



Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям

Управление периодической печати, книгоиздания и полиграфии

Книгоиздание в России

Состояние, тенденции и перспективы развития

Д о к л а д

Москва
2009

УДК 655(470)
ББК 76.17
К-532

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

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

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

- Московскому государственному университету печати;
- Российской книжной палате;
- Российскому книжному союзу;
- Гильдии издателей периодической печати;
- Гильдии книжников;
- Ассоциации книгоиздателей России;
- Ассоциации книгораспространителей независимых государств;
- Межрегиональной ассоциации полиграфистов;
- Межрегиональному центру библиотечного сотрудничества;
- НП «Медиа Комитет»;
- Аналитическому центру Юрия Левады;
- Издательству «Эксмо»;
- Издательской группе «АСТ»;
- Торговому дому «Библио-Глобус»;
- Книжному клубу «36.6»
- Компании «Топ-Книга»;
- Компании «Мир книги»;
- Интернет-магазину «Ozon.ru»;
- НТЦ «Информрегистр»;
- Газете «Книжное обозрение»;
- Журналу «Книжная индустрия»;
- Журналу «Университетская книга»;
- Журналу «Книжное дело».

ISBN 978-5-904427-01-6

© Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям, 2009

ВВЕДЕНИЕ

Настоящим докладом Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям начинает серию ежегодных публикаций по проблемам отечественной книгоиздательской индустрии и тенденциях, определяющих ее дальнейшее развитие. Доклад создается как форма динамичного мониторинга состояния российского книгоиздания и призван освещать наиболее важные процессы, тренды и события, происходящие в книжной отрасли страны. В течение ряда лет подобные отраслевые доклады уже выпускаются Роспечатью по проблемам рынка периодической печати и полиграфии, они хорошо известны и востребованы в профессиональной среде.

Разработчики настоящего доклада ставили своей целью проанализировать современное состояние, основные направления и перспективы развития книжного рынка России и осуществить сравнение процессов, происходящих на нем, с процессами, происходящими на книжных рынках ведущих мировых держав. В задачи исследования входили анализ динамики выпуска книжной продукции, оценка объема рынка, характеристика современной книгоиздательской системы и системы книгораспространения, определение тенденций развития книгоиздания и книгораспространения в регионах России, изучение проблем Интернет-торговли, развития новых форм книги, проблем чтения и других вопросов.

Предпринятое исследование в столь широком диапазоне проводится впервые. Естественно, что некоторые проблемы, существующие на рынке, оказались неохваченными, а сведения по другим оказались недостаточными. Но обусловлено это не только первым опытом составления подобного исследования, но и во многом непрозрачностью книжного рынка, хотя в последние годы «закрытость» его участников стала ослабевать.

Можно с уверенностью утверждать, что исследования такого ряда следует практиковать регулярно, чтобы придать работе характер постоянного мониторинга книжной индустрии. Это позволит участникам рынка разрабатывать и осуществлять обоснованную стратегию своего развития с учетом быстро меняющейся обстановки. В то же время необходимо признать, что индустриальный доклад, выходящий раз в год, проблему оперативного информационного обеспечения книжного рынка и сопровождения происходящих на нем бизнес-процессов не решит – это возможно лишь в рамках отраслевого периодического издания формата B2B.

В последние годы российская книжная индустрия уверенно и динамично развивалась и вошла в пятерку ведущих мировых книжных рынков мира. Однако год 2008 для российского книжного рынка, как и для всей экономики России, стал переломным. Еще летом 2008 года ожидалось – и в пользу этого говорили показатели развития отрасли в первом полугодии – что он станет рекордным по числу выпущенных книг и брошюр, росту объема рынка, объему инвестиций и перспектив внедрения новых бизнес-моделей. Эти ожидания в целом сбылись, однако финансовый кризис заставил расстаться с излишним оптимизмом. В связи с этим ряд прогнозных оценок, дававшихся участниками рынка в первой половине 2008 года, выглядят несколько устаревшими, хотя авторы доклада постарались максимально скорректировать их с позиций сегодняшнего дня и актуализировать по состоянию на текущую дату. С другой стороны, некоторые оценки, дававшиеся участниками рынка в конце 2008 года, в момент наибольшего проявления кризисных явлений, напротив, выглядят чересчур пессимистичными, и начало 2009 года, к счастью, их не оправдало.

Источниковедческой базой доклада послужили статистические сборники Российской книжной палаты «Печать Российской Федерации в ... году», отраслевые периодические издания – газета «Книжное обозрение», журналы «Книжная индустрия», «Университетская книга», «Книжное дело» и другие. В докладе использованы данные из зарубежной отраслевой периодики, в первую очередь, журналов «Publishers Weekly» и «The Bookseller», а также материалы зарубежных и международных отраслевых ассоциаций и союзов. В докладе также широко представлены материалы из открытых источников, включая web-сайты различных организаций.

Большую помощь в подготовке доклада оказали материалы, представленные непосредственно издательствами и книготорговыми компаниями, в первую очередь, «Эксмо», «АСТ», «Топ-книга», «Библио-Глобус», «Книжный клуб «36.6», «Мир книги», «Ozon.ru» и другими. В докладе нашли отражение и материалы, предоставленные ведущими общественными организациями отрасли – Российским книжным союзом, Ассоциацией книгоиздателей России, Ассоциацией книгораспространителей независимых государств, Гильдией книжников, Межрегиональной ассоциацией полиграфистов.

Авторы также выражают благодарность за предоставленные материалы Межрегиональному центру библиотечного сотрудничества, Аналитическому центру Юрия Левады, НТЦ «Информрегистр».

Проблемы, ставшие предметом настоящего исследования, за последние полгода несколько раз обсуждались на профессиональных встречах издателей, книгораспространителей и полиграфистов в рамках круглых столов «Книжное дело России. Год 2008. Анализ и прогноз развития отрасли» (21 Московская международная книжная выставка-ярмарка, сентябрь 2008 г.), «Книжный бизнес: где деньги?» (10 Международная ярмарка интеллектуальной литературы «Non/Fiction», ноябрь 2008 г.) и «Книжный рынок России: что изменилось за полгода?» (12 Национальная выставка-ярмарка «Книги России», март 2009 г.), а также в рамках VI съезда Российского книжного союза и круглого стола в Московском государственном университете печати, состоявшихся в декабре 2008 г.

В январе 2009 г. указанные проблемы были предметом обсуждения двух совещаний в Федеральном агентстве по печати и массовым коммуникациям с представителями крупнейших компаний отрасли. Материалы всех указанных встреч легли в основу настоящего доклада.

Авторы доклада выражают надежду, что он будет полезен не только российским издателям и книготорговцам, но и зарубежным книжникам, а его публикация будет способствовать, активизации антикризисных мер и повышению инвестиционной привлекательности российской книжной отрасли.

1. СОВРЕМЕННОЕ РОССИЙСКОЕ КНИГОИЗДАНИЕ

1.1. Количественные показатели выпуска изданий.

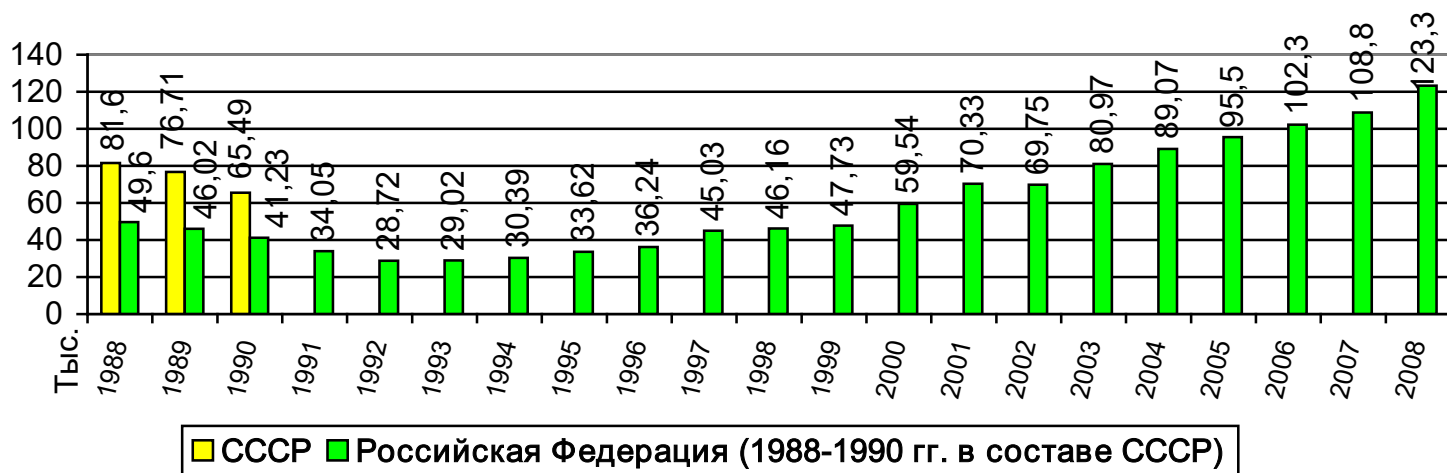
По данным государственного статистического учета выпуска печатной продукции, который осуществляется Российской книжной палатой, в 2008 году издательствами и издающими организациями Российской Федерации выпущено 123336 названий книг и брошюр совокупным тиражом 760,4 млн. экз., что выше показателей предыдущего года соответственно на 13,4% и 14,2%. Объем российского книжного рынка в 2008 г. составил, по разным оценкам, от 2,2 до 3,0 млрд. долл. США (подробнее об этом будет сказано в разделе 3.2).

С начала нового столетия выпуск книг и брошюр увеличился на 75,4% по названиям и на 40,2% – по тиражу при среднегодовом темпе роста 9,4% (названия) и 5,0% (тираж). Динамика развития книгоиздания за последние 20 лет показана на рис. 1 и 2, а также в таблице 1, где приведены данные о выпуске отдельных видов изданий по целевому назначению, на которые приходится около трех четвертей всего суммарного тиража выпускаемых книг и брошюр. Анализ этих данных показывает, что динамика книжного выпуска по числу названий в первые годы нового века была в основном достаточно равномерной, если не считать небольшого сбоя в 2002 г., когда по сравнению с предыдущим годом число названий снизилось с 70332 до 69749 (по мнению экспертов, это было связано с отменой нулевой ставки НДС), однако абсолютное снижение не превышало 1%, то есть было меньше величины показателя статистической погрешности. К тому же отмеченное отставание было с лихвой перекрыто в 2003 г., когда издательствами страны было выпущено более 80 тыс. названий. В определенной степени знаковым можно считать 2006 год, когда был преодолен рубеж в 100 тыс. названий, отделявший Россию от трех стран-лидеров мирового книгоиздания – США, Китая и Великобритании. Показатели выпуска изданий в 2008 г. достигли абсолютного максимума за всю историю российского и советского книгоиздания, что позволило обойти в этом негласном соревновании и Великобританию, где в последние годы выпуск книг фиксируется на уровне 115 тыс. названий.

Рассматривая статистические данные, связанные с увеличением числа наименований книг и брошюр, нельзя не отметить, что значительное число выпускаемых изданий по своему целевому назначению и характеру информации имеет ограниченный круг пользователей и практически не составляет объекта рыночного обращения. Эти издания выпускаются небольшим тиражом и предназначаются преимущественно для внутреннего пользования.

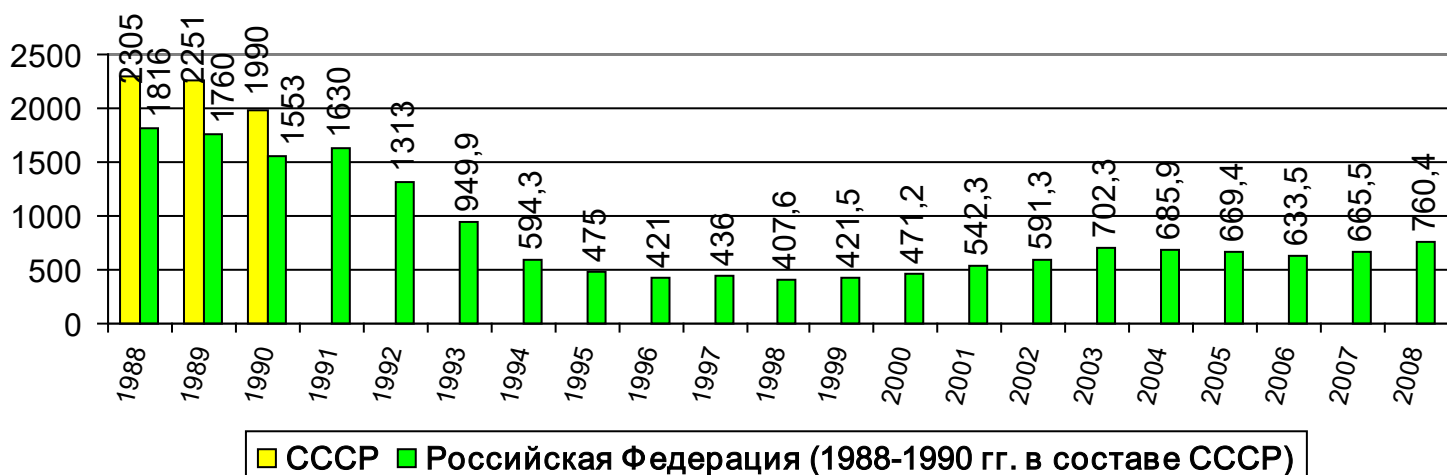
Таковы, например, многие учебные и методические пособия, которые выпускаются издательствами, или редакционно-издательскими отделами вузов и других учебных заведений для обеспечения образовательного процесса, особенно при ориентации на заочную или дистанционную форму обучения. Сюда же можно отнести многочисленные проспекты и альбомы, посвященные юбилеям предприятий и учреждений, различные ведомственные издания.

Рисунок 1. Количественные показатели российского книгоиздания в 1988-2008 гг. (тыс. названий)



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

Рисунок 2. Объемы российского книгоиздания в 1988-2008 гг. (тираж, млн. экз.)



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

Таблица 1. Выпуск книг и брошюр в РФ в 2001-2008 гг. по некоторым категориям целевого назначения

Виды изданий по целевому назначению	2001				2003			
	Число назв.	Тираж, млн. экз.	В % к общ. числу назв.	В % к общ. тир.	Число назв.	Тираж, млн. экз.	В % к общ. числу назв.	В % к общ. тир.
Всего	70332	542,3			80971	702,3		
<i>в т. ч. издания</i>								
Научные	12886	7,3	18,3	1,3	16584	15,0	20,5	2,1
Учебные	19647	210,4	27,9	38,8	25602	248,5	531,6	35,4
Справочные	3091	27,2	4,4	5,0	3954	33,6	4,9	4,8
Лит.-худож.	12484	115,8	17,7	21,3	13139	158,7	16,2	22,6
Для детей и юношества	4275	70,1	6,1	12,9	5376	101,4	6,6	14,4

Виды изданий по целевому назначению	2007				2008			
	Число назв.	Тираж, млн. экз.	В % к общ. числу назв.	В % к общ. тир.	Число назв.	Тираж, млн. экз.	В % к общ. числу назв.	В % к общ. тир.
Всего	108791	665,7			123336	760,4		
<i>в т. ч. издания</i>								
Научные	20328	10,0	18,7	1,5	20772	10,1	16,8	1,3
Учебные	36256	214,4	33,3	32,2	37659	243,9	30,5	32,1
Справочные	3997	34,2	3,7	5,1	4177	26,9	3,4	3,5
Лит.-худож.	15779	127,8	14,5	20,0	20138	154,2	16,3	20,2
Для детей и юношества	8423	120,2	7,7	18,0	11296	149,8	9,2	19,7

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

В таблице 2 приведены данные о соотношении числа названий и тиражей по различным тиражным группам. Из данных таблицы отчетливо видно, что доля первых двух групп (тиражом до 500 экз. и до 1000 экз.) в суммарном тираже за 2008 год составляет всего 2,6%, тогда как число названий в них превышает 40% от общего числа. В то же время очевидно, что значительную массу рыночных тиражей – 36,4%, или более трети от общего тиража по стране, дают всего 10% всех изданий, еще одну треть общего тиража составляют издания, выпускаемые тиражом от 1000 до 10 тыс. экз. (но их уже половина от общего числа названий). А самое интересное состоит в том, что четверть суммарного тиража дают издания, число которых чуть более 1% в их общем количестве.

Таблица 2. Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008 г.

	Число книг и брошюр, названий	Общий тираж, тыс. экз.	Печ. л.-отт., тыс.	В % к числу книг и брошюр	В % к тиражу
Всего	123336	760439,3	9729802,8		
в том числе:					
Тиражом до 500 экз.	41542	10651,2	125598,3	33,7	1,4
Тиражом до 1000 экз.	9860	9377,0	161007,5	8,0	1,2
Тиражом до 5 тыс. экз.	40156	138150,0	2472437,5	32,6	18,2
Тиражом до 10 тыс. экз.	17076	140572,2	1780311,9	13,8	18,5
Тиражом до 50 тыс. экз.	12314	277148,8	2862509,2	10,0	36,4
Тиражом до 100 тыс. экз.	938	69574,5	861488,2	0,8	9,2
Тиражом свыше 100 тыс. экз.	552	114965,6	1466450,2	0,4	15,1
Без указания тиража	898			0,7	

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

Соотношение тиражных групп в отдельные годы складывается по-разному, однако порядок цифр сохраняется практически неизменным на протяжении всего рассматриваемого периода.

Данные, приведенные в таблице 3, позволяют по-новому подойти и к оценке среднего тиража. Если уйти от принятого порядка подсчета, когда общий тираж делится на общее количество изданий, и принимать в расчет только те издания, которые выпускаются тиражом свыше 1000 экз., то средний тираж возрастает с 6165 экз., до более чем 10 тыс. экз.

Таблица 3. Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 1998 и в 2008 гг. в сравнении с 1988 г.

Показатель	1988		1998	2008		
	СССР	РСФСР (в составе СССР)	РФ	РФ	в % к 1988 г.	
					СССР	РСФСР
Число названий	81600	49603	41156	123336	151,1	248,6
Тираж млн. экз.	2305,0	1816,0	407,6	760,4	33,0	42,0

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

На фоне постоянно возрастающего числа названий (процесса, который начался с 1993 г. после катастрофического снижения этого показателя ниже дореволюционного уровня (28,7 тыс. названий в 1992 г.) динамика выпуска книг и брошюр по тиражу прошла за последние 20 лет ряд радикальных изменений, достигая экстремальных значений в начале и конце каждого десятилетия (1988, 1998 и 2008). Сравнительные данные по этой проблеме даны в таблице 3. В 1988 г. в СССР был достигнут

самый высокий тираж во всей истории российского книгоиздания – 2,3 млрд. экз., максимальное значение этого показателя было достигнуто и в РСФСР в составе СССР – более 1,8 млрд. экз. Через 10 лет, в 1998 г., после августовского дефолта тираж выпущенных изданий в Российской Федерации снизился до своего минимального значения – 407,6 млн. экз. Это было «дно», нижняя точка падения, начавшегося в 1989 году и длившегося почти 10 лет. Данные, приведенные в таблице 1, показывают, что тиражные показатели в первые годы нового века также не были достаточно стабильными: достигнув величины, немного превысившей 700 млн. экз. в 2003 г., они начали постепенно снижаться и, лишь опустившись до отметки в 633,5 млн. экз. в 2006 г., снова начали «путь вверх». Наконец, в истекшем 2008 году был достигнут неожиданно высокий результат: несмотря на первые симптомы кризиса, появившиеся осенью, тираж выпускаемых изданий превысил 760 млн. экз. – почти на 100 млн. экз. выше уровня предыдущего года. Причем, судя по данным этой же таблицы, рост тиража произошел в основном за счет увеличения выпуска трех видов литературы: учебной, художественной, детской/юношеской.

В таблице 4 сведены показатели выпуска книг и брошюр по тематике изданий. По числу изданий основное место среди выпускаемых видов литературы занимают политическая и социально-экономическая, техническая, художественная и детская литература, а также литература по образованию, культуре и СМИ, где главным образом выделяются учебные издания для школ и вузов. В 2008 г. выпуск изданий вырос преимущественно по литературе для детей и юношества (число названий на 34%, тираж – на 24,6%), по художественной литературе (27,6% и 20,6%), учебной литературе (11,7%, 17,1%). Увеличился выпуск книг по медицине и спорту, по филологическим наукам, выросли тиражи технической литературы.

Таблица 4. Выпуск книг и брошюр по укрупненным тематическим разделам в 2008 г. в сравнении с 2007 г.

	2007		2008		2008 в % к 2007	
	Число книг и брошюр, названий	Общий тираж, млн. экз.	Число книг и брошюр, названий	Общий тираж, млн. экз.	Число книг и брошюр, названий	Общий тираж, млн. экз.
Всего	108791	665,7	123336	760,4	113,4	114,2
Политическая и социально-экономическая литература	3757	113,1	34093	119,2	105,3	105,4
Естественнонаучная литература	8509	10,0	8571	9,6	106,0	96,0
Техническая литература	13850	39,0	14324	47,5	103,4	120,5
Сельскохозяйственная литература	2669	9,3	2857	9,4	107,0	101,1
Медицинская и спортивная литература	6224	31,4	6934	32,1	111,4	102,2
Литература по образованию, культуре и средствам массовой информации	15350	188,0	17146	217,9	111,7	115,9
Литература по филологическим наукам и искусству	7009	14,0	7825	16,5	111,6	117,1
Художественная литература	15779	127,8	20138	154,2	127,6	120,6
Детская литература	8423	120,2	11296	149,8	134,1	124,6
Литература универсального содержания	221	12,7	152	4,2	145,4	33,0

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

Несколько увеличился выпуск переводной литературы. Если в 2007 г. всего было издано 12 с небольшим тысяч названий в переводе с иностранных языков и языков народов России, то в 2008 г. их число возросло до 14 с лишним тысяч тиражом около 93 млн. экз., то есть на 18,2% по количеству названий и почти на 14% по тиражам. Из общего числа переводных изданий 9617 названий – это переводы с английского языка тиражом около 62 млн. экз., 1221 название – с французского (около 10 млн. экз.), 927 названий – с немецкого (5,6 млн. экз.), 252 – с итальянского, 169 – с испанского. Были изданы также переводы с польского, шведского, португальского, китайского, японского и других языков. В целом книги выпускались в переводе почти со ста языков стран ближнего и дальнего зарубежья, а также с языков народов России.

В истекшем году было издано также более 3 тысяч изданий на языках народов зарубежных стран и народов России. И здесь, как и в переводной литературе, на первом месте издания на английском языке – 816 названий общим тиражом около 3,5 млн. экз. Всего выпуск осуществлялся более чем на 70 языках.

В таблицах 5, 6 и 7 приведены списки отечественных и зарубежных авторов беллетристики для взрослых и детей, издаваемых в России наибольшими тиражами. По итогам 2008 г., среди российских авторов (см. табл. 5) по данному показателю уверенно удерживает первое место Дарья Донцова (9,8 млн. экз.). На втором и третьем местах среди самых печатаемых российских авторов 2008 года – Юлия Шилова (3,7 млн. экз.) и Татьяна Устинова (3,2 млн. экз.).

Таблица 5. 10 российских авторов художественной литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2005-2008 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
2005				2006		
1.	Донцова Д.	93	12509,6	Донцова Д.	96	9931,6
2.	Устинова Т.	51	3882,7	Устинова Т.	46	3530,4
3.	Акунин Б.	65	2825,0	Шилова Ю.	45	2729,5
4.	Полякова Т.	76	2214,7	Акунин Б.	68	2695,5
5.	Маринина А.	78	2117,3	Маринина А.	75	2647,8
6.	Куликова Г.	50	1828,5	Полякова Т.	86	2177,3
7.	Шилова Ю.	29	1756,3	Семенова М.	41	1569,1
8.	Вильмонт Е.	64	1544,2	Перумов Н.	42	1060,9
9.	Бушков А.	133	1511,5	Вильмонт Е.	43	976,0
10.	Александрова Н.	86	985,7	Бушков А.	99	956,5

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
	2007				2008	
1.	Донцова Д.	99	8991,5	Донцова Д.	147	9764,7
2.	Устинова Т.	59	3163,2	Шилова Ю.	117	3748,0
3.	Шилова Ю.	55	2896,6	Устинова Т.	100	3210,9
4.	Маринина А.	92	2837,7	Полякова Т.	102	2254,2
5.	Полякова Т.	75	2190,7	Акунин Б.	79	2118,0
6.	Акунин Б.	58	1488,5	Вильмонт Е.	79	1504,4
7.	Бушков А.	77	1364,2	Бушков А.	93	1248,7
8.	Колычев В.	109	1283,8	Маринина А.	102	1111,2
9.	Стил Д.	108	978,8	Колычев В.	86	1104,2
10.	Литвиновы А. и С.	39	974,9	Абдуллаев Ч.	137	1097,2

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

Среди зарубежных писателей (см. табл. 6) самым печатаемым в России автором в 2008 году был Паоло Коэльо (1,5 млн. экз.). Вторую и третью строчки «Топ-10» среди зарубежных авторов в 2008 году занимают Даниэла Стил (ок. 1 млн. экз.) и Агата Кристи (0,8 млн. экз.).

В числе детских писателей (см. табл. 7) самым тиражируемым автором в России был Владимир Степанов (2,9 млн. экз.). На второй и третьей позициях – К.И.Чуковский (2,6 млн. экз.) и А.Барто (1,6 млн. экз.). Что касается Джоан Ролинг, то в 2008 г. совокупный тираж ее книг о Гарри Поттере составил около 1 млн. экз. и она заняла пятую позицию.

