издательства РФ руководствовались в большей степени внутренними ресурсами, а не сигналами рынка.
- Суммарная доля рынка (в денежном выражении) у пятерки ведущих издательств не превысила 43,2 % (в 2012 году – 45,1 %)

и пока вполне сопоставима с итогами 2010–2011 гг. по составу издательств-лидеров. Более того, суммарная доля «АСТ»/«Эксмо» сократилась на 3,1 % по причине вполне предсказуемого снижения активности «АСТ», в то время как рост объема продаж на фоне 2012 года отметило абсолютное большинство (72,3 %) издательств.

- По итогам 2013 года независимый offline книжный ритейл сохраняет свое лидерство по объему продаж среди рыночных каналов сбыта книжной продукции. Несмотря на закрытие отдельных книжных магазинов и сокращение книжной выкладки в оставшихся, с 2011 года доля этого канала в обороте книжной отрасли находится на уровне 34 % (порядка 26–27 млрд рублей). Растет и канал цифровой дистрибуции – оборот (B2B + B2C) цифровой книги в России в 2013 году достиг 1,1 млрд рублей или 1,4 % к обороту книжной отрасли по печатной книге.

# 1. Макроклимат

---

## 1.1. Макро-показатели развития российской экономики

**Основными характеристиками 2013 года можно считать:**

- снижение темпов положительной динамики индекса физического объема ВВП (в 2013 – 101,3 %; в 2012 – 103,4 %; в 2011 – 104,3 %);
- нулевая динамика индекса промышленного производства (в 2013 – 100,4 %; в 2012 – 102,6 %; в 2011 – 104,7 %);
- рост (+10,1 %) объема иностранных инвестиций в российскую экономику;
- стабильность темпов официальной инфляции на уровне 6,5 % (в 2012 – 6,6 %; в 2011 – 8,4 %);
- рост реальных располагаемых денежных доходов населения (103,3 % к 2012) при параллельном снижении значений индекса потребительской уверенности;
- дефицит консолидированного бюджета РФ в 848,7 млрд рублей;
- снижение темпов роста оборота розничной торговли (в 2013 – 103,9 %; в 2012 – 105,9 %; в 2011 – 107,0 %);
- рост численности постоянного населения РФ главным образом (на 92,8 %) за счет миграционного прироста.

Большинство экспертов не ждут от 2014 года ничего хорошего для российской экономики, и, тем не менее, он во многом будет похож на 2013 год.

Декабрьский прогноз Минэкономразвития на 2014 год предполагал среднегодовой курс доллара на уровне 33,9 рубля, рост ВВП РФ – 2,5 %, нулевой рост промышленности, ритейла – на уровне плюс 2,1 %, а также инфляцию на уровне 4,8 % к 2013 году, отток капитала – 25 млрд долларов, исполнение бюджета с дефицитом в 0,5 % ВВП и снижение цены нефти марки Urals до 101 долларов за баррель.

Однако январское и февральское ослабление рубля в 2014 году заставило экспертов пересмотреть прогнозы. Именно инфляция оста-

ется основным рыночным риском для экономики и по планам ЦБ РФ должна удержаться в пределах 5 % к концу 2014 года. Но уже в марте Минэкономразвития повышает на 2014 год точечный ориентир по инфляции до 5,2–5,3 %. И многие эксперты ждут третьей волны девальвации рубля. Дальнейшее ослабление рубля может привести к росту ставок по рублевым кредитам и депозитам – и тогда наравне с ростом потребительских цен можно ожидать и удорожание финансирования производственных операций. При этом Банк России неоднозначно оценивает влияние ослабления рубля на экономику страны в целом. Так, слабый рубль выгоден экспортерам и бюджету, но принесет проблемы тем российским компаниям, которые импортируют оборудование и сырье. Впрочем, ЦБ рассчитывает на стабилизацию рубля в обозримом будущем.

Менее оптимистичную позицию занимает член президиума Экономического совета при президенте России Алексей Кудрин, который считает, что ситуация в Украине повлияет на экономику РФ сильнее, чем прогнозирует Минэкономразвития. С его точки зрения рост ВВП по итогам 2014 года составит менее 1 %, может быть, ноль, а возможные санкции Запада, по мнению Кудрина, негативно повлияют на инвестиционный климат Российской Федерации, особенно на внутреннего инвестора и на настроения российского населения в целом. Кроме того, аналитик ждет сворачивания деятельности иностранных компаний на территории России, остановки кредитных линий и совместных проектов. В худшем случае эксперт прогнозирует ограничение функционирования российских фининститутов на международном валютном рынке, что может привести к оттоку \$ 50 млрд каждый квартал и суммарно с кредитными ограничениями может способствовать росту инфляции еще на 1–2 % ([www.vedomosti.ru/finance/](http://www.vedomosti.ru/finance/)).

### Темпы промышленного производства

В 2013 году индекс промышленного производства в России характеризовался фактически нулевой динамикой (0,4 %). И на фоне темпов роста промышленного производства в России в 2012 или 2011 годах (плюс 2,6 % к 2011, плюс 4,7 % к 2010 соответственно) в 2013-м очевидно ухудшение ситуации. Причем, это касается и индекса обрабатывающих производств, который в 2013 году составил 100,1 % (в 2012 году составил 104,1 %; в 2011 – 106,5 %). Более того, по итогам 2013 года Росстат отмечает снижение промышленного производства по группе «книги, брошюры, листовки печатные и аналогичные материалы» на 3,7 % к итогам 2012 года (в 2012 к 2011 – минус 1,4 %). Всего же по данным

Таблица 1.1.

## Индекс производства печатной продукции в 2012–2013 гг.

Производство отдельных видов продукции	2013	в % к 2012	2012	в % к 2011
Книги, брошюры, листовки печатные и аналогичные материалы печатные в виде отдельных листов (листов-оттисков), млрд штук	6,0	96,3	6,06	98,6
Газеты (экземпляров, тираж условный/в 4-х полосном исчислении формата А2), млрд шт.	17,4	90,0	19,0	99,2

Источник: Росстат, о промышленном производстве России, <http://www.gks.ru>

Росстата в РФ в 2013 году было произведено 6 млрд печатных листов-оттисков по данной группе.

В декабре 2013 г. индекс цен производителей промышленных товаров в РФ за период с начала года составил 103,7% (в 2012 г. – 105,1%), при этом аналогичный показатель по группе «обрабатывающие производства» (в т.ч. целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность) составил с начала 2013 года лишь 101,6% (в 2012 г. – 103,2%).

### Уровень инфляции

Темпы роста потребительских цен в России в 2013 году существенно выше инфляции, зафиксированной Росстатом в 2012-м (106,5% против 105,1%). Впрочем, базовый индекс потребительских цен (БИПЦ), исключая изменения цен на отдельные товары, подверженные влиянию факторов, которые носят административный, а также сезонный характер, в декабре 2013 года составил 100,4%, с начала года – 105,6%.

Тем не менее, даже с этим уровнем инфляции экономическая ситуация в Российской Федерации выглядит крайне нестабильной на фоне 1,5%-й инфляции в среднем по странам ЕС (Италия, Франция, Германия) и США, и даже в сравнении с 2,6%-й инфляцией в Великобритании.

По данным Росстата инфляция по группе «газеты, книги, канцелярские принадлежности» в декабре 2013 г. к декабрю 2012 г. составила 5,9% (в декабре 2012 г. к декабрю 2011 г. – 6,7%), что несколько выше среднего индекса «непродовольственных» цен. В целом, анализируя таблицу индексов потребительских цен в группировке классификатора индивидуального потребления по целям (КИПЦ), можно увидеть, что за 2013 год снизились лишь цены на телефонное, аудиовизуальное и фото-оборудование, для всего остального инфляционный индекс находится в области положительных значений – плюс 2–29%, при-

Таблица 1.2.

## Россия: Индекс потребительских цен в 2011–2013 гг.

	декабрь 2013 г. к декабрю 2012 г., %	декабрь 2012 г. к декабрю 2011 г., % (справочно)	декабрь 2011 г. к декабрю 2010 г., % (справочно)
<b>Индекс потребительских цен</b>	106,5	106,6	106,1
<b>в том числе на:</b>			
продовольственные товары	107,3	107,5	102,8
непродовольственные товары	104,5	105,2	106,7
услуги	108,0	107,3	108,7
<b>Базовый индекс потребительских цен</b>	105,6	105,7	106,6

Источник: Росстат, <http://www.gks.ru>

чем верхнее значение индекса характеризует рост цен на табачные изделия.

За 2013 год рост тарифов жилищно-коммунальных услуг составил 9,1 % (в 2012 – 8,7 %). Как и в 2012 году среди тарифов ЖКХ значительное превышение среднестатистических официальных темпов инфляции характерно для оплаты за электроэнергию и газоснабжение (+11,6 %).

Стоимость минимального набора продуктов питания в среднем по России в конце декабря 2013 года составила 2871,5 руб. (в 2012 – 2608,9 руб.) в расчете на месяц. С начала года она выросла на 9,9 % (в 2012 – 7,8 %). Минимальная стоимость набора отмечена в Саратовской и Курской областях, максимальной по традиции отличился Чукотский АО. Стоимость набора в Москве в конце декабря 2012 года составила 3408 руб. и с начала 2013 года выросла на 10,4 %, в Санкт-Петербурге – 3204,6 рубля (с начала года – на 8,6 %).

Согласно постановлению № 1173 Правительства РФ от 17 декабря 2013 г. величина прожиточного минимума в III квартале 2013 года составила 7429 (в III квартале 2012 года – 6643 руб.). Впрочем, в каждом регионе, исходя из средних цен, установлена своя величина минимальной потребительской корзины.

С января 2013 года Россия перешла на новый порядок расчета потребительской корзины. Если продукты питания по-прежнему определяются в натуральных показателях (половина стоимости корзины), то непродовольственные товары и услуги (по четверти) – в процентах от стоимости продуктов питания. И, согласно Минэкономразвития, благодаря новой методике расчета прожиточный минимум россиян вырастет к 2015 году до 8293 рублей. Действительно, в результате перехода к но-



Таблица 1.3.

**Индексы потребительских цен в группировке классификатора индивидуального потребления по целям**  
(на конец периода, в %)

	декабрь 2013 г. к декабрю 2012 г.	январь-декабрь 2013 г. к январю-декабрю 2012 г.	декабрь 2012 г. к декабрю 2011 г.
Все товары и услуги	106,5	106,8	106,6
Продукты питания и безалкогольные напитки	106,0	106,2	106,7
Алкогольные напитки	114,6	116,7	112,1
Табачные изделия	129,3	127,2	122,6
Одежда и обувь	104,6	105,0	105,3
Жилищные услуги, вода, электроэнергия, газ и другие виды топлива	108,5	109,1	108,7
Здравоохранение	108,3	107,7	107,3
Транспорт	104,8	105,5	105,2
Газеты, книги, канцелярские принадлежности	105,9	106,1	106,7
Образование	108,5	110,7	112,5

*Источник: Росстат, <http://www.gks.ru>*

вому порядку определения потребительской корзины и прожиточного минимума, предусматривающему более высокий уровень потребностей, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности, только в I квартале 2013 г. величина прожиточного минимума для всего населения возросла на 2,9%, для пенсионеров – на 7,6%, для детей – на 3,6%, для трудоспособного населения – на 2,2%.

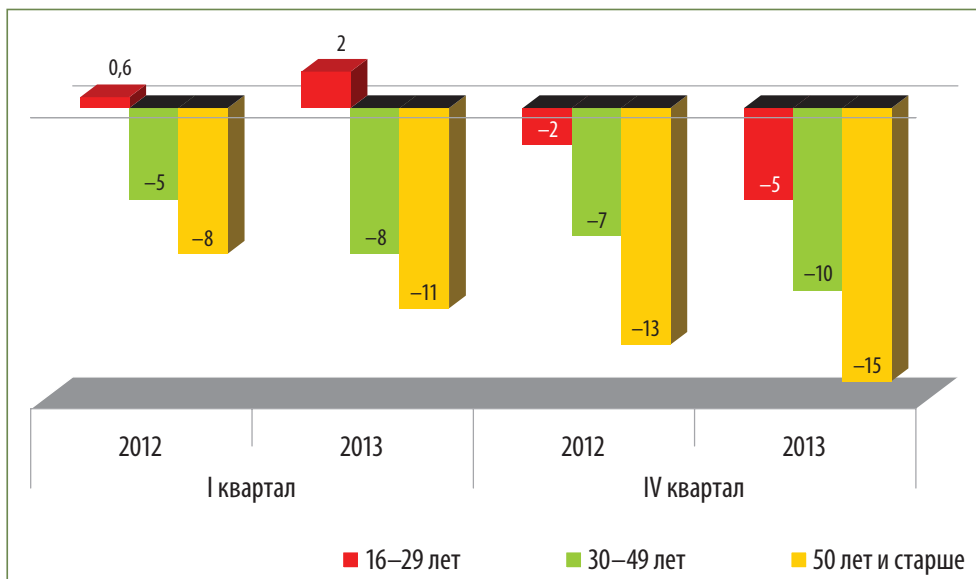
Вопреки положительным прогнозам Минэкономразвития о снижении доли населения с доходами ниже величины прожиточного минимума с 12,8% (2011) до 11,5% в 2015 году, ситуация в 2013 году только ухудшается. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума по состоянию на январь-сентябрь 2013 года составила 17,8 млн человек или 12,6% населения РФ (по данным на январь-сентябрь 2012 года – 17,2 млн человек или 12,1% населения РФ). Именно столько россиян, по официальным данным, живут за чертой бедности.

### Индекс потребительской уверенности

Согласно выборочному обследованию Росстата в ноябре 2013 года, индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные по-

### Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения РФ в I и IV кварталах 2012–2013 гг.

Диаграмма 1.1



Источник:  
Росстат,  
<http://www.gks.ru>

требительские ожидания населения, постепенно снижается на протяжении всего второго полугодия, и в IV квартале 2013 года упал ниже расчетных значений аналогичного периода 2012 года – до минус 11% (в 2012 – минус 8%; в 2011 – минус 7%).

Положительных изменений в экономике страны в течение следующих 12 месяцев ожидают 14% (2012–19%) опрошенных россиян, отрицательных – 28% (в ноябре 2012–23%). Индекс произошедших изменений в экономике России понизился на 6 процентных пункта и составил (-13%) против (-7%) в III квартале 2013 года.

Доля респондентов, положительно оценивающих изменения в своем материальном положении в течение года, составила лишь 13% (в 2012–14%). Доля же респондентов, считающих, что их материальное положение ухудшилось, увеличилась до 29% (в 2012 – 27%). При этом оптимистов и пессимистов, считающих, что их материальное положение в течение следующих 12 месяцев улучшится/ухудшится, набралось примерно равное количество (12% и 19%), в то время как большинство (69%) считает, что ничего не изменится.

Россияне действительно в большинстве своем оптимисты на фоне жителей Европы. Так, в ноябре 2013 года индекс потребительской уверенности упал в Италии – до минус 20,9, во Франции – до минус 26,4, в Польше – до минус 23,6, Греции – до минус 66,7. Конечно, жители Германии и Великобритании в ноябре 2013 года чувствовали себя более уверенно (минус 2,9 и минус 2,1 соответственно), однако события в Украине в I квартале 2014 года, вряд ли поспособствуют росту потребительской уверенности в странах ЕС (27).

## Денежные доходы населения

По оценке Федеральной службы государственной статистики, реальные располагаемые денежные доходы населения РФ (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на индекс потребительских цен) за январь-декабрь 2013 года выросли на 3,3%. В январе 2014 года денежные доходы (в среднем на душу населения) составили 18626 рублей (105,5% к январю 2013 года). Среднемесячная начисленная заработная плата в 2013 году составила 29960 рублей и по сравнению с 2012 годом выросла на 12,4%. В декабре 2013 года этот показатель составил 39648 рублей и увеличился по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года на 9,3%.

Аналогична ситуация и с пенсионными начислениями. В 2013 году трудовые пенсии российских пенсионеров повышались два раза – 1 февраля на 6,6% и 1 апреля – на 1,8%. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат) средний размер назначенной ежемесячной пенсии в России в декабре 2013 г. увеличился на 9,6% по сравнению с декабрем 2012 года и составил 10038 рублей.

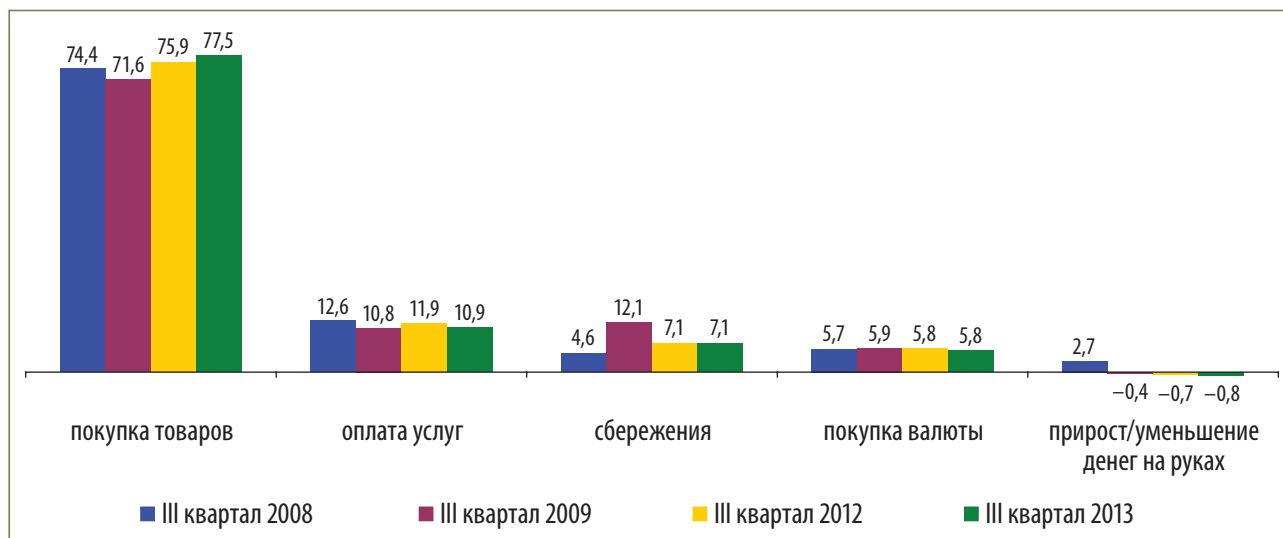
В 2014 году трудовые пенсии 37,8 млн российских пенсионеров будут также проиндексированы 1 февраля (на 6,5%), исходя из роста потребительских цен за 2013 год, а также 1 апреля – с учетом индекса роста доходов ПФР и темпов роста прожиточного минимума пенсионера в РФ за прошедший год.

При этом среднемесячная начисленная заработная плата в сфере образования и здравоохранения в 2013 году составила 23421 руб. и 24564 руб. соответственно (или 78% и 82% к общероссийскому уровню), увеличившись на фоне аналогичного периода 2012 года на 23,2% и 18,9%. По состоянию на 2013 года самые высокие зарплаты по традиции сохраняются в сфере производства нефтепродуктов (69771 руб.) и транспортировки по трубопроводам (62221 руб.); самые низкие зарплаты – в текстильном и швейном производстве (15637 руб.), в обувном производстве (14429 руб.) и в сельском и лесном хозяйствах (15637 руб.). В сфере «издательской и полиграфической деятельности» среднемесячная начисленная заработная плата (без выплат социального характера) составила в 2013 году по данным Росстата 28701 рублей (или 96% к общероссийскому уровню).

Однако стабильные выплаты зарплаты имеют отношения лишь к бюджетным работникам. На 1 февраля 2014 г. просроченная задолженность по заработной плате из-за несвоевременного получения денежных средств из бюджета отсутствовала в 76 субъектах Российской Федерации. При этом задолженность по заработной плате из-за отсут-

Диаграмма 1.2

### Структура использования денежных доходов населения в III квартале 2008–2013 гг., %



**Источник:**  
Росстат,  
<http://www.gks.ru>

ствия собственных средств организаций за январь 2014 г. увеличилась на 493 млн рублей (25,3%) и на 1 февраля 2014 г. составила 2,4 млрд рублей.

О том, что реальные доходы населения растут медленнее официальных темпов прироста начисленных зарплат и социальных выплат, а также о реальном индексе потребительских настроений свидетельствует динамика структуры расходов россиян в нейтральном III квартале 2008–2013 годов. В 2013 году россияне тратили на приобретение товаров значительно большую долю своих доходов, чем в кризисном 2009-м, и в меньшей степени были склонны к приобретению валюты, предпочитая хранить сбережения в рублях.

## 1.2. Розничная торговля

По данным Федеральной службы государственной статистики, оборот розничной торговли в России за 2013 год составил 23 трлн. 668,4 млрд рублей, что на 3,9% превышает результат предыдущего года. Россияне продолжают активно «потреблять», вопреки снижению темпов роста денежных доходов, но также очевидно, что темпы роста продаж в розничной торговле в России год от года замедляются. Потребительский спрос, который экономисты называли локомотивом российской экономики в посткризисные годы, больше не может играть подобной роли: за последние годы темпы роста розничной торговли неуклонно снижались и достигли в 2013 году своего минимума. Так, если в 2011 розница росла на 7,1%, в 2012 году на 6,3%, то в 2013 году – только на 3,9%.

**Темп роста оборота розничной торговли и платных услуг населению, 2000–2013 г.**

**Диаграмма 1.3**



По словам, директора департамента госрегулирования внутренней торговли Минпромторга РФ Дениса Пака, общее замедление темпов роста оборота розничной торговли в 2013 году обуславливается изменением потребительского поведения населения, снижением темпов роста потребительского кредитования в условиях высокой долговой нагрузки, а также увеличением склонности населения к сбережениям. «Доля торговых сетей в обороте розничной торговли еще невысока и неравномерна географически. Например, в центральных регионах замедляются темпы роста объема ввода новых торговых площадей и основной акцент делается на повышении эффективности работы уже существующих объектов. Для удаленных от центра регионов страны, где сетевая торговля еще практически не развита/регионы Сибири и Дальнего Востока/, существуют возможности для экстенсивного роста за счет ввода новых площадей», – отмечал Пак (<http://itar-tass.com/ekonomika/694123>).

**Источник:**  
Росстат,  
<http://www.gks.ru>

Как отмечает Росстат, в 2013 году оборот розничной торговли на 90,5% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила лишь 9,5% (в 2012 году – 10,6%), т.е. продолжает сокращаться. Тем не менее, в 2014 году определенные проблемы будут испытывать и крупные ритейлеры.

В 2013 году крупнейшие игроки российской розницы активно наращивали валовую рентабельность, получая более выгодные условия от поставщиков. В III квартале 2013 г. у X5 Retail Group валовая маржа выросла до 25,1% с 22,8% год назад. Лидер рынка «Магнит» за этот период нарастил показатель до 29,29% с 26,92%, «Дикси» – до 30,6% с 29,3%. Рост маржи позволял ритейлерам сгладить негатив от замед-

ляющихся сопоставимых продаж. Как полагают аналитики, в 2014 г. рост маржи будет ниже, так как возможности для дальнейшего повышения цен на продукцию кажутся ограниченными, а возможности для роста сопоставимых продаж и органического роста в 2013 году почти исчерпаны. Торговые площади в крупных российских городах растут более чем на 10% в год, а покупатели переориентировались на более крупные торговые форматы. О смене предпочтений покупателей в пользу гипермаркетов заявлял и «Магнит», зафиксировавший замедление роста выручки к концу 2013 г. «Публичные компании (за исключением X5 Retail Group) могут столкнуться с замедлением роста сопоставимых продаж с 4,1% в среднем в 2013 г. до 3,4% в 2014 г.», – говорится в обзоре Сбербанка. Рост общих, коммерческих и административных расходов в расчете на магазин составит не менее 6% в 2014 г. и превысит рост сопоставимых продаж, а повышение валовой рентабельности не сможет компенсировать это. В результате, как прогнозируют эксперты, в целом по сектору доход на инвестиции снизится с пиковых 29% в 2013 г. до 23% в 2015 г. (<http://www.vedomosti.ru/companies/news/21286741/>).

### 1.3. Демографическая ситуация

По предварительной оценке, численность постоянного населения Российской Федерации на 1 января 2014 г. составила 143,7 млн человек и за прошедший год возросла на 318,8 тыс. человек, или на 0,22% (на соответствующую дату предыдущего года также наблюдалось увеличение численности населения на 292,4 тыс. человек, или на 0,20%). В 2013 году, как и в предыдущие годы численность населения в РФ приросла преимущественно (на 92,8%) за счет миграционного прироста.

В целом по стране в 2013 г. число родившихся превысило число умерших на 22913 человек. При этом в 40 субъектах Российской Федерации наблюдалось превышение числа умерших над числом родившихся, из них в 13 субъектах РФ это превышение составляло 1,5–1,8 раза.

По данным ФМС России, на 1 января 2014 г. в стране насчитывалось 31,5 тыс. вынужденных переселенцев и беженцев. Почти 25% (7,7 тыс.) из общей численности вынужденных мигрантов составляли бывшие жители Казахстана, 24% (7,4 тыс.) – Грузии, 11% (3,4 тыс.) – Узбекистана, 4% (1,3 тыс.) – Таджикистана. Более 30% (9,5 тыс.) человек переселились внутри России из регионов с нестабильной общественно-политической обстановкой.

## 1.4. ПЭСТ – сводка

Официальная динамика макроэкономических показателей в России в 2013 году оказывала нейтральное влияние на текущие значения развития книжной отрасли. И прогнозные сценарии Минэкономразвития на 2014 год свидетельствуют об улучшении макроэкономического фона для книжного рынка, на текущий момент располагающего вполне сбалансированной структурой, и, напротив, определенное сокращение бюджетной части в структуре доходов книжной отрасли.

### Положительные факторы

- Девальвация рубля и прогнозируемый рост интереса к продуктам российского производства.
- Удержание темпов роста потребительских цен на уровне 5–6% годовых.
- Снижение темпов роста реальных располагаемых денежных доходов населения и как следствие смещение предпочтений в пользу продуктов эконом-класса и более рационального покупательского поведения.
- Рост кредитных ставок и соответственно смягчение долговой нагрузки по потребительским кредитам.

### Отрицательные факторы

- Снижение индекса потребительской уверенности.
- Рост стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг.
- Рост численности постоянного населения Российской Федерации преимущественно за счет миграционного прироста.
- Снижение маржинальности и сопоставимого оборота в сетевом ритейле.
- Дефицит консолидированного бюджета.

Принимая во внимание совокупное влияние положительных и отрицательных макроэкономических факторов, для экономики книжной отрасли в 2014 году прогнозируются положительные сдвиги и преодоление негативных трендов последних лет, обусловленные наличием сформированных за период внутреннего кризиса компетенций.





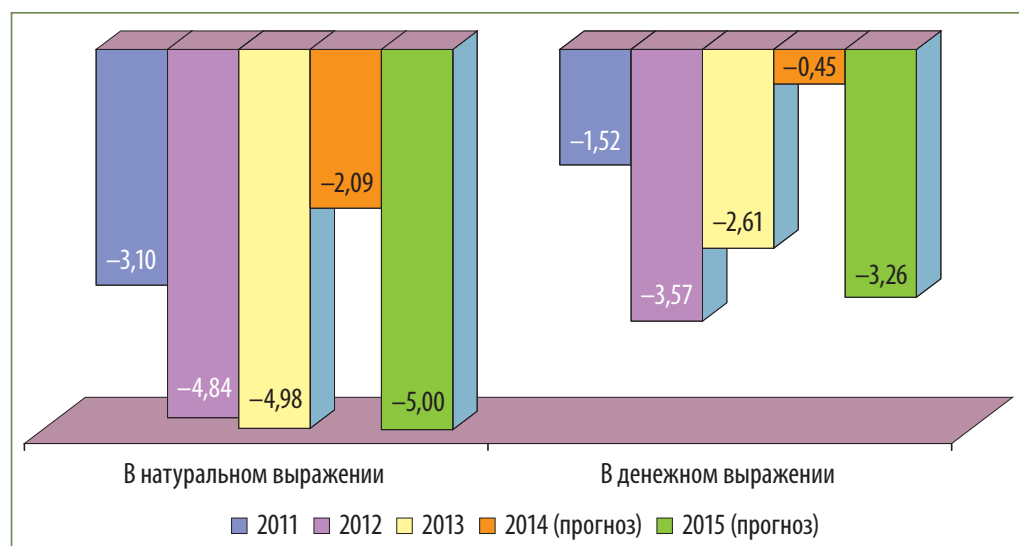
## 2. Книжный рынок России: динамика структуры и основные тренды

По итогам 2013 года книжный рынок РФ сократился на 2,6% за счет существенного падения оборотов в канале федеральных сетей, а также снижения продаж в киосковых сетях и некнижном ритейле. Тем не менее, оборот книжной отрасли по печатной книге в целом снизился в 2013 году лишь на 1%. Снижение темпов падения обеспечено ростом бюджетных закупок (прежде всего по библиотечным системам). В совокупном (+ электронные издания) обороте книжной отрасли падение в 2013 году фактически не ощутимо – на уровне минус 0,32%. В этом смысле мы можем говорить о преломлении негативных трендов падения и наступившей стагнации в книжной отрасли. Однако, это временная передышка. В прогнозных значениях на 2015 год тренд сжимания книжного рынка станет вновь ощутим, даже при условии сохранения высоких темпов роста продаж электронной книги.

Согласно расчетным значениям 2014 год для книжного рынка будет более благоприятен – стабильная ситуация прогнозируется для всех рыночных каналов сбыта; незначительное снижение оборотов в независимом специализированном ритейле и киосковых сетях перекроет-

Диаграмма 2.1

Ежегодные темпы динамики книжного рынка России в денежном (руб.) и натуральном (экз.) выражении, %



Источник:  
аналитика «КИ»

ся ростом интернет-канала. Тем не менее, в 2014 году предполагается снижение бюджетных закупок (и в школьном, и в библиотечном секторе), что не позволит в итоге книжной отрасли выйти на положительный баланс.