Таблица 6. 10 зарубежных авторов художественной литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2005-2008 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
	2005				2006	
1.	Коэльо П.	16	805,0	Коэльо П.	32	914,0
2.	Стил Д.	37	441,8	Стил Д.	64	672,8
3.	Шекспир В.	58	438,0	Зюскинд П.	17	561,0
4.	Хмелевская И.	25	398,0	Шелдон С.	62	536,0
5.	Макнот Дж.	43	341,2	Мураками Х.	34	531,2
6.	Шелдон С.	44	334,8	Смолл Б.	73	368,4
7.	Кинг С.	52	275,1	Сальваторе Р.	37	389,2
8.	Картленд Б.	53	268,0	Вербер Б.	15	288,0
9.	Зюскинд П.	8	266,0	Чайлд Л.	2	280,0
10.	Бенцони Ж.	16	236,5	Фрэнсис Д.	41	265,5

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
	2007				2008	
1.	Стил Д.	108	978,8	Коэльо П.	40	1516,0
2.	Флобер Г.	3	838,1	Стил Д.	112	988,5
3.	Коэльо П.	21	830,0	Кристи А.	75	807,4
4.	Смолл Б.	98	585,0	Шелдон С.	58	593,5
5.	Шелдон С.	68	421,0	Деверо Дж.	57	581,0
6.	Кинг С.	87	395,0	Стаут Р.	62	561,7
7.	Вербер Б.	21	353,0	Вишневский Я.	13	462,0
8.	Фрэнсис Д.	51	320,7	Хмелевская И.	55	442,0
9.	Стаут Р.	35	319,7	Вербер Б.	22	440,0
10.	Уайльд О.	18	304,1	Смолл Б.	89	427,0

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

Таблица 7. 10 авторов детской литературы, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2005-2008 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
	2005				2006	
1.	Степанов В.	122	4257,1	Степанов В.	114	5238,0
2.	Чуковский К.	122	1989,2	Ролинг Дж.	7	2188,0
3.	Барто А.	80	1182,3	Чуковский К.	119	1971,0
4.	Успенский Э.	81	1147,7	Успенский Э.	32	1560,0
5.	Носов Н.	49	1040,6	Барто А.	80	1382,1
6.	Ролинг Д.	14	740,0	Гурина И.	28	733,0
7.	Андерсен Г.	61	717,1	Стайн Р.	84	717,0
8.	Михалков С.	51	681,2	Михалков С.	61	706,0

9.	Гримм, братья	51	652,2	Андерсен Г.	54	665,7
10.	Толстой А.	41	608,1	Пушкин А.С.	51	497,1

№ п/п	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
2007				2008		
1.	Степанов В.	99	3882,5	Степанов В.	97	2903,0
2.	Чуковский К.	163	3289,5	Чуковский К.	166	2612,7
3.	Ролинг Дж.	8	2490,0	Барто А.	109	1592,8
4.	Барто А.	83	1395,1	Гурина И.	54	1539,0
5.	Михалков С.	69	972,0	Ролинг Дж.	10	970,2
6.	Гурина И.	33	744,0	Михалков С.	58	740,1
7.	Носов Н.	52	571,5	Носов Н.	45	606,2
8.	Емец Д.	31	524,2	Маршак С.	52	570,0
9.	Пушкин А.	57	520,4	Крылов И.	57	553,1
10.	Андерсен Г.	41	478,6	Емец Д.	46	546,2

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

1.2. Издательская система современной России.

За последние годы издательская система не претерпела существенных изменений в количественном отношении. Согласно данным Российской книжной палаты, в 2008 г. общее число действующих в стране издательств, выпустивших хотя бы одну книгу в год (основную часть которых составляют средние и мелкие предприятия) составило 5702 (за год их число выросло на 124), при этом число активно действующих издательств, формирующих издательскую систему России и выпускающих как минимум 12 книг в год (в среднем 1 книгу в месяц) составило в 2008 году лишь 1280 (в 2007 г. их число составляло 1244). Вместе с тем, активно пробивает себе дорогу тенденция дальнейшей концентрации издательского бизнеса. В последние годы путем слияний и поглощений в структурах крупных издательств и издательских групп появляются все новые импринты, которые еще недавно были независимыми издательствами (см. табл. 8). Особенно показательна в этом отношении издательская группа «АСТ», осуществляющая свою деятельность под одиннадцатью торговыми марками и при этом реализующая совместные издательские проекты еще с девятнадцатью издательствами. Другой издательский гигант – «Эксмо» – напротив, под иными импринтами книг не выпускает, а имеет лишь партнерские отношения с рядом издательств (напр., «Яуза»), многие из которых выступают для него в роли пэкедженеров. При этом издательство «Эксмо» владеет долей 51% в издательстве «Сидиком» и 25%+1 в издательстве «Манн, Иванов и Фербер».

Таблица 8. Состав отдельных издательских групп России (импринты ведущих издательств России)

Издательство / издательская группа	Импринты
«АСТ»	«АСТ»
	«Астрель»
	«Астрель СПб»
	«Восток-Запад»
	«Издательский дом Наталии Правдиной»
	«Мир энциклопедий Аванта+»
	«Прайм-Еврознак»
	«М-Пресс»
	«НТ Пресс»
	«Сова»
	«У-Фактория»
«Азбука-Аттикус»	«Аттикус»
	«Азбука-классика»
	«Махаон»
	«Иностранка»
	«КоЛибри»
	«Веды»
	«Фантастика»
«Дрофа»	«Дрофа»
	«Дрофа-Плюс»
	«ДИК»
«Инфра-М»	«Инфра-М»
	«Норма»
	«Весь Мир»
	«Форум»
	«Альфа-М»
	«Вузовский учебник»
	«Энциклопедия»

	«Риор»
	ИД «Форум»
	«Магистр»
	«Вадим-синема»
Корпорация «Федоров»	«Федоров»
	«Учебная литература»

Источник: данные компаний.

Российская книжная палата ежегодно составляет список 100 крупнейших российских издательств по числу выпускаемых изданий. Издательства, включенные в этот список по итогам 2008 года, выпустили более 50% всех названий книг и брошюр. По сравнению с 2007 г. вдвое возросло число издательств выпускающих более тысячи названий в год. В списке 100 ведущих российских издательств осталось только 8 компаний, выпускающих менее 200 названий в год, а в 2007 г. их было более 20. Значительно увеличили свой выпуск два гиганта российской книжной индустрии, с большим отрывом опережающие всех остальных: издательская группа «АСТ» довела число выпускаемых изданий почти до 10 тысяч (9884), а издательство «Эксмо» вышло за этот предел и выпустило в 2008 г. 10439 названий книг, значительно перекрыв свои прошлогодние показатели. Их общая доля в книжном выпуске по числу названий по стране составила 16,5%. Идущий на третьем месте ростовский «Феникс» отстал от лидеров почти на порядок (1261 название). Еще более отчетливо проявляется тенденция концентрации производства в сфере тиражей. Если половину всего книжного выпуска, как отмечено выше, обеспечивают 100 издательств, то половину суммарного тиража – только 14. Издательство «ЭКСМО» выпустило без малого 100 млн. экземпляров (99,7 млн. книг и брошюр), или 13,1% от совокупного тиража по стране, а группа «АСТ» – 71,4 млн. экз. или 9,4%, их совместная доля в тираже составила, таким образом 22,5%.

Число издательств, выпустивших издания общим тиражом более 10 млн. экз., возросло до 10 (в 2007 г. – 8), причем, некоторые из них значительно превысили этот показатель («Просвещение», «Дрофа», «Эгмонт Россия Лтд», «Фламинго»). Общее число издательских структур, выпустивших более 1 млн. экз. книг и брошюр, составило 57 против 48 в 2007 г.

Таблица 9. 20 издательств, выпустивших наибольшее количество названий книг в 2007 и 2008 гг.

№ п/п	Издательство	Число книг и брошюр, печ.ед. 2007 г.	Число книг и брошюр, печ.ед. 2008 г.	Изменение (абсол.)	Изменение (%)
1.	Эксмо	6553	10439	+3886	+59,3%
2.	АСТ	7681	9884	+2203	+28,6%
3.	Феникс	932	1261	+329	+35,3%
4.	Дрофа	1414	1222	-192	-13,5%
5.	Росмэн	600	1154	+554	+92,3%
6.	ИЦ Академия	906	1129	+223	+24,6%
7.	Просвещение	1068	1078	+10	+0,9%
8.	Экзамен ХХІ	556	1065	+509	+91,5%
9.	Рипол-классик	766	1056	+290	+37,8%
10.	Эгмонт Россия Лтд.	1084	1047	-37	-3,4%
11.	Мир книги	599	839	+240	+40,0%
12.	Стрекоза-Пресс	526	825	+299	+56,8%
13.	Питер	632	813	+181	+26,6%
14.	Азбука-классика	646	790	+144	+22,2%
15.	Фламинго	561	713	+152	+27,0%
16.	Центрполиграф	611	710	+99	+16,2%
17.	ОЛМА Медиа Групп	922	676	-246	-26,6%
18.	Стандартинформ	579	614	+35	+6,0%
19.	Вече	419	582	+163	+38,9%
20.	Аттикус	424	577	+153	+36,0

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

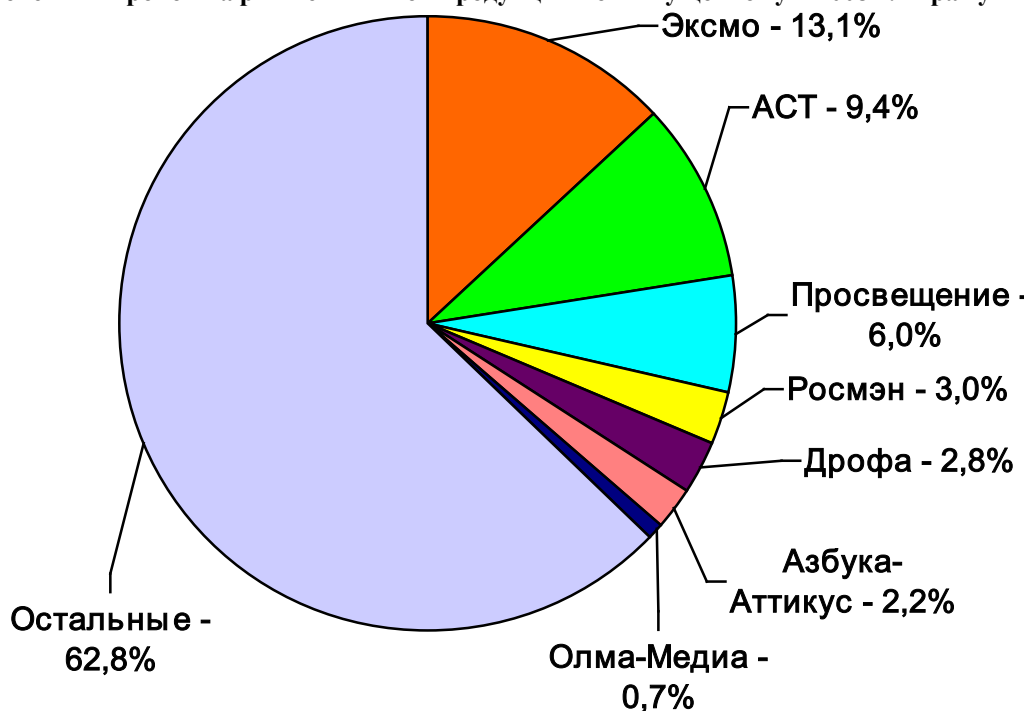
Таблица 10. 20 издательств выпустивших книги наибольшими тиражами в 2007 и 2008 гг.

№ п/п	Издательство	Общий тираж, тыс.экз. 2007	Общий тираж, тыс.экз. 2008 г.	Изменение (абсол.)	Изменение (%)
1.	Эксмо	70712,8	99680,7	+28967,9	+40,9%
2.	АСТ	55125,1	71417,7	+16292,6	+29,5%
3.	Просвещение	45136,6	45661,1	+524,5	+1,1%
4.	Фламинго	27249,0	29880,0	+2631,0	+9,6%
5.	Дрофа	27157,4	21972,6	-5184,8	-19,0%
6.	Эгмонт Россия Лтд.	17421,3	20359,9	+2938,6	+16,8%
7.	Баласс	10151,0	16343,8	+6192,8	+61,0%
8.	Экзамен ХХІ	7285,5	16065,7	+8780,2	+120,5%
9.	Росмэн	8606,6	11634,2	+3027,6	+35,1%
10.	Рипол-классик	8646,9	11176,9	+2530	+29,2%
11.	Мир книги	10230,4	11108,2	+877,8	+8,5%
12.	Аттикус	6753,0	10146,0	+3393,0	+50,2%

13.	Стрекоза-Пресс	5585,0	9369,0	+3784,0	+67,7%
14.	Вентана-Граф	6710,1	8863,0	+2152,9	+32,0%
15.	Азбука-классика	5248,0	7076,3	+1828,3	+34,8%
16.	Омега	6213,0	5995,0	-218,0	-3,5%
17.	ОЛМА Медиа Групп	9451,7	5994,8	-3456,9	-36,5%
18.	Центрполиграф	5380,9	5881,1	+500,2	+9,2%
19.	Самовар	5799,0	5784,0	-15,0	-0,2%
20.	Феникс	4071,3	5062,0	+990,7	+24,3%

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

Рисунок 3. Доли ключевых игроков на рынке книжной продукции по выпущенному в 2008 г. тиражу



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

В развитии современной издательской системы России отчетливо прослеживается давняя тенденция, которая была унаследована от дореволюционного прошлого, а еще более усилена в советский период. Речь идет о тяготении всего книжного бизнеса к центральным районам России и высокой концентрации издательской активности в Москве и отчасти в Санкт-Петербурге.

Доля издательств, расположенных в Москве и Санкт-Петербурге, в общем объеме книжного выпуска в России составляет около 70% по количеству названий и свыше 90% – по тиражам выпускаемых книг и брошюр. Такая ситуация, кстати, достаточно типична для многих ведущих книгоиздательских держав (за исключением, быть может, США и Германии): почти в любой стране можно выделить один-два книжных центра, на долю которых приходится львиная доля выпуска общенациональной книжной продукции. Так, в Великобритании деятельность подавляющего большинства издательств носит экспортно-ориентированный характер, в связи с чем они стремятся разместить свои инфраструктуры в Лондоне или его окрестностях – ближе к лондонскому порту. В Китае двумя главными центрами книгоиздания с давних времен являются столица Пекин и портовый мегаполис Шанхай. В Испании книгоиздание на испанском языке сосредоточено преимущественно в районе Мадрида, а на каталонском – в Барселоне.

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

Данные по географии книгоиздания демонстрируют доминирующую роль Москвы, где расположена примерно половина всех действующих издательств страны (причем практически все крупнейшие издательства, выпускающие определяющую долю суммарного тиража книг и брошюр). На долю Москвы приходится 3/5 названий и 5/6 тиражей. Доля Санкт-Петербурга – около 7% названий и 7% общенациональных тиражей.

Скромный удельный вес регионов в общем выпуске печатной продукции и их отставание в темпах динамики принято объяснять прежде всего монополизацией книжного рынка. Несколько столичных гигантов издательской индустрии во многом определяют общую картину на рынке.

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

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

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

Таблица 11. 10 региональных издательств, выпустивших наибольшее количество книг и брошюр в 2007 и 2008 гг.

№ п/п	Издательство	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
	2007			2008		
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	932	4071,3	Феникс (Ростов-на-Дону)	1261	5062,0
2.	Учитель (Волгоград)	435	3704,9	Тюменский государственный университет	407	157,3
3.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	212	991,3	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	371	2559,1
4.	Китап (Уфа)	210	1087,5	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	347	3219,0
5.	Полиграфист (Тюменская обл.)	196	196,3	Южно-Уральский государственный университет	315	38,8
6.	Учебная литература (Корпорация «Федоров») (Самара)	184	3449,0	Саратовский государственный технический университет	307	46,4
7.	Академия Холдинг (Ярославль)	181	1354,0	Учитель (Волгоград)	286	2197,1
8.	Ассоциация XXI век (Смоленск)	161	5269,7	Китап (Уфа)	268	1204,2
9.	Объединенный институт ядерных исследований (Московская обл.)	154	46,3	Чувашский государственный университет	249	74,9
10.	Волгоградское научное издательство	146	36,2	Донской государственный технический университет	244	43,0

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

Таблица 12. 10 региональных издательств, выпустивших книги и брошюры наибольшими тиражами в 2007 и 2008 гг.

№ п/п	Издательство	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство	Кол-во названий	Общий тираж, тыс. экз.
	2007			2008		
1.	Ассоциация XXI век (Смоленск)	161	5269,7	Ассоциация XXI век (Смоленск)	168	6793,1
2.	Лицей (Саратов)	127	4898,1	Феникс (Ростов-на-Дону)	1261	5062,0
3.	Титул (Калужская обл.)	77	4352,0	Титул (Калужская обл.)	78	4770,0
4.	Феникс (Ростов-на-Дону)	932	4071,3	Лицей (Саратов)	128	4633,1
5.	Учитель (Волгоград)	435	3704,9	Клуб семейного досуга (книжный клуб) (Белгород)	218	3764,0
6.	Учебная литература (Корпорация «Федоров») (Самара)	184	3449,0	Учебная литература (Корпорация «Федоров») (Самара)	171	3648,3
7.	Клуб семейного досуга (Белгород)	99	1963,7	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	347	3219,0
8.	Академия Холдинг (Ярославль)	181	1354,0	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	371	2559,1
9.	Литур (Екатеринбург)	35	1345,5	Владис (Ростов-на-Дону)	227	2250,0
10.	Китап (Уфа)	210	1087,5	Учитель (Волгоград)	286	2197,1

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

Многие операторы книжного рынка – причем не только региональные издательства, но и столичные, средние и малые – с тревогой говорят о ситуации с распространением своих книг. Розничная книжная торговля в последние годы расширяется, но прирост числа магазинов достигается в первую очередь за счет сетей.

Для сравнения вкратце рассмотрим ландшафт мировой книгоиздательской индустрии. В 2008 г. профессиональными журналами «Livres Hebdo» и «Publishers Weekly» был составлен рейтинг мировой книгоиздательской индустрии, включающий 35 крупнейших издательских домов, который характеризует уровень концентрации издательского бизнеса (см. табл. 13.)¹.

¹ Publishers Weekly. – 2008. – № 28. – P. 27-30.

Таблица 13. 35 крупнейших издательских домов мира

Место	Издательский дом (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	2006 Доходы (млн. долл. США)*	2007 Доходы (млн. долл. США)*
1.	Thomson	The Woodbridge Co. Ltd	Канада	6 641,00	7 296,73
2.	Pearson	Pearson Corp.	Великобритания	7 301,00	7 025,52
3.	Bertelsmann	Bertelsmann AG	Германия	5 995,60	6 412,32
4.	Reed Elsevier	Reed Elsevier Corp.	Великобритания / Нидерланды	7 606,30	6 156,82
5.	Wolters Kluwer	Wolters Kluwer	Нидерланды	4 800,90	4 982,98
6.	Hachette Livre	Lagardère	Франция	2 567,50	3 109,80
7.	McGraw-Hill Education	The McGraw-Hill Companies	США	2 524,00	2 705,38
8.	Reader's Digest	Reader's Digest	США	2 386,00	2 690,78
9.	Houghton Mifflin Harcourt	Education Media and Publishing Group Ltd.	США / Каймановы острова	Данные отсутствуют	2 500,00
10.	De Agostini Editore	Gruppo De Agostini	Италия	2 435,28	Данные отсутствуют
11.	Scholastic	Scholastic Corp.	США	2 283,80	2 179,78
12.	Holtzbrinck	Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	Германия	1 931,58	Данные отсутствуют
13.	Grupo Planeta	Grupo Planeta	Испания	1 319,50	1 460,00
14.	Informa	Informa plc	Великобритания	1 271,14	1 455,04
15.	Cengage Learning (бывшая Thomson Learning)	Apax Partners et al.	Канада / США	Данные отсутствуют	1 413,95
16.	HarperCollins	News Corp.	США	1 312,00	1 347,14
17.	Springer Science and Business Media	Cinven and Candover	Великобритания / Германия / Италия / Франция	1 201,20	1 322,76
18.	Shogakukan	Shogakukan	Япония	Данные отсутствуют	1 315,19
19.	Kodansha	Kodansha	Япония	1 180,92	1 291,45
20.	Shueisha	Shueisha	Япония	Данные отсутствуют	1 242,46
21.	John Wiley & Sons	John Wiley & Sons	США	1 044,19	1 235,01
22.	Editis	Wendel Investissement	Франция	981,50	1 110,04
23.	RCS Libri	RCS Media Group	Италия	937,82	1 066,97
24.	Bonnier	The Bonnier Group	Швеция	769,56	975,00
25.	Oxford University	Oxford University	Великобритания	786,11	899,68
26.	Simon & Schuster	CBS	США	807,00	886,22
27.	Grupo Santillana	PRISA	Испания	635,44	817,60
28.	Mondadori (book division)	The Mondadori Group	Италия	571,35	649,70
29.	Kadokawa Publishing	Kadokawa Holdings Inc.	Япония	808,60	631,81
30.	Klett	Klett Gruppe	Германия	520,00	613,20
31.	Gakken	Gakken Co. Ltd	Япония	682,89	605,00
32.	Gruppo editoriale Mauri Spagnol	Messagerie Italiane	Италия	629,20	541,66
33.	Cornelsen	Cornelsen	Германия	451,10	529,10
34.	WSOY Publishing and Educational Publishing	Sanoma WSOY	Финляндия	401,70	470,85
35.	Harlequin	Torstar Corp.	Канада	407,03	467,44

* – включают доходы от реализации печатной и мультимедиа-продукции, а также электронных продуктов и услуг.

Источник: «Publishers Weekly».

Только 6 из 35 крупнейших книгоиздателей в мире в 2007 г. базировались в США. McGraw-Hill Education является крупнейшей американской книгоиздательской группой, за которым следует Reader's Digest. Как и их зарубежные конкуренты, большинство американских книгоиздателей получают значительную часть дохода от международных операций.

Первое место как крупнейшая книгоиздательская компания мира, исходя из результатов продаж 2007 г., заняла Thomson Corp., несмотря даже на продажу своего подразделения «Thomson Learning». Компания также позиционировала себя больше как цифровой издатель, нежели традиционный – большая часть доходов была получена благодаря электронным продуктам и услугам. Тем не менее, наибольший объем информации, которую Thomson Corp. предоставляет в разнообразных профессиональных областях, имеет свои основания в книгах и журналах. С приобретением Reuters Thomson в 2008 г. стала известна как Thomson Reuters. Издательская группа «Pearson» в 2007 г. осталась на втором месте. Хотя в сравнении с Thomson издательская компания «Pearson» является больше традиционным книжным издателем, тем не менее, эта издательская группа получает все более значительную часть своих доходов – более 1 млрд. долл. США в 2007 г. – благодаря продаже технологичных продуктов и услуг, в особенности на образовательном и оценочном рынках (education and assessment markets). Компания укрепила свои позиции в этих сегментах с приобретением у Harcourt тестового и международного образовательного

подразделений в результате сделки, закрытой в январе 2008 г. Продав свое образовательное подразделение, издательская компания «Wolters Kluwer» сосредоточилась на профессиональном рынке, занимая пятое место среди ведущих издателей в мире. В 2007 г. две новые компании, благодаря приобретениям, вошли в топ-15 крупнейших книжных издателей в мире. Так, объединенная компания «Houghton Mifflin Harcourt» завершила 2007 г. на девятом месте. 15 место заняла Cengage Learning, которая была образована, когда фирма «Ara Partners» и канадский пенсионный фонд «OMERS» приобрели Thomson Learning.

Обращает на себя тот факт, что крупнейшие издательские группы мира не являются в «чистом виде» книгоиздательскими, а либо являются подразделениями мультимедийных компаний, либо являются компаниями с диверсифицированным медийным бизнесом, предлагающим на рынок различный контент, причем как «базирующийся» на книжном продукте (напр., аудиокниги), так и не базирующийся на нем. При этом рынки реализации продукции этих компаний далеко не ограничиваются границами одной страны. Также показателен и тот факт, что в списке крупнейших издательских домов мира не представлены компании из Китая (крупнейшей книгоиздающей державы мира), Индии и России. В примечании к таблице в журнале «Publishers Weekly» указывается, что данные для нее заимствованы из публично доступных, т.е. открытых источников и включают в себя объемы продаж книг, журналов и цифровых продуктов. Российские издатели, как известно, данные о своих продажах или доходах не публикуют. То же самое можно сказать об издательствах КНР и Индии. Так, например, в пресс-релизах, подготовленных к Франкфуртской ярмарке 2008 г., данных по отдельным издательствам ни КНР, ни Индия не указали. Кроме того, следует отметить, что в этих трех странах практически нет издательств, масштабы которых были бы сравнимы с объемами деятельности тех издательств, которые оставили список. Если расширить список дальше, то из китайских издательств в него попадает лишь издательство «Higher Education Press» с годовым доходом в 300 млн. долл. США (44 место). Что касается российских издательств, то, на наш взгляд, лишь «Эксмо» и «АСТ» могли бы претендовать на включение в этот список, если бы они согласились опубликовать данные о своих продажах. Говоря об Индии, необходимо отметить, что в отношении количественных показателей индийского книгоиздания до сих пор существуют серьезные расхождения во мнениях. Во всяком случае, данные ЮНЕСКО (UNESCO Statistical Yearbook) и Международной ассоциации издателей (IPA) по этому вопросу отличаются в разы. На наш взгляд, именно в этом состоит основная причина, по которой ни одно из издательств Индии не попало в список ведущих мировых книгоиздателей. Кратко дадим характеристику ведущим издательским группам, вошедшим в рейтинг.

Thomson

Владелец – канадское семейство Томсон, но штаб-квартира находится в США (Стемфорд, штат Коннектикут). Основная специализация формируется за счет научной и профессиональной литературы (право, финансы, налоги, медицина). Отделения и филиалы существуют в 45 странах.

Pearson

Группа является крупнейшим в мире издателем школьных учебников. Отделения и филиалы находятся в 60 странах. В состав группы «Pearson» входит британская издательская группа «Penguin». Pearson также владеет крупнейшими в мире экономическими ежедневными газетами «Financial Times» и «Les Echos».

Bertelsmann

Bertelsmann – один из крупнейших в мире мультимедийных концернов, является собственностью фонда Бертельсмана (по имени основателя) и семьи Мон. Книгоиздательская деятельность осуществляется в рамках объединений «Random House» и «Bertelsmann Direct Group». Представляет крупнейшего в мире издателя неспециальной литературы. Имеется около 100 отделений и филиалов во всем мире, большинство из которых объединено в группе «Random House». У «Bertelsmann Direct Group» – три направления деятельности: книжные клубы, Интернет-торговля и розничная книжная торговля. Книжные клубы, действующие в 22 странах, включают более 35 млн. членов. Направление розничной торговли представлено книготорговыми цепями «Privat», «Alsatia/Forum», «Place Media» (Франция) и «Bertrand» (Португалия).