Таблица 2.1

## Структура доходов книжной отрасли в 2011–2015 гг.

	2011		2012		2013		2014		2015	
	расчетный оборот, млрд руб.	2011 доля канала	расчетный оборот, млрд руб.	расчетный оборот, млрд руб.	2013 доля канала	расчетный оборот, млрд руб.	расчетный оборот, млрд руб.	расчетный оборот, млрд руб.	2015 доля канала	
<b>Печатная книга</b>										
<b>Рынок (печатная книга), в т.ч.</b>	<b>53,65</b>		<b>51,73</b>	<b>50,38</b>		<b>50,15</b>	<b>48,52</b>			
Книжные магазины (в т.ч. городские книж- ные сети)	26,85	33,56	26,02	27,29	34,99	26,49	25,83	34,32		
Федеральные Сети (Новый книжный/Бук- воед, Буква)	10,98	13,72	8,87	7,86	10,08	8,47	7,96	10,57		
Интернет-магазины	5,49	6,69	5,93	6,27	8,04	7,22	7,65	10,16		
Киосковые сети	3,86	4,73	3,97	2,99	3,83	2,18	1,59	2,12		
НЕкнижный ритейл, в т.ч. FMCG	6,47	8,08	6,95	5,96	7,64	5,79	5,48	7,28		
<i>динамика</i>			-3,57	-2,61		-0,45	-3,26			
Бюджетные организации (библиотеки, школа, вуз)	20,53	25,56	20,42	21,93	28,12	20,87	21,57	28,65		
Неструктурированные продажи (прямые про- дажи, корпоративные клиенты, заказные изда- ния, подписные издания, клубы и пр.)	6,40	7,65	6,65	5,69	7,30	5,54	5,185	6,89		
<b>Оборот отрасли (печатная книга)</b>	<b>80,58</b>		<b>78,80</b>	<b>78,01</b>		<b>76,56</b>	<b>75,27</b>			
<i>динамика</i>			-2,21	-1,01		-1,86	-1,68			
		% к обороту печатной книги		% к обороту печатной книги		% к обороту печатной книги		% к обороту печатной книги		
<b>Цифровые издания (B2B + B2C)</b>	<b>0,315</b>	<b>0,39</b>	<b>0,56</b>	<b>1,10</b>	<b>1,41</b>	<b>1,92</b>	<b>2,31</b>	<b>3,07</b>		
<b>Совокупный оборот отрасли (печатная книга + цифра)</b>	<b>80,89</b>		<b>79,36</b>	<b>79,11</b>		<b>78,48</b>	<b>77,58</b>			
<i>динамика</i>			-1,90	-0,32		-0,80	-1,14			

Источник: аналитика «КИ»

Необходимо иметь в виду, что снижение спроса в книжной отрасли происходит не столько за счет перехода потребителя на товары-заменители, в частности цифровые продукты или другие способы развлечения. Да, меняется стиль жизни, потребности и вкусы аудитории, но, по крайней мере, на текущий момент проблемы книжного рынка связаны преимущественно с сужением пропускной способности каналов сбыта. Достаточно серьезные ограничения накладывает и традиционная для книжной отрасли РФ значительная доля государственных (бюджетных) продаж. В российских реалиях это не столько гарантированные деньги, сколько увеличение рисков игроков и неопределенность в их представлениях о будущем уровне спроса в фактически третьей части от оборотов книжной отрасли.

## 2.1. Ценовая политика

В 2013 году в целом по рынку средняя цена реализованного издания демонстрировала плавный рост на уровне предыдущих лет, и этот тренд сохранится до 2016 года. Единственное исключение в лице интернет-магазинов носит скорее искусственный характер и связано со сложной конкурентной ситуацией и прогрессирующим демпингом в этом канале сбыта. Тем не менее, именно в интернет-канале сохраняется самая высокая средняя цена реализации, т.е. клиент этого канала, как правило, делает взвешиваемые покупки и не приобретает дешевых брошюр, снижающих показатель средней цены в offline ритейле.

Таблица 2.2

### Средняя цена реализованного на книжном рынке издания в 2011-2015 гг.

	2011	2012	2013	2014 прогноз	2015 прогноз	CAGR 11-13	CAGR 13-15
<b>канал рынка (без бюджета)</b>							
книжные магазины (сети), offline	160,27 р.	161,08 р.	164,32 р.				
интернет-магазины, online	198,36 р.	204,14 р.	196,21 р.				
FMCG, некнижный ритейл	111,34 р.	115,87 р.	124,21 р.				
средняя цена реализованного издания (рынок без бюджета)	158,71 р.	160,83 р.	164,84 р.	167,59 р.	170,66 р.	1,27	1,16
динамика к предыдущему отчетному периоду, %		1,3	2,5	1,7	1,8		

Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015»;

FMCG – данные Эксмо, аналитика «КИ»

В целом же потребительская аудитория книги настроена лояльно и готова платить больше. И, тем не менее, среднегодовой темп роста цены на бумажном книжном рынке в 2014–2015 году несколько снизится. Это обусловлено высокими барьерами выхода из отрасли для оставшихся крупных игроков и их стремлением удержать позиции, что в свою очередь приведет к ценовой конкуренции (демпингу). Конечно, это касается далеко не всех производителей книжного продукта. В условиях сужающегося рынка области сохраняющегося спроса могут провоцировать компании на выбор других ценовых стратегий. В частности ИГ «Азбука-Аттикус» сочла текущую структура рынка детской и литературно-художественной книги вполне благоприятной и в 2013 году закрепила свои позиции в высокоценовом сегмент. И, напротив, Олма Медиа Групп, традиционно работавшая в высокоценовом сегменте, в 2013 году предложила рынку большое количество низких по цене подарочных изданий.

Таблица 2.3

**Средняя цена реализации в базовых тематических блоках и каналах книжного рынка в 2011–2013 гг.**

	independent offline book retail						offline book retail (Новый книжный)		FMCG retail	online book retail
	2011	2011	2012	2012	2013	2013	2013	2013	2013	2013
	РЕГИОНЫ*	Москва	РЕГИОНЫ	Москва	РЕГИОНЫ	Москва	РЕГИОНЫ	Москва		
Художественная литература для взрослых	162,61 р.	257,54 р.	169,51 р.	260,37 р.	189,14 р.	269,56 р.	252,67 р.	235,10 р.	106,52 р.	232,65 р.
Детская литература	123,30 р.	213,86 р.	123,28 р.	216,00 р.	133,66 р.	220,95 р.	215,20 р.	202,71 р.	112,91 р.	199,83 р.
Прикладная литература (ДБД, кулинария, популярная психология и медицина, эзотерика)	156,39 р.	319,82 р.	158,26 р.	333,89 р.	167,73 р.	355,29 р.	320,22 р.	305,15 р.	172,94 р.	235,51 р.
Образование										
(школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	135,02 р.	303,94 р.	144,45 р.	312,75 р.	153,47 р.	331,89 р.	179,21 р.	181,29 р.	95,37 р.	146,05 р.
Профессиональная литература	174,54 р.	334,27 р.	160,14 р.	344,97 р.	163,59 р.	378,02 р.	246,65 р.	260,35 р.	90,73 р.	284,15 р.

\* ДФО, СФО, ПФО, ЦФО, СЗФО, ЮФО, УФО

Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015»; FMCG, «Новый книжный» – данные «Эксмо», аналитика «КИ»

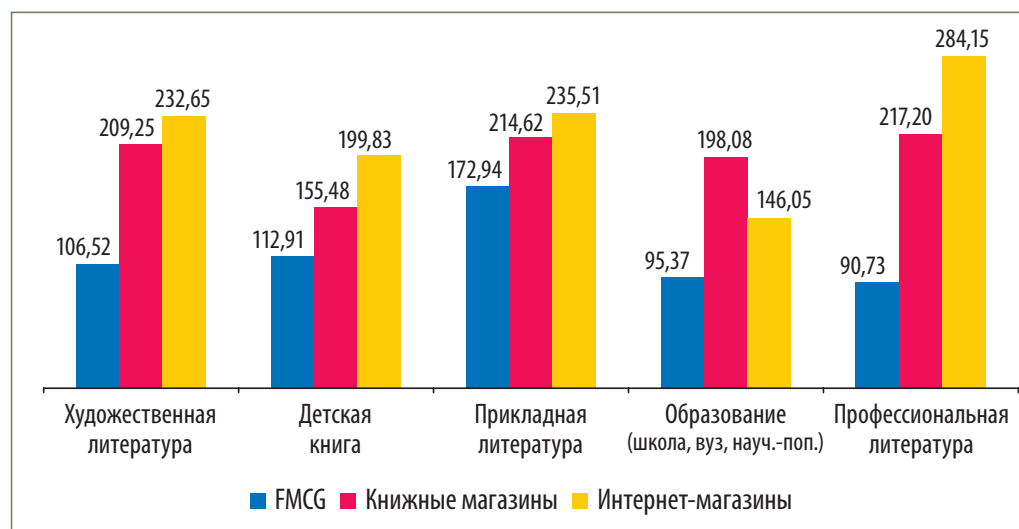
Средняя цена реализации в разрезе укрупненных тематических ниш напрямую зависит от канала сбыта, географического размещения или формата торговой точки и статуса книги в ней. Так, клиент региональных независимых книжных магазинов выбирает издания преимущественно средней ценовой категории, и самым дорогим в чеке может стать «горячий» роман в переплете от брендового автора. В не-книжном ритейле (FMCG-ТЦ) хорошо продаются недорогие издания по хобби, кулинарии и популярные иллюстрированные энциклопедии, а также преимущественно дешевые покет-издания литературно-художественных текстов и раскраски для детей. Крупные сетевые книжные объекты, как правило, работают с более высокой наценкой, реализуя программы товарных инвесторов (издательств), а online площадки лучше других умеют продавать дорогие профессиональные или полупрофессиональные издания, начиная от педагогических методик и заканчивая дизайнерскими мастер-классами.

В среднем рост отпускных цен поставщика в 2013 году находится в диапазоне плюс 5–10% к 2012 году, причем верхняя планка характерна для учебных издательств, большинство же остаются в пределах 5%, а более существенный рост цены издательства как правило связан с выпуском более сложных изданий, изданий высокой ценовой категории. И высокий расчетный индекс потребительских цен в регионах в 2013 году связан с преимущественным приобретением учебного продукта для школ и ДООУ, а также низкой базой абсолютных значений, используемых в расчете индекса.

Также следует иметь в виду, что исключая учебный продукт для школ по остальным тематическим нишам база для расчета индекса

Диаграмма 2.2

### Средняя цена реализованного издания в разрезе основных тематик и каналов сбыта в 2013 году



**Источник:** данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015»; FMCG – данные «Эксмо», аналитика «КИ»

Таблица 2.4

**Индекс потребительских цен в основных тематических нишах книжного рынка**  
Offline book retail / стационарные книжные магазины / розничные продажи

Тематический сегмент / offline book retail	2011		2012		2013	
	Москва	Регионы*	Москва	Регионы	Москва	Регионы
Художественная литература	+7,9	+3,1	+5,1	+10,2	+3,5	+9,3
Детская литература	+4,8	+2,9	+6,7	+10,6	+2,3	+10,8
Прикладная литература (ДБД, кулинария, популярная психология и медицина, эзотерика)	+5,1	-6,4	+3,8	-4,1	+6,4	+14,3
Образование						
(школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	+9,2	+2,6	+7,1	+7,3	+6,1	+10,7
Профессиональная литература	+6,4	+19,6	+8,2	-8,8	+9,6	+12,2
Искусство/культура	+3,6		-2,9		+2,6	

\* Средневзвешенное значение по ДФО, СФО, ПФО, ЦФО, СЗФО, ЮФО, УФО

Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

ежегодно меняется в силу специфики структуры спроса на книжном рынке – в обороте преобладают новинки, зачастую принципиально отличные от изданий прошлых лет выпуска. Поэтому высокий индекс потребительских цен может свидетельствовать в том числе о желании и готовности потребителя покупать более дорогой и качественный продукт, о стабильности и сбалансированности спроса.

## 2.2. Тематическая структура книжного рынка

Несмотря на всё невероятное разнообразие книжного ассортимента, предлагаемого современному потребителю, базовыми для российского печатного книжного рынка остаются в настоящий момент ниши образовательной и детской книги, а также художественной литературы для взрослых. Однако в прогнозных значениях на 2015 год доля этих ниш в обороте книжного рынка будет постепенно сокращаться, и напротив, положительный тренд характерен для книг культурно-краеведческой и прикладной тематики.

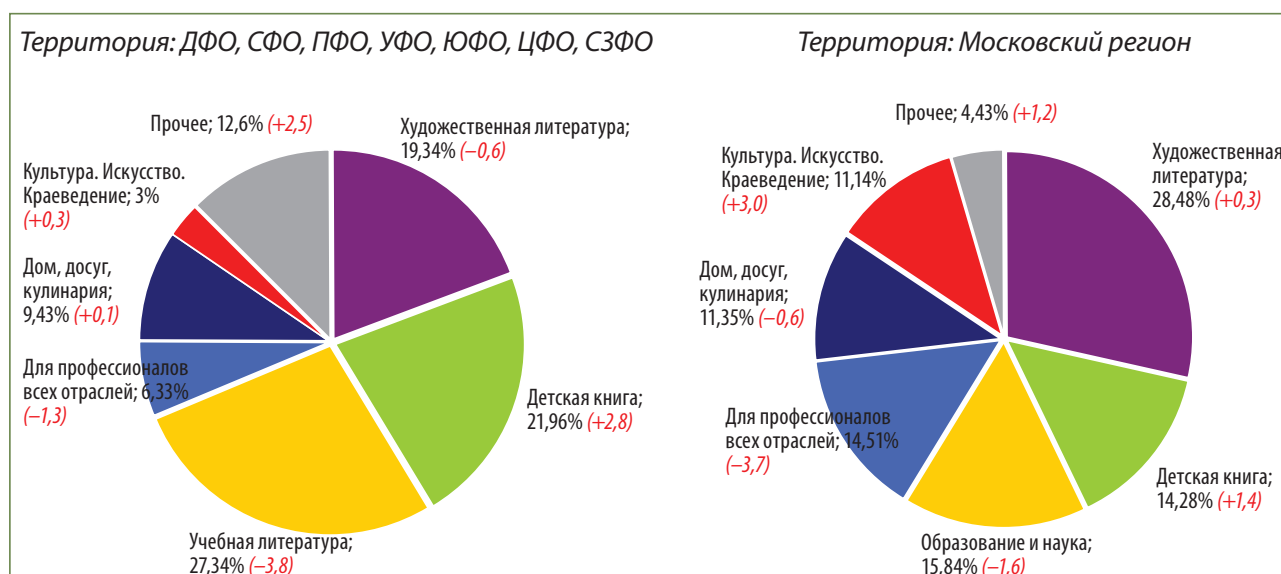
Таблица 2.5

**Доля укрупненных тематических групп в обороте книжного рынка, %**  
Offline book retail (печатная книга)

	2011	2013	2015	CAGR 11-13	CAGR 13-15
Художественная литература для взрослых	24,05	21,63	18,91	-3,5	-4,4
Детская литература	19,38	20,04	19,99	1,1	-0,1
Прикладная литература (ДБД, кулинария, популярная психология и медицина, эзотерика)	8,88	9,91	11,15	3,7	4,0
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари, с 2014 ДОУ)	26,60	24,46	23,05	-2,8	-2,0
Профессиональная литература	10,50	8,37	6,53	-7,3	-7,9
Культура. Искусство. Краеведение	3,58	5,04	6,42	12,1	8,5
Прочее	7,03	10,56	13,95	14,5	9,7

**Долевое участие основных ассортиментных групп в ритейл-  
обороте печатного книжного рынка РФ в 2013 году**  
(в сравнении с долей группы в 2012 г.)

Диаграмма 2.3



Уже по итогам 2013 года, в структуре рублевых продаж очевидно значимое снижение долевого участия образовательного блока при параллельном усилении акцента на детскую тематику и «прочие тематические книжные группы» (религия, историко-документальная литература, мемуаристика, туризм и пр.). Следует обратить внимание и на тот факт, что «самая многообещающая» по общепринятому мнению детская книга кардинально нарастила свою долю лишь в структуре

**Источник:** данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

продаж регионального ритейла. И произошло это главным образом за счет роста продаж учебных изданий для дошкольников, которые в отсутствие утвержденных Примерных программ и официального Перечня под новый ФГОС для ДОУ продавались на розничном рынке в группе «Детская книга». Московские же offline книжные магазины сумели стабилизировать ситуацию в год ранее серьезно падавшем разделе «Художественная литература для взрослых», но при этом продолжают терять в обороте профессиональной книги, сосредоточив всё свое внимание на детском ассортименте. Традиционно высокую долю в продажах Москвы занимают также культурологические книжные проекты.

На 2014 год прогнозируется нулевая динамика доли учебного и детского продукта в структуре продаж печатного рынка РФ на фоне ухудшения ситуации с литературно-художественной книгой для взрослых. И, напротив, уже в 2014 году ожидается заметное оживление продаж в нише прикладной литературы (хобби-маркет), по блоку изданий культурно-краеведческой тематики и книг подарочного формата в ценовом сегменте до 500 рублей (ритейл).

Конечно, всё еще очень далеко до идеала, но благодаря сегодня уже очевидным процессам укрупнения издательского бизнеса и упорядочивания издательских портфелей, а отчасти и логистики продаж, с 2014 года рынок выглядит более сбалансированным, т.е. негативный тренд усугубляющегося перепроизводства на книжном рынке РФ преодолен. Соответственно, ожидается стабилизация ситуации

### Прогноз долевого участия основных ассортиментных групп в ритейл-обороте печатного книжного рынка РФ на 2014 год

Диаграмма 2.4



*Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»*



Таблица 2.6

## Динамика продаж в укрупненных (тематика) товарных группах, %

Динамика продаж в натуральном выражении (экз.)					
offline book retail (печатная книга)	2011	2012	2013	2014 (прогноз)	2015 (прогноз)
Художественная литература для взрослых	-12,93	-4,40	-4,32	-1,40	0,91
Детская литература	7,53	7,15	-0,50	-1,29	-2,33
Образование (школа, вуз, науч-поп)	6,93	3,83	-3,07	-3,43	-8,43
Профессиональная литература	-7,53	-1,95	-6,66	-4,51	-4,07
Прикладная литература (ДБД, кулинария, поп психология и медицина, эзотерика)	-3,63	1,58	-5,78	-2,77	-1,82
Динамика продаж в денежном выражении (руб.)					
offline book retail (печатная книга)	2011	2012	2013	2014 (прогноз)	2015 (прогноз)
Художественная литература для взрослых	-3,88	2,60	2,03	3,16	3,11
Детская литература	3,60	10,01	7,68	6,19	4,23
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари, с 2014 ДОУ)	4,70	7,21	6,23	7,58	4,35
Профессиональная литература	-5,78	2,25	-2,29	1,55	1,29
Прикладная литература (ДБД, кулинария, поп психология и медицина, эзотерика)	-2,33	4,23	-0,17	2,72	3,80

Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

с экземплярными продажами. Исключая по-прежнему неблагоприятные сегменты учебной (вузовской) и профессиональной литературы, в остальных укрупненных товарных группах печатного книжного рынка темпы падения экземплярных продаж составят 1–2% в 2014–2015 годах, в то время как рублевые продажи будут демонстрировать без исключений положительную динамику.

## 2.3. Художественная (развлекательная) литература для взрослых:

динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы)

Таблица 2.7

### ТОП-20 ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА: ведущие авторы (проекты) по суммарным

Регионы: ДФО, СФО, ПФО, ЦФО, СЗФО, ЮФО, УФО			
	Автор	Издатель	Контент
1	Донцова Д.А.	Эксмо	Пальцы китайским веером, Путеводитель по Лукоморью, Фуа-Гра из топора, Княжна с тараканами, Кнопка управления мужем
2	Джеймс Э.Л.	Эксмо	Пятьдесят оттенков серого, Пятьдесят оттенков свободы, На пятьдесят оттенков темнее
3	Маринина А.Б.	Эксмо	Оборванные нити; Последний рассвет
4	Устинова Т.В.	Эксмо	Где-то на краю света; Один день, одна ночь; Сразу после сотворения мира
5	Браун Д.	АСТ	Инферно
6	Полякова Т.В.	Эксмо	Найти, влюбиться и отомстить; Огонь, мерцающий в сосуде; Она в моем сердце; Я смотрю на тебя издали
7	Вильмонт Е.Н.	АСТ	Девочка с перчиками, Прощайте, колибри! Хочу к воробьям!, Трепетный трепач, У меня живет жирафа
8	Акунин Б.	АСТ, Захаров	Черный город, История Российского государства: Огненный перст
9	Роулинг Дж. К.	Азбука-Аттикус	Случайная вакансия
10	Архимандрит Тихон (Шевкунов)	Изд-во Сретенского монастыря	«Несвятые святые» и другие рассказы
11	Орловский Г.Ю.	Эксмо	Книги цикла «Ричард Длинные Руки»
12	Перумов Н.Д.	Эксмо	Тысяча лет Хрофта. Кн. 1-2
13	Корецкий Д.А.	АСТ	Перстень Иуды-2: Музейный артефакт; Похититель секретов-3: Эмблема с секретом
14	Лукьяненко С.В.	АСТ	Застава
15	Белянин А.О.	Альфа-книга	Замок Белого Волка; Хватай Иловайского!; Сотник и басурманский царь
16	Коллинз С.	АСТ	Книги цикла «Голодные игры»
17	Санаев П.В.	АСТ	Хроники Раздолбая. Похороните меня за плитусом-2
18	Литвинова А.В.	Эксмо	В свободном падении; Вспомнить будущее; Мадонна без младенца
19	Злотников Р.В.	АСТ	книги проекта «Э.К.С.П.А.Н.С.И.Я.»
20	Клэр К.	РИПОЛ классик	Город костей; Город падших ангелов; Город стекла

В 2013 году печатный книжный рынок художественной литературы для взрослых характеризуется разнонаправленной динамикой. Экземплярные продажи по данному разделу на фоне 2012 года продолжают снижаться:

- в московском регионе на 2,8 %;
- на площадках регионального ритейла на 4,8 %.

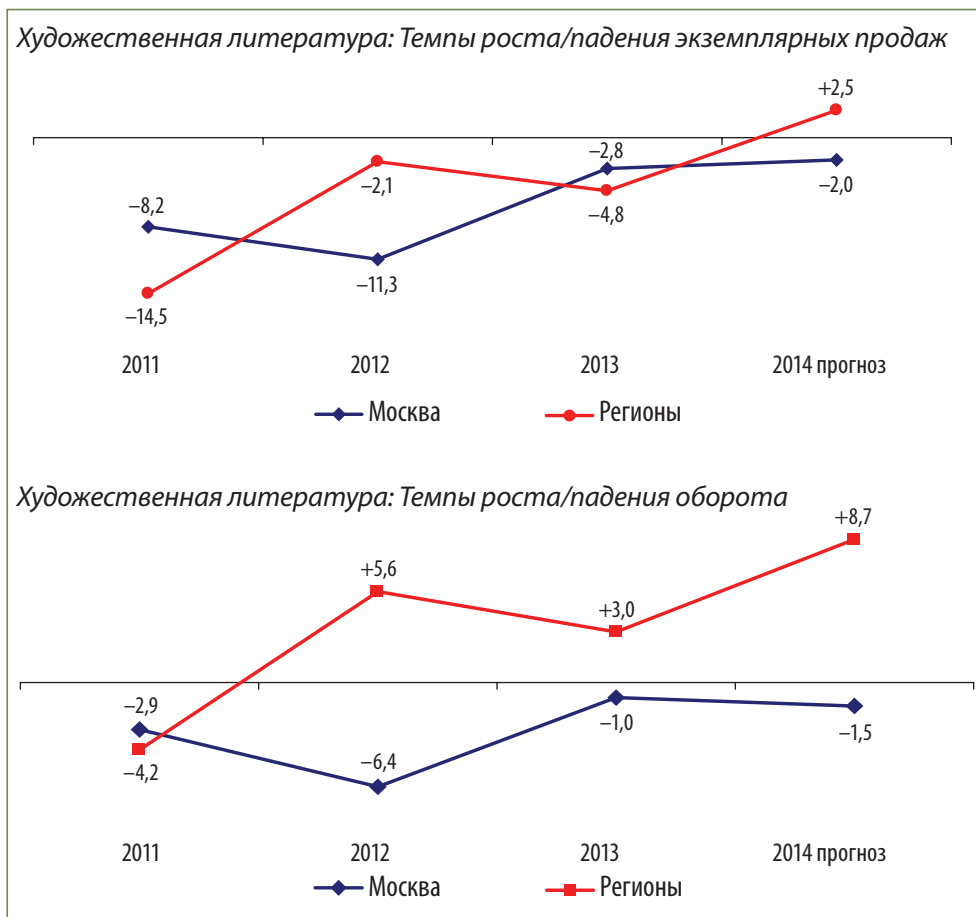
### продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2013 году

Москва			
	Автор	Издатель	Контент
1	Акунин Б.	АСТ, Захаров	Черный город, История Российского государства: Огненный перст
2	Браун Д.	АСТ	Инферно
3	Джеймс Э. Л.	Эксмо	Пятьдесят оттенков серого, Пятьдесят оттенков свободы, На пятьдесят оттенков темнее
4	Санаев П.	АСТ	Хроники Раздолбая. Похороните меня за плитусом-2; Похороните меня за плитусом
5	Метлицкая М.	Эксмо	Дневник свекрови; Ошибка молодости; После измены
6	Коллинз С.	АСТ	Книги цикла «Голодные игры»
7	Пелевин В.О.	Эксмо	Бэтман Аполло
8	Робертс Д.Г.	Азбука-Аттикус	Шантарам
9	Улицкая Л.Е.	АСТ	Детство 45-53. А завтра будет счастье; Священный мусор
10	Толкин Дж.Р.Р.	АСТ	Хоббит, Властелин колец; Сильмарион
11	Боуэн Дж.	РИПОЛ классик	Уличный кот по имени Боб
12	Фицджеральд Ф.С.	Азбука-Аттикус	Великий Гэтсби; Три часа между рейсами
13	Кинг С.	АСТ	11/22/63; Кэрри
14	Мойес Дж.	Азбука-Аттикус	Последнее письмо от твоего любимого; До встречи с тобой
15	Кох Г.	Азбука-Аттикус	Ужин
16	Токарева В.С.	АСТ	Так плохо, как сегодня: Рассказы
17	Вильмонт Е.Н.	АСТ	Прощайте, колибри! Хочу к воробьям!, У меня живет жирафа
18	Мартин Дж.	АСТ	Игра престолов
19	Маринина А.Б.	Эксмо	Оборванные нити; Последний рассвет
20	Роулинг Дж. К.	Азбука-Аттикус	Случайная вакансия

Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

## Художественная литература: динамика продаж в 2011–2014 гг.

Диаграмма 2.5



*Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»*

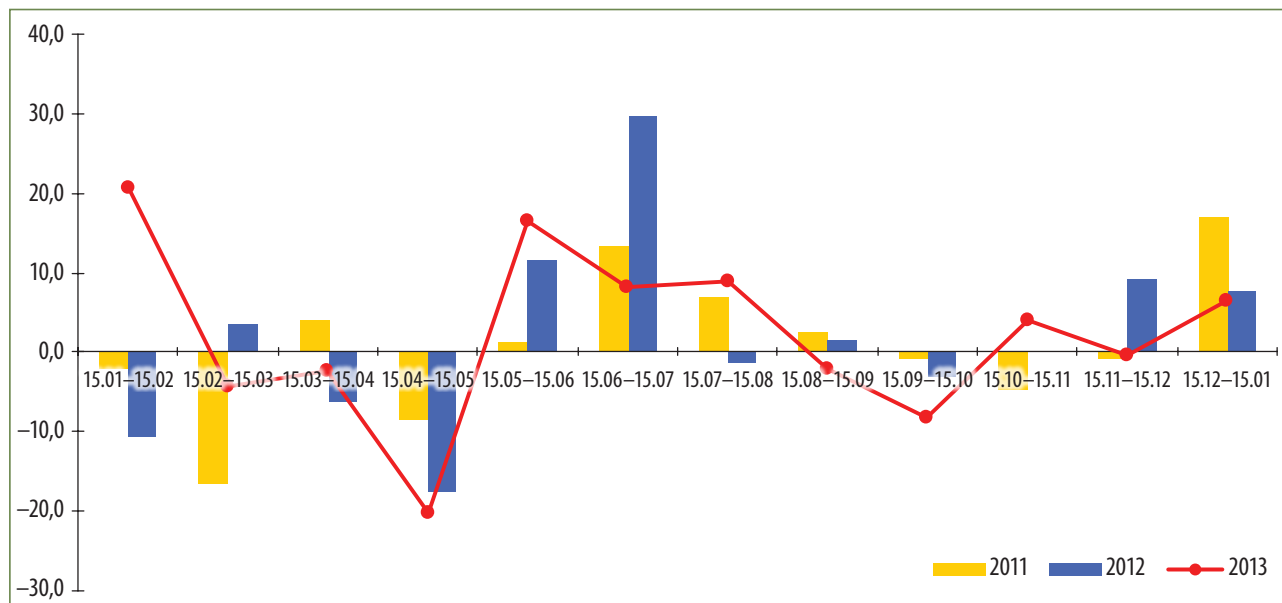
Тем не менее, за счет роста средней цены реализации (в регионах – на 19,6 руб., в Москве – на 9,2 руб.) оборот по данному разделу в региональных магазинах вырос на 3%, в московских – сократился на 1%. В последнем случае даже успешный для столичных магазинов IV квартал 2013 года не смог закрыть провалы первого полугодия.

В прогнозах на 2013 год предполагалось постепенное снижение специфики московского рынка художественной литературы в условиях единого управления двух ведущих поставщиков литературно-художественной книги и снижения спроса на высокоценовой сегмент в столице. Тем не менее, пока в данном ассортиментном блоке топы продаж в Москве и в регионах сохраняют высокую степень расхождения по позициям лидеров.

В 2013 году, как и в 2011–2012 гг., фактически все региональные продажи по литературно-художественной книге строились на преимущественно покет-изданиях текстов авторесс «Эксмо» (Донцова, Маринина, Устинова, Полякова) и «АСТ» (Вильмонт), а также на новых книгах авторов-фантастов с очень устойчивой именно за пределами Москвы аудиторией поклонников – А. Белянин («Альфа-книга») и Г.Ю. Орло-

### Художественная (развлекательная) литература для взрослых: сезонные тренды продаж в 2011–2013 гг.

Диаграмма 2.6



вский («Эксмо»). Стабильно высокие продажи на протяжении всего 2013 года показывала эротическая трилогия Э. Джеймс «Пятьдесят оттенков». И, пожалуй, только этот проект можно считать федеральным бестселлером 2013 года, т.е. в равной степени востребованным и в Москве и в региональных магазинах. Лидеры продаж второго полугодия – «Инферно» Д. Брауна и «Огненный перст» Б. Акунина – показали лучший результат в Москве, и, напротив, к «Случайной вакансии» Дж. Роулинг более лояльно были настроены покупатели в нестолических регионах.

В 2013 году традиционная для данного раздела схема экзemplярных продаж была несколько нарушена в связи с проблемами одного из ведущих поставщиков раздела – АСТ. В отрицательном режиме были пройдены февраль-апрель и лишь с конца мая начался заметный подъем. Тем не менее, традиционно высокий сезон – июнь-июль – был пройден в 2013 году несколько хуже, и неожиданно глубокое падение продаж произошло в августе-сентябре. Ситуация выровнялась лишь к концу октября, но в целом прошедший год вряд ли можно считать стабильным для литературно-художественной книги. Продажи выглядели более ровно в Москве, но в регионах в связи с существенным ростом индекса потребительских цен экзemplярное падение продаж лишь усугубилось на фоне 2012 года.

*Источник:* данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

## 2.4. Детская литература:

### динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы)

Рынок книжных изданий для детей характеризуется положительной рублевой динамикой, обусловленной высокой активностью спроса прежде всего в дошкольном сегменте развивающих/учебных изданий и отчасти лицензионных продуктов. В отношении литературно-художественных текстов для детей правильнее говорить о стабильности данного сегмента книжного рынка на протяжении последних 3–5 лет, несмотря на все усилия издателей «новой волны».

В 2013 году экземплярные продажи по данному разделу на фоне 2012 года выросли в московском регионе на 3,3%, на площадках регионального ритейла сократились в среднем на 1,8%. Во многом благодаря плавному росту средней цены реализованного издания (плюс 5–10 рублей) мы имеем положительную динамику оборота по детскому разделу не только в Москве (+5,1%), но и в региональных магазинах (в среднем плюс 8,5%) на фоне 2012 года.

ТОПы продаж в Москве и регионах в 2013 (как и в 2011–2012 гг.) по-прежнему разнятся, прежде всего, в силу низкой востребованности в регионах литературно-художественной книги для детей (в т.ч. продукта «издателей новой волны») и сохраняющемся высоком спросе на обучающие/развивающие пособия (экземплярные продажи по данному блоку десятикратно превосходят продажи текстовых книг для детей). Конечно, это утверждение справедливо, если мы говорим об offline площадке, а не об отгрузках интернет-магазинов. И, тем не менее, сближение рейтингов очевидно. Авторские пособия ведущих методистов дошкольного образования – Р.Н. Бунеева, Л.Г. Петерсон, Е.В. Колесниковой и Н.С. Жуковой – в равной степени востребованы и в Москве, и в регионах. Но при этом, в региональных продажах лидируют в массе своей классики – Н.Н. Носов, С.М. Михалков, В. Драгунский, столичный же покупатель обращает внимание на современные проекты activity book, а также на переводные циклы романов для тинейджеров Дж. Ролинг, К. Гира, Р. Риордана.

В 2013 году книги Натальи Щерба гораздо лучше продавались в регионах, чем в Москве, где традиционно лидировал цикл «Гарри Поттер», что, тем не менее, позволило издательству «Росмэн» возглавить список поставщиков федеральных бестселлеров детского сегмента рынка. Од-

нако в 2014 году ситуация изменится в связи со сменой владельца прав на русскоязычное издание цикла «Гарри Поттер». Уже в феврале 2014 ИГ «Азбука-Аттикус» представил первый том «Гарри Поттер и Философский камень», который во многом разочаровал поклонников, но в любом случае потеря лицензии существенно скажется на позиции «Росмэна» в этом сегменте рынка.

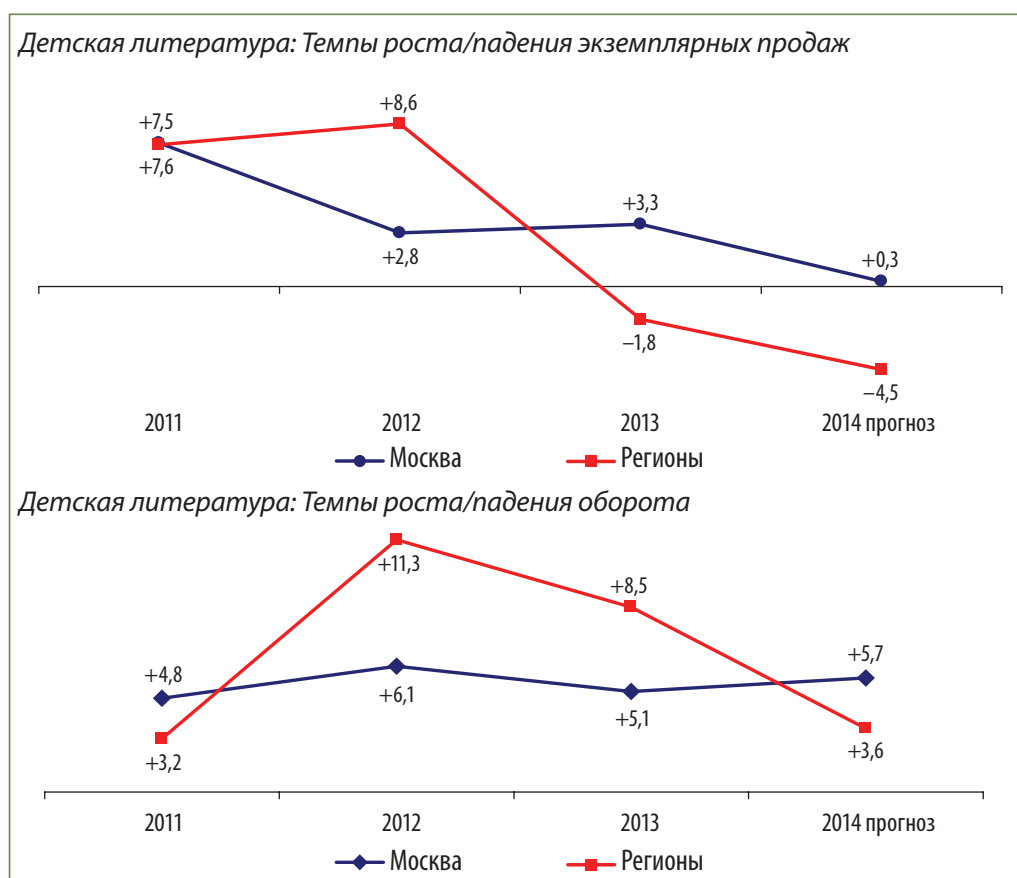
Несмотря на принятие ФГОС для ДООУ в 2013 году каких-либо изменений в блоке учебных/развивающих пособий для дошкольников не произошло: в сфере точных наук всё также лидируют авторские программы Л.Г. Петерсон и Е.В. Колесниковой для детей 3–7 лет, в то время как русскому языку дошкольники учатся по пособиям Бунеевых и «Букварю» Н.С. Жуковой.

Среди лицензионного продукта особой популярностью пользуются activity book российского подразделения датского концерна «Эгмонт», и здесь открытием 2013 года и лидером продаж стала франшиза Monster High («Школа монстров»).

Несмотря на высокую вариативность данных от ритейла различных регионов и вариативность самого наполнения данного раздела на различных книготорговых площадках, тем не менее, анализируя

Диаграмма 2.7

Детская литература: динамика продаж в 2011-2014 гг., %



Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

Таблица 2.8.

ТОП-10 ДЕТСКАЯ ЛИТЕРАТУРА: ведущие авторы (проекты) по суммарным			
Художественная литература для детской аудитории (0-16) / Fiction			
Регионы РФ (СЗФО, СФО, ЦФО, ПФО, ЮФО, ДФО)			
	Автор	Издатель	контент
1	Щерба Н.В.	Росмэн	книги цикла «Часодеи»
2	Михалков С.В.	АСТ, Самовар, Росмэн	Праздник непослушания; Три поросенка; Мы едем, едем, едем. . .
3	Носов Н.Н.	Махаон, Эксмо	Живая шляпа; Витя Малеев в школе и дома; Мишкина каша; Приключения Незнайки и его друзей; Фантазеры
4	Драгунский В.Ю.	Росмэн, Эксмо, Самовар, Книги Искателя	Денискины рассказы; Профессор кислых щей; Тайное становится явным
5	Барто А.Л.	Росмэн, Эксмо, Самовар	Лучшие стихи
6	Неволина Е.А.	Эксмо	Первый матч. Молодежка
7	Заходер Б.В.	Эксмо, Самовар	Шумелки: Сборник стихотворений
8	Чуковский К.И.	Проф-пресс, Оникс, АСТ, Самовар, Росмэн	Айболит; Мойдодыр; Сказки, песенки, стихи
9	Емец Д.А.	Эксмо	книги цикла «Мефодий Буслаев»
10	Ролинг Дж.К.	Росмэн	книги цикла «Гарри Поттер»
NON Fiction для детской аудитории (0-16)			
ТОП-10: Развивающие и учебные пособия			
	Автор	Издатель	контент
1	Колесникова Е.В.	Сфера ТЦ	Я считаю до 5, Я считаю до 10, Я считаю до 20: Рабочие тетради для дошкольников; От А до Я. Рабочая тетрадь
2	Петерсон Л.Г.	Ювента	Раз - ступенька, два - ступенька: Математика для дошкольников; Игралочка: Математика для дошкольников
3	Жукова Н.С.	Эксмо, Литур	Букварь
4	Бунеев Р.Н., Бунеева Е.В.	Баласс	По дороге к Азбуке. Пособие для дошкольников
5	Гаврина С.Е.	Росмэн	линейка пособий «Школа для дошколят»
6	Денисова Д.	Мозаика-синтез	Прописи для дошкольников; Математика для малышей; Уроки грамоты для малышей
7	Бурдина О.	Весна-Дизайн	линейка пособий «Первые тетрадки»
8	Вахрушев А.А.	Баласс	Здравствуй, мир! Окружающий мир для дошкольников
9	Шклярова Т.В.	Грамотей	Прописи для дошкольников
10	Крылова О.Н.	Экзамен	линейка пособий «Дошкольник»



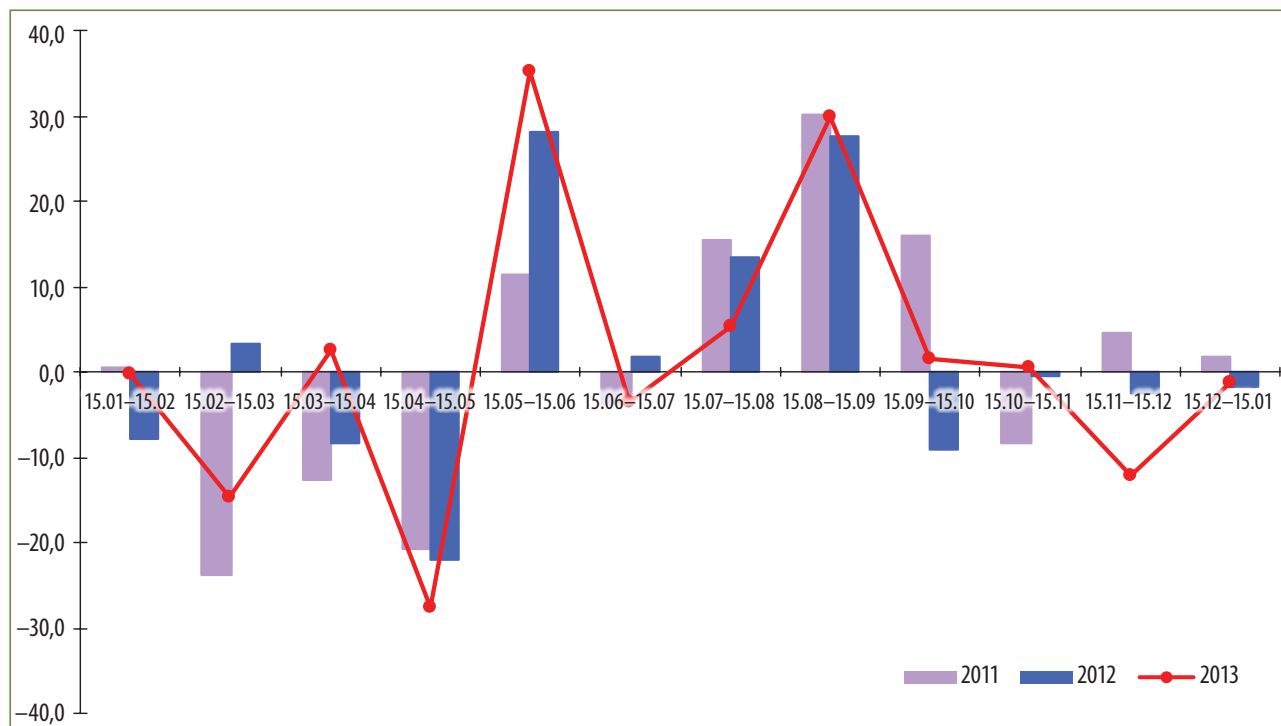
## продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2013 году

Художественная литература для детской аудитории (0-16) / Fiction			
Москва			
	Автор	Издатель	контент
1	Ролинг Дж. К.	Росмэн	книги цикла «Гарри Поттер»
2	Риордан Р.	Эксмо	книги цикла «Перси Джексон»
3	Гир К.	Робинс	книги цикла «Таймлесс»
4	Сент-Экзюпери А. де.	Эксмо	Маленький принц
5	Бродский И.А.	Акварель	Рабочая азбука
6	Носов Н.Н.	Махаон, Эксмо, Мелик-Пашаев	Живая шляпа; Витя Малеев в школе и дома; Мишкина каша; Приключения Незнайки и его друзей; Фантазеры
7	Бажов П. П.	Эксмо, Акварель	Серебряное копытце
8	Харрис Дж. Ч.	Акварель, Росмэн	Сказки дядюшки Римуса
9	Жвалецкий А.	Время	Время всегда хорошее; Я хочу в школу!
10	Хантер Э.	Олма Медиа Групп	книги цикла «Коты-воители»
NON Fiction для детской аудитории (0-16)			
ТОП-10: Лицензии для детской аудитории			
	Автор	Издатель	контент
1	Monster High (Школа монстров)	Эгмонт Россия Лтд.	Activity book, текстовое издание
2	Барби	Эгмонт Россия Лтд.	Activity book
3	Disney. Принцессы	Эгмонт Россия Лтд.	Activity book
4	Disney. Тачки	Эгмонт Россия Лтд.	Activity book
5	Маша и Медведь	Эгмонт Россия Лтд.	Activity book, текстовое издание
6	Disney. Самолеты	Эгмонт Россия Лтд.	Activity book
7	Корпорация монстров	Эгмонт Россия Лтд.	Activity book
8	Фиксики	Эксмо	Activity book, текстовое издание
9	Angry Birds	Махаон	Activity book, текстовое издание
10	Лунтик и его друзья	Эгмонт Россия Лтд.	Activity book

Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

Диаграмма 2.8

## Детская литература: сезонные тренды продаж в 2011–2013 гг.



*Источник:* данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

ситуацию на протяжении трех последних лет, можно говорить о ярко выраженных трендах снижения/роста уровня спроса по данной ассортиментной группе. Высоким сезоном продаж продукции для детей в книжном магазине является май-июнь и август–сентябрь при общей отрицательной динамике спроса в первом полугодии и относительной стабильности (исключая ноябрь 2013) продаж четвертого квартала. Конечно, ситуация может принципиально измениться с введением Примерных программ и официального Перечня учебных пособий для дошкольного уровня образования. Пока же до 2016 года «детский» сегмент книжного рынка развивается (и данный отчет отражает это развитие) преимущественно за счет учебных методик для дошкольников, в то время как текстовая книга для детей всё активнее встраивается в школьный шлейф в виде сборников внеклассного чтения, хрестоматий и самостоятельно фактически не востребована.

## 2.5. Образование и наука:

**динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы)**

Учебный сегмент остается одним из ключевых для текущего состояния отрасли в РФ. Однако, в 2013 году он преподнес несколько сюрпризов. Новый закон «Об образовании в Российской Федерации» (от

29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ), вступивший в силу с 1 сентября 2013 года, сместил бюджетное финансирование закупки учебников с федерального на региональный уровень. И многие регионы попытались не столько фактически, сколько в обещаниях полностью обновить парк учебников и достичь высокого показателя в 100% обеспеченности учащихся подведомственных школ необходимыми пособиями. Однако по давней русской традиции чуда не произошло, и 1 сентября учебников не досчитались. Тем не менее, надежды книготорговой розницы на возмещение потерь в школьную кампанию в большинстве регионов не оправдались. Почему? Потому что «отложенный спрос» никогда не возместит потери в полном объеме. Во-первых, родителям обещали, и многие прониклись этим обещанием, заняв принципиальную позицию. Во-вторых, в городах с сильным присутствием интернет-операторов в мае-июне розничные offline продажи по школьному блоку фактически нулевые. Весь мелкий опт сознательных родительских комитетов движется напрямик к магазинам «Лабиринт», OZON, My-shop, «Абрис» и другим игрокам книжного интернет-ритейла. И в августе-сентябре 2013 года родители двинулись по проторенному пути.

Диаграмма 2.9

### Образование и наука: динамика продаж в 2011–2014 гг., %



Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

Таблица 2.9.

## ТОП-20 ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА: ведущие авторы (проекты) по суммарным

Территория продаж: Российская Федерация			
Позиция	Автор	Издатель	Контент
1	Биболетова М.З.	Титул	Enjoy English. 2-6 кл. Рабочая тетрадь
2	Плешаков А.А.	Просвещение	Окружающий мир. 1-4 кл. Рабочая тетрадь; Естествознание. 5 кл.; От Земли до неба: Атлас-определитель
3	Босова Л.Л.	Бином. Лаборатория знаний	Информатика. 5-7 кл. Рабочая тетрадь
4	Яценко И.В.	Экзамен, Национальное образование, АСТ	Математика: Подготовка к ГИА, ЕГЭ
5	Моро М.И., Волкова С.И.	Просвещение	Математика. 1-4 кл. Рабочая тетрадь; Проверочные работы
6	Вахрушев А.А.	Баласс	Окружающий мир. 1-4 кл. Рабочая тетрадь
7	Бунеев Р.Н., Бунеева Е.В.	Баласс	Русский язык, Литературное чтение. 1-4 кл. Рабочая тетрадь; Проверочные и контрольные работы
8	Сенина Н.А.	Легион	Русский язык: Подготовка к ГИА, ЕГЭ
9	Цыбулько И.П.	Национальное образование, Эксмо	Русский язык: Подготовка к ГИА, ЕГЭ
10	Горецкий В.Г., Федосова Н.А.	Просвещение	Прописи
11	Лысенко Ф.Ф.	Легион	Математика: Подготовка к ГИА, ЕГЭ
12	Годер Г.И.	Просвещение	История Древнего мира. 5 кл. Рабочая тетрадь
13	Горячев А.В.	Баласс	Информатика в играх и задачах. 2-4 кл.
14	Холодова О.А.	РОСТкнига	Юным умникам и умницам. 2-4 кл. Рабочая тетрадь
15	Атанасян Л.С.	Просвещение	Геометрия. 7-9 кл. Рабочая тетрадь
16	Петерсон Л.Г.	Ювента	Математика. 1-4 кл. Рабочая тетрадь, Учебник, Самостоятельные и контрольные работы
17	Соловейчик М.С.	Ассоциация XXI век	К тайнам нашего языка. 4 кл. Тетрадь-задачник
18	Кузнецова Л.В.	АСТ	Математика: Подготовка к ГИА
19	Матвеева Н.В.	Бином. Лаборатория знаний	Информатика. 2-4 кл. Рабочая тетрадь
20	Ситникова Т.Н.	Вако	Математика. 2-4 кл. Контрольно-измерительные материалы

Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

Косвенно причиной провала продаж учебников в 2013 году стала и невероятная активность Минобрнауки РФ по разработке нового порядка формирования Федерального Перечня, что вынудило многих издателей учебной литературы для школ сократить объемы выпуска в 2013 году. Но всё же базовой причиной сложностей в учебном сег-

менте рынка стали официально объявленные во II полугодии 2013 г., но, безусловно, заранее известные основным игрокам новации государства в области дошкольного образования и массовой «электрификации» школ. Утвержденный в августе ФГОС дошкольного образования и Приказ N 1047 Минобрнауки РФ от 5 сентября 2013 года, озвучивший обязательность электронного формата школьного учебника, заставили ведущие учебные издательства РФ реинвестировать большую часть средств в дошкольный сектор и цифровые подразделения. Новый канал гарантированного бюджетного финансирования в лице ДОУ и вынужденное решение по срочному налаживанию не только производства, но и логистики электронных пособий являются сегодня более привлекательными сферами для инвестиций, чем явно уходящий с рынка печатный учебник для школ.

В итоге всех этих пертурбаций рынок учебной (школьной) книги зашатался. А ведь именно его устойчивая структура была гарантией успешной работы региональной специализированной розницы в посткризисный период на фоне фактически полного схлопывания розничного рынка учебной книги для вузов и ссузов.

В 2013 году итоги экземплярных продаж по данному разделу к 2012 году выглядят следующим образом:

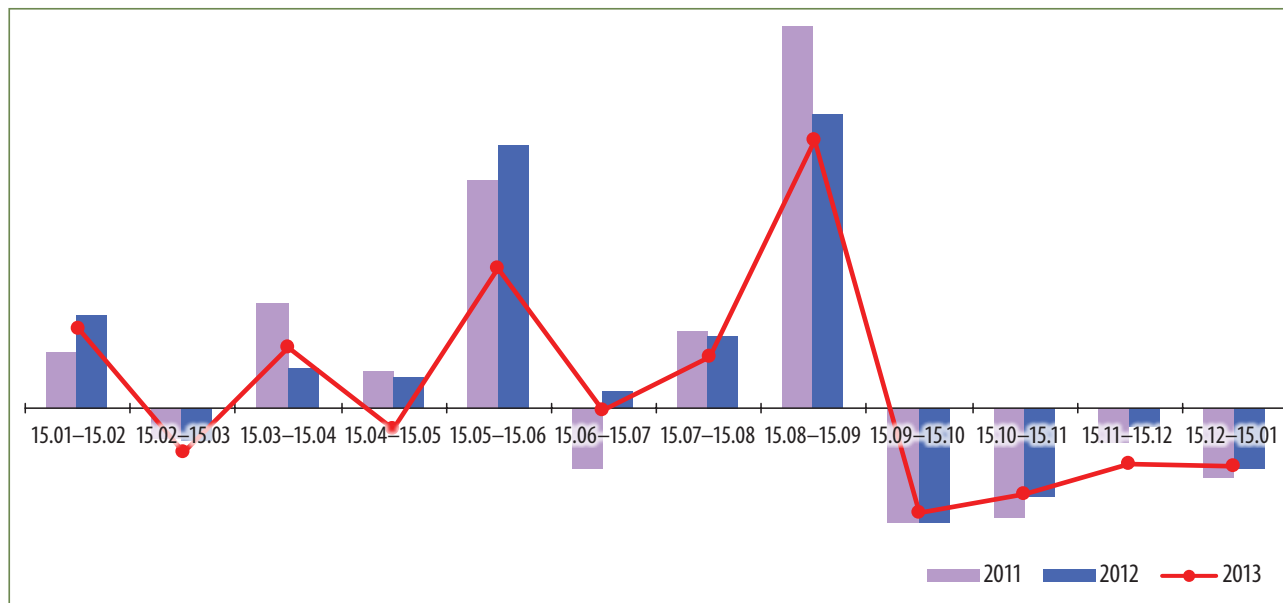
- в московском регионе – минус 8,6 %
- на площадках регионального ритейла – в среднем минус 1,2 %.

Только благодаря существенному росту средней цены реализованного издания (+19 рублей) оборот по данному разделу в 2013 году в Московском регионе фактически вышел в ноль на фоне 2012 года (+0,8 %). В региональных магазинах ситуация выглядит более стабильно – рост оборота составил привычные за последние три года 7–9 %.

В 2013 году большинство offline магазинов, ориентированных на мелкий опт и розницу в школьном сегменте рынка, вынуждены были отметить существенный минус в обороте. Снижение спроса на учебники в школьную кампанию не сумел закрыть даже рост цен. В предыдущие годы экземплярное падение в рознице не выглядело столь очевидным и массовым, всегда находились игроки с положительным итогом. Но 2013 год побил рекорд, исключая компании Уральского и отчасти Приволжского Федеральных округов. И это неудивительно, ведь оба традиционно высоких сезона продаж – май/июнь и август/сентябрь – были пройдены розничной книготорговлей хуже. От серьезного провала школьную кампанию 2013 года спасли лишь продажи пособий по подготовке к ЕГЭ и ГИА 2014, стартовавшие в этом году как никогда рано – уже в начале сентября. Определенная поддержка учебной кни-

Диаграмма 2.10

## Образование и наука: сезонные тренды продаж в 2011–2013 гг.



**Источник:** данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

ге была оказана в сентябре-октябре и со стороны обучающих пособий для старших дошкольников, пока представленных рынку с пометкой на соответствие федеральным государственным требованиям (ФГТ), но не свеженькому ФГОС.

Динамика цен в этом разделе рынка в ежемесячной раскладке во многом определяется сезонностью спроса на тот или иной учебный продукт, а не только инфляционным индексом и ценовым решением поставщика или книготорговца. Так, если мы говорим о стационарной рознице, то январь-март – это преимущественно продажи пособий ЕГЭ и ГИА, итоговых тестирований начальной школы и пособий для подготовки к школе. В апреле-мае в игру вступают рабочие тетради и атласы (в комплекте с КК), а со второй половины мая начинаются мелкооптовые истории, которые сегодня всё чаще уходят в специализированный на учебке формат и интернет-магазины. Летние вялые продажи в учебном блоке ориентированы преимущественно на дошкольный сектор, но уже с августа (а в этом году с конца июля) начинается по нарастающей пресловутая школьная кампания, которая ориентирована не только на атласы и контурные карты, но и на рабочие тетради и учебники. Конец сентября/октябрь – это время продаж пособий для старших дошкольников (5–7 лет) и пособий для подготовки к ГИА/ЕГЭ. Поэтому, как правило, пик цен на учебном рынке приходится на август-сентябрь, после чего происходит постепенное снижение. Однако в 2013 году ситуация изменилась и пик цен пришелся на июль и август. В школьную кампанию учебники фактически не продавались, и большей части книготоргового ритейла пришлось довольствоваться дешевым шлейфом

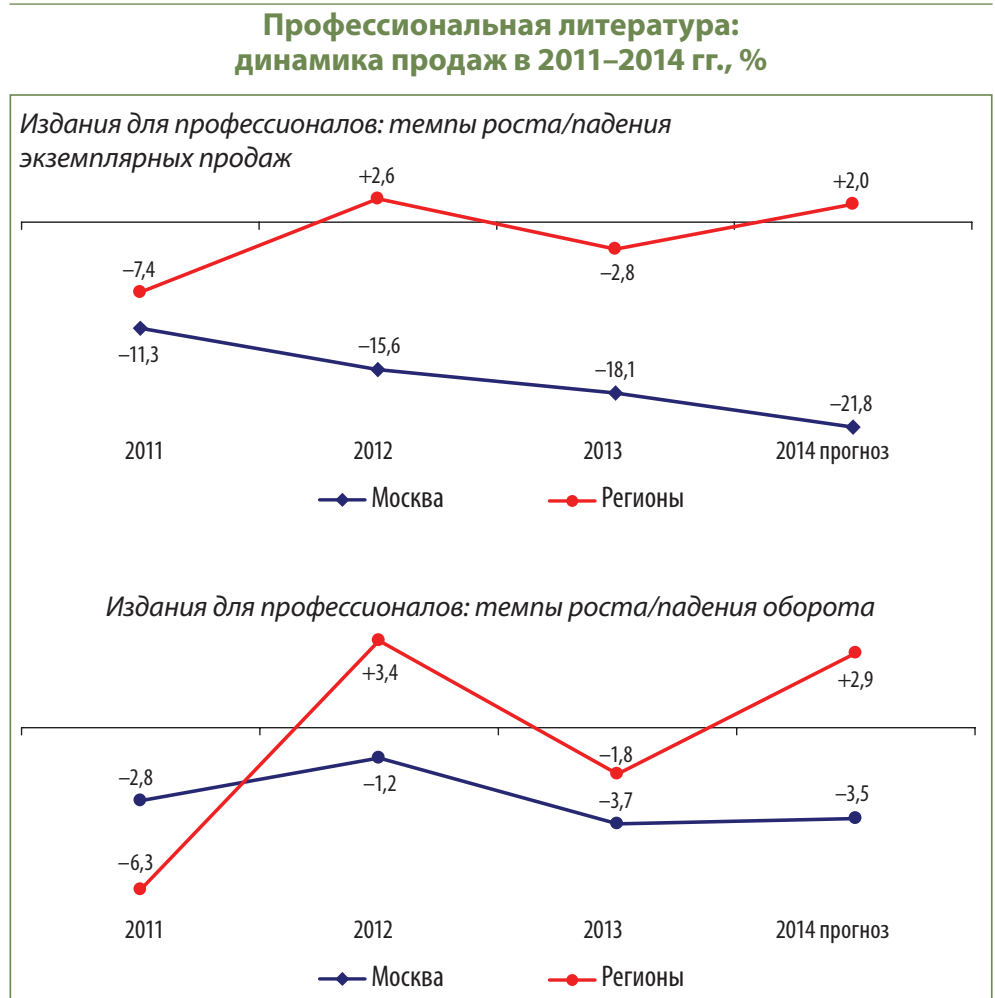
от учебных линеек. Впрочем, что считать дешевым. Например, атлас «Дрофы» стартует от 80 рублей, а рабочая тетрадь с модными ныне тестовыми заданиями ЕГЭ – от 100 рублей. Конечно, учебник (особенно в комплекте с CD-приложением) обойдется родителям ученика в 550 рублей, но с учителем не поспоришь.

Ценовой демпинг в школьную кампанию практикуют преимущественно интернет-магазины и небольшие специализированные книжные лавочки (ИП), оживающие из ниоткуда исключительно в сезон и практикующие прием заказов по электронному каталогу. В большинстве же устойчиво работающих универсальных книжных магазинов ориентируются скорее на физическое присутствие широкого учебного ассортимента в сезон и скидки от объема.

## 2.6. Профессиональная литература:

динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы)

Диаграмма 2.11



**Источник:** данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

Таблица 2.10

## ТОП-10 ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА: ведущие авторы (проекты) по суммарным

Регионы РФ (СЗФО, СФО, ЦФО, ПФО, ЮФО, ДФО)			
	Автор	Издатель	Контент
1	Гиберт В.В.	Весь	Моделирование будущего (+ CD)
2	Жуков И.Н.	АСТ	Знакомьтесь, Ноутбук; Самый понятный самоучитель работы на компьютере
3	Кийосаки Р.Т.	Попурри	Богатый папа, бедный папа; Квадрант денежного потока
4	Парабеллум А., Мрочковский Н.	Питер	0+0=2. Почему вы не богатые, если вы такие умные?; 21 закон бизнеса: Истинные причины успеха; 25-й час. Руководство по управлению временем; 10 шагов к финансовой свободе; Прорыв! 11 лучших тренингов по личностному росту
5	Стариков Н.В.	Питер	Геополитика: Как это делается; Сталин. Вспоминаем вместе
6	Кови С.Р.	Альпина Паблишер	Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности
7	Зеланд В.	Весь, Эксмо	Трансерфинг реальности. Ступень I: Пространство вариантов; Трансерфинг реальности. Ступень III: Вперед в прошлое; Клип-трансерфинг: Принципы управления реальностью; Трансерфинг реальности. Ступень IV: Управление реальностью
8	Левин А.Ш.	Питер	Excel - это очень просто; Краткий самоучитель работы на компьютере; Самоучитель работы на компьютере
9	Виннер М.	Эксмо	Компьютер без страха для тех, кому за. . . ; Ноутбук без страха для тех, кому за. . . (+CD)
10	Кехо Д.	Попурри	Подсознание может все!

Книжный рынок профессиональной литературы в offline-срезе характеризуется отрицательной динамикой спроса. И если для Московского региона это тренд последних трех лет, который лишь углубляется с каждым годом, то для нестоличных магазинов – это лишь временное ухудшение ситуации, которое с высокой вероятностью в 2014 году будет преодолено.

Но пока в 2013 году экзemplярные продажи по данному разделу на фоне 2012 года снизились:

- в московском регионе на 18,1 % (при параллельном росте средней цены издания на невероятные 33 рубля);
- на площадках регионального книжного ритейла в среднем на 2,8 % (при росте средней цены на 3,5 рубля).