Reed Elsevier

Штаб-квартиры группы располагаются в Лондоне, Амстердаме и Нью-Йорке. В различных странах мира имеется более 200 отделений и филиалов. Основная специализация: научная, медицинская, юридическая и экономическая литература. Также издает американский профессиональный журнал «Publishers Weekly». Отделение группы «Reed Exhibitions» выступает организатором Лондонской книжной ярмарки, Парижского книжного салона, Токийской книжной ярмарки, выставок BookExpo America BookExpo Canada, Каннского фестиваля рекламы «Каннские львы».

Wolters Kluwer

Штаб-квартира находится в Амстердаме. Существует пять крупных специализированных международных отделений: Legal, Tax & Regulatory Europe (право, финансы, налоги, управление, здравоохранение, защита окружающей среды, транспорт), Health (здравоохранение), Tax, Accounting & Legal (налоги, отчетность, право), Corporate & Financial Services (обслуживание предприятий и фирм), Education (школьные учебники). Семь крупнейших филиалов концерна действуют в Нидерландах, Швеции, Великобритании, Германии, Австрии, Бельгии, Венгрии.

Hachette Livre

В настоящее время Hachette Livre представляет собой книгоиздательское отделение промышленного концерна «Lagardère». Является третьим в мире издательским объединением по выпуску школьных учебников и неспециальной литературы. Большинство издательств группы сосредоточены в Париже. Также существуют крупные отделения в Великобритании (Hachette UK – Hodder Headline, Octopus, Orion, Cassel), в Испании (Anaya, Salvat, Bruco), в США, где после приобретения Time Warner Book Group было создано отделение Hachette Book Group USA. Зарубежные отделения и филиалы формируют более 60% оборота группы.

McGraw-Hill

Является филиалом американской группы финансовой и профессиональной информации «The McGraw-Hill Companies». Имеются крупные отделения в Канаде, Великобритании, Австралии, Индии. В Индии группа, будучи представленной там с 1970 г., выступает крупнейшим издателем учебной и профессиональной литературы.

Reader's Digest

Является издателем журнала с мировой известностью «Reader's Digest Magazine». На зарубежные операции приходится более 60% оборота группы. Кроме журналов, также издается развлекательная литература. Открыты новые отделения в Боснии, Сербии, Литве, Болгарии, Казахстане и ОАЭ.

Houghton Mifflin Harcourt

В настоящее время группа является крупнейшим производителем школьных учебников в США. Издается также справочная, художественная, детская литература.

De Agostini Editore

Является мировым лидером изданий, выпускаемых тетрадями (около 60% общего оборота). 26% оборота приходится на издания, распространяемые «от двери к двери». Издаются также справочные издания, иллюстрированные издания, картографическая продукция, школьные учебники и профессиональная литература. Филиалы и отделения действуют в 30 странах. De Agostini принадлежит французское издательское объединение «Atlas» – четвертая по величине издательская группа.

Scholastic

Является ведущим мировым издателем и распространителем книг для детей и школьных учебников. Кроме США, отделения группы функционируют в Великобритании (с 1964 г.), в Австралии (с 1968 г.), в Индии, Малайзии, Индонезии, Таиланде, Сингапуре, на Филиппинах, Тайване, в Мексике, Аргентине, Пуэрто-Рико.

Holtzbrinck

Представляет собой немецкое семейное предприятие, которое принадлежит семейству Holtzbrinck. Основная специализация – художественная литература. В Германии в состав группы входят издательства: Fischer, Rowohlt, Kiepenheuer & Witsch, Droemer Knaur; в США – St Martin's Press; Henry Holt; Farrar, Straus & Giroux; Audio Renaissance; Picador; Tom Doherty Associates; в Великобритании – Pan Macmillan. Группе принадлежит также несколько учебных и научных издательств: Scientific American, Nature Publishing Group, Palgrave Macmillan, Macmillan Education (США) и J.B. Metzler (Германия).

Grupo Planeta

Крупнейшая испанская издательская группа. Ей принадлежит второе по величине французское издательское объединение «Editis». Planeta представлена во многих странах Латинской Америки: Аргентине, Мексике, Колумбии, Венесуэле, Чили, Уругвае, Эквадоре.

Informa

Книгоиздательское отделение фирмы «Informa PLC», которая занимается организацией научных семинаров, конференций и салонов (2/3 оборота компании). Книгоиздательское направление представлено издательствами «Taylor & Francis», «Routledge», «Psychology Press», «Garland».

HarperCollins

Книгоиздательское отделение News Corporation Руперта Мердока. Крупнейшие отделения действуют в США, Великобритании и Австралии.

Springer

Владелец группы – инвестиционный фонд «Cinven & Candover». Группа является одним из крупнейших в мире производителей научной, технической и медицинской литературы. Выпускается 5 тыс. книжных новинок в год. Филиалы и отделения существуют в 20 странах. Крупнейшие филиалы действуют в Нидерландах, США, Японии, Индии, Австрии, Швейцарии, Великобритании, Италии и Китае.

Shogakukan

Основная специализация – школьные учебники и педагогика. Также издаются справочная литература, словари и энциклопедии.

Kodansha

Одно из крупнейших японских издательских объединений. Владелец – семейство Номы. Основная специализация: художественная литература, издания для детей, издания по искусству, манга. Созданное в 1963 г. отделение «Kodansha International» издает научную литературу на английском языке.

Shueisha

Создано в 1926 г. группой Shogakukan в качестве издательства развлекательной литературы. В 1968 г. стало самостоятельным. Является одним из ведущих в Японии издателем манга. Shogakukan и Shueisha создали совместное предприятие Viz Media, являющееся крупнейшим в США издательством по выпуску манга.

John Wiley & Sons

43% оборота компании формируется за счет профессиональной литературы, 38% – за счет научной, технической и медицинской, 19% – за счет университетских изданий. На США приходится около 60 % оборота, на Европу – 20%, на Азию – 10%, на Австралию и Новую Зеландию – 5%, на Канаду – 4%.

Editis

Группа является вторым по величине издательским объединением Франции. До недавнего времени владельцем группы был инвестиционный фонд «Wendel Investissement». В 2008 г. Editis приобрела испанская издательская группа «Planeta». Группа «Editis» включает около 30 издательств во Франции и Бельгии.

RCS Libri

Группа является книгоиздательским отделением итальянского медиаконцерна «RCS Media». В состав группы входят издательства «Rizzoli», «Bompiani», «Sonzogno», «Adelphi» и др. Группа также включает 10-е по величине французское издательское объединение «Flammarion». Действуют филиалы в США – Rizzoli International и Universe.

Bonnier

Книгоиздательское отделение крупнейшей шведской медиагруппы, которая представлена во всех скандинавских странах. Включает издательства и книжные клубы в Швеции, Дании, Финляндии, Норвегии. Bonnier также представляет ведущее издательство детской литературы в Германии. Имеются отделения в США, Великобритании, Австралии.

Oxford University Press

Издательство Оксфордского университета, которому отчисляется 30% прибыли издательской компании. Крупнейшее в мире университетское издательство, представленное в 50 странах. Крупнейший филиал действует в США.

Simon & Schuster

Является одним из крупнейших издателей художественной литературы в США. Владелец – корпорация CBS. Действуют крупные филиалы в Великобритании, Канаде, Австралии. Выпуск названий осуществляется под импринтами «Simon & Schuster», «Scribner», «The Free Press», «Atria».

Grupo Santillana: Группа является книгоиздательским отделением крупнейшей испанской медиагруппы «Prisa». Основная специализация: школьные учебники и художественная литература. В Испании группа включает такие крупные издательства, как Taurus, Alfaguara, Aguilar и др. Оборот группы распределяется по странам следующим образом: Португалия – 35%, Бразилия – 22%, Мексика – 15%, Венесуэла – 4%, Аргентина – 3%, Колумбия – 3%. Группа также представлена в США.

Mondadori: Книгоиздательское отделение медиахолдинга «Fininvest», который принадлежит премьер-министру Италии С.Берлускони. Группа «Mondadori» занимает 28% национального рынка художественной литературы (издательства «Edizioni Mondadori», «Einaudi», «Piemme»). Выпускаются также издания по искусству, школьные учебники.

Kadokawa: Принадлежит японскому медиаконцерну «Kadokawa Holdings». Включает 7 отделений, которые специализируются на литературе различной тематики, например, художественной литературе, университетских изданиях и словарях, изданиях для детей, манга.

Gakken: Основная специализация японской группы – учебная литература, от дошкольного обучения до вузовских учебников.

Messaggerie Italiane: Итальянская группа, чьей специализацией являются книгоиздание, издание периодики, книжная дистрибуция. Принадлежит семейству Мбури. На долю отделения «Messaggerie Libri», которое занимается книжной дистрибуцией, приходится 25% национального рынка.

1.3. Диверсификация книжного бизнеса. Новые бизнес-модели.

Оформившейся тенденцией на книжном рынке России выступает интеграция книжного бизнеса в медийное пространство, выход операторов книжного рынка на медиарынок, слияние различных секторов медиарынка, что следует мировой логике развития этого процесса в 1990-е – 2000-е гг.

По мнению экспертов, интеграция книжных издательств с другими сферами медиаиндустрии связана со стагнацией книжного рынка ввиду недостаточного развития системы распространения и конкуренцией со стороны Интернет. Как отмечает Председатель правления Ассоциации распространителей печатной продукции А.Оськин, система Amazon, к примеру, представляет 169 тыс. книжных наименований в электронной версии – такой объем книг перетягивает читателей в сеть.

Издательство «Эксмо» для реализации медиапроектов создало компанию «Эксмо Медиа». В планах «Эксмо» запуск специализированных журналов, и в 2008-2009 гг. на это планировалось направить 30 млн. долл. В продаже в розничных сетях уже находятся ежемесячные журналы издательства «Эксмо: «Первоклашка», «Лучшие вузы», «Управление компанией». Тираж последнего должен возрасти в 2009 г. с 4 тыс. до 50 тыс. экз. Генеральный директор «Эксмо» О.Новиков уверен в том, что медиахолдинг представляет более понятную концепцию для партнеров и потенциальных инвесторов в сравнении с книжным издательством. По его мнению, операторы книжного рынка уже поняли, что тренд развития книжного рынка – это медиаотрасль.

Занимается диверсификацией своего бизнеса и «Олма Медиа Групп». Издательством было создано специализированное медийное подразделение холдинга «Олма новые медиа». Компания оценила объем вложений в запуск нескольких Интернет-порталов в размере 10 млн. долл. Еще 10 млн. долл. необходимы для создания редакции, генерирующей контент для сайтов.

«Олма Медиа Групп» объявляет о планах по более активному сотрудничеству с Google по дигитализации книг, по тестированию электронных изданий, выпуску качественных аудиокниг, разработке мобильного контента для телефонов и коммуникаторов. В качестве другого примера диверсификации книжного бизнеса можно привести пример издательской группы «АСТ», где в качестве отдельного направления деятельности выступает издание журналов. В их число входят: русскоязычная версия журнала «National Geographic», журналы «Рыбалка на Руси», «Охота», «Часы», «Estetica», «Друг», «В мире животных» и др. Летом 2008 г. «АСТ» выпустило новую книгу С.Лукияненко «Конкуренты», в основу повествования в которой легла онлайн-игра Starquake.

1.4. Рынок аудиокниг в России.

Для традиционных книжников первым шагом в распространении бизнеса на область цифровых форматов стали проекты по выпуску самостоятельных аудиоверсий текстов, права на которые им принадлежали.

В течение нескольких лет собственными подразделениями по выпуску аудиокниг располагают издательская группа «АСТ», издательство «Росмэн». В сентябре 2007 г. издательство «Эксмо» заявило и покупке 51% акций бизнес-направления аудио книг компании «Сидиком».

На привлекательность в первую очередь аудионаправления для книгоиздателей повлияли два обстоятельства:

- появление и широкое распространение аудиоформата mp3, который значительно удешевлял продукт на выходе;
- высокая степень адаптируемости как правило «коробочного» аудиоконтента к традиционным книжным каналам реализации.

То есть, аудиокниги оказались продуктом более «управляемым» касательно налаживания его дистрибуции и регулирования авторских прав.

Сегодня книги деловой тематики, выпускаемые издательствами «Альпина Бизнес Букс», «Манн, Иванов и Фербер» и др., можно приобрести не только на бумажном носителе, но также и в формате MP3.

Обладание книжными издательствами значительным пакетом эксклюзивных авторских договоров предоставляет им очевидное конкурентное преимущество по отношению к независимым аудиопроизводителям на рынке аудиокниг. Последние уже начали испытывать трудности в конкуренции с лидерами книгоиздания за авторские права.

Несмотря на достигнутый прогресс в выпуске аудиокниг, следует признать то, что рынок аудиокниг в России все еще отличается скромными масштабами. Для сравнения: согласно данным Ассоциации аудиоиздателей США (The Audio Publishers Association), рост продаж аудиокниг в мире ежегодно исчисляется 6-10%, не так давно была преодолена планка продаж в 1 млрд. долл. В европейских книжных магазинах на долю аудиокниг приходится 10-15% продаж. Все крупнейшие мировые книжные «премьеры» сегодня сопровождает вывод на рынок аудиоверсий. В Соединенных Штатах в рамках церемонии вручения музыкальной премии «Грэмми» предусмотрена номинация «Лучшая аудиокнига».

По оценкам экспертов, годовой объем продаж аудиокниг в России находится на уровне примерно 10 млн. долл. Удельный вес аудиокниг в продажах Интернет-магазина «Ozon.ru» в денежном выражении в 2007 г. был менее 2%, в 2008 г. – 3-4%. В магазинах же доля продаж аудиокниг не выше 1,2%. Заметим, что эти показатели характеризует главным образом положение дел в Москве и Санкт-Петербурге. Однако это не влияет на оптимистичные прогнозы российских экспертов, которые

полагают, что объем рынка аудиокниг в 2011 г. возрастет до 100 млн. долл. в основном благодаря расширению потребительской базы, а не за счет удорожания продукта. Однако возможным препятствием на этом пути может стать кризис.

Эксперты не склонны полагать, что этот рост произойдет за счет традиционной книги. Например, в Соединенных Штатах в настоящее время место для не менее чем половины прослушиваний аудиокниг представляет автомобиль, и в продвижении аудиопродукта весомая роль принадлежит самим автопроизводителям. В России спрос на аудиокниги стимулируется, с одной стороны, стремлением людей к технологичности, с другой – ростом числа автомобилистов и таким распространенным явлением, как «пробки» на дорогах. И в таких ситуациях вряд ли будет выбираться чтение бумажных книг. Таким образом, можно говорить об отсутствии ситуационного пересечения, тем более что стремление к технологичности свойственно далеко не всем жителям мегаполисов. Следовательно, имеет под собой основания вывод о реальности и даже взаимовыгодности сосуществования аудиокниг и книг на бумажном носителе. Как считают специалисты издательства «Манн, Иванов и Фербер», бумажный и цифровой книжные продукты могут рассматриваться как товары-заменители. Потребитель выбирает удобный для себя формат, но при этом покупка одного формата не отменяет возможности покупки другого. Например, многие покупают аудиокнигу после прочтения бумажной или делают эти покупки параллельно. Бумажная книга в данном случае используется для закрепления информации и в этом варианте выступает уже товаром-дополнением.

Как отмечает генеральный продюсер «Эксмо-Сидиком» К.Красильников, «необходимо осознавать, что бесплатного входа на рынок аудиокниг в России уже не существует. Прошло пять лет, рынок состоялся и функционирует по своим законам. И если на Западе аудиокнижный сектор вырос из традиционного книгоиздательского бизнеса, что, безусловно, облегчает вход на него производителям печатной продукции, то в России в 2002 г., когда все только начиналось, аудиокнигой занялись люди из музыкального и мультимедийного бизнеса, сложилась дисковая дистрибуция со своими каналами продаж, логистикой». Появление аудиокниги в книжной торговле было связано с созданием издательской группой «АСТ» подразделения «Аудиокнига», для реализации продукции которого издательской группой были использованы собственные книготорговые схемы. Оценивая перспективы аудио- и электронных книг, генеральный директор издательства «Эксмо» О.Новиков убежден, что оба эти сегмента рынка, а особенно электронные книги, будут достаточно динамично развиваться. При этом он полагает, что не есть угроза для бумажных книг, а скорее дополнительная возможность для участников рынка увеличить свои доходы, расти более динамично и быстрее доставлять до читателей тот контент, который формируют издатели.

Относительно перспективности рынка мультимедиа-, аудиоизданий позиция директора ТД «Москва» М.Каменевой носит вполне определенный характер: «Перспективен не только аудио-, но и электронный формат книги. Данный вид книжных изданий не исключает традиционную книгу, а дополняет ее. Для России электронные издания очень актуальны, учитывая огромную территорию нашей страны. Возможность, предоставляемая читателю из самой отдаленной точки, одновременно с Москвой и Санкт-Петербургом, получить доступ к тексту любой книги – это наше счастливое будущее». Заметим, что книжный магазин «Москва», ориентируясь на спрос своих покупателей, обратился к продаже устройств для чтения электронных книг.

Рисунок 4. Тематика аудиокниг, интересующая респондентов, слушающих немзыкальные компакт-диски



Приведем еще одну экспертную оценку (журнал «Книжная индустрия»): «Уже сегодня большинство книжных издательств вынуждены выстраивать свою стратегию, исходя из неизбежности присутствия в отрасли продукта-субститута в качестве мощного фактора». По мнению аналитиков издания, дальнейшее сокращение потребительского рынка бумажной книги сдерживают в настоящий момент высокие «издержки переключения» для большинства потребителей, связанные с финансовыми затратами на приобретение дополнительного оборудования (плеер, компьютер), с психологическими барьерами (необходимость освоения незнакомого устройства) и временными затратами.

1.5. Перспективы электронного книгоиздания в России.

Согласно оценкам экспертов, в России объем рынка электронных книг в 2005 г. определялся показателем 0,6 млн. долл., а к 2009 г. достиг отметки 0,9 млн. долл., что являет собой крайне незначительный показатель роста.

Как любое новое направление деятельности, электронное книгоиздание переживает период становления, что характеризуется неустойчивостью показателей и отсутствием стабильных взаимосвязей внутри отрасли.

Электронные издания имеют несколько форм (способов) представления информации:

- электронные издания на съемных (оптических) носителях;
- электронные издания в виде файлов для использования на «устройствах для чтения» (e-book);
- сетевые информационные ресурсы;
- комбинированные (диск/сеть) издания.

Сетевые электронные издания не имеют на сегодняшний день единой системы регистрации, прежде всего из-за отсутствия национальной системы архивирования и хранения сетевых версий изданий, недостаточно разработанной нормативной базой в части защиты информации и охраны прав производителей и владельцев информационных ресурсов. Динамичный рост количества электронных изданий на съемных носителях (первоначально на дискетах, впоследствии – на оптических дисках) потребовал создания специализированной структуры по их учету. Такая потребность выразилась включением данного вида продукции в Федеральный Закон «Об обязательном экземпляре» в 1994 году, что послужило основанием создания Депозитария электронных изданий – структурного подразделения ФГУП НТЦ «Информрегистр». Анализ рынка электронных изданий основывается на данных фонда Депозитария и отражает развитие сегмента рынка изданий на съемных носителях. Следует отметить, что многие российские производители не выполняют предписанную законом «Об обязательном экземпляре документов» регистрацию изданий, поэтому представленная в Депозитарии информация об электронных изданиях не является исчерпывающей. По состоянию на июль 2008 года фонд Депозитария составлял около 13500 наименований электронных изданий, что является достаточно репрезентативной выборкой данного сегмента рынка.

Серьезную проблему развития рынка электронного книгоиздания представляет отсутствие сводной информации о выпускаемой продукции. Информация об электронных изданиях не носит систематического характера. Основные источники сведений – каталоги издательств, рекламные материалы, каталоги библиотек – содержат разнородную, трудно сравнимую информацию, не отражающую свойств электронных изданий.

В настоящее время электронные издания выпускают около 400 издающих организаций, при этом на долю стабильных приходится 12%, остальные же возникают, реорганизуются и прекращают существование. Изданием электронной продукции занимаются фирмы, специализирующиеся в области компьютерных технологий, учебные и научные учреждения, рекламные организации. Структура рынка, по данным НТЦ «Информрегистр», выглядит следующим образом: 43% электронных изданий представляются коммерческими издательствами, профессионально занимающимися выпуском электронных изданий; 57% – некоммерческими издательствами (издания системы образования, науки, культуры). Если обращаться к оценке регионального распределения изданий, то примерно 90% продукции приходится на Москву и Санкт-Петербург.

Одна из важнейших проблем рынка – пиратские издания. Мониторинг электронных изданий показывает, что пиратские издания составляют около 80% продукции, представленной на развалах и лотках. Хотя точных данных о масштабах выпуска пиратских изданий на сегодняшний день нет, эксперты считают, что эта цифра приблизительно адекватна проценту видеопиратства.

Еще одна проблема, которая может быть выделена, – несоблюдение издателями каких-либо стандартов, требований в оформлении электронных изданий.

Развитие бизнеса, который опирается на цифровой контент, осуществимо, если и производитель (поставщик), и потребитель получают реальную выгоду. Прибыльность данного бизнеса зависит непосредственно от формирования структурированной системы дистрибуции. Пока реализационные схемы отличаются неупорядоченностью, о прибыльности данного бизнеса для производителя говорить не приходится. Большинство издателей или авторов (правообладателей) расценивают сегодня электронное книгоиздание скорее в качестве рекламной поддержки основного бизнеса по выпуску традиционных книг на бумажном носителе.

В современных условиях электронная книга в России представляет собой, как правило, текстовый файл в виде записанного на сервер материала стоимостью 25-30 руб. При продажах цифрового контента посредством его прямого скачивания покупателем с сервера оператора отсутствуют возможности для контроля данного процесса. Естественно, правообладатель получает от оператора отчет о количестве продаж-скачиваний, которые и определяют размер комиссионных, и правообладателю не остается ничего иного, как только полагаться на эти сведения, принимая их на веру. В то же время, сегодня от Интернета и развивающихся в последнее время электронных носителей исходит серьезная угроза традиционному книгоиздательскому бизнесу. В Интернете, и особенно в Рунете, стремительно развивается идеология бесплатного «показа» информации, разрушающая финансовую модель копирайта. В настоящее время по различным оценкам существует до 5000 бесплатных «электронных библиотек», каждая из которых содержит от нескольких сотен до нескольких сотен тысяч русскоязычных текстов. Большинство из них содержат охраняемые авторским правом тексты произведений.

Деятельность «электронных библиотек» в подавляющем большинстве случаев осуществляется без получения какого-либо согласия от правообладателей. Лишь в единичных случаях они действуют в соответствии с требованиями части IV Гражданского кодекса Российской Федерации – на основании договоров с правообладателями. Так действует, в частности, электронная библиотечная система «КнигаФонд», заключившая к настоящему времени договоры с 73 издательствами и

предоставляющая доступ к более чем 17 000 учебных и иных изданий с ежемесячным пополнением доступных для использования фондов на полторы – две тысячи единиц контента.

Значительная часть «нелегальных» библиотек создается и поддерживается ВУЗами, при этом оцифровка книг и их размещение в сети нередко осуществляется государственными библиотеками, ВУЗами и иными государственными организациями на бюджетные средства. Часть вузовских библиотек ограждена от прямого доступа внешних читателей, что, однако, не устраняет проблемы несоблюдения ими требований законодательства Российской Федерации об авторском праве (положений к части IV ГК РФ).

Одной из проблем является отсутствие нормативной базы, позволяющей бюджетным учреждениям, в том числе вузам, направлять средства на подключение к легальным электронным библиотечным системам.

Попытки борьбы с нелегальными электронными библиотеками не имели системного характера, судебное преследование осуществлялось эпизодически, меры административного и уголовного воздействия фактически не применялись. В результате число таких бесплатных нелегальных «электронных библиотек» постоянно возрастает, что затрудняет развитие платных легальных электронных ресурсов.

В то же время сами издатели в ряде случаев лишены возможности использовать собственные издания даже на своих сайтах или предоставлять разрешения на их использование другим заинтересованным организациям. Это связано с тем, что у многих издателей оказывается недостаточно прав для обеспечения такого «электронного использования», в частности, многие издатели не приобретали у правообладателей права на доведение произведений до всеобщего сведения, действующие в российском законодательстве с 2006 года и предусмотренные также частью IV ГК РФ. В результате использование множества изданий оказывается заблокированным. Кроме того, значительная часть учебной литературы создается самими вузами на бюджетные средства, но при этом отсутствует правильное оформление прав и, соответственно, оказывается невозможным дальнейшее правомерное использование таких созданных за бюджетный счет изданий.

Между тем, компания «Google» в настоящее время стремится с помощью судебного прецедента закрепить за собой право использования в Интернете «по умолчанию» любого произведения, изданного любым издательством (кроме специально исключаемых из такого использования). Таким образом, возможно создание монопольной системы электронного распространения книг и иных изданий в Интернете, в отношении которой у российских издателей останется возможность только присоединиться на продиктованных им условиях.

Никакой реальной конкуренции подобной системе в России создать не удастся, если только не использовать системы коллективной реализации издателями своих прав на базе специально уполномоченного общества по коллективному управлению авторскими правами. Однако в случае использования систем коллективного управления необходимо придерживаться подхода, предусматривающего обязательное депонирование пользователями крупных сумм вознаграждения для правообладателей до начала использования изданий, чтобы исключить создание организаций-однодневок, которые будут получать лицензию на использование произведений, извлекать выгоду из такого использования, но в дальнейшем уклоняться от выплаты вознаграждения. Необходимо также введение единых стандартов учета произведений и их использования в электронной цифровой форме.

Таким образом, перспективы рынка электронных книг зависят от достижения прозрачности для правообладателей реализационных схем, от возможности для потребителя не только пользоваться ценовым выигрышем, но и получать качественный полноценный продукт. «Чтобы подхватить и продолжить жизнь книги, – отмечает генеральный директор «Директмедиа Пабблишинг» К.Костюк, – электронное книгоиздание должно усвоить существующую культуру книги. Поэтому провайдером электронных книг должны выступать издательства, занимающиеся подготовкой книги, а не массовые сайты, подобные Google или библиотеке Мошкова».

Сегодня формирование предложения электронных книг происходит вне коммерческого рынка, в результате чего качество электронного книгоиздания остается невысоким. И пока для потребителя не будет сформировано предложение электронных книг, сравнимое с тем, которым потребитель располагает применительно к бумажным книгам, мотивация для его перехода на новый формат будет носить схоластический характер. Главное же – рынок электронных книг должен предлагать полную линейку бестселлеров, дающих половину годового книжного оборота. Эксперты полагают, что стратегическая определяющая для книгоиздателей связана сегодня с возникновением сети розничных точек продаж, платных электронных библиотек и Интернет-магазинов.