В итоге, оборот по данному разделу в 2013 году в региональных магазинах сократился на 1,8 %, в московских – на 3,7 %.

Необходимо иметь в виду, что именно в данном сегменте розничного offline рынка произошла наиболее радикальная смена ассортимента



### продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2013 году

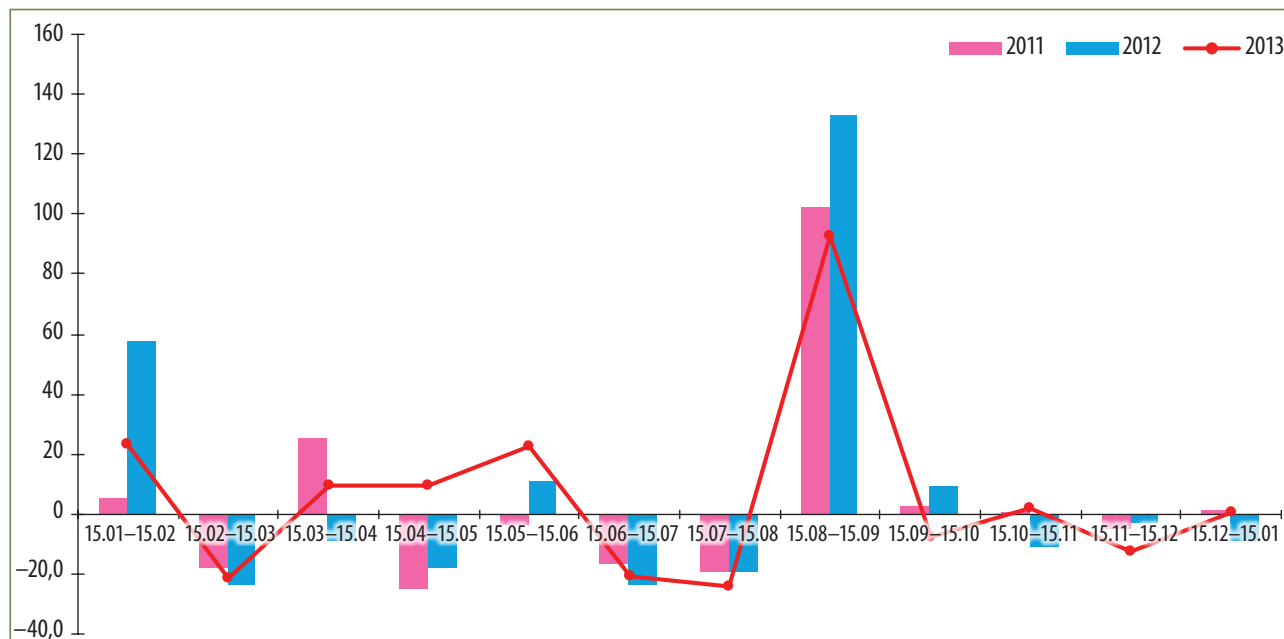
Москва			
	Автор	Издатель	Контент
1	Кови С.Р.	Альпина Паблишер	Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности
2	Кийосаки Р.Т.	Попурри	Богатый папа, бедный папа; Квадрант денежного потока
3	Зеланд В.	Эксмо, Весь	Клип-трансерфинг: Принципы управления реальностью; Трансерфинг реальности (ступени 1-5); КЛИБЕ: Конец иллюзии стадной безопасности
4	Стариков Н.В.	Питер	Геополитика: Как это делается; Сталин. Вспоминаем вместе
5	Айзексон У.	АСТ, Corpus	Стив Джобс. Биография
6	Гиберт В.В.	Весь	Моделирование будущего (+ CD)
7	Кеннеди Д.	Альпина Паблишер	Жесткий менеджмент: Заставьте людей работать на результат; Жесткий тайм-менеджмент: Возьмите свою жизнь под контроль
8	Крогерус М.	Олимп-Бизнес	Книга решений: 50 моделей стратегического мышления
9	Фергюсон Н.	АСТ, Corpus	Империя: Чем современный мир обязан Британии
10	Парабеллум А., Мрочковский Н.	Питер	Ежедневник. Как успеть всё!; Технологии управления временем; Прорыв! 11 лучших тренингов по личностному росту; Как писать продающие тексты. Коммерческие предложения, которые приносят миллионы

*Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»*

ных матриц магазинов. От некогда широкого ассортимента производственных справочников, дорогих бизнес-изданий ведущих экономистов или хотя бы учебных пособий по специальным вопросам профессиональной подготовки фактически ни осталось и следа. «Тяжелые» по цене издания уходят в online продажи. И по итогам 2013 года ТОПы продаж в Москве и в регионах по данному ассортиментному блоку разнятся в гораздо меньшей степени, чем еще два года назад. И там, и там в лидерах – нормативы, кодексы, законы, ПДД, шпаргалки для студентов (по юриспруденции) и пенсионеров (по коммуналке), а также эзотерические «методики», претендующие ни много ни мало на изменение существующей реальности и моделирование будущего. Тем не менее, на текущий момент всё еще очевидно федеральное покрытие рынка давними авторскими брендами как Н.В. Стариков, С.Р. Кови, Р.Т. Кийосаки. Книги этих авторов показывают хорошие продажи и в Москве, и в регионах. Неплохо показал себя в 2013 году и стартовавший год на-

Диаграмма 2.12

### Деловая / профессиональная литература: сезонные тренды продаж в 2010–2013 гг.



**Источник:** данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

зад в издательстве «Питер» проект Н. Мрочковского и А. Парабеллума, предлагающий облегченную версию решения бизнес-проблем в низкоченовом сегменте, а в региональных магазинах по-прежнему востребованы популярные пособия компьютерной тематики.

Несмотря на все политические и экономические пертурбации последних лет, этот сегмент книжного рынка фактически законсервирован и не предлагает актуальных решений. Неудивительно, что уже который год подряд он сохраняет традиционную для себя карту спроса, построенную на потребностях бухгалтеров и кадровиков. Высокий сезон продаж изданий этого блока приходится на конец августа – сентябрь, спрос резко взлетает вверх, но столь же быстро сходит на нет, уводя раздел в привычный для него минус. И 2014 год не станет исключением, в целом повторив картинку 2013 года.

## 2.7. Прикладная литература:

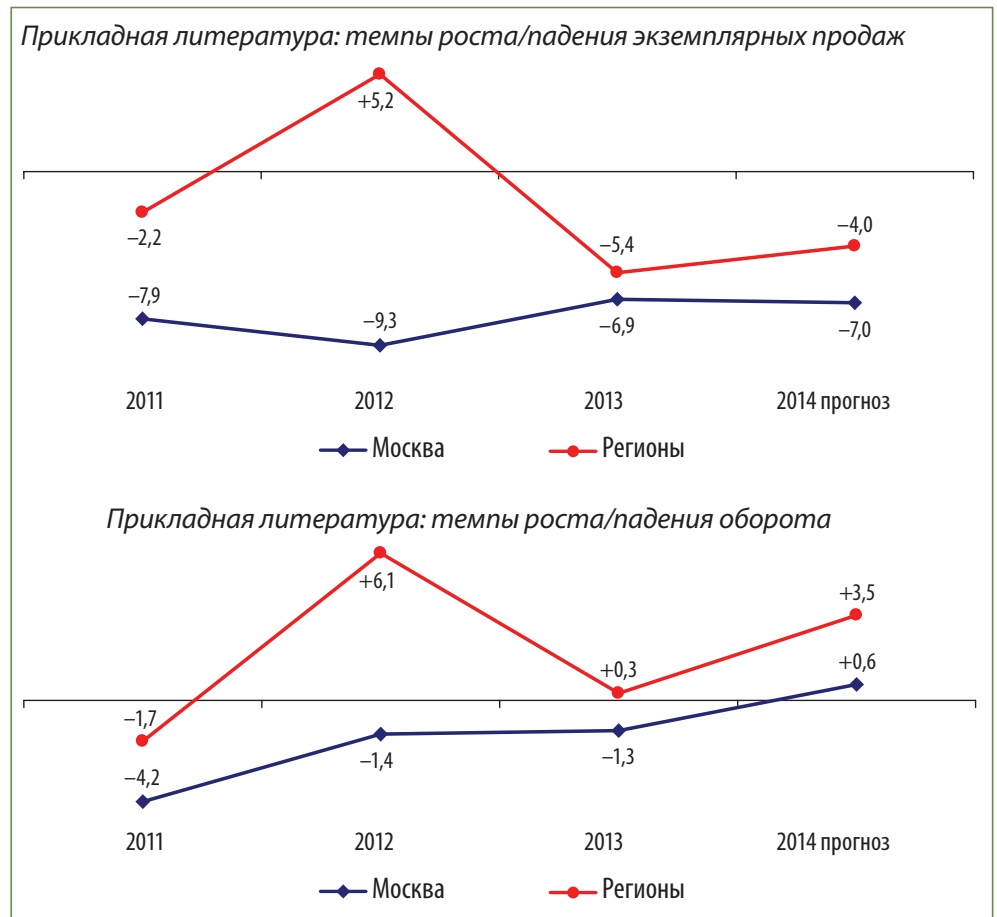
**динамика продаж в натуральном и денежном выражении, сезонные тренды, ведущие проекты (авторы)**

**Дом/Быт/Досуг, популярная (семейная, гендерная) психология и медицина, кулинария, эзотерика**

В 2013 году книжный рынок прикладной литературы серьезно «просел» в регионах, сохраняя отрицательный тренд продаж в столич-

Диаграмма 2.13

## Прикладная литература: динамика продаж в 2011–2014 гг., %



Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

це уже на протяжении последних трех лет. Экземплярные продажи по данному разделу на фоне 2012 года снизились:

- в московском регионе на 6,9% (при росте средней цены реализации на 22 рубля)
- на площадках регионального ритейла в среднем на 5,4% (при росте средней цены реализации на 9,5 рублей).

В итоге, оборот книг прикладной тематики в региональных магазинах остался фактически неизменным (+0,3%) на фоне 2012 года, в московских – сократился на 1,3%.

Как и в предыдущие годы в 2013 году фактически все региональные продажи по прикладной группе строились на импульсном ассортименте, к категории которого российские книготорговцы традиционно относят лунные календари, советы «народных целителей», брошюры с кулинарными рецептами и недорогие издания «Дом/досуг». Москва продолжала предлагать дорогую кулинарию, фолианты тематики «Красота/здоровье», издания по вопросам воспитания детей, лишь постепенно смещаясь в более дешевый сегмент популярной психологии. И хотя содержательно топы продаж в Москве и в регионах продолжают существенно различаться, всё более очевидно сохранение

Таблица 2.11

ТОП-10 ПРИКЛАДНАЯ ЛИТЕРАТУРА: ведущие авторы (проекты) по суммарным			
Регионы РФ (СЗФО, СФО, ЦФО, ПФО, ЮФО, ДФО)			
	Автор	Издатель	Контент
1	Степанова Н.И.	РИПОЛ классик	Заговоры сибирской целительницы: Вып. 34–36; Учения и наставления моей бабушки Евдокии; Книга-календарь на 2014 год: Заговоры и обереги на каждый день; Открытки-обереги. Вып. 1-4: Сны Пресвятой Богородицы
2	Синельников В.В.	Центрполиграф	Возлюби болезнь свою; Прививка от стресса: Как стать хозяином своей жизни; Рецепты судьбы: Учебник хозяина жизни-2
3	Дюкан П.	Эксмо	Я не умею худеть; 350 рецептов диеты Дюкан
4	Карр А.	Добрая книга	Легкий способ бросить курить
5	Берн Р.	Эксмо	Магия; Сила; Тайна
6	Мясников А.Л.	Эксмо	Как жить дольше 50 лет. Честный разговор с врачом о лекарствах и медицине
7	Вуйчич Н.	Эксмо	Жизнь без границ: Путь к потрясающе счастливой жизни; Неудержимый: Невероятная сила веры в действии
8	Бубновский С.М.	Эксмо, РВ 30Ж	Болят колени. Что делать?; Здоровые сосуды, или зачем человеку мышцы?; Остеохондроз - не приговор!; Оздоровление позвоночника, суставов и всего организма
9	Кизима Г.А.	АСТ	365 разумных советов садоводам и огородникам; Виноград идет на Север
10	Грэй Д.	София	Мужчины с Марса, женщины с Венеры

спроса в offline ритейле преимущественно на дешевые брошюры, а не на альбомные издания. В чем сошлись клиенты столицы и провинции, так это в особой любви к рецептам для мультиварки, вызвав невероятный для российского книжного рынка всплеск продаж. Серьезную популярность в федеральном масштабе приобрели и два авторских проекта – удивительная история «Жизнь без границ» и «Честный разговор с врачом о лекарствах и медицине». Оба проекта в рознице не превышают барьера в 300 рублей, но, тем не менее, это скорее исключение, подтверждающее правило, чем новый тренд.

Пока рынок прикладной литературы сохраняет достаточно свободную структуру. Вопреки очевидной экспансии «Эксмо», значимое присутствие на этом рынке характерно по меньшей мере для десятка издательств, что особо наглядно демонстрирует рейтинг количественных продаж. Так, благодаря высокой востребованности, прежде всего в регионах, сильные позиции остаются за издательствами «РИПОЛ классик» и «Центрполиграф». Н.И. Степанова и В.В. Синельников приносят своим издателям стабильный доход уже на протяжении де-

## продажам в натуральном выражении (экземплярах) в 2012 году

Москва			
	Автор	Издатель	Контент
1	Мясников А.Л.	Эксмо	Как жить дольше 50 лет. Честный разговор с врачом о лекарствах и медицине
2	Друкерман П.	Синдбад	Французские дети не плюются едой. Секреты воспитания из Парижа
3	Дюкан П.	Эксмо	Я не умею худеть; 350 рецептов диеты Дюкан
4	Грэй Д.	София	Мужчины с Марса, женщины с Венеры
5	Вуйчич Н.	Эксмо	Жизнь без границ: Путь к потрясающе счастливой жизни; Неудержимый: Невероятная сила веры в действии
6	Ханкишиев С.	АСТ	Мангал
7	Фейн Э., Шнайдер Ш.	Эксмо	Правила. Как выйти замуж за мужчину своей мечты
8	Высоцкая Ю. А.	Эксмо	Плюшки для Лелика: домашние рецепты; Новогоднее меню; Стойные завтраки
9	Карр А.	Добрая книга	Легкий способ бросить курить
10	Гиппенрейтер Ю.Б.	АСТ	Самая важная книга для родителей; Родителям: книга вопросов и ответов

*Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»*

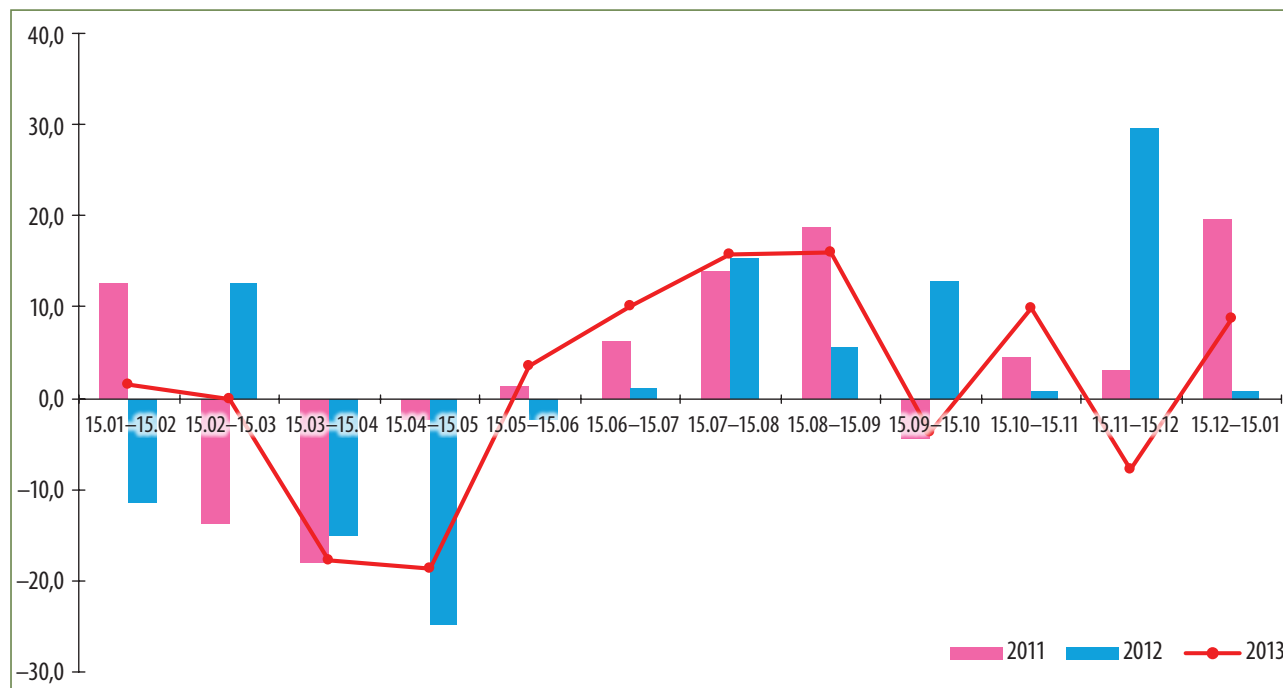
сятилетия и продолжают лидировать в топах региональных продаж в 2013 году. Кроме того, в 2013 году серьезные усилия по наращиванию доли присутствия предпринимают «Питер» и «Феникс». Анонимный кулинарный и досуговый продукт от «Владиса» благодаря правильной ценовой политике также остается вполне адекватным предложением в регионах. В силу активизации борьбы с курением в РФ оживленно идут и продажи главного книжного борца с вредными привычками – А. Кара, благодаря чему издательство «Добрая книга» также попала в топы. Но при всём этом, конечно, в 2013 году амбиции и экспансия «Эксмо» в прикладной блок более чем ощутимы. По итогам продаж января-мая «Эксмо» сумело нарастить долю рынка на невероятные 8% по сравнению с аналогичным периодом 2012 года, хотя, столь значимый рывок во многом объясняется фактически уходом из прикладной тематики ИГ «АСТ», освободившей пространство.

На текущий момент сезонная схема продаж по данному блоку предполагает отрицательную динамику на протяжении первых пяти месяцев года, затем плавный рост на протяжении трех летних месяцев

к пику продаж в сентябре и последующему спаду. В 2013 году сезонная карта продаж второго полугодия по данному разделу выглядит менее сглажено. Вопреки трендам последних двух лет, произошло существенное падение продаж в ноябре, которое во многом было сглажено рождественским ростом продаж.

Диаграмма 2.14

Прикладная литература: сезонные тренды продаж в 2010–2013 гг.



**Источник:** данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

# 3. Книгоиздательский бизнес: конкурентные стратегии и сигналы рынка

## 3.1. Основные показатели издательской активности

По данным государственной статистики (Российская книжная палата) в 2011–2013 гг. уровень издательской активности в основных рыночных тематических группах постепенно снижается. И этот тренд будет сохраняться до 2016 года. Исключение составляет лишь выпуск «Учебной литературы», что связано с обновлением портфеля учебно-методических линеек под новые ФГОСы, в том числе для ДОУ.

Однако, в целом, процедуру ревизии каталога, которая стартовала с началом кризиса 2008–2009 гг., в большинстве издательств можно считать завершенной. И в 2013 году многие, по крайней мере, крупные (от 1000 SKU) издательства росли по количеству наименований в диапазоне плюс 3–18%. Согласно проведенному «КИ» исследованию коммерческого книгоиздания РФ, за истекший год (январь 2013 – январь 2014) более двух третей (72,2%) участников экспертного опроса

Таблица 3.1.

Динамика выпуска книг и брошюр по целевому назначению

	SKU					Средний тираж, экз.				
	2011	2013	2015	CAGR 11-13	CAGR 13-15	2011	2013	2015	CAGR 11-13	CAGR 13-15
Художественная литература	18305	17293	15889	-1,88	-2,78	5817	4771	4330	-6,39	-3,18
Детская литература	13587	12904	12219	-1,70	-1,80	10244	8996	7724	-4,24	-4,95
Учебная литература	40446	41067	41300	0,51	0,19	5905	5942	6042	0,21	0,56
Прикладная литература*	14420	11803	8986	-6,46	-8,69	7269	5487	3911	-8,95	-10,67
Профессиональная литература**	8401	7498	6577	-3,72	-4,27	2430	2930	3434	6,43	5,43

\* Издания для широкого круга читателей

\*\* Нормативно-производственные, справочные издания, производственно-практические издания

Источник: 2011–2013 – данные выпуска РКП, 2013–2015 – аналитика «КИ»

нарастили прайс на 2–57 % позиций и лишь 16,67 % (в 2012–36,4 %), напротив, продолжали сокращать число предлагаемых рынку позиций, либо отделяясь от неликвидов, либо сокращая количество новых наименований (что встречается гораздо реже).

Такой резкий и одновременный старт сильных компаний мог бы привести к перекосам книжного рынка РФ, однако положительная динамика выпуска зачастую не распространяется на показатель среднего тиража. Согласно исследованию коммерческого книгоиздания РФ, за истекший год (январь 2013 – январь 2014) у 47,1 % участников опроса средний тираж снижался в диапазоне минус 2–35 %, в частности по данным самих компаний это происходило у издательств «Эксмо», «Экзамен», ИГ «Азбука-Аттикус», «Вече», «Легион» и др. Тем не менее, такие издатели как «Олма Медиа Групп», «РИПОЛ классик», «Росмэн», «АСТ-Пресс», «Феникс» сообщают о росте среднего тиража в 2013 году в диапазоне плюс 2–13 % при параллельном росте выпуска новых наименований. Необходимо отметить, что столь разнонаправленная динамика инвестиционной активности не позволяет говорить о четко выраженных сформировавшихся трендах для крупных тематических ниш рынка. В 2013 году ведущие издательства РФ руководствовались в большей степени внутренними ресурсами, а не сигналами рынка.

В целом 2013 год продемонстрировал укрепление рыночных позиций крупных (и примкнувших к ним) игроков и, напротив, ослабление небольших креативных независимых команд.

Конечно, не всё так плохо. Процессы слияния в издательском бизнесе и укрупнения в книготорговом канале сбыта позволяют постепенно сбалансировать ситуацию на рынке. И, кроме того, тренд на снижение среднего тиража не должен восприниматься как нечто катастрофическое. Ведь, несмотря на достаточно низкий (4500 экземпляров) расчетный показатель среднего тиража, представленный РКП по итогам 2013 года, средний тираж по данным самих компаний составляет

- в учебной нише – от 11000 до 17000 экземпляров (средневзвешенный 15000);
- для издателей работающих преимущественно в низкоценовом сегмента массового рынка – 8000–9000 экземпляров;
- для издателей среднеценового сегмента в группе развлекательного чтения – 5000–6000 экземпляров.

Иными словами, рыночный показатель среднего тиража существенно выше представленного в отчетах Российской книжной палаты, так что его плавное снижение у целого ряда крупных и средних издательств выглядит вполне естественным на фоне всё большей



дифференциации потребительской аудитории печатной книги на малые многочисленные кластеры.

Очевидно, что «проблемы» в большинстве ранее благополучных тематических ниш бумажного книжного рынка, толкают издательства РФ к экспериментам. Так, в 2013 году только 33,2 % участников экспертного опроса «КИ» (в 2012–64,3 %; в 2011 году – 90,0 %) сознались, что пока не планируют менять что-либо. Более двух третей издательств сегодня так или иначе экспериментируют, хотя до полной диверсификации издательского портфеля конечно еще далеко. В большинстве случаев это лишь попытки работать с новым форматом изданий в привычной для издательства нише рынка или расширение каталога в пограничные тематики (экспертный опрос, август 2013, «КИ»). Наиболее известный эксперимент в этом плане – проект «flip book» издательства «Эксмо».

Помимо экспериментов с каталогом для сохранения рентабельности собственного бизнеса издатели предприняли ряд усилий по дальнейшему сокращению издержек. В числе наиболее популярных мер в 2013 году:

- сокращение рекламного бюджета – 28,6 % (2012–30,8 %; 2011–33,3 %);
- снижение стоимости аренды офиса – 19,4 % (2012–15,4 %; 2011–17,1 %);
- сокращение штатного расписания – 11,3 % (2012–30,8 %; 2011–53,4 %);
- снижение административных и представительских расходов, в т.ч. участие в ярмарках и др. отраслевых мероприятиях – 56,9 % (2012–38,5 %; 2011–68,7 %).

Стоит отметить, что на фоне предыдущего года в 2013-м меры по снижению затрат в книгоиздательском бизнесе носят более масштабный характер, прежде всего по пунктам «аренда офиса» и «участие в ярмарках и других отраслевых мероприятиях». По состоянию на август 2013 г. лишь 10,9 % издательств (в 2012–46,2 %) не урезали бюджет ни по одному из направлений (экспертный опрос август 2013, «КИ»).

## 3.2. Ценовая политика

Снижение тиража изданий вполне закономерно приводит к удорожанию книг. И согласно результатам опроса «КИ», с января по декабрь 2013 года у 61,1 % коммерческих издательств отпускная цена, по их данным, выросла на 6–12 %. Надо сказать, что этот результат существенно выше итогов аналогичного опроса 2012 года и по доле при-

бавивших в цене компаний и по значению индекса цен (в 2012 году лишь 19% издательств отчитались о росте цен на 1–5%). Кроме того, по итогам 2013 года четверть (22,2%) участников опроса сообщили о нулевой динамике собственных отпускных цен. Оставшиеся (16,7%) сообщили о снижении цен (до минус 19%), что, как правило, связано со смещением издателя в низкоценовой сегмент профильной для

Таблица 3.2.

### Средняя цена реализованного издания импринта (поставщика) в 2012–2013 гг.

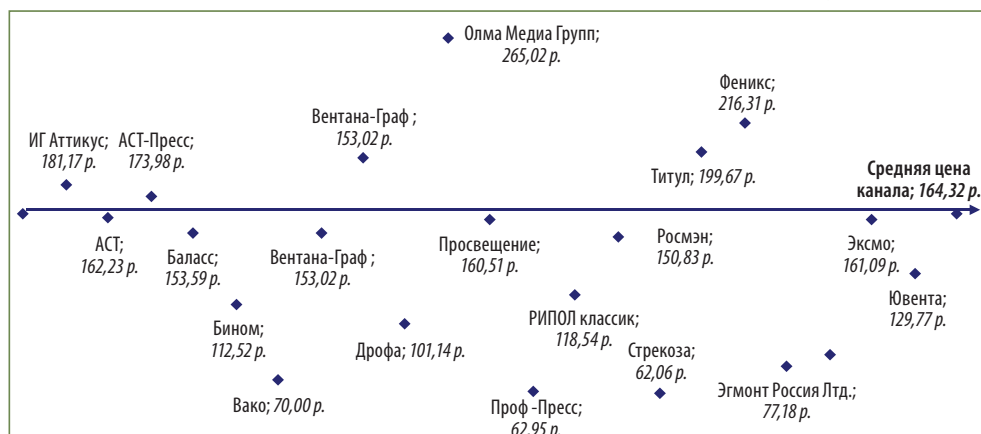
Канал: розничные стационарные (offline) книоторговые предприятия  
Период: январь–декабрь

Издательство	Средняя цена реализованного издания		
	2013	2012	2013 к 2012, %%
Азбука-Аттикус	181,17 р.	169,51 р.	+6,88
АСТ	162,23 р.	175,65 р.	-7,64
Баласс	153,59 р.	149,46 р.	+2,76
Бином. Лаборатория знаний	112,52 р.	106,08 р.	+6,07
Вако	70,00 р.	39,66 р.	+76,50
Вентана-Граф	153,02 р.	123,08 р.	+24,33
Вече	196,77 р.	175,05 р.	+12,41
Дрофа	101,14 р.	107,45 р.	-5,87
Олма Медиа Групп	265,02 р.	226,23 р.	+17,15
Просвещение	160,51 р.	151,55 р.	+5,91
Проф-Пресс	62,95 р.	55,78 р.	+12,85
РИПОЛ классик	118,54 р.	133,05 р.	-10,91
Росмэн	150,83 р.	178,09 р.	-15,31
Стрекоза	62,06 р.	44,67 р.	+38,94
Титул	199,67 р.	186,31 р.	+7,17
Феникс	216,31 р.	192,32 р.	+12,48
Эгмонт Россия Лтд.	77,18 р.	74,64 р.	+3,41
Экзамен	83,62 р.	75,86 р.	+10,23
Эксмо	161,09 р.	170,86 р.	-5,72
Ювента	129,77 р.	122,43 р.	+6,00
Средняя цена канала	164,32 р.	161,08 р.	

Источник: данные проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

Диаграмма 3.1

### Позиции ведущих издательств (ТОП-20) на карте стоимости канала offline книжных магазинов в 2013 году



**Источник:**  
данные проекта  
«Книжный рынок  
России 2010–2015»,  
аналитика «КИ»

него ниши рынка или попытками укрепить свои позиции и нарастить оборачиваемость ассортимента.

Таким образом, две трети издательств по итогам 2013 года существенно превысили средний индекс потребительских цен по группе «непродовольственные товары», который согласно расчетам Росстата в 2013 году составил 104,9% к январю-декабрю 2012 года. Тем не менее, средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в 2013 году находится на уровне 107,73 руб. (+3,42% к декабрю 2012 года).

Параллельный опрос экспертов книжной торговли позволяет говорить о незначительно большей динамике ценника книги (+5,63%) в среднем по всему массиву ассортимента, предлагаемого книготорговыми сетями. Средняя стоимость (ценник) книги для покупателя существенно (плюс 7–10%) растет лишь в магазинах Центрального и Южного ФО.

В целом же, по данным проекта «Книжный рынок России: 2010–2015», за январь-декабрь 2013 года средняя цена реализованного в розницу печатного издания на территории РФ составила 164,84 руб. (в 2012–160,93 руб.). Индекс потребительских цен с января по декабрь 2013 года (без учета рождественского всплеска продаж) составил 109,2% по книжному рынку.

В 2013 году для большинства ведущих издательств средняя цена реализации в offline книжных магазинах продемонстрировала положительный тренд, исключая «АСТ/Эксмо», «РИПОЛ классик», «Росмэн» и «Дрофа». Учитывая статус этих издательств в данном канале сбыта, история с ростом оборота книжных магазинов за счет роста цен очень скоро может закончиться. Движение издателей-лидеров вниз от линии VAL на карте стоимости канала (т.е. продажа более дешевых

Таблица 3.3.

## Средняя цена реализованного издания импринта (поставщика) в 2013 году

Регион: Территория РФ

Канал: розничные стационарные книоторговые предприятия

Период: январь-декабрь 2013 г.