В апреле 2008 г. отраслевой журнал «Книжная индустрия» провел исследование, в котором приняли участие в равных долях издатели, отдающие предпочтение традиционной книге, издатели, предлагающие электронные материалы в комплекте с печатными, а также производители аудио- и мультимедиаверсий бумажных изданий. Проведенный опрос показал, что только 6,6% принявших участие в опросе полагают, что бумажные и цифровые носители выступают непримиримыми конкурентами. Треть респондентов рассматривает традиционную и цифровую книгу в качестве принципиально различных областей бизнеса, ориентированных на непересекающиеся аудитории. Однако большинство – 53,3% все же видит в цифре и бумаге партнеров, поддерживающих продажи друг друга.

Результаты вышеназванного опроса показали, что явной тенденции в предпочтениях потребителей книги пока нет. Отвечая на вопрос: «Какому варианту отдает предпочтение ваш клиент?» в качестве приоритетного выбора издатели выделяли и бумажную книгу, и аудиоверсию, и пакетное предложение «бумага + цифра». По мнению немалого числа респондентов, книги с CD-приложением продаются лучше, что обусловлено скорее всего удобством и быстротой поиска нужной информации, несмотря на то, что приложение и ведет к увеличению цены книги.

Как считают издатели, неразвитость технологий и их дороговизна также препятствуют в настоящее время полноценному развитию рынков аудио- и электронных книг.

Надо отметить, что в обозримом будущем возможны позитивные сдвиги в этом отношении. Благоприятная почва для этих изменений создается благодаря ряду факторов:

- распространению широкополосного Интернета. В настоящее время к нему подключены до 70% пользователей в Москве и Санкт-Петербурге. Соответственно, произошло значительное расширение ассортимента, который может скачиваться напрямую, включая «тяжелые» словари Lingvo;
- устойчивому росту реализации цифровых устройств (смартфонов, DVD- и MP3-плееров и др.);

- разработке и внедрению технологии, которая позволяет правообладателю осуществлять контроль онлайн-продаж цифрового контента. В реализационной схеме «платформа-витрина» физически весь продаваемый контент находится у правообладателей, но официальный дистрибьютор отвечает за процесс продажи: обеспечивает поддержку каталога, прием и обработку заказов и платежей, логистику. Партнерские сайты (небольшие Интернет-магазины) функционируют фактически не в качестве самостоятельных торговых точек, а в качестве витрин, представляющих ассортимент, обслуживание продаж которого опять же лежит на самом дистрибьюторе.

Благодаря структуризации рынка, появлению крупных дистрибуционных центров, распространению широкополосного Интернета становится возможен переход к массовому производству нового книжного формата – мультимедийного книжного проекта. По мнению генерального директора ООО «Директмедиа Паблишинг» К.Костюка, вопрос стоит острее, чем это кажется многим книжникам. «Электронное книгоиздание – это задача адаптации книжной отрасли к цифровому веку, и двигать это направление книжники должны сами. Если издатели не смогут найти удобный для поколения «пехт» формат книги, это поколение просто не заметит книгу и проигнорирует ее». Как считает эксперт, издателям не очень стоит рассчитывать на то, что у современного читателя существует «врожденная привязанность к перелистыванию страниц». По его мнению, причины опасности для книгоиздания лежат гораздо глубже простой смены технологической платформы, поскольку издатель, работает, прежде всего, с информацией, а не просто с книгами на бумаге.

Так, в 2008 г. приступило к продаже книг в электронном виде издательство «Манн, Иванов и Фербер». Для совершения покупки необходимо зарегистрироваться на портале «ЛитРес», зайти на страницу «Деловая литература» и сделать заказ. Оплата производится с помощью кредитной карты, электронных денег, а также посредством SMS.

Стоимость электронных книг находится на уровне 100-160 руб., тогда как те же издания на бумажном носителе продаются по цене от 400 руб. Электронные книги могут читаться с экрана мобильных телефонов, смартфонов, специальных читающих устройств – ридеров. Со всеми авторами оформлен контракт, предусматривающий продажу книг в электронном виде.

Как полагают эксперты, существование удобного материального носителя – устройства для чтения, несмотря на достигнутый в этой области ощутимый прогресс, еще не является достаточным условием для развития электронного книгоиздания. В условиях, когда большая часть населения может записать в свой актив не более одной прочитанной книги в год, решающее значение приобретает проблема навигации, доступа к желаемому контенту. По мнению экспертов, чтобы устройство e-book могло существенно дополнить формат бумажной книги, нужны электронные магазины и библиотеки, позволяющие свободно выбирать из широкого спектра предложения, сравнимого с предложением бумажных книг на рынке.

Очевидно, что российский рынок электронных книг будет развиваться только в симбиозе с рынком устройств для чтения электронных книг («ридеров»), при этом «ридеры» должны предоставлять пользователям возможность скачивания контента так же легко, как скачивает музыку с iTunes пользователь iPod. Данная точка зрения находит подтверждение в статистике: через шесть месяцев после того, как «Amazon» стал продавать собственное устройство для чтения книг «Kindle», продажи электронных книг увеличились на 12%.

В феврале 2009 г. компания «Amazon» представила новую версию устройства для чтения электронных книг «Kindle-2». Новое устройство стало заметно тоньше (0,9 против прежних 1,7 см), обладает большей памятью, которая возросла с 256 Мб до 2 Гб, был ускорен процесс «перелистывания» страниц (чуть более 0,5 сек.). Загрузка текстов в «Kindle-2» по-прежнему производится через сотовую связь третьего поколения – 3G, при этом пользователем вносится плата только за книгу. «Kindle-2», как и его предшественник, предоставляет возможность прослушивания аудиокниг и музыкальных композиций. «Kindle-2» обладает такой новой функцией, как сервис по чтению текстов вслух, позволяющий использовать устройство для прослушивания книг, если у пользователя нет желания или отсутствует возможность читать (например, в автомобиле). При этом пользователь, воспользовавшись настройками, может выбрать голос, читающий тексты, – мужской или женский. К функциональным характеристикам «Kindle-2» следует отнести наличие веб-браузера, позволяющего вести поиск в Сети, заходить на различные сайты (в настоящее время на сайте компании «Amazon» – в «Kindle Store» – доступно около 230 тыс. электронных книг).

На российском рынке к популярным устройствам для чтения книг можно отнести «Sony Reader Digital Book» (хотя официально в Россию оно не поставляется), «ORSiO b721», устройства российской компании «Profile». Стоимость «Amazon Kindle» в Великобритании составляет 359 долл., в России – еще больше. «Sony Reader» также не относится к дешевым моделям. Устройство российских производителей, правда, дешевле – их стоимость составляет в среднем чуть больше 7 тыс. руб. при отсутствии, однако, ажиотажного спроса на них. Как считает ведущий аналитик «Mobile Research Group» Э.Муртазин, рынок устройств для чтения электронных книг производит крайне слабое впечатление, месячный объем продаж исчисляется в 450-500 штук. Согласно данным исследовательской компании «iSupply», к 2012 г. мировой рынок «ридеров» увеличится до 18,3 млн. устройств, что более чем в 100 раз превысит продажи 2007 г. – 150 тыс. приборов. Прогнозируется, что в денежном выражении рынок возрастет с 3,5 млн. долл. до 291,2 млн. долл.

По мнению аналитика инвестиционной компании «Финам» Т.Меньковой, сегодняшний экономический кризис формирует предпосылки для роста продаж электронных книг: «С одной стороны, их цена существенно ниже бумажных книг – разница может составлять 5-10 раз. С другой – устройства для чтения электронных книг становятся более доступными, а проникновение Интернета увеличивается. Как результат, стремящийся сэкономить потребитель будет больше внимания обращать на электронные книги». Согласно прогнозу Т.Меньковой, доходы от продаж электронных книг займут заметное место в доходах книгоиздателей через два-три года.

Реальные выгоды для потребителей цифрового контента означают доступность (моментальность получения) и преимущества интеграции текстового, звукового и видеоряда в одном продукте. В целях обеспечения моментальности получения книги, некоторые сотовые операторы начали практиковать доставку книжного контента на мобильные устройства. Так, оператор связи «Билайн» для формирования книжного предложения запустил мобильный сайт wap.lib.beeline.ru. Мобильная библиотека включает бестселлеры С.Лукияненко, С.Минаева, П.Дашковой, других популярных авторов. При чтении книг из мобильной библиотеки предусмотрена оплата только WAP-трафика по ценам тарифного плана. Любая понравившаяся книга может быть заказана с оплатой ее стоимости и доставки курьером со счета пользователя сотовой сети «Билайн».

Похожий сервис предлагает WAP-сайт waplib.ru. Для чтения с использованием данного мобильного сайта требуется телефон с поддержкой WAP и подключение к сотовому оператору, предусматривающее поддержку данной услуги.

Специализацией первого мобильного издательства «MobileBook» (www.mobilebook.ru) является издание книг в формате mobileBook для чтения с экрана мобильного телефона. Ассортимент отличает преобладание художественной литературы. Каталог включает книги с указанием кода книги и ее цены. В отправляемом SMS на короткий номер указывается код выбранной книги. В ответном сообщении дается WAP-ссылка, переход на которую позволяет скачать книгу в мобильный телефон. Ссылка на страницу скачивания является доступной на протяжении одной недели. Помимо стоимости книги, требуется оплатить также Интернет-трафик сотовой компании.

Несмотря на то, что можно прогнозировать усиление конкурентного давления электронных книг на традиционные книги, тем не менее, традиционные и электронные книги еще долго будут сосуществовать на рынке в качестве двух версий носителя контента со своими достоинствами и недостатками. Представляет интерес мнение главы Amazon Дж.Безоса, который указал на эффект синергии продаж устройств для чтения электронных книг со сбытом печатных книг. В своем интервью, появившемся в газете «Washington Post» 29 января 2009 г., он обратил внимание на то, что «те, кто приобретают устройства для чтения, не только не отказываются от обычных книг, они покупают их больше, чем обычно. Выявленное соотношение таково: на 1,6-1,7 покупаемых электронных книг приходится одна дополнительно приобретенная книга в печатной версии».

Объем рынка электронных книг в самых технологически продвинутых странах – США и Японии – приближается к отметке 100 млн. долл. Вместе с тем, согласно данным Американской ассоциации издателей, продажи «традиционных» книг за истекший 2008 г. снизились в США на 1,5%, тогда как продажи электронных книг увеличились на 55%.

Сегодня крупные зарубежные научные издательства – «Elsevier», «EBSCO Publishing», «Springer-Verlag», «Oxford University Press» и др., успешно решив задачу перехода на электронные версии своей журнальной продукции, активно занимаются переходом на выпуск монографий в электронном виде.

Издательства «Penguin» и «PanMacmillan» планируют одновременный выпуск печатных и электронных версий книг. Издания «Penguin», начиная с сентября 2008 г., стали выходить одновременно в двух форматах. Первыми в эксперимент были включены издания, выходящие под импринтом «Dorling Kindersley». В планах «Penguin» – выпуск в электронном формате 5 тыс. наименований. Издательство «PanMacmillan» с января 2009 г. также осуществляет одновременный выпуск бумажных книг и их электронных версий. При этом последние выпускаются без DRM-защиты (средств защиты авторских прав – Digital rights management), то есть без ограничений пользования. Как считают в «PanMacmillan», снятие DRM-ограничений содействует увеличению продаж.

В Соединенных Штатах издатель, выходя на рынок одновременно в форматах Microsoft Reader (Adobe Reader), устанавливает единые цены на электронный и бумажный варианты при относительно более дорогом аудио-формате. Отсутствие ценовой выгоды и DRM-ограничения на коммерческие издания представляют серьезное препятствие для массового потребления электронных книг за рубежом.

В журнале «Business Week» аналитик из компании «Sanford C. Bernstein» Дж.Линдсей (Jeffrey Lindsay) отмечает, что низкие цены на электронные книги могут «съесть» продажи печатных книг. Сегодня компании получают прибыль на 5-10% выше от продажи печатных книг в сравнении с цифровыми загрузками в Kindle стоимостью 9,99 долл.

Традиционные оптовые книготорговые компании также переключаются на продажу цифровых книг. Так, оптовая компания «Gardners» ведет переговоры с розничными торговцами относительно предоставления им онлайн-платформы для продажи электронных книг. Компания «Foyles» также изучает возможность сотрудничества с «Gardners» для продажи электронных книг на своем веб-сайте, хотя окончательное решение еще не принято. Сеть «Borders» подтвердила, что будет работать с оптовиком. «Borders» начнет продажу электронных книг на своем сайте с апреля 2009 г. Будут продаваться электронные книги, доступные в цифровом хранилище компании «Gardners» в количестве более 60 тыс. названий. «Gardners» уже выполняет заказы на физические книги на сайте «Borders».

Глава направления электронной коммерции компании «Borders» Дж.Хоукинс (Julie Howkins) отметила, что «электронные книги получают импульс. Издатели начинают относиться к ним более серьезно при растущих продажах устройств для чтения электронных книг. Электронные книги весьма продвинулись вперед даже в сравнении с ситуацией четырехмесячной давности».

В январе 2009 г. сеть «Waterstone's» указала на проблему количества производимых электронных книг, отметив, что число доступных электронных книг является недостаточным для удовлетворения растущего спроса. Более 75 000 названий доступны на сайте «Waterstone's». Ритейлер использует базирующуюся в США компанию «Overdrive». В то время как платежи проходят через ритейлера, выполнением заказов занимается «Overdrive».

Усиливающийся вес электронного книгоиздания нашел отражение в работе юбилейной 60-й Франкфуртской книжной ярмарки 2008 г. Ее особенностью явилось представление довольно большого числа книг и целых библиотек на электронных носителях. Более 42% экспонентов представили на своих экспозициях ту или иную форму электронных изданий: аудиокниги, CD, e-books. По мнению издателей, распространение электронных книг является вопросом времени, прежде всего, доступности и удобства читающих устройств – ридеров.

Как заявил в октябре 2008 г. председатель Биржевого союза немецкой книжной торговли Г.Хоннефельдер, «блоги, вики, гаджеты решительно меняют характер медиапотребления. Цифровые технологии и их влияние на книжный рынок – не новая для отрасли тема. Внове масштаб дискуссий и тот интерес прессы, который она привлекла в этом году, особенно, видимо, в связи со стремительным развитием электронных устройств для чтения книг. Дигитализация перестала быть «тайным знанием» издателей специализированной или учебной литературы и перешагнула жанровые границы».

2. КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

2.1. Современное состояние системы книгораспространения в России.

После реформ 1990-х гг. книжная торговля оказалась одним из немногих видов ритейлового бизнеса, в котором с начала 1990-х до 2000-х годов количество торговых площадей и магазинов уменьшилось, и на сегодняшний день так и не достигло того объема, который был на территории России до распада СССР. Поскольку книжная торговля была и остается далеко не самым рентабельным видом торгового бизнеса, многие книжные магазины после приватизации поменяли профиль торговли.

Так, книготорговая система РСФСР в 1989-90 гг. насчитывала почти 8,5 тыс. книжных магазинов, входящих в разные структуры торговли, самой крупной из которых была структура оптовых и розничных предприятий объединений «Союзкнига» и «Роскнига». К 2000-му году количество книжных магазинов в стране упало до 6 тыс., из которых лишь не более 3,5 тыс. сохранили книготорговый профиль. Например, в «Москниге» в 1990 году числилось 208 книжных магазинов, из них к 2000 году осталось в работать в качестве книжных менее 70. Сегодня общее число книжных магазинов в России оценивается на уровне 3600. Сегодня самые крупные, наилучшим образом технологически оснащенные книжные торговые дома действуют в Москве: «Московский Дом книги» (торговая площадь головного магазина составляет 4500 кв.м, ассортимент ок. 115 000 наименований), «Библио-Глобус» (торговая площадь 1750 кв.м, ассортимент ок. 140 000 наименований), «Молодая гвардия» (торговая площадь ок. 1300 кв.м, ассортимент ок. 80 000 наименований), «Москва» (торговая площадь ок. 750 кв.м, ассортимент ок. 43 000 наименований).

По экспертным оценкам, сегодня до 30% продаж книжной продукции по стране (в денежном выражении) осуществляется в Москве. Из регионов-лидеров по товарообороту можно также выделить Новосибирскую, Свердловскую, Ростовскую области, республики Татарстан и Башкортостан. В Российской Федерации функционирует около 20 достаточно крупных оптовых фирм (часть из них также выполняет функции библиотечных коллекторов) с ассортиментом до 50 тыс. названий книг и более (см. табл. 14) и около 200 значительно менее мощных оптовых предприятий, расположенных в основном в областных центрах. Некоторые из них имеют прямые контакты с московскими и петербургскими издательствами, основная же часть получает книжную продукцию через оптовые предприятия, созданные в регионах крупнейшими издательствами.

Однако даже крупные оптовые фирмы редко имеют в своем наличном ассортименте более 30 тыс. названий (что само по себе явно недостаточно при ежегодном книжном выпуске свыше 100 тыс. названий), остальные же позиции представлены в списках как доступные к поставке «под заказ», но на складах отсутствующие. Исключением является, пожалуй, лишь «Топ-книга» (максимальный ассортимент склада в Москве и Новосибирске достигает 100 тыс. наименований). При этом некоторые предприятия не являются оптовыми базами в привычном смысле (напр., «Регион-книга», г. Воронеж), а служат крупными оптовыми покупателями книг для своей сети магазинов.

Общая структура каналов современного книгораспространения в России представлена на рис. 5.

Таблица 14. Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований
Москва	«Эксмо»	Розница, опт	10800**
	«Пятый океан» («АСТ»)	Розница, опт	36000**
	«Амадеус» («РИПОЛ-классик»)	Розница, опт	20000**
	Книжный клуб «З6.6»	Опт	21500**
	«КноРус»	Опт, библиотечный коллектор, Интернет-магазин	55546*
	Книготорг «Инфра-М»	Опт, библиотечный коллектор	50547*
	«Лабиринт»	Опт, розница	143635*
	«Омега-Л»	Опт, библиотечный коллектор, Интернет-магазин	48594*
	«Гранд-Фаир»	Библиотечный коллектор	40000**
	«Бибком»	Библиотечный коллектор	40000**
	Центр учебной и профессиональной литературы (ЦУПЛ)	Опт	37514*
	«Абрис»	Опт	30000**
	«Юрайт»	Опт	15070*
Санкт-Петербург	«Бизнес-Пресса»	Опт, розница, библиотечный коллектор	80000**
Архангельск	«АВФ-книга»	Опт	80000**
Ростов-на-Дону	«Ростовкнига»	Опт	50000**
Воронеж	«Регион-книга»	Розница	53000**
	«Амитель»	Розница, опт	50000**
Самара	«Киви» (Чакон)	Розница, опт	80000**
	«Метид»	Розница, опт	54278*
Челябинск	«Интерсервис»	Розница, опт	55791*
Екатеринбург	«Люмна»	Розница, опт	60000**
Новосибирск	«Топ-книга»	Розница, опт	85210*
	«Экор-книга»	Розница, опт	54832*
	«Новосибирсккнига»	Розница, опт	31720*
Иркутск	«ПродаЛитЪ»	Розница, опт	90000**
Хабаровск	«Мирс»	Розница, опт	30000**
Петропавловск-Камчатский	ЧП «Кожан С.П.»	Розница, опт	60000**

* – заявленный ассортимент в каталогах компаний, доступный к поставке, по состоянию на 1.04.2009; ** – экспертная оценка.

Источники: данные компаний, экспертная оценка.

Как видно из диаграммы, наибольшую долю на рынке, как и прежде, занимают независимые книжные магазины – 35%. Сетевые книжные магазины занимают 25%, а в сумме с некнижной розницей (10%) уже создают конкуренцию независимым магазинам. Достаточно большую долю (10%) на рынке занимают продажи библиотекам. Однако эта доля весьма мала в сравнении с зарубежными книжными рынками, где продажа книг библиотекам достигает 50%. Продажи посредством дистанционной торговли (почтово-посылочной, клубной торговли, а также через Интернет) занимают в своей совокупности 16%. При этом надо полагать (и уже к этому есть весьма веские предпосылки), что наступление финансово-экономического кризиса будет способствовать существенному увеличению доли Интернет-торговли в структуре продаж, причем как за счет традиционных форм торговли, так и за счет каналов книга-почтой. В ближайшие годы участники рынка предсказывают этому сегменту книжной торговли рост до 10% объема книжных продаж.

Рисунок 5. Структура каналов книгораспространения в современной России



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

Для сравнения: в Великобритании, по данным международной исследовательской группы «TNS», доли различных каналов в общем обороте розничной книжной торговли в 2004-2006 гг. распределялись следующим образом:

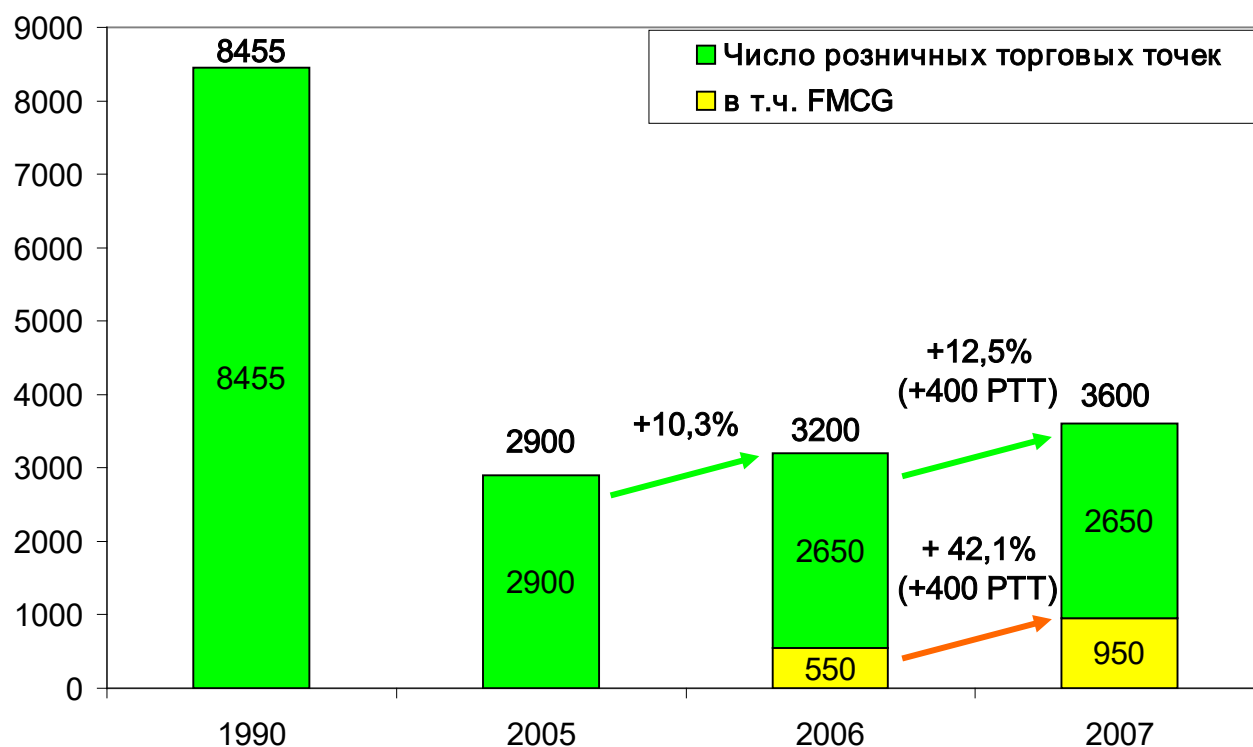
Таблица 15. Каналы книгораспространения в Великобритании

Канал	Доля в общем объеме продаж, %		
	2004	2005	2006
Сетевые книжные магазины (цепи)	43,3	42,4	39,6
Независимые книжные магазины	10,6	10,6	10,2
Супермаркеты	6,4	8,4	9,0
Интернет	9,2	11,2	13,2
Книга-почтой / Интернет	17,7	15,8	14,9
Прочие каналы	12,8	11,6	13,1

Источник: TNS – www.tnsrfres.com

Определенно положительной тенденцией, которая наметилась в последние перед кризисом годы (2006, 2007 и первая половина 2008 г.), было то, что в России, наконец, начало расти количество стационарных торговых точек (см. рис. 6). Если с 1990 года оно устойчиво падало за счет «вымывания» муниципальной розницы, то с 2003-2004 гг. наметился рост.

Рисунок 6. Динамика числа стационарных розничных книготорговых точек в России



Источники: Ассоциация книгораспространителей независимых государств, РБК, компания «Стратегика», издательство «Эксмо».

В течение ряда последних лет книжная торговля в России развивалась, в основном, за счет сетевых книжных магазинов. Развитие сетевой книжной розницы в России началось около десяти лет назад, и на текущий момент этот канал остается наиболее перспективным и в плане дальнейшего развития.

С 2005 года в качестве каналов книгораспространения активно начали развиваться супермаркеты и гипермаркеты. По состоянию на сентябрь 2008 г. в российских FMCG-сетях (сетях товаров массового спроса) активно торговали книжной продукцией более 950 точек. Общее количество специализированных розничных точек сохраняется на одном и том же уровне за счет того, что одни точки уходят, но появляются новые торговые точки. Развитие сетевых магазинов как канала книгораспространения и общее увеличение точек, продающих книги, было одной из причин, по которой в России начал расти тираж издаваемых книг. Возможно, если бы не случился финансовый кризис, эта тенденция была бы продолжена, поскольку новые гипермаркеты продолжали открываться.

Средний рост оборота в книжных магазинах по стране составляет 12-14% за 2007 г. Дополнительный прирост рынка был обеспечен приростом торговых площадей. В 2006-2008 гг. значительное влияние на развитие книжного рынка оказало развитие непродовольственных сетей гипермаркетов, например, «Ашан», «Мега» и др., в которых книги продаются в качестве дополнительных видов товаров. В целом по стране прирост рынка за счет продаж в непрофильных сетях составил от 3 до 4%. В случае преодоления кризисных явлений на рынке можно ожидать сохранение этой тенденции и в ближайшие 2-3 года.

Крупнейшими книжными сетями на сегодняшний день являются сети, принадлежащие ведущим издательствам: «Буква» и «От А до Я», принадлежащие издательской группе «АСТ», и «Новый книжный – Буквояд» (образована в результате слияния в 2008 году сетей «Новый книжный» и «Буквояд»), принадлежащая издательству «Эксмо». Однако лидером в сетевой книжной торговле России, безусловно, является компания «Топ-Книга», которая владеет торговыми марками «Книгомир», «Лас-Книгас», «Литера» и «Пиши-Читай». Также успешно развиваются и другие сетевые книжные магазины (см. табл. 16). Владельцы этих книжных сетей – либо крупные издательства, либо книготорговые компании.

Таблица 16. Ведущие книготорговые сети России

	Сеть (владелец)	Название (торговая марка)	Кол-во магазинов*	Оборот, млн. долл.**
1.	Топ-Книга	«Книгомир», «Лас-Книгас», «Литера», «Пиши-Читай»	602	328
2.	АСТ	«Буква», «От А до Я»	314	70
3.	Эксмо	«Новый книжный – Буквояд»	99	65
4.	Инфра-М	«Библиосфера»	50	35
5.	Правительство Москвы	ОЦ «Московский Дом книги»	38	50
6.	Мирс (Хабаровск)	«Знание», «Пиши-Читай» и др.	38	18
7.	ПродаЛитЪ (Иркутск)	«ПродаЛитЪ» и др.	37	15
8.	Амитель	«Амитель»	34	15
9.	Азбука-Аттикус	«Снарк»	24	7
10.	Чакона (Самара)	«Чакона»	12	10
11.	Люмна (Екатеринбург)	«Живое слово»	10	7
12.	ДОМО (Казань)	«Книжный Двор»	7	10

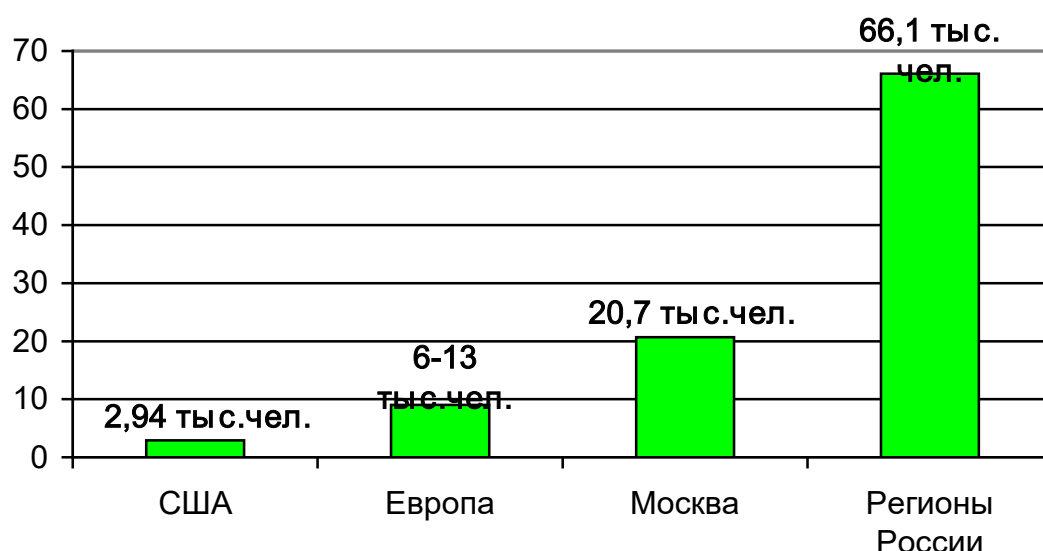
* – по состоянию на 1.04.2009. ** – по данным компании «Топ-книга» за 2008 г.

Источник: данные компаний, аналитика компании «Топ-книга».

Крупнейшей по товарообороту и быстро развивающейся компанией по-прежнему является новосибирская «Топ-книга», которая давно вышла за пределы своего региона и осуществляет свою деятельность в десятках субъектов Российской Федерации, включая Москву. За счет расширения книготорговых сетей в будущем появится возможность лучше обеспечить книгами те регионы, в которых на текущий момент нет книжных магазинов, а также увеличить количество розничных книготорговых точек в более благополучных регионах. Тем не менее, по ситуации с книжными магазинами Россия все еще существенно отстает от европейского уровня. И если в Москве ситуация с количеством торговых точек стабильна и улучшается, то в регионах, к сожалению, уровень обеспеченности книжными магазинами на крайне низком уровне.

На сегодняшний день одним из наиболее острых вопросов в книжной торговле становится вопрос невозможности представления в розничных магазинах всего издательского ассортимента. Так, если на оптовых складах издателей, включая допечатки и издания предыдущих лет, по разным оценкам хранится от 50 до 100 тыс. наименований книг, то в 90% российских магазинов представлен ассортимент не более 20 тыс. наименований, что связано с тем, что эти магазины имеют торговую площадь менее 170 кв.м.

Рисунок 7. Число жителей на 1 книжный магазин в отдельных странах



Источники: Росстат, Международная федерация книгораспространителей.

Только в самых крупных книжных магазинах, которых на всю страну насчитывается менее 50, представлен ассортимент более 70 тыс. наименований. Таким образом, значительная часть выпускаемого книжного ассортимента оказывается практически недоступна большей части покупателей (объективности ради следует сказать, что подобная ситуация характерна и для многих зарубежных книжных рынков). Самые серьезные проблемы при этом испытывают мелкие специализированные издательства, которые зачастую не имеют своих дистрибуторских систем.

Что показывает ситуация на зарубежных книжных рынках?

В Германии, например, при выпуске более 96 тыс. наименований в 2007 г. ассортимент среднего книжного магазина превосходит 50 тыс. названий, достигая в некоторых случаях 100-150 тыс. наименований. В Великобритании при издательском выпуске более 115 тыс. наименований в 2007 г. ассортимент каждого из более чем двухсот магазинов сети «Waterstone's» составляет около 100 тыс. наименований. В Соединенных Штатах действует не менее 1000 крупных магазинов сетей «Borders», «Barnes&Noble» с ассортиментом около 100 тыс. наименований. Выпуск наименований в США в 2007 г. – около 300 тыс. наименований (без учета книг, печатаемых «по требованию»). В России при издательском выпуске, превысившем в 2008 г. 123 тыс. наименований, согласно данным полевых исследований книжного рынка, которые проводила компания «Топ-книга» более чем в 200 городах России, число магазинов с ассортиментом, превышающим 50 тыс. наименований, не более ста. Средний ассортимент российского книжного магазина не превышает 20 тыс. наименований.

В ближайшее время развитие рынка розничной книжной торговли будет основано на тех же тенденциях, которые сложились за предыдущие 3-4 года. А именно, опережающими темпами по отношению к общему развитию розничного рынка будут развиваться сети магазинов, связанные с издательскими группами. Инвестирование в них будет происходить не только за счет финансовых средств, которые можно привлекать к самому развитию розничной торговли, но также и за счет доли издательской прибыли, направленной на развитие этих сетей. К таким книжным сетям в стране относится сеть «Буква» (по данным на середину 2008 года – более 250 книжных магазинов), принадлежащая издательской группе «АСТ» и сеть магазинов «Новый книжный – Буквоед» (более 90 магазинов), контролируемая издательством «Эксмо».

Основными тенденциями развития книготорговых сетей являются:

- многоформатность, что обусловлено многообразием социальных, экономических, инфраструктурных и других особенностей российского книжного рынка;
- введение книготорговцами практики возвратов нереализованных остатков;
- постепенное проникновение книготорговых сетей в универсальные супермаркеты;
- расширение и диверсификация ассортимента, трансформация книжного магазина в магазин мультимедийный.

В качестве общемировой тенденции выступает увеличение удельного веса некнижной продукции в ассортименте книжных ритейлеров. Так, в крупнейшей в мире сети «Fnac» (Франция) на продажу книг приходится только 18% оборота. Аналогичная тенденция диверсификации ассортимента, превращения его в медийный, проявляет себя в большей или меньшей степени и в деятельности других ведущих операторов мировой и отечественной книжной торговли. По итогам 2007 г. у

российской федеральной книготорговой сети «Топ-книга» в структуре оборота удельный вес книжных продаж составил 63,6%, уменьшившись по сравнению с 2006 г. почти на 4,5%. В 2008 г. удельный вес книжных продаж по сравнению с 2007 г. практически не изменился.

Существенное влияние на развитие и устойчивость существующих книготорговых сетей оказывает рост арендных ставок. За 2007 г. и начало 2008 г. наметилась тенденция опережения роста арендных ставок по отношению к инфляции и скорости развития рынка. По мнению финансового директора издательской группы «АСТ» О.Бартенева, проблема торговых площадей и общее падение продаж в условиях сокращения этих площадей является основной проблемой развития книжного рынка. Арендные ставки на торговые площади Москвы выросли более чем на 20% за год, а в регионах, зачастую, этот рост превысил 40-50%, что связано, в первую очередь, с дефицитом торговых площадей в стране и, соответственно, высокой конкуренцией в этой сфере. В результате ряд книжных магазинов, которые до 2007 г. были прибыльными, сейчас попадают в убыток и, следовательно, могут быть закрыты.

В настоящее время книжная отрасль находится в условиях ненормального конкурентного соревнования с другими рынками. Прежде всего, это касается арендных ставок. Так, владельцы игорного бизнеса в состоянии платить за аренду помещения под зал игровых автоматов в два раза большую сумму, чем может заплатить книготорговая компания. В этих условиях книжный магазин не выдерживает конкуренции и вынужден менять место. Еще одна проблема, связанная с арендой и открытием новых книжных магазинов в малых городах (с населением меньше 50 тыс. чел.), заключается в том, что оборота этих магазинов не хватает на оплату аренды и зарплат. В этих условиях книжная торговля вынуждена работать не только на оборотные средства, но и на деньги, привлекаемые с помощью финансовых инвестиций.

В этой ситуации книготорговые предприятия прибегают к одному из следующих способов повышения своей рентабельности:

- сокращение издержек за счет закрытия нерентабельных магазинов или уменьшения площадей, что ведет к уменьшению ассортимента.
- снижение размера издержек на аренду и персонал путем повышения цен на книги. Данный подход имеет своим следствием уменьшение числа проданных экземпляров, что еще больше усложняет проблемы книжного рынка, связанные с сокращением тиражей.
- повышение в ассортименте доли некнижных товаров или сдача в субаренду части площадей. В результате опять же снижение количества проданных экземпляров книг.

Говоря о дальнейшем развитии розничного книжного рынка эксперты ожидают значительное уменьшение доли независимых и муниципальных магазинов. Однако количество точек, торгующих книгами, вряд ли сократится. Оно останется прежним за счет увеличения количества магазинов неспециализированной розницы, которые включили книжную продукцию в свой ассортимент. Речь идет о схеме shop-in, когда книжный магазин становится частью большого универсального магазина.

Увеличится доля крупных федеральных розничных сетей. По мнению экспертов, она возрастет до 35%, а доля региональных сетей снизится до 5%. При этом на независимые книжные магазины придется лишь около 10% общего количества продаж. Следует ожидать роста числа компаний, оказывающих услуги в сфере дистрибуции, логистики, управления запасами.

И хотя по привлекательности для инвесторов книжный бизнес уступает другим рынкам, в среднесрочной перспективе можно ожидать привлечения инвестиций в книготорговые компании, что позволит расширить региональную торговую сеть.

2.2. Проблемы распределительной логистики в книжном деле.

Разрушение оптового звена в начале 1990-х годов привело к тому, что функции оптовой торговли книгами оказались распределенными между издательствами, розничными книготорговыми предприятиями и собственно оптовыми фирмами. На современном книжном рынке существует множество оптовых структур, обслуживающих интересы отдельных издательств или их групп. При этом, несмотря на жесткую конкуренцию на книжном рынке и наличие слабых звеньев, укрупнение оптовых структур происходит медленно. Одной из причин является недостаток финансовых ресурсов, требующихся для создания современных складских комплексов.

Нескоординированность в работе множества распределительных структур издательств и оптовых фирм приводит к тому, что книга от издателя к покупателю проходит многоэтапный и не всегда оптимальный путь. В некоторых случаях необоснованно повышается количество уровней канала товародвижения, что вызывает снижение скорости товародвижения, увеличение цен. Это снижает эффективность работы не только издательств, но и всего книгоиздательского и книготоргового бизнеса в целом. Так, например, издательства вынуждены нести существенные расходы на содержание собственных складов. К тому же такие структуры не отвечают требованиям, предъявляемым к современным складским распределительным предприятиям.

Крупные издательства имеют возможность для развития своей производственной деятельности заниматься созданием собственных торговых структур. Пример мощной оптовой издательской сети представляет издательская группа «АСТ». Практически все, что проходит через распределительную сеть «АСТ», – это собственные издания группы. Однако большинство издательств, особенно мелких и средних, стремятся к тому, чтобы снять с себя бремя развития и поддержания собственных оптовых распределительных структур и заняться в полную силу своей основной деятельностью – выпуском книг.

Логистическая эффективность посреднической деятельности оптовых книготорговых предприятий состоит в том, что они берут у издательств функции распределения, выполняя их на более высоком профессиональном уровне. С другой стороны, повышают требования к поставкам товаров и книжные магазины. Если крупные столичные магазины могут работать с издательствами напрямую и таким образом обеспечивать широту ассортимента, то магазины в отдаленных городах не имеют такой возможности. Современный насыщенный книжный рынок требует от магазинов работы с максимально широким ассортиментом при минимальных запасах, однако даже в региональных Домах книги дальнейшее повышение продаж сдерживается недостаточным уровнем услуг, оказываемых поставщиками. В еще большей степени это относится к малым предприятиям, для которых поддерживать взаимоотношения с широким кругом поставщиков оказывается экономически невыгодным. Большое количество мелких поставщиков, каждый из которых имеет свои особенности и требования, усложняет деятельность розничных предприятий. В связи с этим книжный магазин должен работать в тесном контакте с небольшим количеством поставщиков, обеспечивающих высокий уровень логистики поставок. Розничные торговцы желают иметь дело с таким оптовиком-посредником, который взял бы на себя часть их сегодняшних проблем. Они хотели бы работать с мощными распределительными фирмами, предлагающими широкий ассортимент книжных товаров и высокий уровень услуг. Для этого

оптовые структуры должны оказывать логистические услуги своим клиентам – розничным предприятиям – в большем объеме и по приемлемым ценам. Так, сегодня книжным магазинам необходимо, чтобы поставка товаров производилась в соответствии с логистической технологией «точно в срок», книги имели полную предпродажную подготовку, доставка осуществлялась прямо в торговый зал, минуя склад магазина, обмен информацией происходил с использованием современных электронных систем связи и обработки данных и т.д. Это позволяет книжным магазинам сокращать складские помещения, расширять торговые залы, высвобождать работников, занятых на немеханизированных операциях предпродажной подготовки, увеличить при необходимости штат продавцов-консультантов, обслуживающих покупателей и т.д. Как уже отмечалось, издательское дело в России концентрируется в Москве и Санкт-Петербурге. Такое положение требует эффективной транспортной логистики, обеспечивающей быстрое и недорогое перемещение тиражей книг по территории России. Не менее важно доставить в крупнейшие города страны книги региональных издательств. Все это ведет к необходимости создания крупных современных складских распределительных комплексов и построения как минимум двух независимых от издательств федеральных книготорговых сетей, покрывающих всю страну, основой которой могли бы стать магазины с емкостью не менее 250 тыс. наименований каждый, размещенные во всех российских городах с населением более 1 млн. чел. (по аналогии с американской «Barnes & Noble» и французской «Fnac»). Первые серьезные попытки создания мощных логистических центров и образования федеральной книготорговой сети «Российская книга» были предприняты МПТР России еще в 1999-2000 гг. Однако разобщенность между федеральной и региональными властями не дала реализовать этот проект до конца.

Сегодня книжным магазинам для успешной работы необходимо иметь достаточно широкий ассортимент (ок. 30-50 тыс. наименований). Однако при таком ассортименте некоторые книги могут продаваться не чаще одного раза в полгода. Книга, имеющая невысокую скорость продаж, покупается, как правило, раз в 5-7 дней. Держать такие книги в торговом зале в нескольких экземплярах невыгодно, и при нынешней структуре ценообразования единственная возможность продажи медленно реализуемых товаров – через виртуальный склад, где покупатель должен иметь удобную для него возможность ознакомиться со всем предлагаемым им ассортиментом и сделать заказ. Быстрота доставки книг из распределительного центра должна обеспечивать их постоянное присутствие в ассортименте книжных магазинов.

Даже хорошо продаваемые книги, как показывает практика работы магазинов, можно держать в торговом зале в количестве не более 3-х экземпляров. Такой подход обеспечивает возможность нормального показа широкого ассортимента книг даже в небольших помещениях, сокращает затраты магазинов на товарные запасы, снижает риск образования нереализуемых остатков. Если говорить о самостоятельных торгово-розничных книжных сетях, таких как «Приморский торговый Дом книги» (г. Владивосток), фирма «МИРС» (г. Хабаровск), Книготорговая группа «ПродаЛитЪ» (г. Иркутск), то доставка осуществляется железнодорожным транспортом. Как правило, такие компании делят поставку книжного ассортимента на две части. В первую очередь в почтовых вагонах отправляется часть закупленной продукции, относящейся к категории «Новинки недели» и «Хиты рынка», а так называемый «рабочий» ассортимент отправляется железнодорожными контейнерами.

При дистрибуции книжного ассортимента в Дальневосточный и Сибирский федеральные округа наиболее оптимальным является железнодорожный транспорт. В первую очередь это связано с состоянием автодорог и техническим состоянием автопарка дистрибьюторов, работающих в этих округах, а также со стоимостью горюче-смазочных материалов, сервисным обслуживанием и не в последнюю очередь с оплатой персонала, осуществляющего экспедирование. Аренда же этих услуг обходится гораздо дороже, чем отправка продукции железнодорожным транспортом, да и риски при железнодорожной доставке значительно ниже.

Крупные книготорговые компании, такие как ОДО «Хэлтон» (дистрибьютор на территории Белоруссии, работающий с FMCG-каналом), ТОО «Меломан» (дистрибьютор по Казахстану), «Амитель» и «РИОКСА» (работают в Центральном федеральном округе), «Гермес-царица» и ЧП «Борисковский» (работают в Южном федеральном округе) выбирают автомобильную доставку книжной продукции. Для них это самый оптимальный вид транспорта, так как конкуренция на книжном рынке достаточно высокая, и выигрывает тот, кто первым предоставил ассортимент как для мелких оптовиков, так и для собственных книжных магазинов. Часто выбор вида транспорта полностью определяется территориальным расположением дистрибьютора. Следует отметить, что стоимость доставки автотранспортом занимает порядка 4-8% от стоимости общего объема перевозимой продукции при обслуживании Центрального, Южного, Приволжского и Северо-Западного федеральных округов. При этом транспортные затраты у книготорговых компаний, работающих на территории Дальневосточного и Сибирского федеральных округов, при использовании железнодорожного транспорта в среднем составляют от 10 до 12% от стоимости перевозимого товара.

Таким образом, среднестатистическая стоимость книги с учетом транспортных затрат для различных федеральных округов может находиться в диапазоне от 125 до 134 руб.². На первый взгляд это достаточно ощутимая разница для потребителя, но как правило издательства, выстраивая политику продаж, учитывают тот факт, что дистрибьютор работает с отдаленными регионами, и мотивируют его дополнительными скидками либо бонусами. В результате получается, что дистрибьюторы различных регионов выравнивают среднестатистическую стоимость книги и на конечном потребителе проблема цены не отражается. Что касается таких дистрибьюторов как, например, «Центр дистрибуции прессы», которые работают в FMCG-канале как с федеральными, так и с местными сетями, то к ним применяется еще и принцип компенсации транспортных затрат со стороны книжных издательств. Это нужно в первую очередь самому книжному издателю при работе в FMCG-канале (как самостоятельно, так и через дистрибьютора), поскольку по условиям сетей цена на определенную книгу в магазинах одной и той же сети должна быть одинакова и в Москве, и в Красноярске.

Эффективной логистика становится только благодаря использованию новых информационных технологий. Необходимость усовершенствования логистики в книжном деле связана также с постоянным ростом требований к качеству обслуживания потребителей, что характерно для рынка «покупателя», когда он имеет возможность выбирать уровень обслуживания, предлагаемого разными дистрибьюторскими компаниями. Умение оказывать логистический сервис и уровень информационных технологий дистрибьюторских компаний играют важную роль в привлечении новых торговых объектов к работе с книжным ассортиментом.

² По состоянию на июнь 2008 г.

Книжная торговля резко отличается от других торговых отраслей. Первая и главная особенность заложена в необычайном разнообразии книжного ассортимента. Вторая особенность состоит в том, что за год ассортимент крупного книжного магазина обновляется на 90%, а в гипермаркетах книжный ассортимент полностью обновляется 3-4 раза в год. Чтобы сохранить ассортимент привлекательным для покупателей, необходимо производить его ротацию в еженедельном цикле. А в гиперактивные сезоны продаж, такие как 1 сентября и Новый год, приходится работать с удвоенным товарным запасом. Наконец, еще одной особенностью книжного бизнеса является низкий порог входа в бизнес (около 150 тыс. руб.). У крупного книготорговца может насчитываться до тысячи поставщиков. Очевидно, что эффективно управлять ассортиментом в такой ситуации без информационных автоматизированных систем невозможно.

2.3. Информационное обеспечение книжной отрасли.

В период становления постсоветской системы книгораспространения и появления многочисленных оптовиков-посредников на рынке возникла серьезная проблема, которая существует и сегодня – отсутствие информационной прозрачности товародвижения. В 1990-е гг. каждый издатель, оптовик и розничный магазин развивал собственные системы баз данных и компьютерное обеспечение. Информационные потоки между издателем, оптовиком и розничным звеном не стыковались, т.к. описания формировались в разных СУБД (системах управления базами данных) и разных форматах. Несмотря на то, что в конце 1990-х – начале 2000-х гг. отдельными участниками рынка неоднократно предпринимались попытки ввести в систему книжной торговли единый торговый классификатор и кодификатор, до настоящего времени этого так и не произошло.

Таким образом, в настоящее время книжная торговля испытывает серьезные проблемы, обусловленные тем, что ей приходится работать с большими объемами информации, представленной в самых разных форматах. Разными структурами книга подвергается библиографической обработке по-разному, и делается это зачастую неправильно. В итоге информация об одной и той же книге может существовать на рынке в разных видах и форматах.

Единственным универсальным идентификатором издания, находящегося в книжной торговле на сегодняшний день, является ISBN. Однако при этом значительная часть розничных торговцев ведет собственные базы, основываясь не на ISBN, а на внутренних кодификаторах: к книге приклеивается собственный штрих-код с ценой, по которому и ведется учет.

Отсутствие единого подхода издателей и книгораспространителей к проблеме информационного обеспечения книжной отрасли и отсутствие единой системы торговых кодификаторов весьма затрудняет создание унифицированной базы данных изданий и системы контроля за продвижением книг по цепочке «издатель – оптовик – розничная торговля». Это также существенно затрудняет создание современной системы книгораспространения, при которой покупатель в любой стационарной торговой точке мог бы осуществить заказ на приобретение любой книги, которая имеется в наличии у оптовиков или издателей, и может быть представлена к поставке и продаже. Между тем, создание подобной торговой системы дало бы возможность покупателю в стационарных торговых точках находить любую нужную ему книгу, находящуюся в книготорговой системе, а магазину – делать заказ издателю или поставщику на книги из издательских каталогов или на книги, ранее издававшиеся и находящиеся в стадии «in print» (в случае их допечатки). Кроме того, создание такой системы могло бы в значительной мере сократить неликвидный ассортимент, находящийся на книжных полках в магазинах, что, в свою очередь позволило бы существенно повысить оборачиваемость товара.

К сожалению, подобная система, казалось бы напрямую предназначенная для развития в Интернете, пока не нашла применения и в российских Интернет-магазинах. Между тем, ведущие мировые книжные Интернет-магазины, например Amazon.com, основаны именно на представлении товара возможного к продаже, а не хранящегося на складах.

В настоящее время наиболее распространенным среди субъектов книжного рынка является международный формат ONIX, который успешно развивается с 1992 года. Формат ONIX применяется для поиска информации об изданиях и их продажи, обеспечивая информационное обслуживание дистрибуции книг и информационный обмен данными в режиме on-line. Эта система применима также и для дистрибуции журналов, для распространения цифрового контента, стандартов идентификации. В настоящее время система ONIX охватывает 17 стран, в т.ч. США, Канаду, Австралию, Великобританию, Германию, Голландию, Норвегию, Францию, Италию, Японию, Южную Корею, Россию (с 2001 г.) и др.

Современный книгообмен при растущем объеме наименований во всем мире без ONIX практически невозможен. По данным НП «Гильдия книжников», в настоящее время в США этой системой охвачено около 90% всей книжной продукции, в Великобритании – 67%, в Норвегии – 70% и т.д. Сближение России с мировым книжным сообществом и разработка единых параметров информационного взаимодействия подразумевает переход на корпоративные стандарты обмена библиографической и книготорговой информацией на основе ISBN13 и формата ONIX 3.

В то же время, формированию информационного единства на книжном рынке самой России препятствуют:

- разобщенность книжного сообщества;
- неразвитость региональной книжной торговли;
- низкая инновационная активность;
- слабое использование информационных технологий;
- слабая информированность участников рынка;
- отсутствие профессиональных кадров;
- высокие затраты, низкая рентабельность и др.

Кроме того, создание современной информационной системы осложняется непрозрачностью российского книжного рынка и коммерческой «закрытостью» его субъектов. Однако в последний год в этой области произошли определенные положительные сдвиги, и сегодня крупные издатели и книготорговые организации подошли к решению проблемы создания современной информационной системы на книжном рынке совместно.

В 2008 г. ряд крупных игроков книжного рынка, входящих в Российский книжный союз, принял решение о формировании на основе информационных ресурсов Российской книжной палаты Единого отраслевого товарного реестра (ЕОТР), включающего описания книг в единственно возможной форме стандартной библиографической записи, что исключает появление «нестандартизированной» библиографической информации на рынке и предотвращает от циркуляции в издательско-книготорговой системе одновременно нескольких вариантов описания одной и той же книги (кстати, создание такого «библиографического депозитария» еще в 1999 году было предусмотрено в проекте «Российская книга» МПТР России).