Импринт	Средняя цена реализации	Отклонение от средней по каналу, %	Импринт	Средняя цена реализации	Отклонение от средней по каналу, %
Азбука-Махаон	181,17 р.	10,3	Национальное образование	137,17 р.	-16,5
Айрис-пресс	102,98 р.	-37,3	Олма Медиа Групп	265,02 р.	61,3
Академкнига/Учебник	140,74 р.	-14,3	Омега-Л, Окей-книга	57,64 р.	-64,9
Алтей и К°	17,40 р.	-89,4	Омега-пресс	79,50 р.	-51,6
Альфа-книга	230,44 р.	40,2	Оникс	129,06 р.	-21,5
Ассоциация XXI век	112,48 р.	-31,5	Питер	201,27 р.	22,5
АСТ	162,23 р.	-1,3	Просвещение	160,51 р.	-2,3
АСТ-Пресс	173,98 р.	5,9	Проф-Пресс	62,95 р.	-61,7
Баласс	153,59 р.	-6,5	РИПОЛ классик	118,54 р.	-27,9
Бином. Лаборатория знаний	112,52 р.	-31,5	Розовый слон	13,31 р.	-91,9
Букмастер	48,81 р.	-70,3	Росмэн	150,83 р.	-8,2
Вако	70,00 р.	-57,4	Русское слово	174,25 р.	6,0
Вентана-Граф	153,02 р.	-6,9	Самовар	53,70 р.	-67,3
Весна-Дизайн	25,74 р.	-84,3	Современная школа	66,96 р.	-59,2
Вече	196,77 р.	19,7	София ИД	188,68 р.	14,8
Владис	380,76 р.	131,7	Стрекоза	62,06 р.	-62,2
Генжер	93,54 р.	-43,1	Сфера ТЦ	48,51 р.	-70,5
Гном и Д	66,03 р.	-59,8	Титул	199,67 р.	21,5
Дрофа; ДИК	101,14 р.	-38,4	Третий Рим	50,21 р.	-69,4
Интеллект-Центр	111,50 р.	-32,1	Умка	162,10 р.	-1,4
Картография ПКО	41,10 р.	-75,0	Федоров ИД ЗАО	130,40 р.	-20,6
Книжный Клуб 36,6	257,09 р.	56,5	Феникс	216,31 р.	31,6
КноРус	99,77 р.	-39,3	Фламинго	13,57 р.	-91,7
Легион	115,61 р.	-29,6	Центрполиграф	151,99 р.	-7,5
Литур	51,79 р.	-68,5	Эгмонт Россия Лтд.	77,18 р.	-53,0
Мир Искателя	49,94 р.	-69,6	Экзамен	83,62 р.	-49,1
Мир Автокниг	24,51 р.	-85,1	Эксмо	161,09 р.	-2,0
Мозаика-Синтез	85,00 р.	-48,3	Ювента	129,77 р.	-21,0

Источник: данные проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»

изданий) не только сдерживает рост средней цены реализации по каналу, но и в состоянии серьезно ухудшить ситуацию в нем за счет смещения в пользу низкоценового книжного продукта.

### 3.3. Уровень конкуренции и угрозы монополизации рынка

Государственная статистика выпуска печатных изданий (Российская книжная палата) свидетельствует об определенном росте монопольных тенденций в отрасли, отводя десятке ведущих издательств по числу выпущенных в 2013 году названий и суммарному тиражу – 21,5% (в 2012 – 21,1%; в 2011 – 21,98%) и 49,1% (в 2012 – 47,9%; в 2011 – 43,17%) общего выпуска соответственно. Данный тренд прослеживается исключительно в тиражной политике при параллельной стагнации объема инвестиций в новые проекты со стороны ведущих издательств РФ, исключая умеренно активные в этом смысле учебные издательства – «Дрофа», «Просвещение», «Экзамен».

Переход основных издательских активов ИГ «АСТ» под контроль «Эксмо» – заведомо предполагал в 2013 году значительное снижение инвестиционной активности одного из ведущих игроков книжного рынка. И ослабление «АСТ» подтолкнуло «РИПОЛ классик», «Росмэн», «Экзамен», «Феникс», «Олма-пресс» к наращиванию каталога для укрепления позиций в собственной нише рынка, но не к диверсификации портфеля. Очевидно, что сегодня книжный рынок России движется в сторону более узкой специализации и в целом по программам выпуска, и в плане коррекции издательского предложения под приоритетный канал сбыта. Издатели не готовы рисковать и стартовать в принципиально новых для себя нишах рынка. Более того, в 2013 году массовое увлечение детской книгой среди российских издателей пошло на спад не столько в связи с действующим ограничителем в лице Федерального закона № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», сколько в связи с ростом конкуренции в этом секторе рынка и его неблагоприятной структуры на текущий момент. Необходимо понимать, что в 2012-2013 гг. однозначно растет по отгрузкам не любая детская книга, а, прежде всего, наглядные пособия, обучающие и развивающее пособия, а также художественная литература для детей в ценовом диапазоне от 100 до 200 рублей. Конечно, рост инвестиций заметен и в блоке учебно-методической литературы для школ и ДООУ, и в группе практических

Таблица 3.4.

## Динамика доли ведущих издательств в суммарном выпуске РФ в 2007–2013 гг.

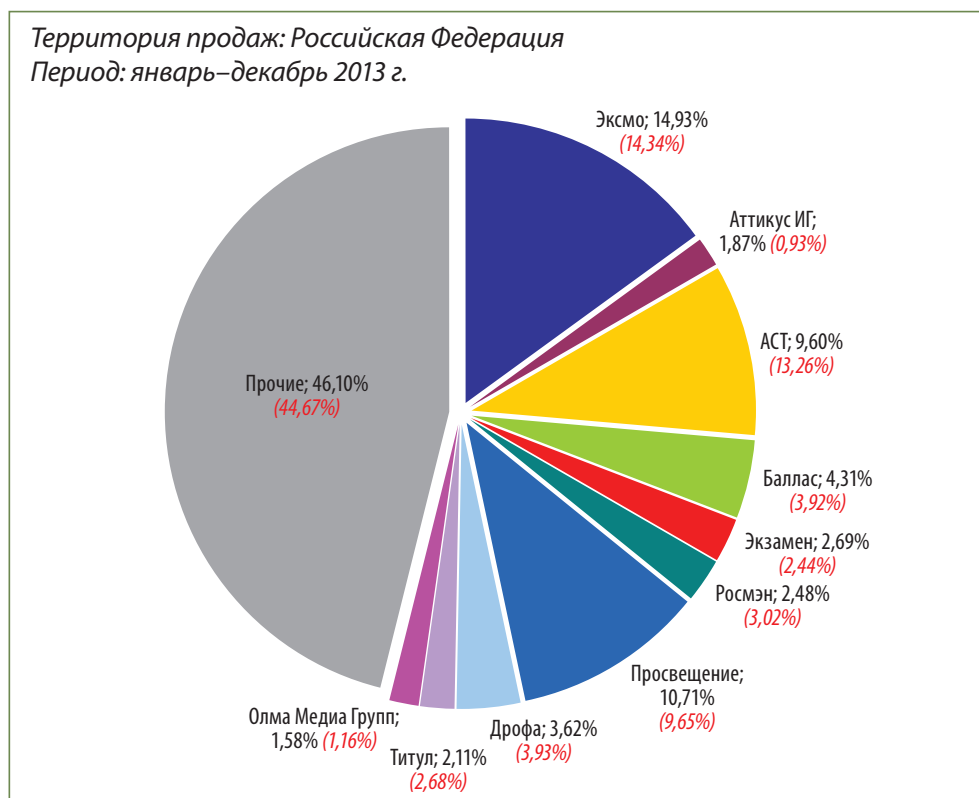
Параметр: количество наименований, %							
Издательство	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Эксмо	6,02	8,46	7,19	7,94	7,31	7,2	7,48
АСТ	7,06	8,01	7,96	7,67	7,7	6,0	4,73
ИГ Азбука-Аттикус	0,98	1,11	0,62	1,22	1,22	1,6	1,45
Дрофа	1,3	0,99	0,76	0,92	0,72	1,0	1,32
Просвещение	0,98	0,87	1,13	1,35	1,19	0,9	1,54
Эгмонт Россия Лтд.	1,0	0,85	1,06	1,04	1,07	1,2	1,15
Росмэн	0,55	0,94	0,75	0,94	0,64	0,6	0,72
Экзамен	0,51	0,86	0,55	0,73	0,6	0,8	1,01
Академия ИЦ	0,83	0,92	0,43	0,72	0,76	0,8	0,80
РИПОЛ классик	0,7	0,86	0,65	0,8	0,83	0,7	0,81
Феникс	0,86	1,02	0,79	0,83	0,59	0,6	0,93
Вече	0,39	0,47	0,58	0,73	0,64	0,7	0,74
Баласс	0,17	0,19	0,21	0,31	0,35	0,4	0,27
Олма Медиа Групп	0,85	0,55	0,83	0,9	0,73	0,4	0,73
Питер	0,58	0,66	0,49	0,51	0,57	0,6	0,35
Параметр: суммарный тираж, %							
Издательство	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Просвещение	6,78	6,00	6,41	7,46	9,76	9,2	11,04
Эксмо	10,62	13,11	11,28	12,05	11,03	10,5	10,49
АСТ	8,28	9,39	10,74	11,05	10,59	8,6	5,86
Баласс	1,52	2,15	2,12	2,33	3,23	4,3	3,32
Дрофа	4,08	2,89	2,3	2,62	2,95	2,0	2,96
ИГ Азбука-Аттикус	1,8	2,26	2,02	2,28	1,83	2,8	2,45
Эгмонт Россия Лтд.	2,62	2,68	4,52	3,81	2,85	2,6	3,20
Экзамен	1,09	2,11	1,66	2,23	1,98	2,6	3,24
Росмэн	1,29	1,53	1,13	1,88	1,19	1,5	2,26
Олма Медиа Групп	1,42	0,79	1,89	1,63	1,23	0,8	1,67
РИПОЛ классик	1,3	1,47	1,06	1,25	1,32	1,1	1,35
Вече	0,41	0,46	0,53	0,61	0,59	0,6	0,58
Феникс	0,61	0,67	0,46	0,47	0,36	0,4	0,65
Питер	0,6	0,63	0,53	0,47	0,42	0,4	0,27
Академия ИЦ	0,37	0,46	0,38	0,29	0,3	0,3	0,35

\* до 2011 года сумма значений по издательствам «Азбука-классика», «Махаон», «Иностранка», «КоЛибри»

Источник: данные РКП, аналитика «КИ»

Диаграмма 3.2

### Конкурентный ландшафт: доли книжного рынка ключевых игроков по суммарным (рублевым) продажам в 2013 (2012) году



**Источник:**  
данные проекта  
«Книжный рынок  
России 2010–2015»,  
аналитика «КИ»

материалов по детской психологии, адресованных в том числе и родителям, но конкуренция в этой нише невероятно плотная. Не стоит забывать, что детская книга объявлена в числе приоритетов ИГ «Азбука-Аттикус», «Эксмо», вертикально интегрированного «Лабиринта», а также серьезных учебных издательств – «Просвещение», «Ювента»/«Баласс», обладающих широкими возможностями дистрибуции собственного продукта.

Напротив, данные о продажах на территории РФ (проект «Книжный рынок России: 2010–2015») еще по итогам 2011–2012 гг. года свидетельствовали об умеренном снижении напряженности в конкурентном ландшафте книжного рынка прежде всего благодаря снижению уровня ликвидности каталогов ведущих издательств РФ (исключая производителей «школьного» и детского продукта). И в 2013 году этот тренд сохранился и, более того, упрочился.

Вопреки бесконечным разговорам о монополизации книжного рынка ничего кардинально меняющего конкурентный ландшафт ни в 2012, ни в 2013 году не произошло. Суммарная доля рынка (в денежном выражении) у пятерки ведущих игроков не превысила 43,2% (в 2012 году – 45,1%) и пока вполне сопоставима с итогами 2010–2011 гг. по составу издательств-лидеров. Более того, уж если мы взяли скла-

дывать и делить, то суммарная доля «АСТ»/«Эксмо» сократилась на 3,1 % по причине вполне предсказуемого снижения активности «АСТ».

Таблица 3.5.

### Конкурентный ландшафт: доли ведущих издательств РФ по суммарным (рублевым) продажам в 2013 году

Период: январь-декабрь 2013 г.

Розничные стационарные (offline) книготорговые предприятия			Книжный рынок РФ (печатная книга без бюджетных продаж)		
Позиция	Издатель (поставщик)	Доля в обороте канала, %	Позиция	Издатель (поставщик)	Доля в обороте рынка, %
1	АСТ	11,9	1	Эксмо	14,9
2	Эксмо	11,4	2	Просвещение	10,7
3	Просвещение	10,8	3	АСТ	9,6
4	Баласс	3,1	4	Баласс	4,3
5	Азбука-Аттикус ИГ	2,8	5	Дрофа	3,6
6	Дрофа	2,7	6	Экзамен	2,7
7	Экзамен	2,6	7	Росмэн	2,5
8	Росмэн	2,1	8	Титул	2,1
9	Проф-пресс	1,3	9	Азбука-Аттикус ИГ	1,9
10	Олма Медиа Групп	1,2	10	Олма Медиа Групп	1,6
11	Титул	1,1	11	Эгмонт Россия Лтд.	1,1
12	РИПОЛ классик	1,0	12	РИПОЛ классик	1,1
13	Вентана-Граф	0,9	13	Стрекоза-Пресс	0,9
14	Русское слово	0,8	14	Ювента	0,8
15	Феникс	0,7	15	Проф-пресс	
16	Ассоциация XXI век	0,7	16	Феникс	0,8
17	Бином. Лаборатория знаний	0,7	17	Омега-пресс	0,8
18	Эгмонт Россия Лтд.	0,6	18	Альфа-книга	0,6
19	Альфа-книга	0,6	19	Вече	0,5
20	Питер	0,6	20	Мозаика-Синтез	0,5
21	Академкнига/Учебник	0,6	21	Бином. Лаборатория знаний	0,4
22	Ювента	0,5	22	Вако	0,4
23	Стрекоза-Пресс	0,5	23	Питер	0,4
24	Вако	0,5	24	Вентана-Граф	0,4
25	Омега-пресс	0,5	25	АСТ-Пресс	0,3

Источник: данные проекта «Книжный рынок России 2010–2015», аналитика «КИ»



И незначительный, в общем-то, прирост продаж «Эксмо» не закрыл потери. Зато это сделала ИГ «Азбука-Аттикус», существенно нарастив продажи и соответственно долю книжного рынка. Эта издательская группа в отличие от «Олма Медиа Групп/Просвещение» ориентирована прежде всего на рынок, а не на бюджетные продажи, и в отличие от «Эксмо»/«АСТ» работает в высокоценовом сегменте, пока не вступая в открытую конфронтацию и демпинговые игры. Ситуация на розничном рынке в 2013 году складывалась вполне удачно и для ориентированных на бюджетные закупки учебных издательств – «Баласса», «Просвещения», в то время как «Титул» и «Дрофа» выступили в розничных продажах несколько хуже на фоне 2012 года.

Наиболее реалистичный сценарий развития событий в 2014–2015 гг. предполагает не столько укрепление позиций отдельных издательских групп на книжном рынке, сколько ценовые войны в сегментах сохраняющегося спроса и диффузию в смежные области образовательных и развлекательных услуг и продуктов, которые в сумме только ухудшат ситуацию в традиционной (печатной) книжной отрасли.

Однако если мы говорим об оборотах книжной отрасли в целом, включая бюджетные и неструктурированные продажи, то процессы слияния в издательском бизнесе и укрепление позиций вертикально интегрированных структур действительно провоцируют пошаговое приближение к монопольной структуре книжной отрасли в РФ, которая пока еще похожа на муравейник с большим числом малых игроков и в производственной, и в товаропроводящей областях.

## 3.4. Сбытовая политика. Условия и приоритеты

В 2013 году, согласно данным ведущих издательств, на книжный рынок Москвы приходится от 12 до 59% общего объема их реализации, при средневзвешенном показателе 28,37% (в 2012–29,33%). При этом 61% издательств сообщили о снижении доли Московского региона в суммарных продажах. Мы можем говорить о заметном сокращении (минус 1,5–12,0%) доли московских продаж в суммарной реализации издательств «Эксмо», «РИПОЛ классик», «Росмэн», «Просвещение» и даже у ИГ «Азбука-Аттикус», чей каталог в наибольшей степени ориентирован на столичного клиента. И, напротив, доля московской реализации растет (плюс 2–18%) у издательств «Олма Медиа Групп», «АСТ-

Пресс», «Альпина Паблицер» и «Вече». Впрочем, следует иметь в виду, что ликвидность предложения издательства во многом корректируется условиями его партнерства с тем или иным книготорговцем.

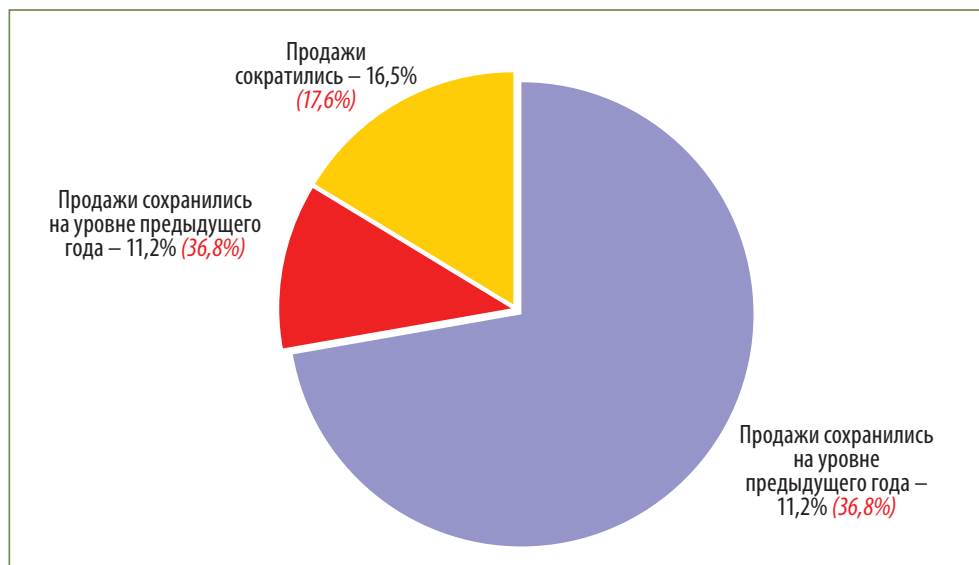
В целом, с позиции динамики продаж 2013 год для издательств можно считать вполне стабильным и даже положительным. Рост объема продаж на фоне 2012 года отметило абсолютное большинство (72,3 %) участников опроса «КИ» в диапазоне от 2 до 25 %, еще 11,2 % сообщили о стабильности продаж к 2012 году (опрос «КИ», декабрь 2013).

Тем не менее, 16,5 % (17,6 %) издательств констатировали снижение продаж в 2013 году в диапазоне 5–7%. Именно в этой «падающей» группе присутствует значительное количество издательств, кардинально перестраивающих свою издательскую политику и/или экспериментирующих с принципиально новыми для себя книжными продуктами. Структура книжного рынка сегодня фактически во всех нишах не благоприятна для экспериментов. Напротив, оптимальной стратегией для издательства любого уровня могло бы быть укрепление позиций в 1–2 базовых для себя нишах рынка, там где издательство чувствует себя наиболее компетентным.

Согласно экспертному опросу, проведенному «КИ» в декабре 2013 года, на текущий момент основными каналами продаж книжной продукции для издательств остаются традиционные книжные магазины (в т.ч. независимые региональные сети). На них приходится до 58 % в структуре реализации издательств РФ. Помимо прямого партнерства с ритейлом российские издательства достаточно активно работают с оптовыми посредниками, на которые приходится от 8 % до 100 % объема реализации. Этот канал наиболее значим для учебных издательств и малых компаний. Нельзя не отметить, что за 2013 год существенно выросла значимость федеральных книжных сетей («Новый книжный»/«Читай Город» – «Буквоед»; «Буква») в структуре реализации прежде всего крупных и средних издательств РФ. Малые компании по-прежнему предпочитают интернет-магазины, средневзвешенный показатель долевого участия которых подрос на 1 %. Несмотря на снижение в 2013 году важная роль в продаже книг по-прежнему отводится и непрофильным для книжников каналам сбыта – торговым площадкам FMCG-сетей (включая сетевой ритейл товаров для детей и товаров для хобби). Пропускная способность этого канала на данный момент колеблется в диапазоне от 3 % до 27 % объема реализации издательств. Менее значимы в структуре реализации российских издательств киосковые сети. На начало 2014 года на них в среднем

Диаграмма 3.3

### Динамика продаж в 2013 (2012) году. Издательская оценка (доля издательств, отметивших тренд, %)



**Источник:**  
экспертный опрос,  
аналитика «КИ»  
(август 2012,  
декабрь 2013)

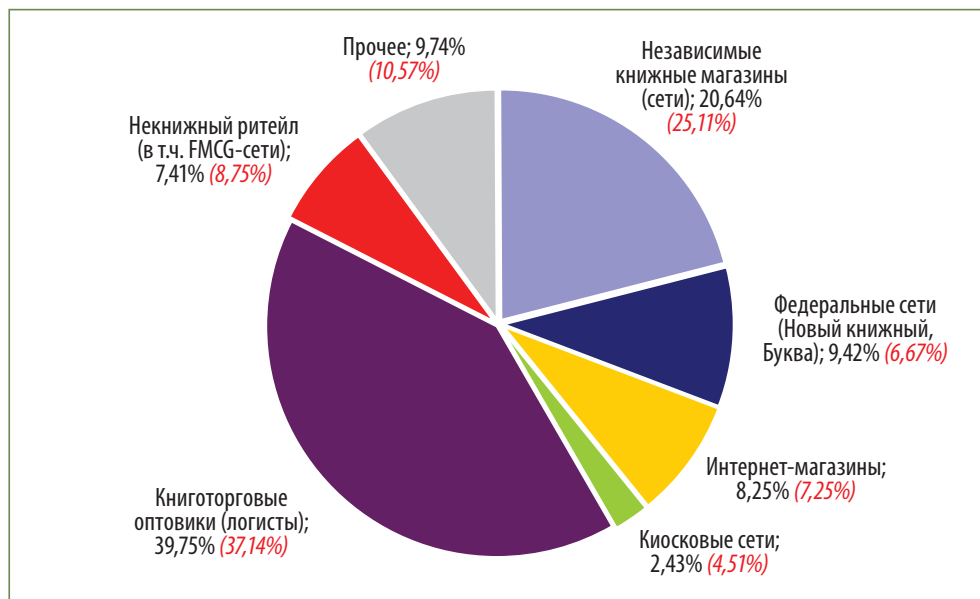
приходится от 0 до 26% объема продаж. Иными словами, далеко не все издатели работают с этим каналом, пропускная способность которого предположительно будет только снижаться в силу сокращения численности (банкротства) киосковых сетей и очевидному проигрышу российских книжников продукции таких издательств как «Ашет Коллекция».

Несмотря на разнообразие используемых каналов сбыта, более половины издательств РФ (54,1%) лишь отчасти (в плане варианта обложки и/или тиража) пытаются учитывать специфику канала, по которому книга будет предлагаться клиенту. Треть издательств (29,3%) «просто выпускают книжку, а потом предлагают её разным посредникам». И лишь 15% поставщиков книжного продукта считают, что «каждый канал продаж имеет свою специфику», которая учитывается ими уже на первых стадиях редакционно-издательского процесса.

Согласно экспертному опросу «КИ» (январь 2014) в 2013 году по-прежнему около трети (33,6%) издательств не сотрудничает с реализаторами электронного контента и дистрибуторами e-book. В их числе, как правило, издатели учебно-методической литературы для школ и ДОУ, «школьного» шлейфа (прежде всего пособий по подготовке к ЕГЭ и ГИА) и многочисленных прописей-раскрасок низкоценового сегмента «детского» рынка. Тем не менее, это скорее исключение, чем правило. Крупные издательства учебных линий для школьной ступени образования работают со специализированными агрегаторами контента – «Азбука Рус», «Орфограф», ГК «Ланит» – хотя доля цифровых продаж составляет пока менее 1% от суммарного годового оборота

### Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств РФ в 2013 (2012) году (средневзвешенный показатель, %)

Диаграмма 3.4



**Источник:**  
экспертный опрос  
декабрь 2012, 2013,  
аналитика «КИ»

этих издательства. Да, и в целом структура продаж электронных учебников для школ пока отсутствует (или по крайней мере не прозрачна). На роль единого (федерального) агрегатора и дистрибутора учебников для школ пока (в январе 2014 года) претендует лишь ООО «Азбука Рус». Но не исключено, что параллельно учебные издательства будут выстраивать собственную дистрибуцию цифровых продуктов.

## 4. Ключевые каналы сбыта: потенциал и тренды репозиционирования

### 4.1. Ритейл-карта книжного рынка: динамика структуры и потенциал

2013 год не внес кардинальных корректив в структуру доходов книжной отрасли. Проблемы рыночных каналов сбыта отчасти были скорректированы ростом бюджетных продаж. И эта ситуация может рассматриваться как долгосрочный тренд. К сожалению, книжная отрасль РФ в значительной степени ориентируется на бюджетные закупки – фактически на 1/3-й её части рыночные механизмы бессильны, а условия диктуются единым закупщиком в лице государства.

В отличие от общеотраслевой ситуации структура рыночных каналов дистрибуции в 2013 году была более подвижна. С предсказуемой потерей долей книжного (печатного) рынка закрыли 2013 год федеральные книготорговые сети, а также киосковый и FMCG сетевой ритейл. И напротив, укрепили свои позиции независимые стационарные книготорговые предприятия и интернет-магазины.

Таблица 4.1.

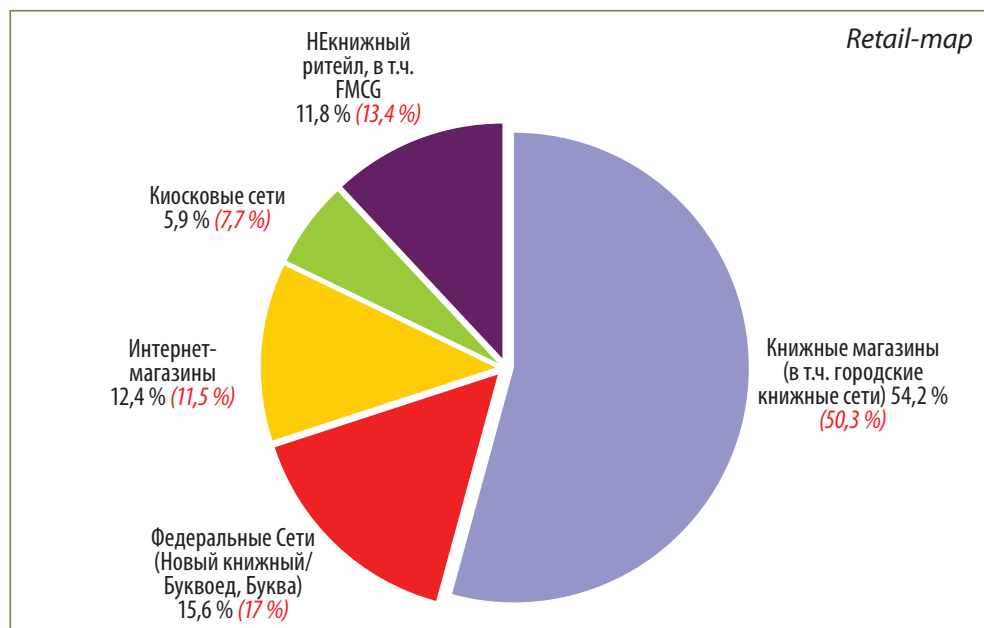
#### Динамика долевого участия каналов сбыта в структуре доходов книжной отрасли, %

	2011	2013	2015
Рынок, в т.ч. каналы дистрибуции	66,79	64,58	64,45
Книжные магазины (городские книжные сети)	33,56	34,99	34,32
Федеральные книготорговые сети («Новый книжный – Буквоед», «Буква»)	13,72	10,08	10,57
Интернет-магазины	6,69	8,04	10,16
Киосковые сети	4,73	3,83	2,12
НЕкнижный ритейл, в т.ч. FMCG	8,08	7,64	7,28
Бюджетные организации (библиотеки, школа, вуз)	25,56	28,12	28,65
Неструктурированные продажи (прямые продажи, заказные/подписные издания, клубы)	7,65	7,3	6,89

Источник: аналитика «КИ»

### Структура розничных каналов сбыта в РФ в 2013 (2012) году, % от оборота книжного рынка

Диаграмма 4.1



Источник:  
аналитика «КИ»

Несмотря на сокращение offline книжных магазинов и тот факт, что специализированных оптовиков/логистов на российском рынке можно пересчитать по пальцам, именно этот традиционный для книжников канал продаж остается приоритетным и сегодня. В рамках мирового тренда растет в России и online коммерция печатной книги. На 2014 год существенный рост продаж прогнозируется именно по каналу интернет-магазинов при параллельном снижении пропускной способности (оборота по книгам) киосковых сетей и в меньшей степени независимых книжных магазинов.

## 4.2. Специализированная книжная розница. Базовые показатели деятельности

По итогам 2013 года независимый offline книжный ритейл сохраняет свое лидерство по объему продаж среди рыночных каналов сбыта книжной продукции. Несмотря на закрытие отдельных книжных магазинов и сокращение книжной выкладки в оставшихся, с 2011 года доля этого канала в обороте книжной отрасли находится на уровне 34% (порядка 26–27 млрд рублей). Это достигается преимущественно за счет перераспределения трафика и снижения напряженности конкурентного фона в связи с банкротством федеральных книготорговых сетей.

Следует отметить, что в последние два года оборот канала растет преимущественно за счет регионального (нестоличного) ритейла.

В 2013 году оборот книжных магазинов в регионах в среднем вырос на 4,2% при снижении экземплярных продаж на 2,3% к итогам 2012 года. Но даже этот положительный на фоне Москвы результат выглядит несколько хуже прошлогоднего, когда две трети (62,5%) региональных предприятий сообщали о росте экземплярных продаж в диапазоне плюс 8–12%, и лишь 9,7% предприятий – о падении в экземплярах до 5% (преимущественно магазины Южного ФО).

В 2013 году экземплярные продажи предприятий падали фактически во всех ФО РФ в диапазоне минус 2–11% по всем тематическим блокам, исключая детскую книгу. И улучшение ситуации в IV квартале 2013 года не позволило кардинально исправить положение. Оборот же московских магазинов, несмотря на стабилизацию трафика и рост среднего чека, за счет существенного снижения экземплярных продаж (минус 6,8%) в 2013 году вырос лишь на 2,7%, что с учетом официального инфляционного индекса РФ сродни падению.

#### 4.2.1. Динамика уровня конвертации, трафика и среднего чека

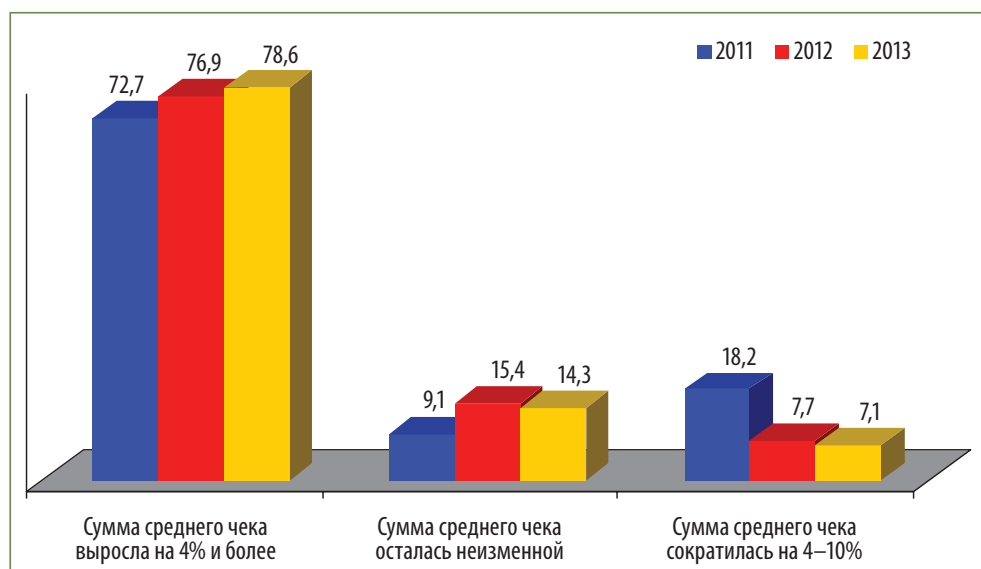
И всё же россияне сохраняют привычку посещения книжных магазинов и с каждым годом оставляют в них чуть-чуть больше денег. Так, по итогам 2013 года 78,6% книготорговой offline розницы сообщили о положительной динамике среднего чека в диапазоне 4% и более. О стабильности этого показателя на фоне 2012 года свидетельствует 14,3% книготорговых предприятий РФ, прежде всего Уральского Федерального округа. И лишь 7,1% участников экспертного опроса «КИ» (декабрь 2013, январь 2014) отметили падение среднего чека клиента на уровне 4–8%.

Средневзвешенный показатель среднего чека для независимого книжного магазина в регионах составил 278,20 руб. (+4,7% к аналогичному показателю 2012 г.), для offline магазина в Московском регионе – 644,67 руб. (+6,7% к 2012 г.).

Если говорить о трафике и мотивации посещения магазинов со стороны покупателя, то лишь 25,1% книготорговцев утверждают, что в 2013 году число посетителей в магазине (сети) сократилось на фоне 2012 года, магазин чаще пустует. В этой группе находятся преимущественно книжные магазины Центрального и Южного Федеральных округов. Большая часть (41,6%) экспертов опроса «КИ» свидетельствуют о стабильности трафика, и именно в этой группе в 2013 году находятся московские магазины, на протяжении последних нескольких лет испытывавшие серьезные проблемы с сокращением числа посетителей. Наконец, треть

### Динамика среднего чека книжного ритейла в 2011–2013 гг. (доля предприятий отметивших тренд, %)

Диаграмма 4.2



**Источник:**  
экспертный опрос  
«КИ» (январь 2011,  
январь–декабрь  
2012, февраль 2013),  
аналитика «КИ»

(33,3%) участников экспертного опроса «КИ» отметили и рост трафика, и/или положительную динамику конвертации в 2013 году.

И всё же коэффициент конверсии в среднем по стационарному специализированному на книгах ритейлу снижается и находится в 2013 году на уровне 50–60% (в зависимости от местоположения магазина). Среди причин отрицательной динамики этого показателя можно отметить:

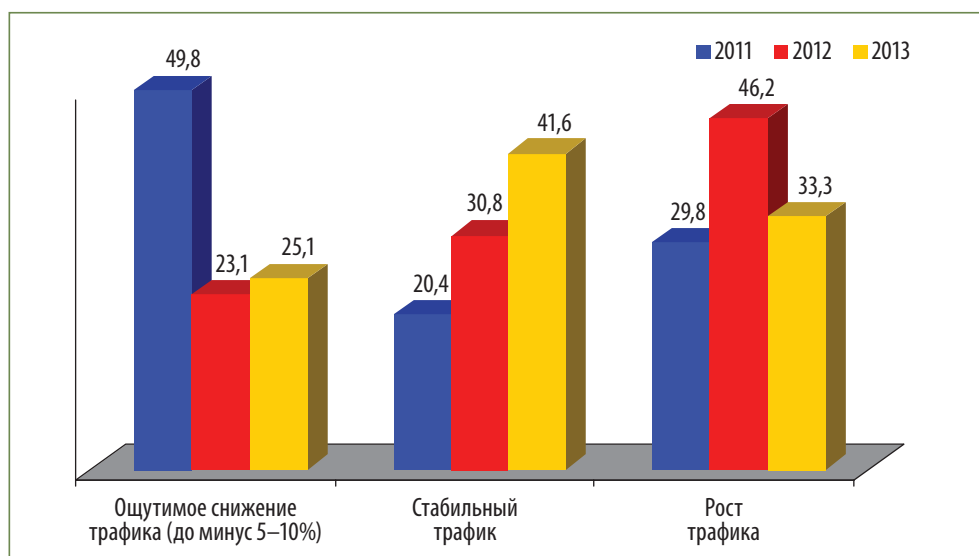
- тренд на увеличение торговых площадей и как следствие рост развлекательных (досуговых) мероприятий, что провоцирует клиента рассматривать книжные магазины как место определенного времяпрепровождения, а не купли-продажи;
- использование клиентом offline площадки в качестве ассортиментного зала для ознакомления с изданием, но не его приобретения;
- популярная практика размещения новых магазинов в ТЦ, в потоковых зонах, где уровень конверсии традиционно не превышал 30–35%.

В целом канал offline розницы в ближайшие три года должен быть готов к снижению конверсии. Необходимо понимать, что это не связано с пресловутым «падением интереса к чтению», а обусловлено деформацией традиционной бизнес-модели книжного магазина и временным дисбалансом, связанным с поиском оптимальной модели для каждого конкретного магазина/сети (попытками найти оптимальный ответ на вопросы: что мы продаем? Какие товары? Какие услуги? Сколько что стоит? В каком соотношении находится? На чем мы всё-таки будем зарабатывать?).



Диаграмма 4.3

### Динамика трафика книжного ритейла в 2011–2013 гг. (доля предприятий отметивших тренд, %)



**Источник:**  
экспертный опрос  
«КИ» (январь-  
декабрь 2012, 2013),  
аналитика «КИ»

В 2013 году, как и в 2012, независимые книготорговые предприятия РФ в массе своей ориентированы на ускорение оборачиваемости книжных товарных групп и активно работают с плавающей наценкой. Сегодня коэффициент наценки зависит от тематической группы, ликвидности товара (бестселлеры), от поставщика (условия работы по скидкам, отсрочке, представленности у конкурентов), от сезона продаж. Так, на актуальные бестселлеры (1–8% ассортимента/продажи – более 48 экз. в год/) наценка может варьироваться в диапазоне 30–70% (при средней в 90–100%), на сезонный книжный продукт низкоценового сегмента – превышать 100%.

В 2013 году в региональных книжных магазинах средняя цена книжного предложения (ценник) составила 206,65 рублей (+5,6% к 2012 году), в Москве – 272,67 рубля (+5,9% к 2012 году). Эта динамика связана преимущественно с ростом цены поставки, а не с изменениями в ассортиментной матрице магазинов или коррекцией наценки. Средняя цена реализованного издания в этом канале несколько ниже заявленного предложения – 164,32 рубля (+2% к 2012 году), но, тем не менее, она демонстрирует положительную динамику в последние три года.

#### 4.2.2. Диверсификационные смещения в ассортиментной матрице

В 2013 году присутствие некнижных товаров и услуг в книжном магазине считается нормой, вопрос лишь в объеме выделяемой торговой

Таблица 4.2.

## Крупные региональные и локальные независимые книготорговые сети РФ

Название фирмы/книготорговой сети	Основной регион размещения	Количество магазинов по состоянию на 2013 год
<b>Дальневосточный ФО</b>		
Приморский дом книги	Владивосток	13 (от 45 до 227 кв. м, суммарно 80 тыс. SKU)
<b>Сибирский ФО</b>		
«ПродаЛитъ»	Иркутск и область, Чита и область	45 (от 10 до 2000 кв. м, суммарно 230 тыс. SKU) + интернет-магазин
МУП «Омский книготорговый дом»	Омск	6 (от 150 до 300 кв. м)
«Томкнига»	Томск	2 (108, 220 кв. м, суммарно 36 тыс. SKU)
«Центр-Книга»	Омск	7 (от 100 до 450 кв. м, суммарно 50 тыс. SKU)
Компания «Аристотель»	Новосибирск, Новокузнецк, Омск	22 (от 35 до 1090 кв. м, суммарно 95 тыс. SKU)
<b>Уральский ФО</b>		
Сеть магазинов «Дом книги»	Екатеринбург	9 (от 80 до 1000 кв. м, суммарно 100 тыс. SKU)
ТЦ «Люмна»	Екатеринбург и область	14 (от 62 до 507 кв. м, суммарно 100 тыс. SKU)
ООО «ИнтерСервис»	Челябинск	13 (от 66 до 1600 кв. м, суммарно 58 тыс. SKU) + интернет-магазин
<b>Приволжский ФО</b>		
«Метида»	Самара и область, Тольятти	18 (от 60 до 750 кв. м, суммарно 99 тыс. SKU)
«Чакона»	Самара и область, Тольятти	16 + интернет-магазин
ООО «Пегас» (сеть «Дом книги»)	Республика Татарстан/ 5 регионов	43 (от 30 до 400 кв. м, суммарно 46 тыс. SKU)
ООО «Гемера» (сеть «Моя книга»)	Саратов и область	13 (от 90 до 1300 кв. м, суммарно 150 тыс. SKU)
«Читающий Саратов»	Саратов	5 (от 100 до 150 кв. м, суммарно 60 тыс. SKU)
«Любимый книжный» (ООО Аист-пресс)	Республика Татарстан, Республика Марий-Эл	37 (от 40 до 250 кв. м, суммарно 100 тыс. SKU)
«Планета» (ИП Хабибов)	Уфа	13 (от 150 до 800 кв. м, суммарно 50 тыс. SKU)
УМЦ «Эдвис»	Уфа	8 (от 500 кв. м)
«Кассандра»	Волгоград	6 (от 44 до 260 кв. м., суммарно 82 тыс. SKU)
ООО «Книжный город»	Волгоград	9 (от 25 до 650 кв. м. 15 тыс. SKU)
<b>Южный ФО</b>		
ООО «Когорта»	Краснодар и край	10 (от 50 до 300 кв.м., 40 тыс. SKU)
ОАО «Ростовкнига»	Ростов-на-Дону и область	16 (от 40 до 350 кв. м, суммарно 63 тыс. SKU)

Продолжение таблицы 4.2.

Название фирмы/книготорговой сети	Основной регион размещения	Количество магазинов по состоянию на 2013 год
«Магистр», сеть книжных магазинов	Ростов-на-Дону и область, Ставрополь	18 (от 70 до 500 кв. м.) + интернет-магазин
ООО «Книжный город»	Волгоград	9 (от 30 до 628 кв. м, суммарно 14 тыс. SKU)
«Гермес-Царица»	Волгоград	3 (от 87 до 250 кв. м, суммарно 100 тыс. SKU)
<b>Центральный ФО</b>		
«Амиталь»	Воронеж и область, Липецк, Курск	26 (от 100 до 500 кв. м, суммарно 72 тыс. SKU)
ООО «Книжный мир»	Смоленск и область	10 (от 50 до 200 кв. м, суммарно 20 тыс. SKU)
ООО ЛКТФ «Книжный клуб 36,6»	Липецк	12 (от 50 до 150 кв. м)
ТД «Барс»	Рязань	3 (250, 470 и 1500 кв. м, суммарно 70 тыс. SKU)
<b>Северо-Западный ФО</b>		
ООО «Тезей»	Мурманск	7 (от 100 до 150 кв. м)
ООО «Книжная лавка»	Калининград и область	25 (от 60 до 190 кв. м, суммарно 50 тыс. SKU)
«Книги и книжечки» (ГК «Вестер»)	Калининград и область	17 (от 70 до 510 кв. м, суммарно 70 тыс. SKU)
«АВФ-книга»	Архангельск и область	14 (от 50 до 1560 кв. м, суммарно 50 тыс. SKU)
<b>Москва</b>		
ТД «Библио-Глобус»	Москва, Челябинск	2 (2000 и 3000 кв. м) + интернет-магазин
ОЦ «Московский Дом книги»	Москва	41 (от 100 до 3600 кв. м) + интернет-магазин
«Книжный Лабиринт»	Москва и область	34 (от 100 до 300 кв. м) + интернет-магазин

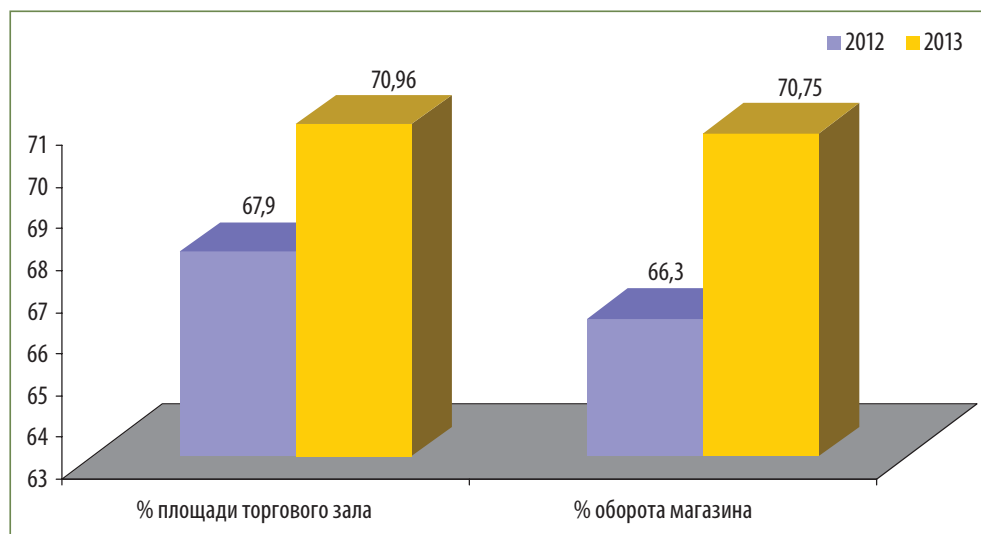
*Источник: данные компаний*

площади. Согласно проведенному «КИ» экспертному опросу сегодня, как и в 2012-м, порядка трети площади книжных магазинов независимо от ритейл-формата отводится под сопутствующие товары. Разброс значений наиболее высок для магазина, расположенного в «спальном» районе города, в то время как центральные магазины сетей остаются преимущественно книжными. Более того, в 2013 году мы можем наблюдать «возвращение» магазинов к книге и рост доли присутствия книжных изданий на торговых площадях. Средневзвешенный показатель долевого участия книги в канале независимой offline розницы на начало 2014 года составляет:

- 70,96% площади торгового зала (при диапазоне значений – от 50% до 97%)
- 70,75% оборота книготоргового предприятия (при диапазоне значений – от 60% до 95%)

**Доля книг в торговом предложении независимых книжных магазинов РФ в 2012–2013 гг. (средневзвешенный показатель, %)**

**Диаграмма 4.4**



**Источник:**  
аналитика «КИ»,  
экспертный опрос,  
январь 2013, 2014

Основная причина стабилизации ситуации по замещению книги в специализированной рознице – малоформатность устойчиво работающих книготорговых объектов. Как правило, эксперименты книжников с расширением товарного предложения ограничены зоной импульсной покупки.

Что именно помогает сегодня книжному магазину продавать книги клиентам? Как выяснилось в ходе экспертного опроса «КИ» (февраль 2013), наиболее эффективны в этом плане различные программы лояльности, работа с постоянной аудиторией (63% экспертов), включая «культурно-массовые» мероприятия (организацию встреч с интересными людьми) и скидки по дисконтным/клубным картам. В Москве к этому добавляется участие в ярмарках, посвященных образовательным услугам, а в регионах – постоянные дисконтные акции и оптимально сбалансированная книжная матрица в зависимости от региона размещения магазина. То, что считалось приоритетным еще два года назад – широкий книжный ассортимент – зимой 2013 года набрал менее трети (29%) голосов экспертов.

### 4.3. Федеральные книготорговые сети

Согласно аналитике «КИ» в 2013 году на федеральные книготорговые сети («Новый книжный – Буквоед», «Буква») приходится 15,6% продаж бумажных книг в структуре рыночных каналов сбыта (в 2012–17%) или 7,9 млрд рублей (в 2012–8,9 млрд рублей). Имен-

Таблица 4.3.

## Федеральные книготорговые сети РФ: число магазинов и регионы присутствия

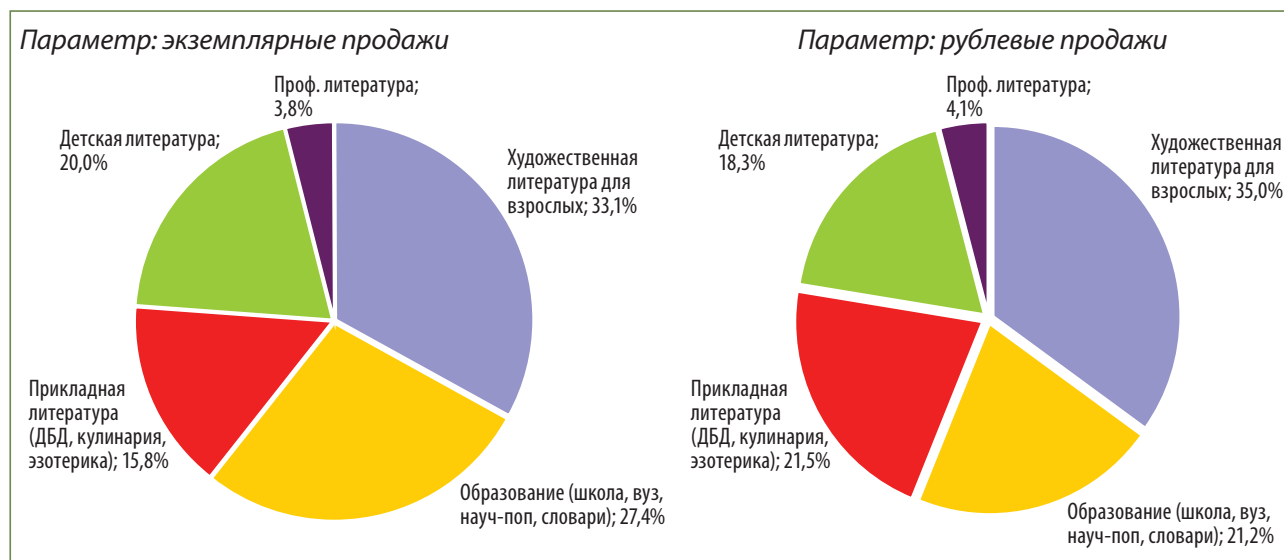
Федеральная сеть	число магазинов (декабрь 2010)	число магазинов (декабрь 2011)	число магазинов (декабрь 2012)	число магазинов (декабрь 2013)	Регионы присутствия
Буква	336	378 (+42)	≈200	105	Ангарск, Архангельск, Астрахань, Бор, Братск, Владивосток, Владимир, Волгоград, Волжский (2), Вологда, Волоколамск, Воронеж (3), Голицыно, Дзержинск, Дубна, Егорьевск, Екатеринбург, Ессентуки, Железнодорожный, Зарайск, Зеленоград, Ижевск (2), Калуга, Кемерово (2), Краснодар (3), Красноярск (5), Курск (2), Липецк (2), Лобня (2), Люберцы, Москва (15), Мытищи, Набережные Челны, Нарофоминск, Нижний Новгород (2), Новороссийск, Обнинск, Оренбург (2), Пермь (3), Петрозаводск, Реутов, Рязань, Санкт-Петербург, Гатчина, Всеволожск, Саранск, Северодвинск, Адлер, Сочи, Ставрополь (2), Тамбов, Тверь, Тольятти, Тулун, Тюмень (3), Ульяновск, Усолье-Сибирское, Усть-Кут, Фрязино, Чебоксары (2), Челябинск (3), Череповец, Чехов, Щелково, Ярославль (2)
Новый книжный – Буквоед	167	179	193	239	<b>Новый книжный / Читай-город (174):</b> Ярославль, Энгельс, Шахты, Челябинск (4), Чебоксары, Уфа (5), Ульяновск (2), Тюмень (3), Тула (5), Томск (3), Тольятти, Тамбов, Таганрог, Сургут, Стерлитамак, Ставрополь (2), Саратов (2), Саранск, Самара (3), Салават, Рязань (2), Ростов-на-Дону (2), Пермь (2), Пенза, Орск (2), Оренбург (2), Орёл (2), Омск (3), Октябрьский, Ново-чебоксарск, Новосибирск (8), Нижний Тагил, Нижний Новгород (3), Нальчик, Набережные Челны, Москва (40), Московская область (14), Магнитогорск (3) Липецк, Курск (2), Курган, Куйбышев, Красноярск, Краснодар (3), Калуга, Казань, Иркутск, Ижевск (2), Иваново (3), Зеленоград, Екатеринбург (5), Дмитровград (3), Воронеж (3), Волгоград, Владимир (2), Брянск (4), Борисоглебск, Березники (2), Белгород (3), Астрахань (3) <b>Буквоед (65):</b> Санкт-Петербург (49), Архангельск, Череповец (2), Великий Новгород (2), Вологда (2), Гатчина, Петрозаводск, Великие Луки, Кингисепп, Колпино, Псков, Тосно, Мурманск, Североморск

Источник: данные компаний

но этот канал в наибольшей степени пострадал за счет фактически 75 %-ного сокращения торговых площадок сети «Буква» к марту 2013 года. Наибольшее число площадок «Буква» (до 80 магазинов) было закрыто менеджментом сети в Москве и области. Но есть и по-

Диаграмма 4.5

### Доля укрупненных тематических групп в канале федеральных книготорговых сетей, % январь-декабрь 2013



**Источник:** данные сети «Новый книжный» предоставлены «Эксмо», аналитика «КИ»

ложительные моменты. Так, смена ассортиментной матрицы сокращенной «Буквы», привела к тому, что за прошедший год значимость канала федеральных книготорговых сетей существенно выросла в структуре реализации прежде всего крупных и средних издательств РФ.

По данным на декабрь 2013 года две оставшиеся книготорговые сети федерального значения располагали 344 магазинами (в 2012–400; в 2011–865; в 2010–1026, включая магазины «Топ-книга»). В тематической структуре продаж этого канала преобладает художественная литература для взрослых (33–35 %) при фактически равновесном участии прочих блоков книжного ассортимента, исключая мизерное присутствие изданий для профессионалов. Не стоит забывать и о 50 %-ной доли изданий «Эксмо» и «АСТ» в обороте сети «Новый книжный – Буквоед».

## 4.4. Интернет-канал

Согласно аналитике «КИ» в 2013 году на интернет-канал приходится 12,4 % продаж бумажных книг в структуре рыночных каналов сбыта (в 2012–11,5 %) или 6,2 млрд рублей (в 2012–5,9 млрд рублей).

В настоящий момент фактически все издательства используют интернет-канал в качестве одного из направлений сбытовой политики. Кто-то как «Альпина Паблицер» продает через интернет около половины продукции (40 %), в том числе около 10 % через собственный интернет-магазин ([www.alpinabook.ru](http://www.alpinabook.ru)), кто-то как «Эгмонт Россия Лтд»

Диаграмма 4.6

## Интернет-канал: темпы роста продаж печатной книги в 2011–2014 гг.



Источник:  
аналитика «КИ»

продает через интернет менее 1 % объема, но, согласно опросу «КИ» (декабрь 2013) большинство крупных и средних издательств более консервативны – интернет-продажи не превышают в среднем 3–14 % общего объема реализации издательства (средневзвешенный показатель – 8,2 %) в 2013 году.

На протяжении последних двух лет мы видим постепенное снижение темпов роста продаж (и рублевых, и экземплярных) в этом канале. Это связано и с увеличением абсолютной расчетной базы для индекса прироста, и отчасти с внутренними проблемами канала – достижением точки насыщения в быстро растущем и наименее затратном Московском регионе и переключением на работу с консервативной региональной аудиторией, ростом конкуренции и смещением акцентов на ценовые решения. На 2014 год по этому каналу прогнозируется более ровная ситуация, по крайней мере, в отношении отказа от демпинга.

Основные тренды данного канала в 2011–2013 гг.:

- рост интернет-аудитории, закрепление привычки у россиян приобретать книги в виртуальном магазине при параллельном развитии клиентских сервисов (личный кабинет, адресный мейлинг, контекстная реклама, работа с блогами и социальными сетями);
- рост абсолютного числа интернет-магазинов, уплотнение конкурентного поля, активное появление в online-сегменте новых игроков, в том числе открытие собственных торговых представительств непосредственно субъектами книжного дела (издателями, книготорговцами), и открытие медийных, в том числе книжных, товарных направлений крупными некнижными online-игроками (электронный стол заказов «Е5» и др.);
- максимальный для книжного ритейла размер среднего чека (800–1000 рублей) при параллельной агрессивной ценовой политике

как основного способа привлечения клиента и сохранения рыночной доли. Игроки книжного интернет-канала сознательно выбирают дисконтную модель с низким уровнем маржинальности на всю ассортиментную группу или модель ценового демпинга на избранные сегменты, тематические жанры;

- развитие логистики, расширение географии физического присутствия столичных интернет-магазинов, создание площадок федерального уровня обслуживания.

Среди основных партнеров книжных издательств в этом канале в 2013 году – Лабиринт (Labirint.ru), ОЗОН (Ozon.ru), Логос-Интернет (Read.ru), Мой магазин (My-shop.ru), Книга.ру, МТ Клик (MyToys).

На текущий момент OZON.ru остается лидером книжной интернет-торговли РФ с расчетной долей 28,7% (1,8 млрд руб.) от оборота печатной книги в данном канале. Общий ассортимент печатных книг OZON.ru, доступных для приобретения на декабрь 2013 года, насчитывает 2 млн SKU (включая print-on-demand), в т.ч. 75% русскоязычных наименований. Средний ценник книги в этом магазине находится в пределах 245 рублей (без учета стоимости доставки). OZON ежемесячно в 2013 году включал в свой ассортимент 8000 новых наименований книг и работал напрямую со всем крупными издательствами России, по крайней мере, с теми, кто входит в десятку-двадцатку лидеров книжного выпуска. К услугам клиентов OZON предлагает 2100 пунктов выдачи заказов на всей территории РФ. Средний чек покупателя этого интернет-магазина в 2013 году составлял 1000 руб. (в Москве – 1232 руб.) и включал пять позиций.

Вопреки тренду максимального расширения ассортимента, что свойственно интернет-магазинам в целом, «Лабиринт» (Labirint.ru) сохраняет свою книжную направленность, и расчетная для него доля канала интернет-продаж печатной книги на книжном рынке РФ по итогам 2013 года составляет не менее 12,7%. Интернет-магазин «Лабиринт» впервые заявил о себе в марте 2005 года и является подразделением вертикально интегрированной компании «Книжный Лабиринт» с собственным издательством, оптовым складом и сетью розничных магазинов. На сегодняшний день он входит в первую тройку книжных интернет-магазинов Рунета, представляет 180000 SKU печатных книг и 380 пунктов выдачи заказов на всей территории РФ.

Сопоставимым количеством пунктов выдачи заказов (332) на территории РФ располагает и интернет-магазин My-shop, преимущественно в партнерстве с салонами автосервиса (ООО «МВО-Столица»), салонами «Мультифото» (ООО «Базис») и региональными офисами транспортной компании ООО «ПЭК». На данный момент My-shop пред-



лагает 700000 SKU печатных книг по универсальному каталогу, наряду с некнижными товарными группами.

В 2013 существенно прирастил долю книжного интернет-рынка магазин Read.ru (ООО «Логос-Интернет»). На сегодня этот магазин располагает 1300 пунктами выдачи заказов в 170 городах России в партнерстве с ЗАО «Нева», ООО «Пресс-Логистик», «Центропечать», «Урал-Пресс», «QIWI Post» (в т.ч. 320 пунктов в Москве и 200 в Санкт-Петербурге). Помимо печатных книг, игр, игрушек, канцтоваров и товаров для хобби, Read.ru предлагает сервис подписки и распространения через интернет-магазин периодических изданий: от популярных ежемесячных журналов, изданий для детей и подростков до специализированных отраслевых и научных журналов. В 2013 году расчетная доля оборота интернет-продаж печатной книги для ООО «Логос-Интернет» составляет не менее 6–7%.

## 4.5. Некнижный ритейл: FMCG и киосковые сети

Несмотря на снижение в 2013 году важная роль в продаже книг по-прежнему отводится непрофильным для книжников каналам сбыта – торговым площадкам FMCG-сетей (включая сетевой ритейл товаров для детей и товаров для хобби), предлагающим книги в качестве сопутствующего товара (<10% торговой площади). Пропускная способность этого канала по итогам 2013 год составила 11,8% оборота книжного рынка или 5,9 млрд рублей. В его тематической карте преобладают три блока: художественная литература для взрослых (низкоценовой сегмент), детская книга (преимущественно нетекстовая продукция), издания по кулинарии и досугу.

Среди основных партнеров книжных издательств в этом канале в 2013 году – Ашан, Метро, ОКЕЙ, Лента, Магнит, Детский мир.

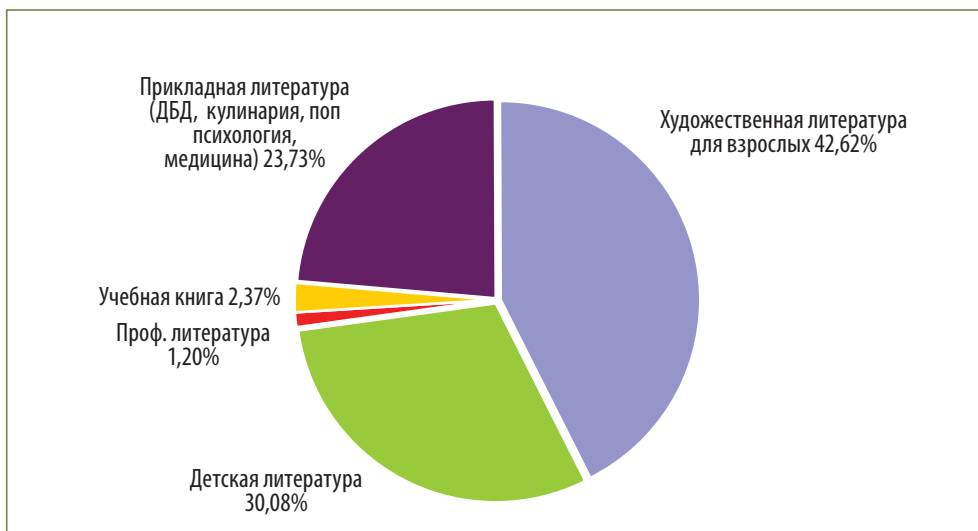
**Ашан** – 62 площадки, исключая «Ашан-сад» (+ 11 ТЦ в 2013), в том числе в Москве – 23 площадки.