Успешность данного проекта зависит от четкого выполнения Закона об обязательном экземпляре. Закон об обязательном экземпляре, несмотря на прогресс в его исполнении издателями, все еще выполняют не все, не всегда и не с той степенью оперативности, которая требуется. Так, известно, что в стремлении максимально минимизировать убытки, первый тираж книги издатель может целиком направить в торговлю, а 16 обязательных экземпляров в Российскую книжную палату отправить лишь из второго или третьего завода. В результате формирование стандартной библиографической записи происходит гораздо позже, чем книга появляется на полке магазина. Разработанный к настоящему времени проект Единого отраслевого товарного реестра исходит из того, что издатель в первую очередь отправляет обязательный экземпляр книги в РКП, а последняя в течение 24 часов ее обрабатывает. Далее сведения о книгах в формате ONIX размещаются на сайте Российского книжного союза. Эти данные могут быть использованы в ассортиментных базах, накладных, других документах. Информация о книге в международном формате должна появиться до поступления самой книги в книжную торговлю.

Сегодня подобная схема действует по отношению к книжной продукции издательства «Эксмо». По оценке заместителя генерального директора Российской книжной палаты Е.Ногиной, ежедневно в РКП из издательства «Эксмо» поступает около 60 книг, после обработки которых информация размещается на сайте РКС через 24 часа. Как отмечает генеральный директор книготорговой сети «Буквоед» Д.Котов, «книги, заказанные через сайт РКС, поступают на 3–4 дня раньше, чем книги, заказанные у самого оперативного поставщика». В настоящее время проект находится в тестовой эксплуатации и доступ к информации ЕОТР является бесплатным. С 2009 г. предоставление информации издателям и книготорговцам будет носить платный характер, финансирование проекта будет осуществляться за счет субъектов книжного рынка.

Говоря об информационных ресурсах Российской книжной палаты, на основе которых строится ЕОТР, нельзя не сказать о Национальной информационной системе «Книги в наличии и печати» (Российский «Books in Print»), которая существует с 1995 г. Система «Книги в наличии и печати», так же, как и ее зарубежные аналоги, представляет информацию о вышедших книгах, доступных потребителю, т.е. имеющихся в продаже. Основная задача системы – предоставление субъектам книжного рынка России книготорговой библиографической информации о перспективных и вышедших в свет книжных изданиях в различных электронных форматах.

Российский «Books in Print» имеет некоторые отличия от западных систем. Первое отличие состоит в том, что информацию о книгах в систему предоставляют не только издатели (как за рубежом), но и книготорговцы. В связи с этим, в российском «Books in Print» присутствует информация книгораспространителей о ценах на книги и местах продажи. Второе отличие российской системы заключается в предоставлении информации о книгах, готовящихся к изданию. За рубежом такая информация предоставляется в отдельных каталогах.

В рамках системы «Книги в наличии и печати» ведется банк данных, имеющий 3 составляющие:

- Информация о книгах, имеющихся в продаже (наличии). Информацию в определенном формате предоставляют издательства и книготорговцы. Кроме библиографических данных об издании система имеет сведения о цене и месте продажи конкретных книг.
- Информация о книгах, готовящихся к печати или планирующихся к изданию. Информацию о книгах, готовящихся к печати, присылают издатели примерно за 3–4 дня перед сдачей оригинал-макета в типографию; информацию о планируемых изданиях присылают по мере появления плана издательства. В основном речь идет об учебных изданиях, однако эти книги выходят не всегда. Информация не содержит сведений о продажах.
- Справочник поставщиков и книгораспространителей, в котором представлены все организации, приславшие информацию о книгах (поставщики) и организации, продающие эти книги (книгораспространители) с их контактной информацией (адреса, телефоны, электронная почта).

Совокупный объем банка данных – более 350 тыс. библиографических записей (из них 3500 – о готовящихся к выходу в свет книгах) от 3000 издательств. На основе банка данных выпускаются каталоги «Books in Print».

Каталоги «Books in Print» распространяются через Интернет или на CD-ROM с выгрузкой данных в удобных для потребителя библиографических и книготорговых форматах: RUSMARC, UNIMARC, MARC 21, ONIX, EXCEL. Обновление данных у клиентов происходит в реальном времени по Интернет через Web-сервис Российской книжной палаты, по электронной почте или на компакт-дисках.

Система позволяет производить прямой и комплексный поиск по различным параметрам, таким, как ISBN, автор, название, издательство, а также тематика и целевое назначение издания, что повышает скорость и эффективность поиска.

Отличительной особенностью системы «Книги в наличии и печати» от множества других книготорговых каталогов является форма представления данных об издании. Каждая книга имеет краткую библиографическую запись БИФ (библиографический издательский формуляр), созданную на основе библиографического описания согласно ГОСТ 7.1-2003. По этому ГОСТу книги и брошюры описываются в Российской книжной палате, и создается банк данных «Национальная библиография». Описание книги содержит следующие элементы: автор, название, издательство, год выпуска, объем, переплет, формат, тираж или остаток, ББК или УДК, цена розничная, цена оптовая, стандарт упаковки, организация-книгораспространитель, краткая аннотация, ISBN.

2.4. Дистанционная книжная торговля.

Точных данных, характеризующих объемы рынка дистанционной торговли, как и всего книжного рынка России, не существует. Согласно экспертным оценкам, объем рынка дистанционной книжной торговли в России, включая продажи книг через печатные и электронные каталоги, а также книжные клубы, составляет примерно 16% книжного рынка. Денежную оценку этого канала книгораспространения дать трудно, поскольку у участников рынка, во-первых, нет единого мнения в отношении общего объема рынка, а во-вторых, оценки долей торговли по печатным каталогам и электронным каталогам в общем сегменте дистанционной торговли также разнятся. Можно предположить, что объем рынка книжной торговли через печатные каталоги (включая каталоги книжных клубов) находился в 2008 г. в диапазоне от 220 до 300 млн. долл. (10% от оценки общего объема рынка), а объем книжной Интернет-торговли – соответственно в диапазоне от 132 до 180 млн. долл. (6% от общего объема рынка). В то же время отдельные участники рынка почтово-посылочной книжной торговли дают более высокие оценки объема рынка дистанционной книжной торговли.

Традиционным видом дистанционной книжной торговли остается торговля по печатным каталогам («Книга-почтой») с использованием почтовых отделений в качестве пунктов заказа и доставки книг. Данный вид торговли при отсутствии книжных

магазинов в значительной части российских регионов получил достаточно широкое распространение. По аналитическим данным компании «Мир книги», общее количество действующих операторов рынка почтово-посылочной книжной торговли через печатные каталоги на начало 2008 г. составляло 62. Крупнейшие операторы рынка почтово-посылочной книжной торговли в России представлены в табл. 17.

Таблица 17. Крупнейшие операторы рынка почтово-посылочной книжной торговли в России

Оператор	Доля книг в товарном обороте	Занимаемые доли рынка	Рейтинг
Мир книги	92,0%	18%	1
Ридерс дайджест	88,0%	9%	2
Книга-Сервис	97,0%	7%	3
Клуб семейного досуга (продажи в РФ)	81,0%	6%	4
Региональная книготорговая палата	97,0%	3%	5
Остальные операторы		57%	

Источники: данные компаний, PPE Group, аналитика компании «Мир книги».

В последние 2-3 года в связи с развитием традиционной магазинной розничной книжной торговли реализация книг посредством печатных каталогов несколько утратила свои позиции. Так, аналитики прогнозируют к 2012 гг. снижение объема реализации книг через этот канал с 10% до 7-8%. По аналогии с европейскими странами это направление книжной торговли довольно быстро может быть замещено Интернет-торговлей. В последние годы книжная торговля через Интернет в России развивается довольно быстро и успешно. Использование новых информационных технологий, применяемых не только в крупных столичных фирмах, но и в региональных структурах, стало серьезным фактором ускоренного развития книжного бизнеса. По оценочным данным, в первой половине 2008 г. число операторов Интернет-торговли, доля книг в ассортименте которых составляет более 25%, насчитывало около 500. По расчетам компании «Мир книги», примерно 50% общего объема книжных продаж в Рунете совершается через Интернет-магазины многопрофильных компаний, около 15% – через независимые книжные Интернет-магазины, около 5% – через Интернет-магазины издательств и около 30% – через Интернет-магазины крупных книготорговых компаний и розничных магазинов (см. табл. 18).

Таблица 18. Виды Интернет-магазинов в Рунете

Виды Интернет-магазинов в Рунете	Доля в общем объеме продаж
Интернет-магазины многопрофильных компаний	50%
Независимые книжные Интернет-магазины	15%
Интернет-магазины издательств	5%
Интернет-магазины крупных книготорговых компаний и розничных магазинов	30%

Источники: Direct Research, ROMIR Monitoring, аналитика компании «Мир книги».

В перспективе до 2012 г. экспертами прогнозируется значительный рост количества независимых Интернет-магазинов, особенно в региональных сетях и сегментах Рунета. Также прогнозируется значительный рост вторичного рынка (т.н. «коммерческий пиринг»), особенно для сегментов прикладной, деловой, профессиональной и учебной литературы.

Среди общего числа книжных Интернет-магазинов лидерами являются компании, перечисленные в табл. 19.

Таблица 19. Ведущие книжные Интернет-магазины в Рунете

Название магазина	Адрес в Интернет	Общее кол-во позиций (книги), представленных в списке	Владелец	Год создания
«Ozon»	www.ozon.ru	140000	PPE Group	1998
«Books.ru»	www.books.ru	314471	ООО «Символ-Плюс»	1996
«Библион»	www.biblion.ru	140864	ЗАО «Библион – Русская книга»	1999
«Библио-Глобус»	www.bgshop.ru	250000	Холдинг «Библио-Глобус»	2000
«Лабиринт»	www.labirint-shop.ru	143635	ООО «Лабиринт»	2005
«Болеро»	www.bolero.ru	125308	Интернет-холдинг «eHouse»	1999
«Co@Libri»	www.colibri.ru	35184	«Внебиржевые системы»	1999

Источники: данные компаний, РБК, экспертные оценки.

Согласно опросу, проведенному отраслевым журналом «Книжная индустрия», сегодня более 80% издателей усматривают необходимость не только в присутствии в Сети, но и в предложении своим клиентам возможности ознакомления со своим ассортиментом, возможности сделать заказ и приобрести книгу в собственном Интернет-магазине. Участники рынка предсказывают этому сегменту книжной торговли рост с 6 до 10% объема книжных продаж к 2010-2012 гг.

Проблемы российской Интернет-торговли заключаются в следующем:

1. По мнению экспертов, основная проблема книжной (и не только книжной) торговли через Интернет – это логистика. Несмотря на улучшение качества логистики за последние два года, уровень ее развития пока еще является сдерживающим фактором для развития электронной торговли. Нередки сбои в работе почты, что приводит к задержкам в получении книг и снижению качества сервиса доставки.

2. Большинство клиентов в России предпочитает оплачивать покупки при получении (наличными при курьерской доставке, наложенным платежом при почтовой), не доверяют электронным платежным системам.

3. Еще одна проблема – информационная: при наличии огромного ассортимента и повторяющихся позиций отсутствие единого формата обмена данными и неоднозначность применяемых штрих-кодов приводят к тому, что многие Интернет-магазины вынуждены самостоятельно заниматься описанием и идентификацией книг.

Среди тенденций развития книжной Интернет-торговли можно выделить две основные. Первая – Интернет-магазины становятся все более заметными игроками на книжном рынке. Вторая – сейчас все крупные магазины уже отладили логистические цепочки, насколько позволяет ситуация, и активно занимаются повышением качества предлагаемых услуг и поиском новых сервисов.

Так, в июне 2008 г. в промышленной зоне «Боровлево-2» в черте города Твери началось строительство нового операционно-логистического комплекса магазина «Ozon.ru», ввод в действие которого запланирован на лето 2009 года. Комплекс позволит обрабатывать до 7,6 млн. единиц товара в год, хранить на полках более 4 млн. единиц товаров, комплектовать и отправлять посетителям «Ozon.ru» до 4,7 млн. заказов в год. Здесь будут работать до 450 сотрудников. Общая сумма инвестиций в строительство и технологическое оборудование комплекса составляют около 20 млн. долларов США. Ожидается, что если комплекс будет введен в строй, он станет самым большим и технологически совершенным центром электронной торговли в Восточной Европе.

Генеральный директор Интернет-магазина «Ozon.ru» Бернар Люке (Bernard Lukey), комментируя итоги работы в 2008 году, отметил, что Интернет-магазин продолжает расти и перспективы для этого неплохие: добавляются новые категории товаров, запускаются новые сервисы, расширяется региональная сеть. Так, в 2008 г. 34,4% от общего оборота Интернет-магазина «Ozon.ru» (в денежном выражении) составляли книги (в том числе около 3,5% – аудиокниги), 32,2% – электроника, фототехника и мобильные телефоны, 13,2% – кино на всех видах носителей, 4,8% – букинистические издания и раритеты, 3,4% – музыка, 12% – другие группы товаров. Продажи книжного направления на «Ozon.ru» в 2008 году выросли по сравнению с 2007 г. на 51,3%, и составили 26,6 млн. долл. (в 2007 – 17,6 млн. долл.). Количество отгруженных изданий в 2008 году также увеличилось на 30%, составив 2,9 млн. экз. (в 2007 – 2,3 млн. экз.). Для сравнения: по данным Nielsen Global Online Survey за последние 3 месяца 2007 г., 41% предметов, приобретенных во всем мире через Интернет, составляли книги, что делает их наиболее популярной онлайн-покупкой. В Соединенных Штатах книги являются следующей по популярности покупкой (38%) после одежды, аксессуаров и обуви (41%). По данным компании, на 1 апреля 2009 года ассортимент Интернет-магазина «Ozon.ru», доступный для заказа клиентами, включал в себя 300 тыс. наименований, из которых на долю русскоязычных книг приходится 140 тыс. названий, а книги на иностранных языках составляют около 160 тыс. позиций. В единой базе покупателей Интернет-магазина «Ozon.ru» по состоянию на 1 апреля 2009 года было зарегистрировано около 3,0 млн. Интернет-пользователей, а ежемесячный прирост клиентской базы составляет более 60 тыс. регистраций.

В ближайшие годы ожидается дальнейший рост книжных продаж через Интернет, причем наиболее высокие темпы роста будут демонстрировать регионы. Генеральный директор издательства «Альпина Бизнес Букс» А.Ильин считает, что в будущем произойдет значительное сокращение числа книжных магазинов, и в последних будут находиться в продаже преимущественно подарочные издания высокой ценовой категории. Основной же контент, по его мнению, будет продаваться на электронных носителях. Так, в июне 2008 г. «Ozon.ru» начал работу с цифровым контентом – первым был запущен сервис по скачиванию цифровых книг, сейчас ведется работа по расширению их ассортимента.

2.5. Комплектование библиотек.

Надо отметить наличие еще одной крупной системы реализации – системы закупки книг библиотеками (в особенности ВУЗовскими). В этой области после 1990-х годов также произошли значительные изменения. Основными законодательными актами, регламентирующими процедуру комплектования библиотек являются Федеральный закон от 21.07.2005 г. №94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» с изменениями от 20.04.2007 г. (ФЗ № 53) и от 24.07.2007 г. (ФЗ № 218), а также распоряжения Правительства РФ №-609-р от 15.07.2007 и № 236-р от 27.02.2008 г.

Федеральный закон № 94 предусматривает следующие способы комплектования библиотек:

- По счетам без проведения торгов в пределах лимита, установленного ЦБ РФ (до 100 тыс. руб.) – 1 раз в квартал;
- Путем запроса котировок до 500 тысяч рублей 1 раз в квартал (ст. 42, п. 2);
- Объявлением открытого конкурса (аукциона) (не ограничено ни по суммам, ни по количеству аукционов);
- Проведением электронного аукциона.

На рынке комплектования библиотек наиболее востребованы две формы конкурсов: котировки (до 500 тыс. руб. 1 раз в квартал) и открытые аукционы (свыше 500 тыс. руб.), введенные распоряжением Правительства РФ от 15.07.2007 №-609-р. Средняя стоимость аукциона по ВУЗовским библиотекам в 2008 г. составляла, по экспертным оценкам, 800 тыс. руб., в начале 2009 г. эта стоимость снизилась приблизительно на 30-40%. Последнее время у представителей библиотек активизировался интерес к закупкам по форме работы с единственным поставщиком – обладателем исключительных прав, разрешенным ФЗ 218 от 24.07.2007). Однако этот вид комплектования имеет ряд особенностей и различий. До сих пор нет четкого мнения по предельной сумме средств, которую библиотека может потратить на подобные формы закупки, нет единого перечня документов, регламентирующих данную сделку. В законе это не оговаривается, судебных прецедентов пока нет, поэтому каждый понимает по-своему. Проблемы, с которыми столкнулись все участники книжного рынка с введением аукционов и конкурсов оказались гораздо глубже. Предполагалось, что прозрачность, открытость, ограничение критериев оценки (по сути предлагается единственный критерий – наименьшая цена), позволит сократить «представительские издержки» на местах, искоренить дискриминацию по отношению к остальным участникам рынка, создать здоровую конкуренцию и, главное, сэкономить государственному заказчику деньги.

Однако, если в ряде отраслей (закупка строительных материалов, продуктов питания и пр.), т.е. там, где существует обязательная сертификация продукции, наличие ГОСТов и лицензий, возможно составление грамотной аукционной документации с четкими требованиями конкретного вида товара или услуги, то в отраслях, где предполагается наличие интеллектуального труда и огромного ассортиментного предложения, участники библиотечного рынка комплектования при исполнении этого закона сталкиваются с серьезными проблемами уже на этапе формирования конкурсной документации и лотов.

Нередко в лоты включаются книги с давно закончившимися тиражами, не предусматривая при этом замены, книги из перспективных издательских планов, когда не известна ни цена, ни дата выхода книги. Кроме того, наблюдается тенденция заниженной стоимости лотов, что связано с ограничением выделяемых средств при оставшемся объеме необходимых закупок. Для того, чтобы оценить эффективность лотов, отработать его по каждому наименованию (количество позиций варьируется от 200-300 до нескольких тысяч) иногда требуется не одна неделя. В итоге при анализе обработанного лота принимается решение об

участие или отказе от конкурса. Решение о неучастии принимается в половине случаев, и основными причинами отказа являются заниженная стоимость лотов, отсутствие требуемых книг на книжном рынке, нереальные сроки поставки (например, два дня), невозможность любых замен.

Серьезной проблемой стало также требование обеспечения не только заявки, но и контракта в целом (до 30% от суммы всего аукциона). В итоге, внесение залогов и оплата продукции только при полной поставке приводит к резкому увеличению дебиторской задолженности ВУЗа. Конечно, таким образом, ВУЗ решает проблему с недобросовестными поставщиками, но при этом страдают и добросовестные игроки.

При появлении аукционов на сложившемся рынке комплектования появилось много фирм-однодневок. Итогом этого стал жесткий ценовой демпинг и невыполнение обязательств перед заказчиком. По ряду конкурсов снижение достигает 60% от стоимости лотов. Такие фирмы выигрывают, получают от ВУЗа аванс на поставку и исчезают. Даже те компании, которые не исчезали – зачастую осуществляли эту поставку с нарушением обязательств и по срокам, и по количеству, и по полноте выполнения. К сожалению, реестр недобросовестных поставщиков на рынке комплектования не действует, да и мало кто из представителей вузовского сообщества доводит такие дела до судов. Впоследствии ВУЗы постарались оградить себя от таких поставщиков залогами, обеспечением контракта и оплатой только полной поставки. Это правильно с точки зрения заказчика, но резко осложнило ситуацию для добросовестных комплектаторов.

Перспективы развития рынка комплектования библиотек его участники видят, прежде всего, в упрощении процедуры госзакупок. В частности, последние предложения Российской библиотечной ассоциации касаются внесения соответствующих поправок не в сам ФЗ №94, а в подзаконный акт, утверждаемый Правительством РФ. При утверждении проекта «Номенклатуры товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд для целей определения одноименности товаров, работ, услуг» (Письмо Минэкономразвития России от 26.11.2007 г. №18311-АП/Д04 «О номенклатуре товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд») для идентификации книг и других изданий как одноименного товара необходимо добавить во все группы товаров 22 класса «Печатная продукция и записанные носители информации» уточняющую фразу – «одного тиража».

2.6. Книгораспространение в регионах России.

В 2008 году Ассоциация книгораспространителей независимых государств обратилась к руководителям книготорговых предприятий – членов АСКР с просьбой сообщить данные о количестве книжных магазинов, их дислокации, величине ассортимента, ценах на отдельные издания, некоторых других экономических показателях. Были получены такие результаты.

Таблица 20. Количество книготорговых предприятий в отдельных субъектах Российской Федерации (2008 г.)

Область (край)	Население (тыс.чел.)	Площадь (тыс.кв.км)	Кол-во районов и городов	Кол-во книжных магазинов	Закрыто за 15 лет	Открыто за 15 лет
Архангельская область	1520,8	587,4	34	15	н/д	35
Астраханская область	1023	44,1	17	24	н/д	н/д
Воронежская область	2496	52,4	47	18	н/д	н/д
Иркутская область	2780	767,9	55	37	н/д	32
Курганская область	1112,2	71,0	33	13	н/д	н/д
Московская область	6597	47,0	113	80	82	13
Новосибирская область	2743	178,2	44	68	57	55
Приморский край	2234	165,9	37	51	46	22
Свердловская область	4686,3	194,8	75	40	13	13
Тверская область	1650,6	84,1	59	38	н/д	н/д
Хабаровский край	1546	788,6	24	57	23	39
Ярославская обл.	1451,4	36,4	28	22	н/д	н/д

Источник: Ассоциация книгораспространителей независимых государств.

В таблице приведены данные о количестве книготорговых предприятий по 12 субъектам Российской Федерации. Как видно из приведенных данных, в этих областях функционируют 540 книжных магазинов. В 2003 г., проводя аналогичное исследование книжного рынка, АСКР отмечала, что количество книжных магазинов за 1991-2003 гг. резко сократилось. Сопоставление цифр, полученных в 2008 г., с данными за 2003 год, показывает, что за 2003-2008 гг. число книготорговых предприятий в ряде регионов увеличилось. Пять лет назад в Архангельской области имелось 15 магазинов, в Ярославской – 25, Свердловской – 30, Астраханской – 8. В 2007 г. Архангельской области было 38 книжных магазинов, Ярославской – 60, Свердловской – 41, Астраханской – 19. Однако необходимо констатировать (и это продемонстрировало исследование АСКР), что книжная торговля сосредоточена в основном в областных центрах: во многих городах и районных центрах книжных магазинов просто нет. Так, в Новосибирской области действуют 68 книжных магазинов, 56 из них расположены в областном центре, 6 – в районных центрах и 6 – в других городах (а городов и районных центров в области – 44); в Приморском крае – на 44 районных центров и других городов имеется только 22 книжных магазина; из 48 магазинов, работающих в Хабаровском крае, 37 расположены в областном центре, 11 – в г. Комсомольске-на-Амуре (в 18 районных центрах и городах края книжных магазинов нет). В 1989 году в России, по данным Госкомиздата СССР, было 8455 книжных магазинов. Сейчас специалисты отрасли не располагают точными данными о количестве книготорговых предприятий. По мнению большинства экспертов, в России количество книжных магазинов колеблется в пределах 2500-3600. При анализе книжного рынка используют ряд показателей, одним из которых является количество магазинов на 100 тысяч человек населения. Так, в 1989 году в Российской Федерации приходилось на 100 тысяч человек населения 6,07 книжных магазинов, сейчас – 2,07, при этом в зависимости от региона этот показатель колеблется весьма сильно. Так, в Москве он равен примерно 3,43, в Санкт-Петербурге – 1,51, в Архангельской области – 2,5, в Курганской области – 1,17, в Хабаровском крае – 3,67, в Свердловской области – 0,7. Практически нет книжных магазинов на селе, в небольших городах, во многих районных центрах. Иногда используется другой показатель – численность населения, приходящаяся на один книжный магазин. Если согласиться с оценкой, что книжных магазинов в России сегодня около 3000, то на один книжный магазин приходится 48,3 тысяч человек населения.

В Москве этот показатель равен 20,7 тыс., в Санкт-Петербурге – 22,23 тыс., в Приморском крае – 43,8 тыс., на Камчатке – 25,56 тыс., а в Воронежской области – 138,7 тысяч человек.

Таблица 21. Система книжной торговли в различных субъектах Российской Федерации

Область (край)	Кол-во магазинов на 100 тыс. чел.	Кол-во магазинов на 1 тыс. кв. км	Кол-во чел. на 1 книжный магазин (тыс.)	Кол-во кв. км на 1 книжный магазин (тыс.)
Архангельская область	2,499	0,065	40,02	15,458
Астраханская область	1,857	0,430	49,62	2,321
Воронежская область	0,721	0,344	138,67	2,911
Иркутская область	1,331	0,482	75,14	20,75
Курганская область	1,17	0,183	85,55	5,46
Московская область	1,52	2,128	82,64	0,47
Новосибирская область	2,48	0,382	40,34	2,62
Приморский край	2,28	0,307	43,80	3,253
Свердловская область	0,704	0,169	117,15	5,903
Тверская область	2,302	0,452	43,437	2,213
Хабаровский край	3,69	0,072	27,12	13,835
Ярославская обл.	4,134	1,648	65,95	0,607

Источник: Ассоциация книготорговцев независимых государств.

Для сравнения приведем данные по другим странам (по материалам Международной федерации книготорговцев об итогах работы за 2006 г.).

Таблица 22. Число жителей и территория, приходящаяся на 1 книжный магазин в отдельных странах

Страна	На один книжный магазин приходится	
	Тыс. чел.	Тыс. кв. км
США	2,94	0,094
Финляндия	6,56	0,41
Китай	9,62	0,071
Германия	11,62	0,05
Нидерланды	13,69	0,035
Великобритания	13,79	0,056
ЮАР	41,24	1,095
Россия	36,37	4,274

Источник: Международная федерация книготорговцев.

Вступив в рынок, многие коллективы книготорговых предприятий оказались неготовыми к работе в новых условиях и продержались недолго. На их место пришли новые молодые коллективы. Так, в Архангельске появилось ООО «АВФ-книга», в Хабаровске – фирма «Мирс», в Санкт-Петербурге – ООО «Буквоед», в Иркутске – ООО «ПродаЛитЪ» и др. Ниже приводятся основные характерные черты развития книготорговли в отдельных регионах России.