**Metro Cash & Carry** – 71 площадка в 49 городах РФ (книги присутствуют на 60 площадках), в том числе в Московском регионе – на 12 площадках.

**Магнит** – 8093 магазинов в 1868 населенных пунктах Российской Федерации с преимущественным размещением в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском Федеральных округах.

Диаграмма 4.7

## Доля укрупненных тематических групп в обороте FMCG сетей, % январь-декабрь 2013

**Источник:**

Данные продаж Ашан, Метро, ОБИ, ОКЕЙ, ГиперГлобус, Лента, Седьмой Континент предоставлены «ЭКМО»

Книги представлены лишь на площадках формата «гипермаркет» (163).

**Детский мир** – 226 супер- и гипермаркетов, расположенных в 106 городах России и Казахстана. Совокупная торговая площадь магазинов сети – 316,4 тыс. кв. м.

**Дети, сеть магазинов** – 32 магазина в Санкт-Петербурге, 69 магазинов в Москве и Московской области, 2 в Обнинске, 3 в Твери.

**Седьмой континент, сеть супермаркетов** – 138 площадок в Москве, в т.ч. 7 – гипермаркеты (с присутствием книг), а также в Ярославле, Электростале, Челябинске, Нижнем Новгороде, Реутове, Обнинске, Орле, Перми, Ростове на Дону, Рязани, Красноярске, Костроме, Калининграде (9), Иваново, Зеленограде, Вологде, Балашихе (2), Белгороде.

**Лента** – 77 гипермаркетов в различных регионах России (Москва, Санкт-Петербург/16, Новосибирск, Омск, Нижний Новгород, Краснодар, Барнаул, Ярославль, Тольятти, Тюмень, Рязань, Сургут, Уфа и пр.).

Подчеркнем, что с FMCG-сетями работают сегодня далеко не все даже крупные и средние по масштабам издательства Москвы. Для большинства издательств Москвы вход в непрофильную сеть обеспечивается через крупного оптовика-логиста, роль которых на московском рынке для книжников выполняют ТД «Эксмо» и ТД «Книжный Лабиринт». Прирост оборота книжников в этом канале обеспечивается преимущественно количественным увеличением торговых площадок в FMCG-сетях. Так в 2013 году продолжает активно развиваться сете-

вой ритейл, профилированный на детских товарах, существенно прирастая и по географии, и по объему торговых площадей. Учитывая популярность детского сегмента в списке приоритетных издательских инвестиций, этот канал сбыта становится всё более значимым и на книжном рынке РФ.

Менее значимы в структуре реализации российских книжных издательств киосковые сети. По итогам 2013 года доля киосков в структуре рыночных каналов сбыта книжной продукции составляет лишь 5,9% (в 2012 – 7,7%) или 2,99 млрд рублей. Далеко не все издатели работают с этим каналом, пропускная способность которого предположительно будет только снижаться в силу сокращения численности (банкротства) киосковых сетей при сохранении высокого порога входа в киоски для книжников:

- дополнительные инвестиции в разработку специального продукта, в том числе такого, который не будет поставляться в традиционную книжную сеть;
- высокие требования к логистике;
- готовность к снижению маржинальности бизнеса в силу низкой границы средней цены продукта, реализуемого через киосковую сеть.

Среди основных партнеров книжных издательств в этом канале в 2013 году – «АРИА-АиФ», «Горпечать» (в т.ч. «Метропресс»), «Желдорпресс-ГП», «Пресс-Логистик», «Роспечать», «Сейлс», «МедиаИнфо», «Коммерсант», «Экспресс Медиа Маркет», ФГУП «Почта России», «Свободная Пресса», «Газеты Провинции».



## 5. Рынок цифровой дистрибуции в РФ

---

Согласно экспертной оценке, объем B2C-сегмента рынка электронных книг (контента) в России в 2013 года составил 500 млн рублей (плюс 100% к 2012 году). Аналогичные темпы роста прогнозируются «ЛитРес» и на 2014 год, по итогам которого рынок электронных книг в РФ, с точки зрения С. Анурьева, достигнет объема в 1 млрд рублей.

Несмотря на то, что рынок аудиокниг в России развивается очень быстро – за 2013 год его рост составил 200%, по оценке С. Анурьева, абсолютные суммы оборота этого рынка не превышают пока цифры в 100 млн руб. при достаточно низкой маржинальности бизнеса. Более оптимистичную оценку рынка предлагает Б.С. Макаренков («РИПОЛ классик»): «Наш пакет российских аудиокниг насчитывает 10–12 тыс. наименований и десятки тысяч иностранных аудиокниг на разных языках, которые в принципе на российском рынке еще не представлены. И мы добились хороших результатов – 2,5 млн установок приложения «Книга вслух» на мобильные платформы за полтора года. У нас 600 тыс. скачиваний ежемесячно, и аудитория, которая работает с нашим приложением, растет на 15% в месяц».

Хотя и «ЛитРес», и «Книга вслух» высоко оценивают потенциал роста B2C сегмента рынка цифровой книги в России, тем не менее, этот потенциал явно ограничен. Уже в 2013 году долю продаж электронных книг зарегистрированным пользователям Московского региона характеризует отрицательная динамика – до минус 3% (экспертный опрос, август 2013). Иными словами, B2C-сегмент рынка цифровой книги в России прирастает преимущественно за счет подключения аудитории регионов РФ и зарубежья. И сохранение среднегодовых темпов прироста на уровне 100–200% кажется недостижимым. Отсутствие серьезных источников роста на B2C рынке цифровой книги подтверждают и заявления ведущих игроков об интересе к B2B-системе дистрибуции, к рынку библиотек и школ, который, по оценке Б.С. Макаренкова, «в потенциале в России предоставляет чуть больше возможностей, чем те, которые у нас на данный момент уже есть в сегменте B2C» («КИ», ноябрь 2013). Также и «ЛитРес», по словам С. Анурьева, в 2013 году начал активно развивать направление «ЛитРес: Библиотека», к системе подключились более 200 традиционных библиотек («КИ», январь 2014).

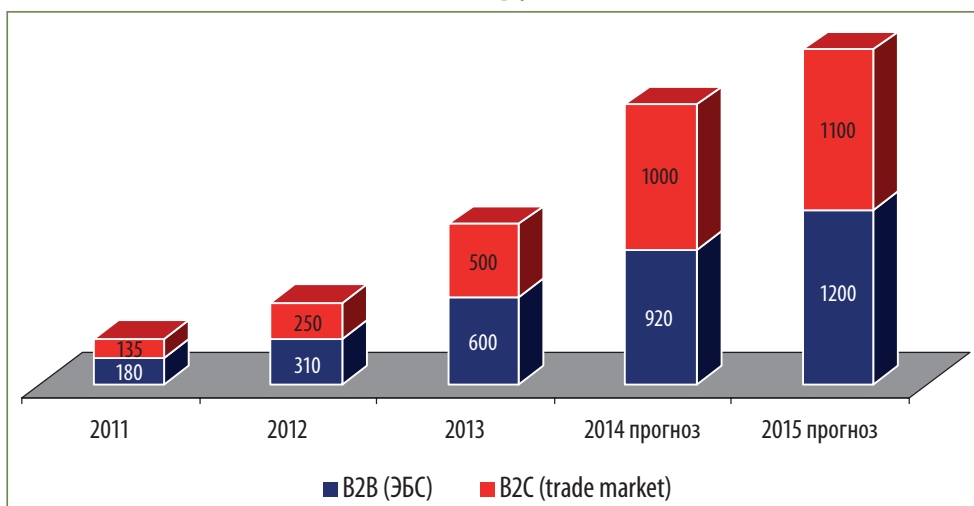
Именно B2B сегмент рынка цифровой книги имеет высокий потенциал роста в силу официально объявленных во II полугодии 2013 года новаций государства в области массовой «электрификации» школ. Приказ N 1047 Минобрнауки РФ от 5 сентября 2013 года, озвучивший обязательность электронного формата школьного учебника с января 2015 года, заставил ведущие учебные издательства РФ реинвестировать большую часть средств в цифровые подразделения и выстраивать собственную систему логистики электронных учебных пособий. И прогнозируемые на 2015 год 2,3 млрд рублей оборота цифровой книги в России предположительно во многом будут обеспечены дистрибуцией электронного школьного учебника. Но пока,

**в 2013 году, оборот (B2B + B2C) цифровой книги в России составляет 1,1 млрд рублей или 1,4 % к обороту книжной отрасли по печатной книге.**

Безусловно, если проводить международные параллели, то доля дистрибуции электронных книг в США (30% экземплярных продаж книжного рынка США в I полугодии 2013 г.) и Великобритании (20% книжного рынка Великобритании в I полугодии 2013 г.), вынуждают к оптимистичным прогнозам динамики этого рынка в России в случае «победы над пиратами». Но в реальности ситуация и тренды выглядят иначе. В европейских странах (Франции, Германии, Италии, Испании), где цена на книги регулируется (а НДС на e-book составляет 20–25%), потребители в меньшей степени склонны переходить на электронное чтение. И в 2013 году доля оборота электронного контента в неанглоязычных европейских странах находится в диапазоне 3–10% книжного рынка (Global eBook: Current Conditions & Future Projections). Конечно,

**Объем рынка цифровой дистрибуции в РФ в 2011–2015 гг., млн руб.**

*Диаграмма 5.1*



**Источник:**  
экспертная оценка,  
аналитика «КИ»

цифровая дистрибуция в этих странах растет, но это связано в первую очередь с сокращением стационарной книжной торговли и инициативами национальных издателей, которые стремятся компенсировать падение доходов за счет диверсификации предложения.

Не следует забывать и о том, что существенный рост доли электронного формата в России происходит на фоне сжимания книжного (бумажного) рынка (2013 – минус 2,61 %; 2012 – минус 3,57 %). А высокие темпы прироста цифровых продаж объясняются статистической обработкой исходно малых абсолютных величин.

Возможно выход на российский рынок в 2014–2015 гг. Amazon и/или Kobo спровоцирует рост цифровой дистрибуции на B2C сегменте. По крайней мере, открытие в 2011 году Amazon.de, ставшим вторым, после немецкой Libri, заметным дистрибутором цифрового контента в Германии, стимулировало рост доли цифровой дистрибуции до 2–3 % книжного рынка в этой стране в 2012 году. И всё же ситуация в РФ немного другая – успех любой новой закрытой платформы в России зависит от поддержки монополиста по объему портфеля электронных авторских прав – «Эксмо»/«ЛитРес».

К сдерживающим факторам развития рынка цифровой книжной дистрибуции в России можно отнести:

- очевидную монополию в сегменте B2C продаж
- неразвитость инфраструктуры
- низкое качество интернет-коннекта (скорость доступа) на большей части территории РФ
- заниженная оценка бизнес-возможностей цифровой дистрибуции владельцами авторских прав

## 5.1. Потребительский рынок цифровой дистрибуции (Trade Market/B2C)

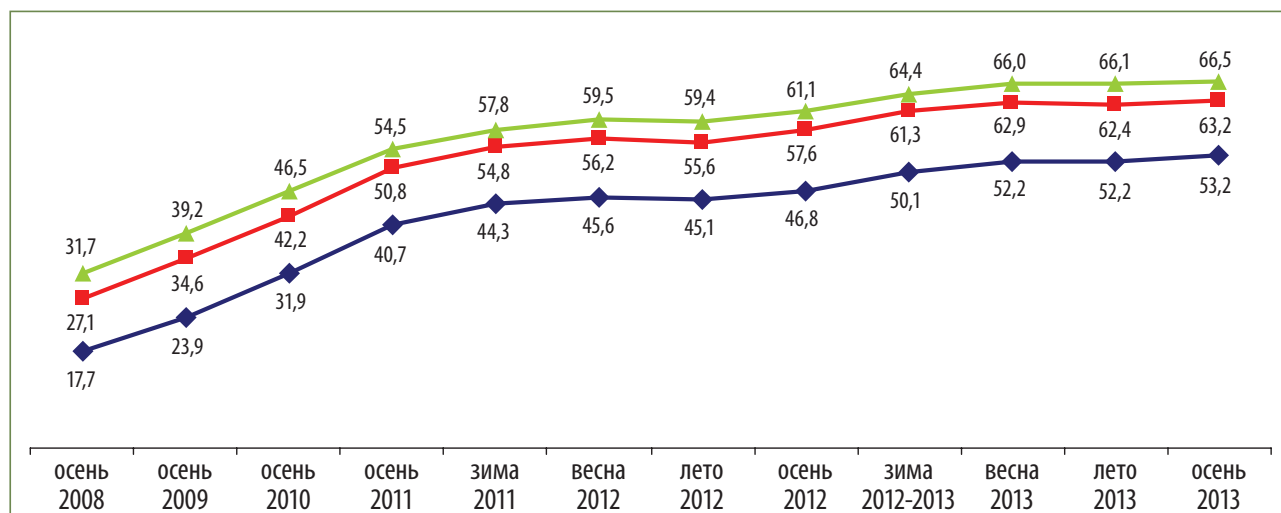
### 5.1.1. Базовые условия развития рынка электронных книжных продуктов

#### Уровень проникновения интернета/интернет-охват

Несмотря на то, что уровень интернет-покрытия в России колеблется по разным данным в пределах 55–57 % населения и таким образом не сопоставим с показателем США и стран Европы (Великобритания – 84 %, Германия – 83 %, Франция – 77 %, Испания – 66 %), тем не менее, в абсолютном значении данного показателя потенциальная аудитория

Диаграмма 4.2

### Динамика численности интернет-пользователей в России (18+, млн чел.)



**Источник:**  
Институт фонда  
«Общественное  
мнение» (ФОМ)

потребителя электронной книги в России существенно превышает возможности европейских стран. По данным Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) доля активной аудитории – это выходящие в Сеть хотя бы раз за сутки – осенью 2013 года в России составляет 53,2 млн человек с годовым темпом прироста в 13,7% (+6,4 млн человек), а месячная аудитория российских интернет-пользователей достигла 66,5 млн человек (57% населения России 18 лет и старше).

Значительная часть пользователей выбирает тарифы по 500–600 рублей в месяц. В регионах среди таких тарифов скорость доступа в сеть выросла в 4,4 раза до 22 Мб/с, в Москве скорость удвоилась (до 32 Мб/с). Доступность интернета зависит не только от стоимости интернета, но и от уровня доходов в регионе. По индексу доступности – то есть соотношению средней зарплаты и стоимости доступа – лидирует Москва. Тратя на интернет ту же часть зарплаты, что и москвич, житель Дальневосточного ФО получает скорость в 18 раз ниже («Яндекс.Метрики», февраль 2013).

Необходимо отметить, что аудитория мобильного интернета в РФ растет значительно быстрее, чем стационарного, причем как в Москве, так и в провинции.

По оценке J'son & Partners Consulting, в 2013 году в России продано 16,4 миллиона смартфонов, что на 30% больше чем в 2012 году. При этом доля смартфонов в общих продажах мобильных устройств достигает 38%. Количество же проданных в 2013 году планшетов составит 3,5 млн устройств при годовом темпе прироста до 40%.

Столь оптимистичную оценку подтверждают и данные TNS. Проникновение мобильного интернета в 2013 году, по данным TNS, увеличилось на 27%, а его аудитория составила 21,2 млн человек. Из них



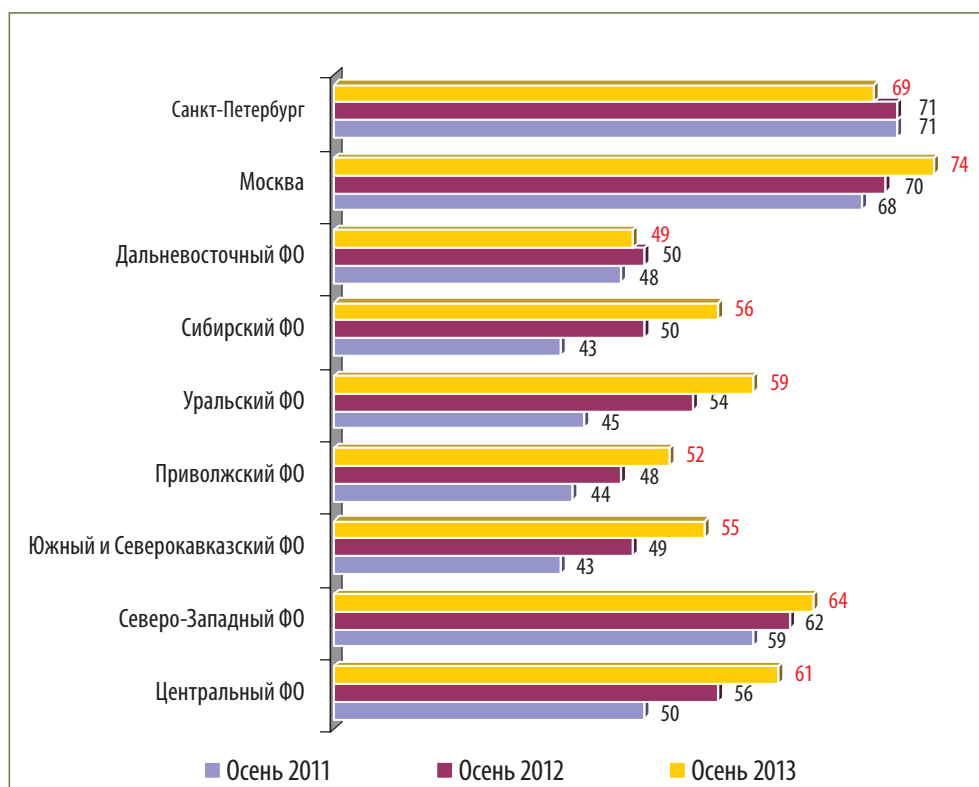
20,1 млн человек пользуются и десктопным, и мобильным интернетом, а 1,1 млн человек – только мобильным (<http://www.likeni.ru/>).

По данным компании WapStart (владелец мобильной рекламной сети Plus1 WapStart), в 2013 году в мобильном интернете существенно расширились возрастные границы пользователей. В мобильный интернет стало приходить больше молодых людей и людей пожилого возраста. Впрочем, самой активной возрастной группой остаются пользователи в возрасте от 25 до 34 лет. Также в 2013 году наблюдается повышение уровня проникновения мобильного интернета среди женской аудитории по сравнению с аналогичным периодом 2012 года. Если в 2012 году этот показатель составлял чуть менее 20%, то в 2013 году он превысил отметку в 30%. В 2013 году, по сравнению с 2012, наблюдается повышение доли пользователей с доходом менее 10 тысяч рублей и с доходом 30–50 тысяч рублей. Это явление может быть связано с повышением уровня проникновения мобильного интернета среди пользователей в возрастных группах 11–17 и 35–44 лет. Пользователи с ежемесячным доходом в 50 тысяч рублей и более по-прежнему пользуются мобильным интернетом менее активно. В процентном соотношении их доля не превышает 10% (<http://www.likeni.ru/events/>).

**Диаграмма 5.3**

### Динамика уровня интернет-покрытия в федеральных округах РФ в 2011-2013 гг.

(месячная интернет-аудитория, % от населения 18+)



**Источник:**  
Институт фонда  
«Общественное  
мнение» (ФОМ)

Тем не менее, необходимо помнить, что рынок устройств в т.ч. для чтения и рынок электронного контента в России живут разными жизнями. И приобретение устройства отнюдь не означает последующее платное приобретение контента.

### Уровень осведомленности аудитории о продукте.

#### Предпочтения и привычки

По оценке J'son & Partners Consulting, проведенной по заказу Google Россия, объем российского рынка мобильного контента в 2013 году вырастет до \$ 3,2 млрд по сравнению с \$ 2,5 млрд в 2012 году. Сегмент видео и цифрового TV покажет рост в 2,5 раза (до \$ 1,95 млрд), а сегмент приложений вырастет в 7 раз (до \$ 1,09 млрд).

В определенной степени эта оценка поддерживается и результатами всероссийского опроса (18+) ФОМ (июнь 2013), согласно которым основными «занятиями» в интернете для россиян в 2013 году являлись:

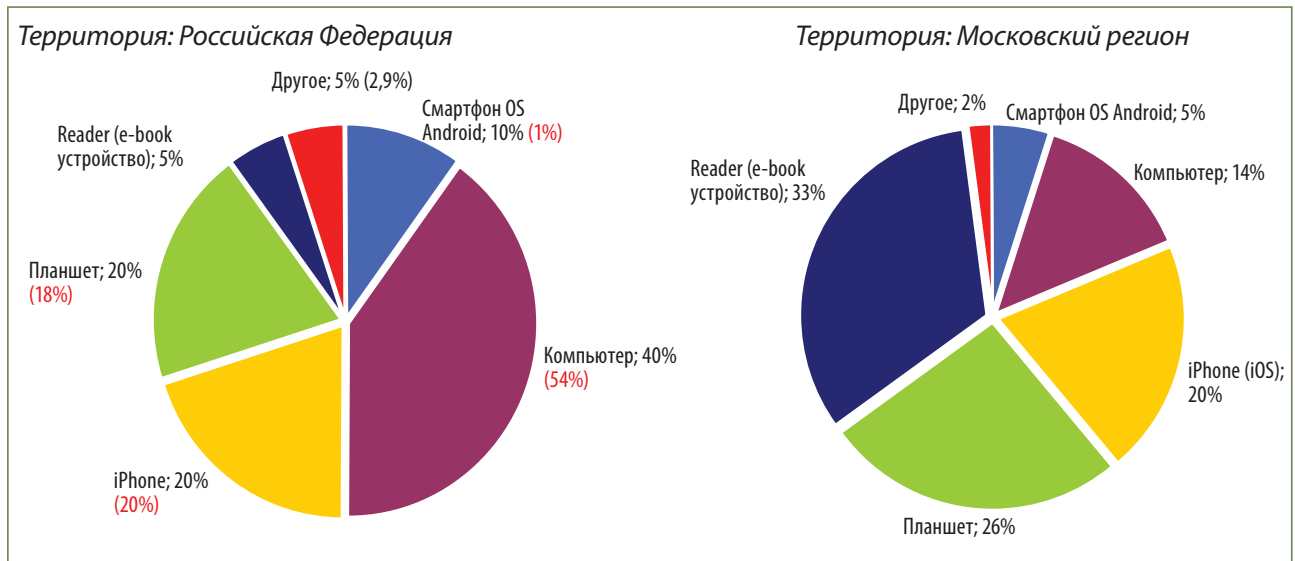
- поиск информации (73 % от суточной аудитории)
- чтение новостных лент (64 %)
- общение в социальных сетях (Одноклассники, Вконтакте и др.; 63 %)
- скачивание и прослушивание музыки (50 % от суточной аудитории).

В целом, достаточно высокий процент (42–45 %) по России набрали переписка по электронной почте, просмотр фотографий, скачивание и просмотр видео. Следует обратить внимание на тот факт, что чтение книг и скачивание электронных текстов в итоговой сводке ФОМ по результатам опроса отсутствует. Но, тем не менее, 18% респондентов назвали в числе своих основных интернет-занятий «покупку, заказ товаров/услуг в интернет-магазинах», а 14% – «скачивание, приобретение программного обеспечения, приложений». Меньше всего распространены такие практики, как ведение блога, прослушивание радио и управление банковским счетом.

Удешевление и доступность мобильного интернета и активная динамика рынка мобильных устройств постоянно меняет и соотношение популярных операционных систем, доминирующих на рынке скачивания/чтения легального цифрового книжного контента. Так, еще год назад, в 2012-м, ведущий дистрибьютор e-book в России («ЛитРес») отметил именно владельцев компьютеров/ноутбуков, работающих под управлением Windows, как основных покупателей легальной цифровой книги в РФ. По итогам 2013 года в рейтинге популярности устройств/операционных систем для скачивания (и чтения) легального цифрового книжного контента доминируют мобильные устройства при существенном снижении с 54% до 40% популярности компьюте-

**Уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания (и чтения) легального цифрового книжного контента в 2013 (2012) гг.**

**Диаграмма 5.4**



ров/ноутбуков. В Московском регионе доля стационарного устройства для скачивания/чтения цифрового контента составляет всего 14 %.

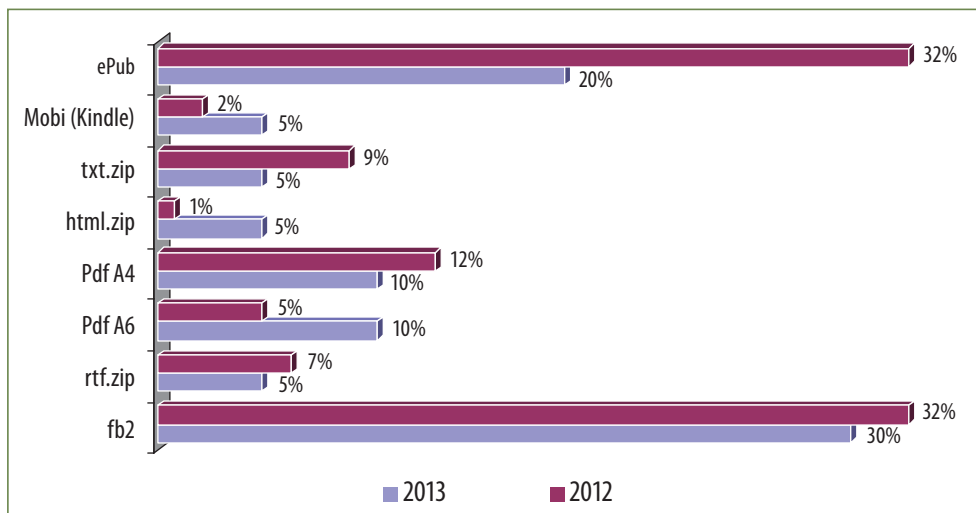
**Источник:**  
ЛитРес, январь-декабрь 2013г.

**Анурьев С. («ЛитРес»):**

Самой большой победой для «ЛитРес» в 2013 году, наверное, можно назвать высокие продажи в мобильном канале. Сегодня приложения «Читай!» и «Слушай!» стабильно занимают лидирующие позиции в топах маркетов. На долю мобильного канала приходится около 40 % от всех продаж «ЛитРес». В этом году мы подписали договоры с ведущими игроками в своем сегменте – книги «ЛитРес» теперь

**Структура предпочтений пользователей РФ в отношении формата цифрового контента (книги) для скачивания. 2012–2013 гг.**

**Диаграмма 5.5**



**Источник:**  
«ЛитРес», OZON.ru, январь-декабрь 2013/2012 г.

*можно купить на сайтах и мобильных продуктах компаний М. Видео, Samsung, Google, Ростелеком.*

*Сейчас мы делаем большую ставку на продажу электронных книг через мобильный канал. На данный момент мы запустили книжные приложения для всех популярных платформ – iOS, Android, Windows, WP8. В последние дни 2013 года мы анонсировали запуск двух уникальных книжных приложений для юных читателей – «Детские книги» для Android и «ЛитРес: Для Школы» для iOS.*

*«КИ», январь 2014*

### 5.1.2. Легальная дистрибуция: текущая инфраструктура рынка (trade market)

По состоянию на 2013 год инфраструктура российского рынка (B2C) электронных книжных продуктов включает одного крупного агрегатора прав («ЛитРес»), не менее шести ведущих ритейлеров e-book («ЛитРес», «АйМобилко», Google Play, OZON.ru, Obreey Store, Bookmate), несколько дистрибьюторов, работающих по партнерской программе с «ЛитРес» («Связной», ТДК «Москва», «Ростелеком» и пр.), одну «закрытую» экосистему для смартфонов и планшетников (Apple/iTunes). Определенную независимость от монополии ведущего агрегатора прав на российском потребительском рынке цифровой дистрибуции сохраняет лишь «АйМобилко» и OZON.ru. По состоянию на 2013 год в РФ не развиты интегрированные с букридерами закрытые «экосистемы» (исключая российские сервисы Apple/iTunes), во многом способствующие развитию рынка электронных книг на Западе.

И если исследовательская компания Bowker назвала 2011 год – началом «золотой эры» самиздата, то в России данное направление цифровой дистрибуции остается фактически не востребованным по сей день. Известны лишь отдельные инициативы преимущественно авторов-фантастов. В то время как в США и странах ЕС – это фактически самостоятельный сегмент рынка. Платформа CreateSpace, приобретенная Amazon в 2005 году, вышла в нишу самиздата и стала лидером в этом сегменте в США с 57602 SKU, распространяемыми по технологии «печать по требованию». Penguin летом 2012 приобрел платформу AuthorSolutions (41605 SKU, из которых 41 % доступен в виде электронных книг) за \$ 116 млн. Немецкий концерн Holtzbrinck инвестировал в собственную платформу ePubli (электронные книги и печать по требованию). Kobo запустил собственный портал для создания электронных книг авторами Kobo Writing Life, конкурируя с подобными серви-

сами Amazon (Kindle Direct Publishing с января 2010 года) и Barnes & Nobles (PubIt, с октября 2010 года). Этому тренду последовал и Apple, создав в середине 2012 года платформу iBooks для самопубликации учебной литературы, а в начале 2013 года и новый раздел в iBookstore для авторов самиздата Breakout Books.

Традиционное сопоставление российской цифровой дистрибуции с высокоразвитой инфраструктурой США и Великобритании создает превратное впечатление о состоянии рынка электронных книг в России. Да, на англоязычном рынке доминируют международные игроки Amazon, Google, Apple, Kobo и Barnes & Noble. И по состоянию на январь 2013 года Amazon eBooks for Kindle предлагает более 1,5 млн электронных книг, из которых 800000 стоят \$ 9.99 или менее, Kobo Books – более 2,3 млн (в т.ч. 1 млн бесплатно для скачивания); Google Play – 4 млн электронных книг (в т.ч. 75% для бесплатного скачивания) и 500 000 приложений; Apple (iTunes) – 1,5 млн электронных книг и 800 000 приложений.

Тем не менее, если мы сравним текущее состояние инфраструктуры электронного рынка РФ с аналогами в европейских (неанглоязычных) странах мы получим вполне сопоставимые характеристики.

В Германии, Франции и Италии, странах с традиционно сильной книжной культурой, альтернативой международным гигантом стали собственные платформы цифровой дистрибуции, как правило, инициированные объединенными усилиями нескольких отраслевых лидеров. Еще в 2010 году в Италии появилась Edigita (совместный продукт RCS, Mauri Spagnol и Feltrinelli), во Франции – Eden (Flammarion, Gallimard и La Martinière), в Испании – Librandia (Planeta; Santillana и Random House Mondadori); в Германии усилиями Биржевого союза в 2009 году открыт отраслевой портал Libreka ([www.libreka.de](http://www.libreka.de)).

По данным отчета «Global eBook: Current Conditions & Future Projections» ассортимент электронных книг (SKU), предоставленных национальными издателями для дистрибуции, составляет на текущий момент:

- 200.000 SKU (Германия),
- 126.000 SKU (Франция),
- 50.000 SKU (Испания)
- 61.000 SKU (Италия),
- 4800 SKU (Швеция).

И на этом фоне русскоязычные предложения в 90.000 SKU («ЛитРес») выглядят вполне достойно.

В России лидером потребительского рынка цифровой дистрибуции является компания «ЛитРес» (базовый инвестор – «Эксмо»). По

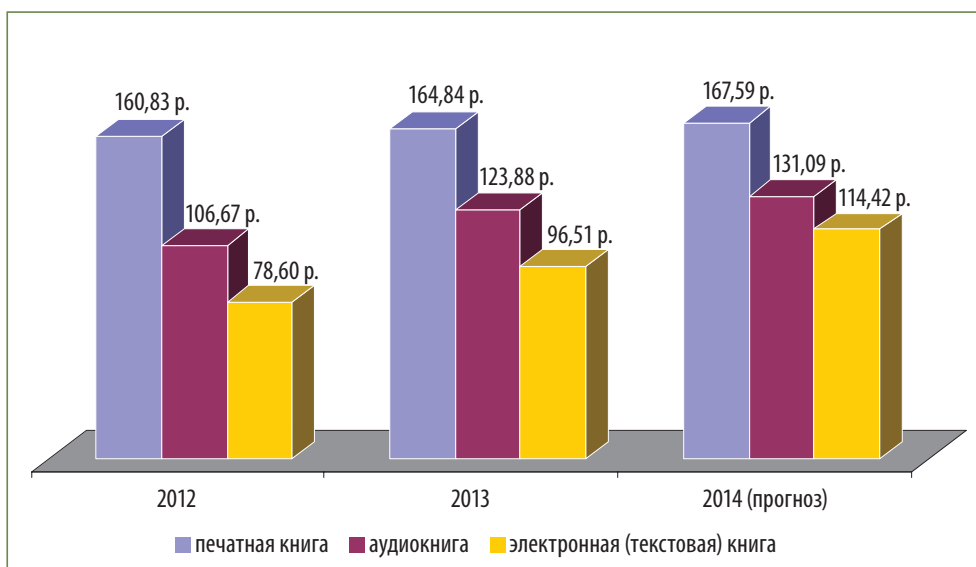
данным этой компании ей принадлежит 55–58 % российского рынка цифровой дистрибуции (B2C) в 2013 году. Каталог электронных книг «ЛитРес» насчитывает 400.000 SKU, в том числе 22,5 % (90.000) русскоязычных, а также 4500 SKU аудиокниг. Базовые партнеры компании – издательства «ЭКСМО», «АСТ», «Центрполиграф», «РИПОЛ классик», «МИФ», ИГ «Азбука-Аттикус», «Альфа-книга». Еженедельное количество скачиваний в «ЛитРес» в 2013 году – 55000 (+70 % к 2012 г.), аудиокниг – 7000 (+180 % к 2012 г.). Основное устройство, на которое скачивают книги большинство (40 %) клиентов магазина – по-прежнему десктоп (настольный компьютер), среди мобильных гаджетов – iPhone (20 %). В ассортиментной карте «ЛитРес» преобладает художественная (46 %) и деловая (25 %) литература, в то время как учебная и детская книга представлены ограничено (по 5 % в каталоге). Наиболее востребованная клиентами этого магазина тематика электронного контента – фантастика, детективы, деловая литература.

### 5.1.3. Ценовая политика (trade market)

На большинстве крупных рынков Западной Европы издатели всё еще устанавливают фиксированные цены на электронные тексты, и поставщикам контента разрешено применять лишь максимальный процент скидки. Более того, в большинстве западноевропейских стран налоговые правила устанавливают максимальный НДС (20–25 %) на электронные тексты – в отличие от сниженного уровня НДС для печатных изданий. В 2011–2013 г. цена на электронные книги в Европе лишь

**Динамика средней цены предложения в цифровом и бумажном сегменте книжного рынка РФ в 2011–2014 гг.**

*Диаграмма 4.6*



**Источник:**  
данные проекта  
«Книжный рынок  
России 2010–2015»,  
экспертный опрос:  
январь 2012/2013/2014,  
аналитика «КИ»

Таблица 5.1.

## Средняя цена бумажной и электронной книги в РФ в 2011–2013 гг.

	Средняя цена бумажной книги в прайсе издателя, руб.	Средняя цена реализации бумажной книги в ритейле, руб.	Средняя цена электронной книги, руб.*	Сопоставление (бумажный ритейл к цифровой дистрибуции), %
2011	101,70	158,71	72,46	219
2012	104,21	160,83	78,60	205
2013	107,73	164,84	96,51	171

\* Средневзвешенный показатель по данным компаний OZON, «ЛитРес», Google Play

Источник: Данные проекта «Книжный рынок России 2010–2015», экспертный опрос: январь 2012/2013/2014, аналитика «КИ»

на 10–20% ниже цены бумажного издания (оценка выполнена по списку ТОП-10 бестселлеров).

В 2011–2013 гг. в России средняя цена на электронные книги в два раза проигрывает цене бумажного аналога, и по состоянию на ноябрь 2013 года колеблется в диапазоне 81–143 руб. в зависимости от дистрибьютора. Низкий уровень цен, практикуемый в дистрибуции электронного контента в целях переключения аудитории на легальное потребление контента, в реальности лишь снижает маржинальность этого бизнеса. И видимо это начинают осознавать ведущие игроки цифрового книжного рынка. Так, по данным компании «ЛитРес», средняя стоимость (ценник) электронной книги в этом магазине в январе-декабре 2013 года выросла на 20% при параллельном росте еженедельного числа скачиваний электронных книг на 70% в сравнении с 2012 годом.

Средний чек покупателя электронного контента у легального российского поставщика в 2013 году демонстрирует положительную динамику в зависимости от дистрибьютора или тематики контента – от +11% до +20% на фоне декабря 2012 года – и колеблется в диапазоне от 120 до 220 рублей (средневзвешенный показатель на уровне – 145 руб.).

## 5.2. Рынок электронно-библиотечных систем (B2B)

Как известно, в мировом масштабе развитие электронного книжного рынка идет по двум основным направлениям – потребительский рынок и профессиональные/образовательные платформы (Safari) или университетские библиотеки. Сфера академического и учебно-

го книгоиздания первой адаптировалась к возможностям цифровых технологий и уже на 90% существует в электронном формате. Такие издательства как O'Reilly, Wiley получают от 60 до 90% дохода от продаж электронного контента. В России доля продаж электронно-библиотечных систем в обороте ведущих коммерческих издательств вузовского сегмента рынка пока не превышает 10–40% (экспертный опрос «КИ», август 2013) и предполагает главным образом корпоративного клиента (рынок B2B).

По оценке экспертов объем продаж ЭБС в России (вузы, школы, библиотеки) в 2013 году составил порядка 600 млн рублей при темпах роста к аналогичному периоду 2012 года в 90%. При этом доля Москвы в общих продажах ЭБС на B2B-рынке России сохраняется в 2012–2013 гг. на уровне 20–25% (экспертный опрос, январь 2014 г.).

И с 2014 года ожидается существенное оживление российского цифрового рынка B2B преимущественно за счет постепенного нарастания объема оптовых продаж электронных учебников для школ. Конвертационные сервисы для издателей школьных учебников предлагает сегодня ГК «Ланит». В настоящий момент, её Департамент электронных изданий работает над преобразованием школьных учебников, входящих в федеральный перечень Министерства образования Российской Федерации. Электронная учебная литература, пособия и словари создаются с помощью собственного решения Active Textbook – продукта компании Evident Point Software Corp. (Канада), с 2011 года входящей в состав ГК «Ланит». По заявлению самой компании, в настоящий момент департамент уже создал обширную библиотеку электронных учебников. В активе – вся линейка учебной литературы с 1 по 11 класс большинства ведущих российских издательств учебной литературы. Библиотека постоянно пополняется за счет подключения к проекту новых издательств и расширения ассортимента учебной литературы, пособий и словарей.

По состоянию на начало 2014 года на роль крупнейшей в России платформы агрегации электронных учебников и дополнительного образовательного контента для школ с собственной DRM-технологией претендует компания «Азбука» ([www.e-azbuka.ru](http://www.e-azbuka.ru)). По данным самой компании, «Азбука» обеспечивает доступ к более чем 90% электронных учебников, которые используются в образовательных учреждениях России, и уже сегодня платформой «Азбука» пользуются школы в более чем половине регионов России. Оказывается, более 80% проектов внедрения электронных учебников в школах России реализуются на платформе «Азбука», и ежедневно более 10 школ подключаются к плат-



форме «Азбука», ключевыми дилерами которой являются ведущие федеральные и региональные интеграторы и телекоммуникационные компании России.

Конечно, это во много рекламная информация, тем не менее, подтверждается тем, что «Просвещение», анонсируя собственные электронные продукты, в качестве дистрибутора указала именно компанию «Азбука».

В настоящий момент «Азбука» предлагает несколько тарифных планов для школ (без продаж физическим лицам): тарифный план «СТАНДАРТ» (3000 рублей за пользователя), тарифный план «КЛАСС» (100000 рублей за 25 ключей доступа) – 200 годовых (1 год) лицензий PDF-копий учебников, доступных на момент покупки в каталоге системы «Азбука». В рамках тарифного плана РЦД предоставляется лицензия на создание и управление сетью электронных школьных библиотек.

В целом реализуемая «Азбукой» модель дистрибуции аналогична схеме продаж электронно-библиотечных систем вузам РФ. В данном случае характеристики предлагаемого «Азбукой» продукта включают уже традиционные решения: создание школьной электронной библиотеки, размещение в системе собственных материалов, возможность дополнения комментариев, заметок учителя, поэкземплярный контроль и учет, контроль книгообеспеченности на муниципальном/региональном уровне, распределение учебников между школами, возможность удаленного доступа и т.д. «Азбука» работает на любых устройствах с Windows, от XP до 8.1, а так же на планшетах с Android, начиная с версии 4.x. Компания входит в альянс Intel® Education объединяющий партнеров из образовательной экосистемы, которая предлагает электронный контент для учащихся, профессиональное развитие учителей и современные технологии для школ.

### 5.2.1. Электронно-библиотечные системы для библиотек и высшей школы

В целом по состоянию на 2013 год рынок цифровых библиотек научного и образовательного контента сложился, обладает плотной конкурентной структурой, и самое главное, – продолжает расти. Общий объем продаж ЭБС в России в 2012 году оценен экспертами на уровне 600 млн рублей (в 2012 году – 310 млн рублей) при прогнозируемых на 2014 год темпах роста в 50–55 %.

Пока основными клиентами на этом рынке являются вузы РФ при минимальном участии прочих корпоративных и частных лиц. Именно

Таблица 5.2.

### Рейтинг популярности внешних электронных ресурсов у пользователей (студентов, преподавателей вузов)

ТОП-15 зарубежных ЭБС/коллекций электронных изданий		ТОП-15 российских ЭБС / коллекций электронных изданий	
Название ресурса	Среднее место в рейтинге	Название ресурса	Среднее место в рейтинге
EBSCO Publishing	1,3	eLibrary	1,7
American Physical Society	1,9	ЭДБ РГБ (библиотека диссертаций)	2,6
Cambridge University Press	1,9	Университетская библиотека он-лайн	2,6
Emerald Management Extra	2,4	Лань	3,3
ProQuest Research Library	2,6	ZNANIUM.Com	3,5
SAGE publications	2,7	Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»	4,2
ProQuest: ABI/Inform Global	2,8	Ibooks	4,5
Oxford University Press	3,0	IPRbooks	5,1
Royal Society of Chemistry	3,1	КнигаФонд	5,7
American Chemical Society	3,2	Polpred.com   Справочники	5,8
Cambridge Journals Digital Archive	3,8	IQlib	6,0
Web of Science	4,3	BOOK.ru	6,9
Springer	5,2	Библиотех	7,0
Taylorand francis	5,8	Консультант студента («Геотар медиа»)	7,1
JSTOR	6,1	Онлайн-библиотека деловой лит-ры «Альпина Паблишер»	7,2

*Источник: экспертный опрос библиотек вузов РФ (апрель 2013), аналитика «КИ»*

благодаря росту активности вузов, подстегиваемых жесткими требованиями государственной аккредитации, ежегодно расширяется предложение (плюс 25–40%), развиваются сервисы и появляются новые игроки, жаждущие «возместить потери и заработать» на рынке электронного образовательного и научного контента в России.

В отличие от рынка печатной книги, рынок ЭБС и цифровых издательских коллекций обладает сбалансированной географической структурой. Согласно проведенному «КИ» опросу (апрель 2013) основных игроков, на Москву приходится от 10 до 40% суммарного объема продаж владельца электронной коллекции (в т.ч. ЭБС), на вузы Санкт-Петербурга – от 5 до 10%, на другие регионы РФ – 50–85%. Иными словами, региональное высшее образование достаточно активно включилось в процесс перехода на цифру и формирует большую часть доходов этого бизнеса.

Таблица 5.3.

### Базовый ассортимент поставщиков ЭБС и издательских коллекций в B2B-сегменте цифрового рынка, январь-декабрь 2013

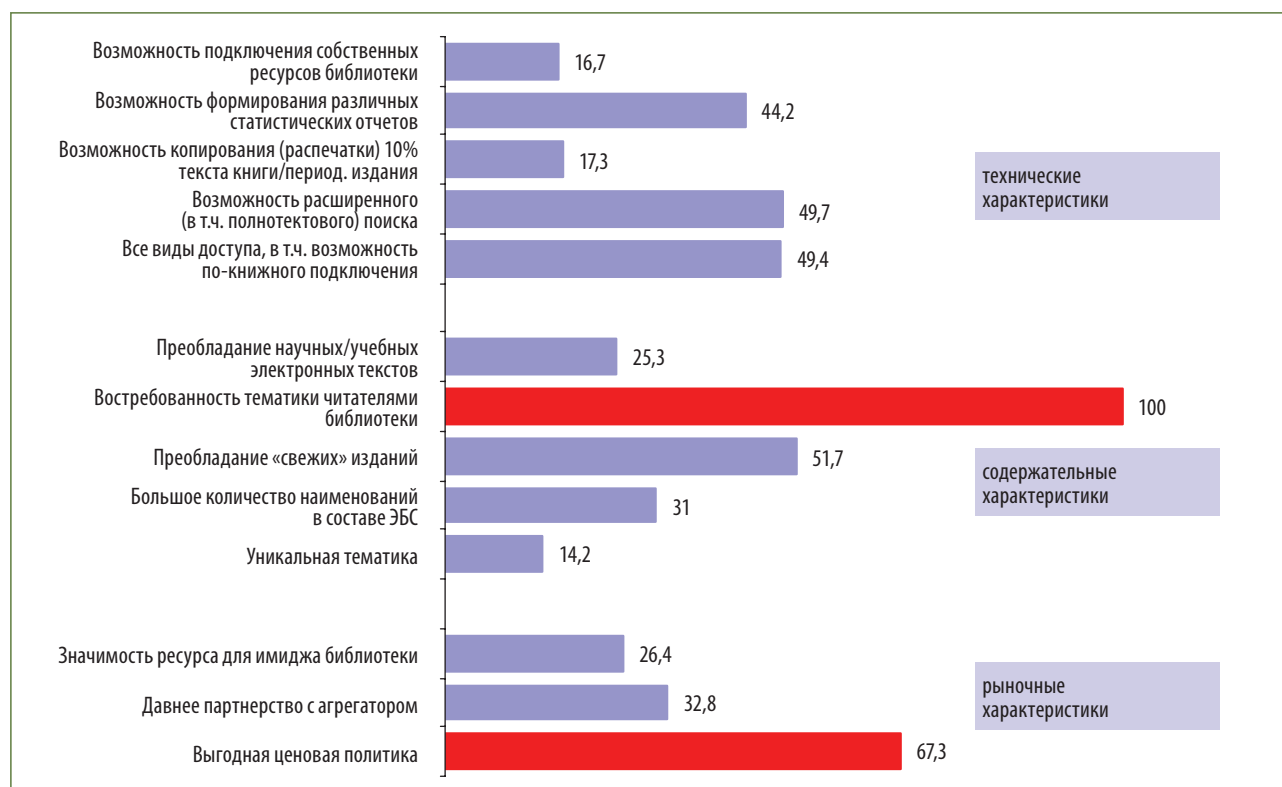
Название ЭБС/Поставщика	Общее количество наименований (SKU), в т.ч. русскоязычных	Динамика к 2012 г.,%
Университетская библиотека on-line (ООО «Директ Медиа»)	80000 (80000)	+30% (+30%)
Консультант студента (ИГ «ГЭОТАР-Медиа»)	6000 (6000)	+500% (+500%)
Book.ru (ООО «КноРус»)	20000 (20000)	+40% (+40%)
Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»	160000 (140000)	+300%
IPRbooks (ООО «Ай Пи Эр Медиа»)	> 10000 (> 10000)	+43% (+43%)
ООО «ИВИС»	> 10000 (700)	+3% (+2%)

Источник: экспертный опрос август-декабрь 2013, аналитика «КИ»

Действительно, по данным ВЦИОМ (август 2012), электронно-библиотечные системы являются сегодня одним из самых популярных источников получения учебной литературы среди студентов региональных вузов (ими пользуются 73% опрошенных). Но, всё же, не студент,

#### Приоритеты библиотеки вуза при закупке стороннего электронного контента, % голосов

Диаграмма 5.7



Источник: экспертный опрос (2013), аналитика «КИ»

а вуз платит за абонементный доступ к сторонней цифровой библиотеке, и мотивация приобретения лежит здесь в несколько иной плоскости.

Дабы соответствовать так называемым «содержательным характеристикам ЭБС высшего учебного заведения», сформулированным Минобрнауки (п. 4.5 «Количество представленных в ЭБС издательств» и 4.6 «Общее число изданий, включенных в ЭБС»), выбор библиотеки высшего учебного заведения не ограничивается одним партнером. Среднестатистический российский вуз подписан, как правило, на несколько (3-10) ресурсов, что-то (но сегодня уже немного – 2–6% от общего фонда) апробирует в тестовом режиме, в итоге суммарно набранным цифровым контентом закрывая перечень собственных дисциплин. Причем, вердикт библиотекарей – ни один из существующих сторонних электронных ресурсов не в состоянии полностью удовлетворить требования серьезного вуза.

Среди пользователей ЭБС в библиотеках вузов рейтинг популярности внешних ресурсов возглавляют «Электронная библиотека диссертаций РГБ», eLibrary, ЭБС ZNANIUM.Com («ИНФРА-М») и «Университетская библиотека онлайн» («Директ Медиа»).

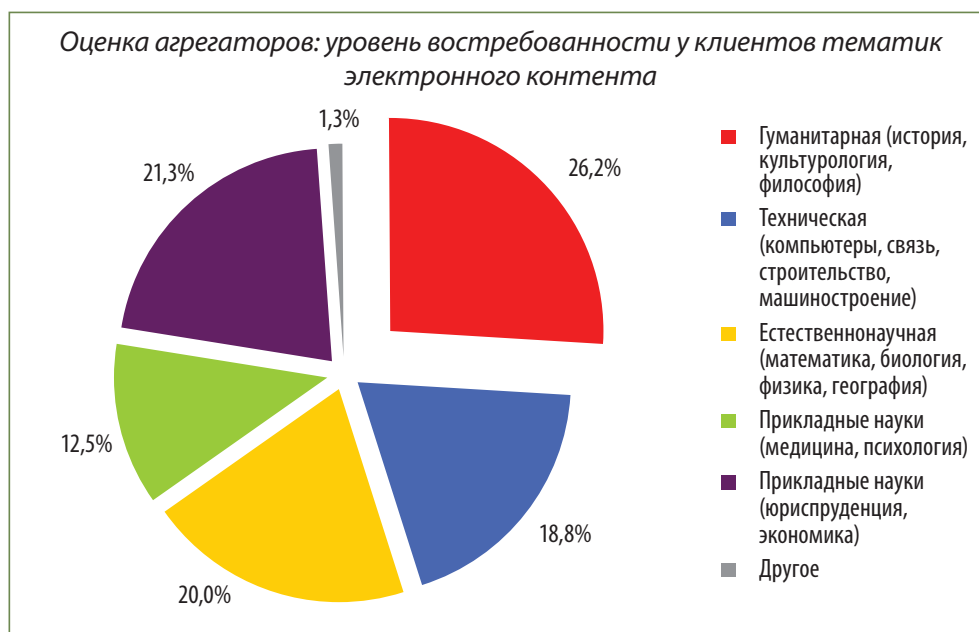
Согласно экспертному опросу «КИ» (апрель 2013), от 65 до 97% текущих электронных ресурсов вузовских библиотек приходится накупаемые у российских поставщиков ЭБС и издательские коллекции. Иными словами, российские агрегаторы ограничены лишь внутренним конкурентным пространством и не испытывают давления со стороны зарубежных поставщиков электронного контента. На текущий момент доля покупаемых у зарубежных поставщиков ресурсов по количеству наименований не превышает 20% цифровых фондов вузов РФ, а по объему финансирования фактически в 3–4 раза проигрывает бюджету на пополнение фонда электронных изданий от российских агрегаторов контента.

По большому счету базовыми приоритетами библиотек при закупке электронного контента у сторонних поставщиков являются два момента:

- востребованность тематики читателями библиотеки;
- лояльная ценовая политика (выгодные условия закупки).

Все остальные рыночные, содержательные или технологические характеристики сторонних ЭБС и цифровых коллекций менее значимы. Из особых технологических/сервисных требований можно выделить разве что обязательное наличие всех видов доступа, в том числе возможность по-книжного подключения, а также, если речь идет об ЭБС, то возможность расширенного поиска, в т.ч. полнотекстового.

Диаграмма 5.8

**ЭБС: Уровень рыночной востребованности тематик электронного контента (оценка агрегаторов контента, % голосов)**

**Источник:**  
экспертный опрос  
(2013), аналитика «КИ»

И столь «пренебрежительное» отношение к техническим характеристикам вполне объяснимо. Ведь агрегаторы электронного контента в сервисной составляющей оперативно дублируют новационные технические решения конкурентов и коллег, что в итоге приводит к полной идентичности предложений. Долгосрочного конкурентного преимущества в техническом/сервисном смысле достичь практически нереально.

Если говорить о тематических предпочтениях вузов РФ в выборе сторонних электронных библиотек, то по данным опроса агрегаторов контента наиболее востребована гуманитарная (историко-философская) тематика и прикладные науки (юриспруденция, экономика). Эту, в общем-то, «среднюю температуру по больнице» подтвердил и параллельный опрос вузовских библиотек.

Сегодня конкуренция на B2B рынке цифровой дистрибуции смещается в сторону ценовой политики и/или поиска агрегатором уникальных (и желательно свежих) тематических коллекций или даже отдельных изданий (не будем забывать о значимости такого критерия выбора для вуза как по-книжное подключение). Но если качество наполнения – это работа на перспективу, сложная и затратная, то ценовой инструмент можно активно использовать уже сегодня. Как правило, стоимость доступа к одной электронной книге в составе ЭБС колеблется в 2013 году от 3 до 500 рублей, стоимость доступа на одно рабочее место – от 15000 до 50000 рублей. Однако, несмотря на официально заявленные прайсы по коллекциям и видам доступа российских агре-

гаторов электронного контента, на этом рынке процветает модель «личной договоренности о цене поставки».

# Список компаний

## А

Абрис 43  
АВФ-книга 75  
Азбука 96, 97  
Азбука-Аттикус 28, 39, 34, 35, 56, 58, 62, 63, 64, 65, 65, 94  
Азбука-Махаон 60  
Азбука Рус 67, 68  
АйМобилко 92  
Ай Пи Эр Медиа 99  
Айрис-пресс 60  
Аист-пресс 74  
Академия ИЦ 62  
Академкнига 60  
Академкнига 64  
Акварель 41  
Алтей и Ко 60  
Альпина Паблишер 48, 49, 66, 78, 98  
Альфа-книга 34, 36, 60, 64, 94  
Амиталь 75  
АРИА-АиФ 83  
Аристотель 74  
Ассоциация XXI век 44, 60, 64  
АСТ 34, 35, 36, 37, 40, 44, 48, 49, 52, 53, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 65, 94  
АСТ-Пресс 56, 60, 64, 65  
Ашан 81, 82  
Ашет Коллекция 67

## Б

Базис 80  
Баласс 40, 44, 58, 60, 62, 63, 64, 65  
Барс 75  
Библио-Глобус 75  
Библиотех 98  
Бином. Лаборатория знаний 44, 58, 60, 64  
Буква 66  
Буквояд 66  
Букмастер 60

## В

Вако 44, 58, 60, 64  
Вентана-Граф 58, 60, 64  
Весна-Дизайн 40, 60  
Вестер 75  
Весь 48, 49  
Вече 56, 58, 60, 62, 64, 66  
Вконтакте 90  
Владис 53, 60  
Время 41  
ВЦИОМ 99

## Г

Газеты Провинции 83  
Гемера 74  
Генжер 60

Гермес-Царица 75  
ГиперГлобус 82  
Гном и Д 60  
Горпечать 83  
Грамотей 40  
ГЭОТАР-Медиа 99

## **Д**

Дети 82  
Детский мир 81, 82  
ДИК 60  
Директ Медиа 99, 100  
Добрая книга 52, 53  
Дом книги 74  
Дрофа 58, 59, 60, 61, 62, 64, 65

## **Е**

Е5 79

## **Ж**

Желдорпресс-ГП 83

## **З**

Захаров 34, 35

## **И**

ИВИС 99  
Изд-во Сретенского монастыря 34  
Интеллект-Центр 60  
ИнтерСервис 74  
ИНФРА-М 100

## **К**

Картография ПКО 60  
Книга вслух 85  
Книга.ру 80  
Книги и книжечки 75  
Книги Искателя 40  
Книжная лавка 75  
Книжный город 75  
Книжный Клуб 36,6 60, 75  
Книжный Лабиринт 75, 82  
Книжный мир 75  
КноРус 60, 99  
Когорта 74  
Коммерсант 83

## **Л**

Лабиринт 43, 63, 80  
Лаборатория знаний 44  
Ланит 67, 96  
Лань 98  
Легион 44, 56, 60  
Лента 81, 82  
ЛитРес 85, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 95  
ЛитРес: Библиотека 85  
Литур 40, 60



Логос-Интернет 80, 81  
Любимый книжный 74  
Люмна 74

## М

Магистр 74  
Магнит 22, 81  
Махаон 40, 41  
М. Видео 92  
МВО-Столица 80  
МедиаИнфо 83  
Мелик-Пашаев 41  
Метида 74  
Метро 81, 82  
Метропресс 83  
Минобрнауки 100  
Минобрнауки РФ 44, 45  
Минпромторга 21  
Минэкономразвития 14, 16, 17  
Мир Автокниг 60  
Мир «Искателя» 60  
МИФ 94  
Мозаика-Синтез 40, 60, 64  
Мой магазин 80  
Москва 92  
Моя книга 74  
Московский Дом Книги 75  
МТ Клик 80  
Мультифото 80

## Н

Национальное образование 44  
Нева 81  
Новый книжный 66

## О

ОБИ 82  
Общественное мнение 88  
Одноклассники 90  
ОЗОН 80  
ОКЕЙ 81, 82  
Олимп-Бизнес 49  
Олма Медиа Групп 28, 41, 56, 58, 61, 62, 64, 65  
Омега-пресс 64  
Омский книготорговый дом 74  
Оникс 40  
Орфограф 67

## П

Пегас 74  
Питер 48, 49, 50, 53, 62, 64  
Планета 74  
Попурри 48, 49  
Почта России 83  
Пресс-Логистик 81, 83  
Приморский Дом книги 74  
ПродаЛитЪ 74  
Просвещение 44, 58, 61, 62, 63, 64, 65

Проф-Пресс 40, 58, 64  
ПЭК 80

## **Р**

РВ ЗОЖ 52  
РГБ 100  
РИПОЛ классик 34, 35, 52, 56, 58, 59, 61, 62, 64, 65, 85, 94  
Робинс 41  
Росмэн 38, 40, 41, 56, 58, 59, 61, 62, 64, 65  
Роспечать 83  
Росстат 15, 17, 18, 19, 20, 21  
Ростелеком 92  
РОСТкнига 44  
Ростовкнига 74  
РУКОНТ 98, 99  
Русское слово 64

## **С**

Самовар 40  
Свободная Пресса 83  
Связной 92  
Седьмой Континент 82  
Сейлс 83  
Синдбад 53  
София 52, 53  
Стрекоза 58  
Стрекоза-Пресс 64  
Сфера ТЦ 40  
Тезей 75  
Титул 44, 58, 64, 65  
Томкнига 74  
Топ-книга 78

## **У**

Универсальные базы данных East View Publications 98  
Университетская библиотека он-лайн 98, 100  
Учебник 60, 64

## **Ф**

Федеральная служба государственной статистики 20  
Феникс 53, 56, 58, 61, 62, 64  
ФМС России 22  
ФОМ 88

## **Х**

Хабибов 74

## **Ц**

Центр-Книга 74  
Центропечать 81  
Центрполиграф 52, 94

## **Ч**

Чакона 74  
Читай Город 66  
Читающий Саратов 74

## Э

ЭГМОНТ 39  
ЭГМОНТ Россия Лтд 78  
ЭГМОНТ Россия Лтд. 41, 58, 62, 64  
ЭДБ РГБ 98  
Эдвис 74  
Экзамен 40, 44, 56, 58, 61, 62, 64  
Эксмо 34, 35, 36, 37, 40, 41, 44, 48, 49, 52, 53, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 65, 82, 87, 93, 94  
Экспресс Медиа Маркет 83  
Электронная библиотека диссертаций РГБ 100

## Ю

Ювента 40, 44, 58, 63, 64

## Я

Яндекс.Метрика 88

## А

Amazon 92, 93  
American Chemical Society 98  
American Physical Society 98  
Apple 92, 93  
AuthorSolutions 92

## В

Barnes & Noble 93  
Barnes & Nobles 93  
Bookmate 92  
Book.ru 98, 99  
Bowker 92  
Breakout Books 93

## С

Cambridge Journals Digital Archive 98  
Cambridge University Press 98  
Corpus 49  
CreateSpace 92

## Е

EBSCO Publishing 98  
Eden 93  
Edigita 93  
eLibrary 98, 100  
Emerald Management Extra 98  
Evident Point Software Corp. 96

## Ф

Feltrinelli 93  
Flammarion 93

## Г

Gallimard 93  
Google 92, 93  
Google Play 92, 95  
GrebennikON 98

## **H**

Holtzbrinck 92

## **I**

iBookstore 93

Intel® Education 97

IPRbooks 98, 99

IQlib 98

## **J**

J'son & Partners Consulting 88

JSTOR 98

## **K**

Kindle Direct Publishing 93

Kobo 92, 93

Kobo Books 93

## **L**

La Martinière 93

Libranda 93

Libreka 93

## **M**

Mauri Spagnol 93

Metro Cash & Carry 81

My-shop 43, 80

## **O**

Obreey Store 92

Oxford University Press 98

OZON 43, 95

OZON.ru 80, 92

## **P**

Planeta 93

Polpred.com 98

ProQuest: ABI/Inform Global 98

ProQuest Research Library 98

PubIt 93

Public.ru 98

## **R**

Random House Mondadori 93

RCS 93

Royal Society of Chemistry 98

## **S**

SAGE publications 98

Samsung 92

Santillana 93

Springer 98

## **T**

Taylorand francis 98

TNS 88

## **W**

WapStart 89

Web of Science 98

## **X**

X5 Retail Group 21, 22

## **Z**

ZNANIUM.Com 98, 100