Санкт-Петербург. В Санкт-Петербурге из-за продолжающегося финансового кризиса крупнейшие операторы книжного рынка – сети «Снарк», «Буква», «Буквоед» – обсуждают с арендодателями возможность снижения арендных ставок на 20-30%. Как отметили в сети «Снарк», при отказе снизить плату за аренду, компания может пойти на закрытие примерно 40% магазинов в городе. Администрация сети «Буква» также рассчитывает в переговорах с арендодателями на снижение арендных ставок. В Санкт-Петербурге из 17 магазинов сети «Буква» только 6 магазинов имеют помещения в собственности, остальные пользуются площадями на условии аренды. Генеральный директор сети «Буквоед» Д.Котов отметил, что со всеми арендодателями удалось заключить договоры о фиксированной ставке на долгосрочный период, относительно наименее прибыльных объектов ведутся переговоры о снижении арендных ставок. Между тем, сегодня книготорговая сеть «Буквоед» входит в пятерку ведущих книготорговых операторов России, занимая первое место по товарообороту на Северо-Западе. 31 января 2009 г. в Кингисеппе открылся новый 33-й магазин сети. До конца 2009 г. компания планирует расширить сеть не менее чем на 7-8 торговых точек.

Центрально-Черноземный регион. Книготорговая сеть «Амитель» представлена в Воронежской, Курской, Липецкой и Белгородской областях. Развиваемые форматы: в первую очередь центральные магазины в городе, а также магазины шаговой доступности в жилых районах. Как отмечает коммерческий директор книготорговой компании «Амитель» Т.Ларина, магазины сети строятся по примеру сети «Буквоед» и позиционируются в качестве просветительских и образовательных центров.

Конкурентами сети «Амитель» являются федеральные книготорговые сети «Топ-книга», «Буква», «Библиосфера», «Новый книжный». «Сейчас ничто не мешает развиваться федеральным книготорговым сетям, – считает Т.Ларина. – Что до местных региональных сетей, то открытие новых магазинов тормозит...отсутствие свободных денег. Сеть издательской группы «АСТ» «Буква» попросту захватывает любые свободные площадки, которые зачастую оказываются нерентабельными. Региональные сети из-за отсутствия свободных денег не будут так рисковать. Прежде чем открыть новый магазин, тщательно просчитывается рентабельность уже существующих. И если новый магазин все-таки открывается, то вероятность того, что он будет рентабельным, очень высока. Помимо всего прочего отсутствие свободных денег делает книготорговую отрасль непривлекательной для потенциальных инвесторов, что опять же сказывается на развитии книжных сетей в регионах». Т.Ларина считает, что для развития книжных сетей в регионах нужно в первую очередь усилить работу по пропаганде чтения на федеральном уровне.

Ростов-на-Дону. До конца 2007 г. сетевую книжную торговлю в Ростове-на-Дону представляли три оператора: местные сети «Ростовкнига», «Магистр» и федеральная книготорговая сеть «Топ-книга» с ее форматами «Книгомир», «Лас-Книгас», «Литера». В ноябре 2007 г. в Ростове-на-Дону появилась еще одна федеральная сеть «Новый книжный», открывшая сразу два

своих магазина³. Директор сети книжных магазинов «Магистр» Е.Штегина считает, что в Ростовской области книжный рынок является даже перенасыщенным. «В области очень много магазинов, причем открываются в тех районах..., где это делать нерентабельно». Сеть «Магистр» использует различные форматы: супермаркет площадью 500 кв. м, стандартные магазины площадью 100-200 кв.м, магазины площадью 50 кв.м., расположенные в основном в спальных районах⁴.

Нижегород. Федеральные книготорговые сети активно осваивают местный книжный рынок. Так, книготорговая сеть «Топ-книга» представлена 4 магазинами «Книгомир», гипермаркетом «Лас-Книгас», магазинами «Книжный мир» и «Бестселлер». В торговом центре «Мега» до 2008 г. действовал магазин сети «Букбери». Книготорговая сеть «Буква» располагает на нижегородском рынке двумя площадками. В течение последних двух лет в Нижнем Новгороде открыты три магазина сети «Новый книжный» с ассортиментом от 20 до 50 тыс. наименований.

В то же время усиление позиций федеральных сетей на нижегородском книжном рынке не исключает активность местных операторов рынка. И согласно прогнозам аналитиков, кризис может улучшить позиции местных книготорговцев, в меньшей степени зависящих от кредитных ресурсов. Нижегородская компания «Пароль НН» располагает собственным логистическим комплексом, владея двумя сетями книжных магазинов: сетью «Читайна» – 10 торговых точек с общим ассортиментом, превышающим 50 тыс. наименований, и сетью «Дилижанс знаний» – 4 магазина.

Популярностью у нижегородцев пользуются магазины «Дирижабль» – 3 торговые площадки с универсальным ассортиментом. Первый небольшой магазин «Дирижабль» появился в 1997 г., а сейчас он представляет собой 3-этажный торговый центр с ассортиментом в 40 тыс. наименований книг на двух этажах, с салоном чая и этнографических сувениров, литературным кафе «Библиотека».

Кроме того, в Нижнем Новгороде действуют сеть «Александр» – два магазина ИП «Братцев С.А.», магазин «Антиквар & Букинист» (ИП «Кудрин А.В.»); магазин «Знание»; открытый издательством «Инфра-М» магазин «Нижегородский дом книги», специализированные магазины «Британия», «Букварь»; два магазина «Учебная книга», «Студенческая лавка» и др. В целом в Нижнем Новгороде на 20 тыс. населения приходится один книжный магазин⁵.

Екатеринбург. Согласно информации администрации Екатеринбурга, в 2007 г. в городе работал 41 книжный магазин. Книжная торговля, как считают специалисты Комитета по товарному рынку, превращается во все менее прибыльный бизнес с рентабельностью книжных магазинов на уровне от 2 до 10%. Рост арендной платы, составляющей около 40% расходов книжного магазина, и низкие продажи делают открытие новых книжных магазинов невыгодным⁶. Если раньше книжная торговля рассматривалась в качестве социально значимой деятельности и имела льготы по аренде, то затем она из этого льготного списка исчезла. С начала 2008 г. в Екатеринбурге резко уменьшилось количество специализированных книжных магазинов. Так, прекратили свое существование магазины «Деловая книга», «Медицинская и юридическая книга», «Техническая книга». Освободившиеся помещения долго не пустовали. Там, где до закрытия располагался магазин «Техническая книга», будет функционировать новый офис КМБ-Банка. А на площадях, которые ранее занимала «Медицинская и юридическая книга», появится кофейня федеральной сети «Кофе Хауз». Пока на плаву остались всего 4-5 специализированных магазинов, из которых два входят в сеть «Де-Юре», а остальные готовы перейти к универсальному ассортименту.

По словам директора магазина иностранной литературы «Дружба» Е.Куликовой, условия работы являются практически невыносимыми. Ситуацию в основном определяют два фактора, связанные с ростом арендных ставок и отсутствием государственной поддержки книжной торговли. Имеет значение и особенность самого ассортимента. Так, в ассортименте магазина «Дружба» представлено до 1 тыс. позиций менее чем на 150 кв. м. При этом специализация магазина вынуждает держать труднореализуемые издания, например, франко-русский металлургический словарь. «Подобные книги продаются по 1-2 экземпляра в год, – говорит Е.Куликова, – но они должны быть. Площади магазина маленькие, а сумма ЕНВД зафиксирована вне зависимости от того, выполнен план по продаже или нет». Рост арендных ставок стабилен и находится на уровне 20-23% в год. Директор Екатеринбургского Дома книги Т.Пиманова считает, что установление арендной платы по льготным ставкам могло бы помочь сохранению книжных магазинов города⁷.

Тюмень. В настоящее время ведущим игроком на местном книжном рынке выступает федеральная книготорговая сеть «Топ-книга». В 2002 г. «Топ-книга» открыла в Тюмени логистический и складской центр. Сегодня книготорговая сеть «Топ-книга» представлена в Тюмени двумя «Литерами» (680 и 1400 кв. м, 30000 и 50000 наименований), семью стандартными «Книгомирами» (200 кв. м каждый с 20000 наименований), небольшой «Книжной столицей» в центре города, магазином «Биг Хит». Помимо «Топ-книги» на местном книжном рынке действуют десятка два местных игроков, которым далеко до масштабов «Топ-книги». Ранее в городе существовали крупные книжные магазины «Книжный мир», «Новинка», «Знание», «Эврика», «Военторг», которые находились в муниципальной собственности. Магазины находились в центре города, на главных улицах. Магазины пользовались низкой арендной ставкой при условии сохранения исключительно книжного ассортимента с обязательным включением в ассортимент социально значимых книг, а также книг местных издательств. Однако еще в 1997 г. был поднят вопрос о рентабельности муниципальных книготорговых предприятий Тюмени. В результате появился план приватизации двух самых убыточных книжных МУПов – «Эврики» и «Кругозора», однако местные власти не решились привести его в действие. После дефолта 1998 г. данные магазины были все-таки выставлены на продажу, в результате которой утратили свой книжный профиль. Например, вместо «Эврики» в центре города появилось кафе. В 2002 г. прекратил свое существование еще один муниципальный магазин «Книжный мир». По итогам торгов площади книжного магазина были переданы магазину бытовой техники. Летом 2004 г. в результате торгов закрылся и книжный магазин «Новинка». В итоге из всех муниципальных магазинов продолжил работу магазин «Знание», однако и ему пришлось переехать и сменить формат. Магазин стал супермаркетом с широким ассортиментом книг и канцтоваров (600 кв.м и 35000 наименований в ассортименте).

Магазин «Книжный мир» был возрожден, но уже на новом месте (площадь 400 кв. м) и в составе торговой сети «Фолиант» (3 магазина), специализацией которой является продажа периодики, школьных учебников и сувенирной продукции.

³ Книжная индустрия. – 2008. – №5. – С. 40.

⁴ Книжное обозрение. – 2008. – №18-19. – С. PRO4.

⁵ Книжная индустрия. – 2008. – №8. – С. 48-49.

⁶ <http://www.gorodfm.ru/broadcast/broadcast.20/>

⁷ <http://publishit.ru?p=1541>

Помимо «Фолианта», в число местных игроков в Тюмени входят: ООО «Друг» (3 магазина площадью 112, 30, и 25 кв. м), ЧП «Нестеров» (4 магазина «Учебники» площадью 45, 120, 120, 160 кв. м), ЧП «Мельникова» (2 магазина площадью 30 кв. м. каждый); магазин «Школьник» (100 кв. м., 3000 наименований); магазин «Книжник», специализирующийся на учебно-методической литературе для детских садов; магазины «YES BOOK» (40 кв. м) и «Техническая книга» (150 кв. м, 10000 наименований) и др. Усложнение конкурентной ситуации для местных операторов книжного рынка связано не только с активностью «Топ-книги». В марте 2005 г. в торгово-развлекательном комплексе «Гудвин» появился первый книжный магазин (300 кв. м, 50000 наименований) еще одной федеральной книготорговой сети «Буква». Сейчас сеть «Буква» представлена в Тюмени тремя магазинами⁸.

Иркутск. Книготорговая компания «ПродаЛитЪ» (Иркутск) входит в число 10 ведущих региональных книготорговых предприятий. Книготорговая сеть компании «ПродаЛитЪ» включает 32 магазина. Недавно были открыты 4 новых. Компания занимает заметные позиции на книжном рынке Восточной Сибири. Успешно развивается сотрудничество с библиотеками Иркутской области. В 2007 г. компанией был выигран тендер на поставку литературы в 459 муниципальных библиотек области. Объем поставок художественной литературы составил около 7 млн. руб., школьных учебников – 12 млн. руб. В книготорговой компании «ПродаЛитЪ» делается ставка на развитие собственной розничной сети. Этап, когда розница приносила убытки, пройден. В настоящее время, как отмечает генеральный директор компании «ПродаЛитЪ» В.Перевозников, магазины розничной торговли являются прибыльными, что позволяет строить оптимистичные прогнозы.

Как подчеркивает В.Перевозников, «компания «ПродаЛитЪ» все более диверсифицируется, то есть книжный каркас остается, но постоянно усиливаются другие направления – канцелярия, игрушки, мультимедиа. Это мировая тенденция, и сопутствующие товары все больше начинают теснить книжные стеллажи. Книжный магазин все больше становится супермаркетом, центром досуга и культуры»⁹.

Дальневосточный регион. По данным АСКР, в настоящее время в Приморском, Хабаровском и Камчатском краях имеется 121 книжный магазин. Совокупная площадь этих краев, составляя 1426,8 тыс. кв. километров, равна площади, которую занимают Германия, Франция и Испания вместе взятые. Однако если в Германии, Франции, Испании, вместе взятых, на 1 тыс. кв. километров приходится 8,7 книжных магазинов, то в Хабаровском, Приморском и Камчатском краях этот показатель составляет 0,085. Если в Германии, Франции, Испании на 100 тыс. населения приходится 6,87 книжных магазинов, то в дальневосточных краях – 2,89. Заметим, что в целом в Германии, Франции, Испании численность населения составляет 179 млн. чел., в указанных же выше российских территориях – 4,189 млн. чел. И при столь несопоставимой численности населения в Германии один книжный магазин приходится на 11,59 тыс. человек, в Испании – на 17,22 тыс., в Камчатском крае – на 25,57 тыс., в Хабаровском крае – на 27,12 тыс., в Приморском крае – на 43,8 тыс. человек¹⁰.

Владивосток. В городе 28 книжных магазинов. Это, как правило, небольшие книготорговые предприятия с торговой площадью до 150 кв. м. Они принадлежат Приморскому торговому дому книги, который также имеет свои торговые площадки в Находке, Уссурийске, Партизанске, Большом Камне, Лесозаводске, поселках Новошахтинском и Кировском. В течение последних лет Приморским торговым домом книги был проведен капитальный ремонт во всех магазинах, заменено торговое оборудование. Также во Владивостоке 3 магазина принадлежит торговой компании «Глобус», 2 магазина – компании «Библио-сервис». 7 магазинов открыто «Топ-книгой».

Хабаровск. В Хабаровске книжная торговля развернута на примерно 40 площадках. Показатель обеспеченности населения книготорговыми точками в Хабаровске выше среднего по России в два раза. Если в целом по стране один книжный магазин приходится на 36 тыс. чел. населения, то в Хабаровске – на 18 тыс. чел.

В городе книжная торговля ведется в основном на профильных стационарных торговых точках. Что касается непрофильных торговых площадок, то лишь в восьми продуктовых супермаркетах осуществляется активная торговля книгами. Основными профильными игроками на книжном рынке Хабаровска являются компания «Мирс» – 30 книжных магазинов; ООО «Книжный мир» – 3 магазина; книготорговая сеть «Топ-книга», открывшая в 2007 г. магазин формата «Книгомир». 90% книготоргового рынка Хабаровска принадлежат сети книжно-канцелярских магазинов фирмы «Мирс». Основной развиваемый формат сети – небольшие магазины «Пиши-читай». Сеть включает также супермаркеты: Большой книжный и Хабаровский дом книги; магазин-дискаунтер (Сток-Центр); специализированные магазины «Знание». В целом фирме «Мирс» принадлежат 57 книжных магазинов: 37 – в Хабаровске, 11 – в Комсомольске-на-Амуре, 3 – в Амурске, 2 – в Николаевске-на-Амуре, 2 – в Советской гавани; по одному – в Бикине и Вяземском. Годовой товарооборот компании «Мирс» – более 600 млн. руб., ассортимент включает около 50000 наименований почти 500 издательств.

По мнению генерального директора фирмы «Мирс» С.Кузова, основные проблемы книготорговцев Хабаровска связаны с высокими ставками аренды и нехваткой профессионалов. Большинству книжных магазинов приходится платить от 1500 до 3200 руб. за 1 кв. м. в месяц, а при скромной зарплате в размере 8-10 тыс. руб. в месяц далеко не всех сотрудников удастся удержать.

Петропавловск-Камчатский.

Холдинговая компания «Новая книга» имеет в городе 13 магазинов, являющиеся, как правило, небольшими предприятиями площадью 100-200 кв.м. Ассортимент включает 50 тыс. наименований книг. Доставка книг из Москвы осуществляется по железной дороге до Владивостока, а далее паромом по воде. Как правило, на доставку книг из Москвы до Петропавловска-Камчатского уходит 45 дней¹¹.

⁸ Книжная индустрия. – 2008. – №8. – С. 48-49.

⁹ Книжная индустрия. – 2008. – №3. – С. 6-8.

¹⁰ Книжная индустрия. – 2008. – №6. – С. 43.

¹¹ Книжная индустрия. – 2008. – №6. – С. 16-17, 43-45.

3. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КНИЖНОГО РЫНКА РОССИИ

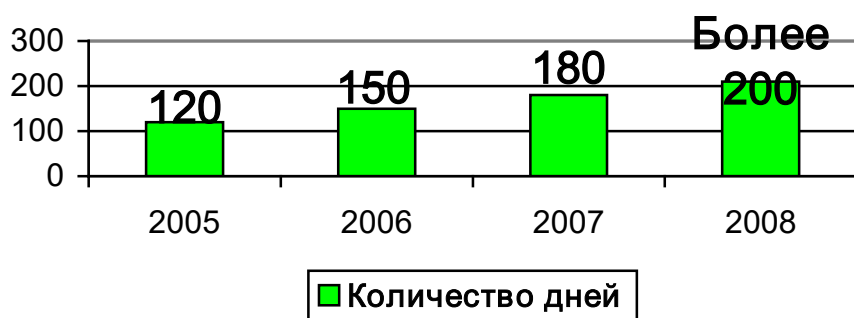
3.1. Издатели и книготорговцы: проблемы реализации.

В постсоветской России розничные книготорговцы всегда располагали значительной рыночной властью над издателями благодаря возможностям влиять на мотивацию выбора покупателей. В большинстве секторов книжного рынка, за исключением сектора учебной литературы для всех ступеней образования, вследствие слабой рекламной активности издательств окончательное решение о покупке книги потребитель принимает на торговой площадке. Каких-либо заметных изменений в этом отношении за последние годы не произошло. Как и ранее, издатели испытывают серьезное давление со стороны книготорговцев, настаивающих на снижении отпускных цен, увеличении скидок, на увеличении объема возвратов, на разделении коммерческих рисков и увеличении рекламного бюджета на продвижение издательской продукции. И отмеченное выше не только относится к ориентированному на массовый рынок издательскому предложению. Журнал «Книжная индустрия» провел опрос специализирующихся на культурологической и филологической тематике издательств, действующих в нишах с низким уровнем конкуренции, для выяснения того, что препятствует им в получении большей прибыли. Полученные ответы оказались весьма схожими: «беспределенная ценовая политика книготорговцев, в магазинах на наши книги дают наценку от 200 до 400%!!!» («Гиппократ»); «плохая работа книжных магазинов: непомерная наценка на книги, особенно в сетевых магазинах» («Искусство XXI век»); «медленный сбыт, территориальная «разбросанность» покупателя, то есть большие издержки на пути издатель – конечный покупатель» («Русский путь»).

До сих пор большинство издательств отдают предпочтение работе со специализирующимися на книжном ассортименте оптовыми предприятиями, розничными сетевыми и независимыми книжными магазинами, для которых закупка книг составляет значительную долю затрат. Нет ничего удивительного в том, что книготорговые предприятия ведут тщательный отбор и поиск наиболее выгодных для себя ценовых предложений. Более того, сталкиваясь также со снижением нормы прибыли, книготорговцы стремятся к закупкам товара по более низким ценам, к получению дополнительных бонусов, гарантий. Как отмечает директор Книжного Дома «Мистериум» (Петрозаводск) А.Макаров, «влияние наших поставщиков за последние год-два не усилилось... Мы совершенно самостоятельны в выборе ассортимента и идем навстречу только тем, с кем устанавливаются стабильные многолетние отношения. Колебания в условиях поставки автоматически приводят к снижению заказов по данному издательству». Пределы вмешательства издателя в ассортиментную работу магазина ограничиваются тем, что сегодняшний книжный рынок представляет собой рынок продавца, а не издателя, и именно продавец определяет, с каким издательством и на какую сумму стоит работать, и стоит ли работать вообще. В значительной мере помогают издательствам сдерживать рост влияния книготорговцев активная конкуренция между книготорговцами, внутренние проблемы книготоргового бизнеса, связанные с постоянным ростом цен на недвижимость и повышением арендных ставок. Тем не менее, положение издателя на книжном рынке традиционно является менее выигрышным. С одной стороны, издатель зависит от полиграфистов, работающих с «короткими» деньгами. Помимо полиграфических услуг, издателю приходится оплачивать сразу бумагу и полиграфические материалы. Все это определяет до 60-70% себестоимости книги.

С другой стороны, издатель фактически кредитует книжную торговлю, которая ориентирована преимущественно на «длинные» деньги. Возврат средств от реализации книг, исходя из фактических продаж, может занимать месяцы. В последние годы оборачиваемость книг продолжала увеличиваться. Если 3 года назад она была порядка 120 дней, то в 2008 году оборот книг, по оценкам компании «Эксмо», превысил 200 дней (см. рис. 8). А это для издателей достаточно критично. Следовательно, издатель является фактическим донором всей отраслевой цепочки. Однако самим издательствам оборотного капитала не хватает. По мнению аналитиков, участникам рынка надо быть готовым к тому, что в 2009 г. с оборачиваемостью будет еще хуже. Как считают многие эксперты, негативный сценарий развития событий, возможно, заставит внести коррективы в схему «издатель – полиграфист – книготорговец», поскольку многие издатели чисто технически не в состоянии «тащить» на себе и распространителей, и печатников: у них элементарно не хватит на это оборотных средств.

Рисунок 8. Динамика оборачиваемости средств в рознице



Источник: издательство «Эксмо».

Многие специалисты книжного рынка отмечают, что в 2008 году российский книжный рынок находился в состоянии «перегрева». Во многих сегментах предложение превысило спрос, что, безусловно, влияет на коммерческую политику издательств, вынужденных пересматривать свои портфели и переоценивать свои издательские проекты. Книжников, безусловно, очень радуют достигнутые показатели по количеству выпущенных наименований, но при хронической нехватке точек розничной книготорговли, можно констатировать неготовность рынка «переваривать» такой объем.

Продолжают снижаться стартовые тиражи при одновременном росте цен на производство книг. Дисбаланс издательских и потребительских цен в этом году проявился сильнее, в силу более высокой, по сравнению с прошлыми годами, инфляции. Все эти факторы подталкивают многих игроков рынка к изменениям моделей издательского бизнеса, сложившихся в конце 1990-х – начале 2000-х годов. К активным действиям также подталкивает продолжающаяся монополизация рынка, практика слияний и поглощений предприятий крупными издательскими группами.

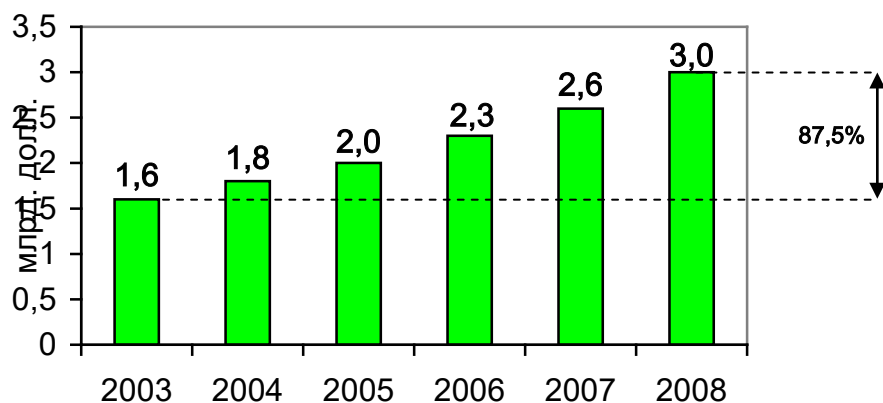
Немного по-иному смотрит на ситуацию затоваривания книжного рынка директор Торгового Дома книги «Москва» М.Каменева, отмечая, что «не книги не находят отклика у покупателя, а покупатель, не может найти большое количество книг в своем регионе». Причины называются разные: и нерешенные вопросы логистики, и стоимость доставки, и отсутствие единого информационного пространства, а также проблемы потери навыков чтения».

3.2. Объем книжного рынка и перспективы его роста.

Относительно объема российского книжного рынка в 2008 г. у экспертов нет единой точки зрения. На сегодняшний день это один из, пожалуй, самых сложных вопросов в условиях отсутствия единой концепции статистики рынка. Оценки экспертов в пересчете на доллары США колеблются в диапазоне от 2,2 до 3,0 млрд. долл. Существует также мнение, что объем книжного рынка превысил эти цифры.

По мнению генерального директора издательства «Эксмо» О.Новикова, с которым согласны представители многих издательств и книготорговых компаний, объем рынка книгоиздательской продукции в России в 2008 г. (в розничных ценах с НДС) составил около 3,0 млрд. долл. При этом, по экспертным оценкам, с 2003 г., рынок вырос в своем объеме приблизительно на 87,5% (см. рис. 9). К сожалению, рост книжного рынка происходит во многом за счет роста цен на книги.

Рисунок 9. Объем рынка книжной продукции в России 2003-2008 гг., млрд. долл.



Источник: экспертная оценка ведущих издательств и книготорговых организаций России.

Директор ТД «Библио-Глобус» Б.Есенькин оценивает оборот книжного рынка России в размере 2,5 млрд. долл.

В соответствии с оценкой Г.Лямина, объем книжного рынка России в 2008 г. составил:

- по книжным продажам с использованием результатов исследования компании «Топ книга» – 2,2 млрд. долл.
- по потреблению с использованием потребительских панелей «Комкон» – 2,3 млрд. долл.

В целом этой разницей в показателях оценки объема российского книжного рынка только подтверждает общее мнение специалистов о непрозрачности российского книжного рынка. При этом в силу непрозрачности книжного рынка затрудняется и прогнозирование ситуации на нем. Структура отраслевых продаж по сегментам в розничных ценах, по мнению участников рынка, выглядит следующим образом (см. рис. 10).

Как уже говорилось выше, многие участники рынка отмечают перепроизводство книг в наименованиях. Некоторые видят в этом доказательство эффективности книжного рынка, однако точных данных о том, насколько произведенные книги были востребованы покупателем, в отрасли нет.

Рисунок 10. Структура отраслевых продаж по сегментам в розничных ценах



Источник: экспертная оценка ведущих издательств и книготорговых организаций России.

По мнению генерального директора «Топ-книги» Г.Лямина, доля книг в общей потребительской корзине составляет сегодня всего 0,5%. Около трети приходится на продукты питания; на алкогольные напитки – 7,5%, на табачные изделия – 2,1%. В структуре потребительской корзины вслед за книгой идут товары для животных с 0,4%. Существует угроза, что пройдет совсем немного времени, и книги спустятся еще ниже – и их «обгонят» даже товары для животных¹². Сказано это было в мае 2008 г., когда влияние экономического кризиса еще не сказалось на книжной отрасли, но когда уже было очевидно наличие кризиса перепроизводства в книжной отрасли и его связь с ограниченным потребительским спросом: затраты россиян на покупку книг не растут.

По мнению специалистов, на этот отраслевой кризис в сегодняшних условиях может наложиться финансовый, экономический кризис. Книжному рынку в России и в относительно стабильный период были свойственны низкая рентабельность и нехватка оборотных средств. Сегодня, в кризисных условиях, уязвимость книжной индустрии ощущается вдвойне, когда одновременно происходят отток инвестиций и падение спроса.

Говоря о перспективах развития рынка в 2009 г., большинство его участников отмечает, что в условиях кризиса потребители, придерживаясь режима экономии, сократят расходы на товары не первой необходимости, досуг и развлечения, включая книги. Усиливающийся кризис негативно влияет на покупательскую способность населения. Согласно данным издательской группы «АСТ», если в первом полугодии 2008 г. выручка от продаж книг увеличилась на 24% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, то в третьем квартале 2008 г. рост выручки был намного меньше – около 3,5-5%. В целом же, по оценке финансового директора издательской группы «АСТ» О.Бартенева, доходность от продаж снизится на 11%. Прогнозируют снижение продаж в ближайшие месяцы и региональные книжники, в частности генеральный директор крупнейшей книготорговой сети Татарстана «Таис» (34 магазина) Б.Мусташкин.

Генеральный директор издательства «Эксмо» О.Новиков, напротив, не соглашается с тем, что произойдет серьезное сокращение книжного рынка. По его мнению, серьезных угроз рынку не существует. С одной стороны, сокращение потребительских расходов вызовет снижение реализуемых тиражей на 10-15%, однако в денежном выражении рынок вырастет примерно на 10% благодаря повышению цен на книги. Снижение реализации тиражей приведет к увеличению объемов возвратов на 40-50%.

Но, как считает О.Новиков, число книжных магазинов уменьшаться не будет. Возможно, будут закрыты нерентабельные объекты книготорговых сетей, но их место займут новые участники рынка. Как полагает эксперт, продажи книг в дальнейшем будут находиться на стабильном уровне, и даже при самом неблагоприятном развитии событий многие потребители, преодолевая кризис, будут стремиться к получению знаний и информации из книг. Антикризисная программа самого издательства «Эксмо» заключается, по словам его генерального директора, в следующих шагах: сокращении расходов, прежде всего косвенных; изменении объемов выпускаемой продукции; сокращении неликвидного ассортимента и ужесточении условий оплаты, ее сроков. Прогнозируя развитие событий на ближайшую перспективу, Д.Котов (сеть «Буквоед») полагает, что развитие ситуации, скорее всего, будет идти по стагнационному, но не кризисному сценарию. В качестве главного фактора будет выступать безработица. В случае начала массовых увольнений люди будут вынужденно пересматривать свое потребительское поведение, что предполагает возможное сокращение расходов на книги.

Подобной мысли придерживается и О.Бартенев: «Если детализировать состояние рынка, можно однозначно говорить о развивающейся стагнации, отсутствии роста по отрасли в целом, роста производства, продаж в натуральных показателях. Рынок достиг потолка, пика насыщения и по количеству наименований, и по тиражам и рос только в денежном выражении (15%). Денежный рост обусловлен как инфляционными составляющими, так и ростом стоимости книг за счет их более качественного и дорогого исполнения». Возник очевидный кризис перепроизводства, предложение наименований книг стало выходить за разумные пределы – в совокупности более 200 тыс. наименований на складах крупнейших дистрибьюторов.

Говоря о прогнозах в отношении развития рынка в ближайшей перспективе, президент Российского книжного союза С.Степашин отмечает: «Надо признать, что в условиях нынешнего кризиса спрос на книгу упадет, причем во всех сегментах книжного рынка. Но, думаю, в первую очередь упадет спрос на некачественную, низкосортную продукцию. Да и читатель эпохи кризиса будет гораздо разборчивее, тем более, что, по наблюдениям социологов, в фазе кризиса тяга к чтению парадоксальным образом может возрасти.

Появятся новые возможности для поддержки производителей социально значимой литературы и книг, имеющих высокую художественную ценность. При кризисе даже небольшой объем адресных финансовых вливаний сможет сильнее повлиять на изменение структуры книжного рынка, чем в обычных условиях».

Директор ТД «Библио-Глобус» Б.Есенькин отмечает способность кризиса дать толчок дальнейшему развитию книжного рынка в силу того, что уменьшится выпуск книг-однодневок, поскольку читатели будут настроены на приобретение литературы, которая действительно необходима для развития и самосовершенствования. По оценке Б.Есенькина, даже в условиях существования определенных настороженности и опасений за собственное финансовое благополучие, уровень продаж литературы, связанной с образовательным процессом, не становится ниже.

Фиксируется также востребованность художественной литературы, возросли продажи классики, книг по философии, психологии. В Торговом Доме «Библио-Глобус» в первой половине января 2009 г., во время отдыха и каникул, был зафиксирован значительный приток покупателей¹³.

Как отметила в конце января 2009 г. PR-директор издательства «Азбука-Аттикус» О. Чумичева, после начала кризиса у холдинга существенно (примерно в 2 раза) снизились тиражи. Кризис стимулирует дальнейшее укрупнение на рынке. В то же время небольшие независимые издательства, работающие в своей определенной нише, продолжающие ее использовать, возможно, смогут пережить кризис.

Замедление темпов реализации книжной продукции и сокращение объемов продаж может вызвать не только снижение прибыльности, но и в ряде случаев убыточность издательской деятельности, и, как следствие, – сокращение ассортимента, объемов выпуска книг, а также числа самих издателей. Главный редактор издательства «Альпина Бизнес Букс» А.Ильин

¹² www.knigaforum.ru

¹³ www.publishit.ru

высказывает такое мнение: «Возможно, в условиях кризиса небольшим компаниям будет легче выжить, чем крупным. Сегодня ключевым вопросом выживания будет наличие или отсутствие большой финансовой задолженности, банковских займов». По мнению А.Ильина, в силу того, что на средних и мелких издательствах лежит гораздо меньшая долговая нагрузка, при условии хорошей постановки контроля затрат и распределения рисков им удастся пережить кризис без значительных потерь.

Тем не менее, перспективы развития российского книжного рынка не совсем пессимистичны. Как отмечает О.Бартенев, у финансового кризиса применительно к книжной отрасли имеются и положительные стороны. Во-первых, в условиях кризиса люди вновь начинают позволять себе совершать покупки, которые связаны с получением удовольствия. Поэтому, по его мнению, продажи книг в условиях кризиса могут даже возрасти. Во-вторых, если на других рынках будет происходить закрытие торговых предприятий, то это приведет к освобождению торговых площадей, и следовательно, сдаваться в аренду они будут по более низкой ставке, что может способствовать развитию книжной торговли.

В похожем ключе рассуждают западные специалисты, представляющие ведущие книжные рынки. По мнению А. Бридта (Andrew Breedt), аналитика из Nielsen BookScan, «люди читали, и они продолжают читать, чтобы ни случилось». Эта устойчивость была в особенности заметной в континентальной Европе.

Количество книг, проданных во Франции, выросло на 2% в декабре 2008 г. в сравнении с аналогичным периодом предшествующего года, и на 2,4% в январе 2009 г. Аналогичная тенденция наблюдалась в Германии, где количество проданных книг увеличилось на 2,3% в январе 2009 г. Аналитики отмечают, что многие другие европейские рынки также показали рост.

В Соединенных Штатах и Великобритании книжные продажи были немного меньшими. Продажи в Соединенных Штатах снизились примерно на 1% в течение первых 10 недель 2009 г. Тем не менее, учитывая, что многие другие индустрии сталкиваются с падением продаж, исчисляемым двузначными цифрами, даже эти показатели выглядят достаточно хорошо. Издатели и аналитики на Западе выдвигают разнообразные причины для объяснения относительной прочности книжного рынка.

В сравнении с новым телевизором или пультом управления видеоиграми книги недороги. При росте безработицы и сокращения рабочих часов у людей просто может быть больше времени в их распоряжении. Как отмечает генеральный директор Penguin Books Х.Фрэйзер (Helen Fraser), «книги являются весьма дешевым удовольствием».

Впрочем, редактор отраслевого журнала «Livres Hebdo» К.Ферранд (Christine Ferrand) выяснила, как французский книжный бизнес реагировал на крах Wall Street в 1929 г. По ее словам, в то время не было немедленного спада, однако несколькими годами позже, по мере усиления Великой депрессии, книжные продажи упали и многие издатели вышли из бизнеса. К.Ферранд задается вопросом: «Повторится ли это вновь?»¹⁴.

3.3. Ценообразование на книжную продукцию.

Если проанализировать изменения цен на книги за последние 10 лет, то можно отметить несколько важных факторов. Сразу после дефолта 1998 года книжная продукция снизилась в долларовом эквиваленте практически в 2 раза. И даже через год после дефолта, в отличие от продуктов питания, цены на которые в этот момент составляли 0,8-0,9 валютного эквивалента «додефолтовой» цены, книги очень медленно восстанавливали валютный эквивалент, который на конец 1999 года составлял только 0,6 валютного эквивалента цен до дефолта.

В последующие 3 года оптовые и розничные цены на книги повышались быстрее, чем на продукты питания (около 15-17% в год). Тем не менее, это повышение было линейным и не сказывалось на объеме книжного рынка, т.е. с 1999 по 2003 год на рынке наблюдалось планируемое увеличение количества продаваемого тиража.

Однако отмена нулевой ставки НДС на книги, а также ошибочно введенный НСП на книги (который через полгода был отменен), привели к резкому повышению средней цены реализуемых книг (на 37-40% за год) и, как результат, к существенному (более чем на 10%) уменьшению общего объема продаж тиража книг. Это отразилось также и в уменьшении количества изданных книг в 2004 году.

Введенная через полгода льгота по НДС – 10 % и отмена НСП не смогли в полной мере вернуть благоприятные для отрасли условия, в которых она работала до 2003 года, и не дали существенного снижения розничных цен на литературу. В дальнейшем с 2004 по 2008 год розничные цены на книги продолжали повышаться примерно на 15-17% в год (по сути, на уровень инфляции), и к 2008 году достигли примерно 1,7-1,8 валютного эквивалента цен в долларах США по сравнению с ценами до дефолта. По мнению вице-президента Издательской группы «АСТ» О.Бартенева, высказанному им до наступления кризисных явлений, розничные цены на книжную продукцию должны были продолжать расти, обгоняя темпы инфляции, и за 6-7 лет достигнуть уровня цен Восточной Европы (т.е. подняться в валютном эквиваленте в 2 раза).

Генеральный директор книготорговой сети «Буквоед» Д.Котов считает, что единственный продукт, который очевидно недооценен при той массовости, которую он имеет, – это книга. Рост цен будет происходить до тех пор, пока не будет достигнут европейский уровень.

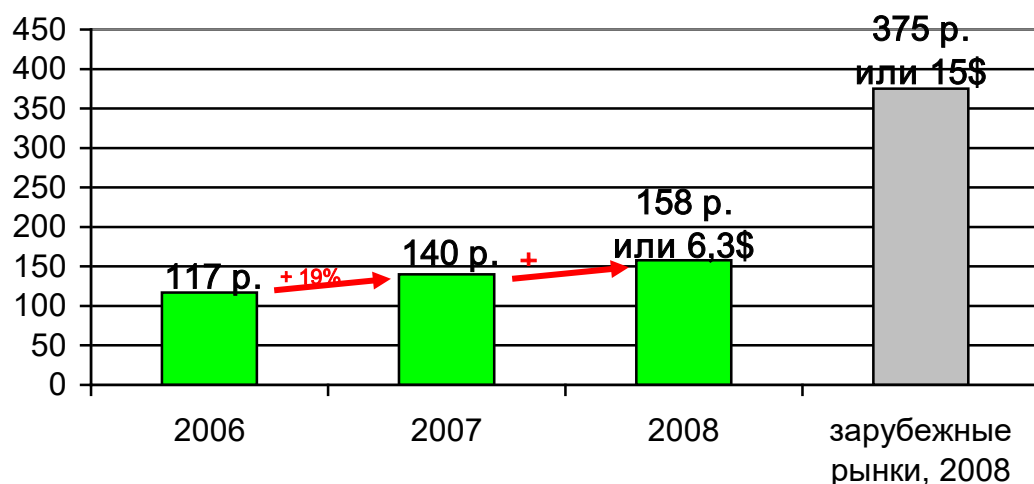
Позиция генерального директора издательства «Эксмо» О.Новикова заключается в следующем: «Всем участникам рынка, наверное, хотелось бы, чтобы стоимость книги была более высокой. Однако очень важно, чтобы цена книги была доступной для читателя. Думаю, тот тренд, который существует сейчас, когда стоимость книг растет вместе с ростом покупательной способности читателей, абсолютно оправдан и сохранится в среднесрочной перспективе 4-5 лет. То есть мы постепенно будем приближаться к европейскому уровню цен, но наши цены все равно будут ниже.

Надеюсь, к тому времени, когда наши читатели догонят по уровню благосостояния жителей европейских стран, у нас и цена на книги будет сопоставима»¹⁵. На приведенной ниже диаграмме видно, что если три года назад разница между российской и европейской ценой на книгу была в 3,2 раза, то в 2008 г. она сократилась до 2,3 раз (см. рис. 11).

¹⁴ www.nytimes.com

¹⁵ Книжная индустрия. – 2008. – № 5. – С. 7.

Рисунок 11. Динамика среднеотраслевой розничной цены книги 2006-2008 гг., руб.



Источник: издательство «Эксмо».

На ценообразование в книжной рознице влияет целый ряд факторов. Прежде всего, книготорговцам приходится платить достаточно высокую арендную плату. Больших по площади помещений в местах со значительной проходимостью немного, соответственно малое предложение влияет на рост цены. Кроме того, книготорговцам приходится вступать в конкуренцию с магазинами другого профиля (ювелирными, продуктовыми и др.), которые имеют значительно более высокую рентабельность и, следовательно, в состоянии предложить более высокую цену за помещение. Во-вторых, книготорговцы платят достаточно высокие налоги, поскольку книжная торговля никак не выделяется из остальных промтоварных магазинов;

В-третьих, книготорговцы вступают в серьезную конкуренцию за персонал продавцов. Для продажи интеллектуального продукта требуются высококвалифицированные кадры, однако книготорговцы в силу низкой рентабельности бизнеса не располагают возможностью устанавливать высокую заработную плату. Продавцы же являются мобильной категорией трудовых ресурсов, быстро переквалифицируясь из одной отрасли торговли в другую, где уровень заработной платы выше.

В 2007 г. Ассоциация книгораспространителей независимых государств провела опрос книжных магазинов, расположенных в различных регионах России, с целью выявить регионы, в которых книготорговые предприятия устанавливают самые высокие розничные цены на книги. Тогда в Ассоциации полагали, что самые дорогие книги продаются в Сибири и на Дальнем Востоке. Однако опрос показал, что самые дорогие книги продаются вовсе не в Сибири и на Дальнем Востоке, а в Москве и Санкт-Петербурге. Очевидно, что это напрямую связано с арендными ставками. Ассоциация определила наиболее «ходовые» издания и попросила магазины сообщить их розничные цены.

Таблица 23. Розничные цены на отдельные издания в книготорговых предприятиях регионов России, руб.

Книготорговое предприятие/ Наименование книги	Коэльо П. «Ведьма с Портабелло»	Аксенов В. «Родные земли»	Устинова Т. «Колодец забытых желаний»	Быков Д. «Пастернак»	Правила дорожного движения	Экзаменационные билеты. Категории «А» и «Б»
ОАО «Торговая фирма «Санкт-Петербургский дом книги»	170	245	190	480	15	170
ООО «Энергия» (г.Санкт- Петербург)	180	240	190	520	15	150
ООО «Веком» (г.Санкт- Петербург)	180	250	198	—	30	135
ООО «Дом книги «Медведково» (г.Москва)	176	222	246	387	14	118
ООО «Дом книги» (г.Екатеринбург)	155	224	177	396-522	5	—
ООО «АВФ-книга» (г.Архангельск)	190	260	200	495	40	145
ГП «Кузбасская книга» (г.Кемерово)	207	224	180	700	14	150
ОАО «Новосибирсккнига»	201	258	327	493	29	164
ЗАО «Курганкнига»	196	—	221	419	—	—
ООО «Мирс» (г.Хабаровск)	189	248,5	160,5	606,5	—	95,5
ООО «Библио-сервис» (г.Владивосток)	258	318	253	—	28	189
ООО «Учебная и деловая книга» (г.Волгоград)	163,5	199,5	162	473,5	6,5	100
ООО «Жуковский дом книги» (Московская область)	174	221	176	394	19	168
ООО «ПродаЛитЪ» (г.Иркутск)	162	208	177	634,5	9	144,5

ООО «Кириллица» (г.Тверь)	177	233	196	419	20	130
ОАО «Приморский торговый дом книги» (г.Владивосток)	190	260	205	–	20	130

Источник: Ассоциации книготорговцев независимых государств.

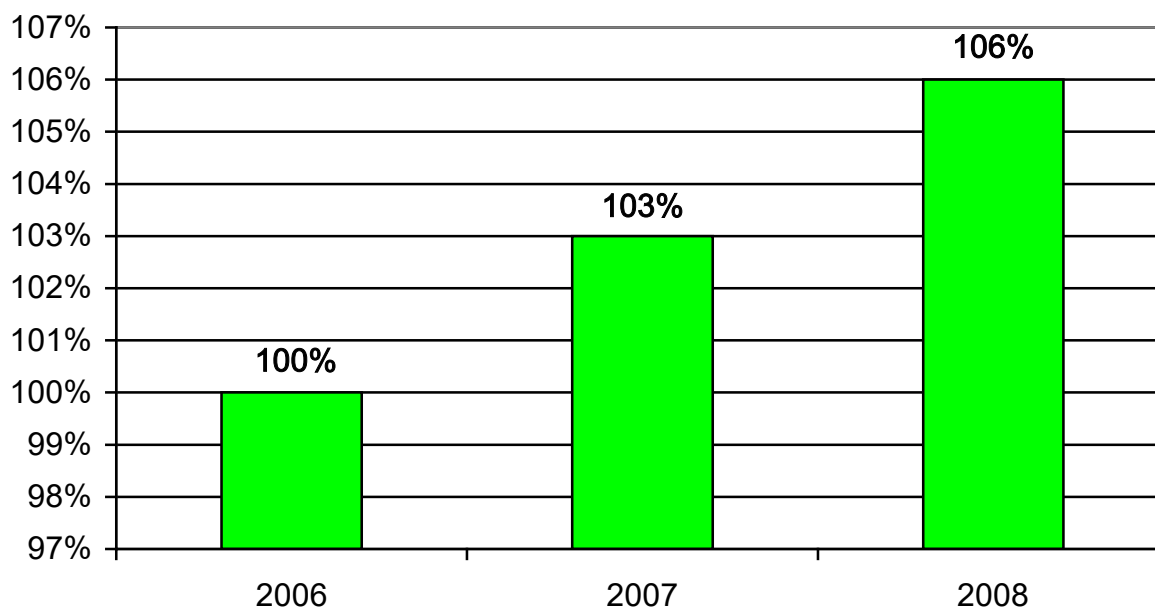
Результаты опроса показали, что разброс розничных цен достаточно велик: цены на отдельные издания иногда отличаются почти в 2 раза. Так, «Граматику английского языка» Н.Бонк в екатеринбургском «Доме книги» можно было купить за 174 рубля, в магазинах ООО «Мирс» г.Хабаровска за 149,5 руб., в московском Доме книги «Медведково» – за 245 рублей, а в ГП «Кузбасская книга» (г.Кемерово) – за 328 руб. Книга М.Леви «Работа на компьютере» продается в ООО «Кириллица» (г.Тверь) за 172 рубля, а в ЗАО «Курганкнига» – за 245 рублей.

Цены на ряд «ходовых» позиций в книготорговой сети «ПродаЛитЪ» (Иркутск) были ниже, чем в московском Доме книги «Медведково». Стоимость книги Т.Устиновой «Колодец забытых желаний» в Доме книги «Медведково» составляла 246 руб., в Доме книги (г. Екатеринбург) – 177 руб., в ГП «Кузбасская книга» – 180 руб., магазинах компании «Мирс» (Хабаровск) – 160,5 руб.; магазинах сети «ПродаЛитЪ» – 177 руб.; в Приморском торговом доме книги – 205 руб.¹⁶. При этом следует отметить, что цены на книги в Подмоскovie были несколько ниже, чем в Москве. По мнению генерального директора компании «Мирс» (Хабаровск) С.Кустова, цена на книгу устанавливается, исходя из спроса на данную продукцию, из анализа конкурентной среды. В розничных магазинах компании «Мирс» размер средней наценки составляет 130%, но, как замечает С.В.Кустов, если требуется ситуация на рынке, компания готова работать с наценкой и 5%, а в каких-то случаях и 300%.

Коммерческий директор книготорговой компании «ПродаЛитЪ» (Иркутск) Н.Паутова отмечает, что наценка в магазинах сети превышает 100%. «На ряд позиций, которые входят в рейтинг продаж любого книжного магазина, наценка меньше 100%. Но именно эти 100-200 позиций являются определяющими, и именно они не дают укрепиться в сознании покупателей мысли о том, что «книга должна стоить дорого». «Если мы желаем, чтобы рядовой покупатель привык к этому утверждению, то мы, прежде всего, сами не должны нарушать его», – отмечает она. Согласно экспертным оценкам, сегодня розничная цена на книгу в России в среднем на 80-100% выше издательской. По мнению генерального директора издательства «Эксмо», средняя розничная наценка превышает 100%, и динамика ее роста в 2006-2008 гг. составляла примерно 3% в год (см. рис. 12). По мнению О.Новикова, наценка занимает в структуре розничной цены книги 50%. Издательскую же себестоимость книги примерно на 60% составляют затраты на бумагу и полиграфические материалы.

Длительное время в издательско-книготорговой среде обсуждается проблема о целесообразности или нецелесообразности введения фиксированных цен на книги. При этом отечественные книготорговцы относительно возможности введения издателями рекомендованной розничной цены дают более чем осторожные оценки. Директор сети книжных магазинов «Магистр» Е.Штегина полагает нецелесообразным и преждевременным введение рекомендованной розничной цены. «Возможно, это будет необходимо, когда книжный рынок станет стабильным. В первую очередь, это опасно для самих издателей. Подобные меры, с одной стороны, разорят независимых книготорговцев, чьи магазины находятся не в самых удобных местах, и в настоящий момент только ценовой фактор поддерживает к ним интерес, с другой стороны, укрепит позиции крупных сетей магазинов, что приведет к созданию монополий, которые смогут диктовать свои условия работы издателям».

Рисунок 12. Динамика средней розничной наценки на книгу в 2006-2008 гг.



Источник: издательство «Эксмо».

¹⁶ Вестник Ассоциации книготорговцев независимых государств. – 2007. – №4. – С. 20-22.

Рисунок 13. Структура цены на книгу



Источник: ведущие издательские компании России.

Коммерческий директор компании «Книги и книжечки» П.Кукушкин считает: «Рекомендованная розничная цена целесообразна, только ее никто не будет соблюдать. А если розничные продавцы книг на это пойдут, то от издательств они будут требовать компенсаций в виде денежных бонусов за потерю полной прибыли, так как рекомендованные цены будут ниже сегодняшних розничных»¹⁷. В этом смысле интересно обратиться к зарубежному опыту, в частности, к европейскому. Фиксированные цены являются частью широкого круга стратегий, применяемых для содействия разнообразию в определенном государстве – члене ЕС. Фиксированное ценообразование вызывает споры, поскольку противоречит конкуренции (в особенности ценовой конкуренции). Государствами-членами ЕС, где применяются фиксированные цены, являются Австрия, Дания, Франция, Германия, Греция, Италия, Нидерланды, Португалия, Испания и Венгрия.

В других государствах-членах, включая большинство новых членов, или никогда не было системы фиксированных цен, или же от таковой отказались несколько лет назад. В данных странах существует традиционный книжный рынок с «плавающими» ценами. Фиксированные цены, обеспечиваемые законодательно или же опирающиеся на добровольные торговые соглашения, преследуют цель предоставить страховочную сетку как небольшим издательствам, выпускающим качественные книги, так и небольшим и средним книжным магазинам, которым иначе было бы тяжело конкурировать с крупными издательскими группами, с одной стороны, с сетевыми магазинами, способными предложить большие скидки, – с другой.

Не существует единственно «правильного» ответа на вопрос, способствует ли фиксированное ценообразование конкурентоспособности или мешает ее обеспечению, увеличивает или ограничивает разнообразие – частично потому, что не существует установленной меры для разнообразия. На рынках без фиксированных цен – в Великобритании и в Финляндии, например, число названий, выпускаемых в расчете на миллион жителей, больше, чем в Германии, Франции и Испании, где применяются фиксированные цены. В каждом государстве-члене ЕС имеются собственные исторические и культурные основания для введения фиксированных или свободных цен. Не существует в настоящий момент заметной общей тенденции в направлении отказа от систем фиксированных цен в Европе. Устойчивость является важным аспектом конкурентоспособности. Когда высказываются в пользу системы фиксированных цен, в качестве главного довода говорят о том, что они ведут к более диверсифицированной и устойчивой и, следовательно, более конкурентоспособной экономике в долгосрочной перспективе. Существование сильного сегмента небольших специализированных издательств может выступать источником идей, умений, подготовленных людей и новых авторов для крупных компаний. Мелкие издательства, таким образом, представляют собой важную часть «экологии» книгоиздательской индустрии. Тем не менее, страны, где отсутствует система фиксированных цен, предстают обладающими стабильными издательскими индустриями со многими мелкими и инновационными компаниями, заполняющими ту же самую нишу.

Если многие европейские страны после образования еврозоны отошли от политики фиксированных цен на книги, то в Германии практика фиксированных цен сохранилась. В 2007 г. Европейской комиссией было принято постановление, в котором оспаривалась политика фиксированных цен в силу того, что она препятствует онлайн-торговле между странами.

Давая интервью во время работы 60-й Франкфуртской книжной ярмарки в октябре 2008 г., председатель Биржевого союза немецкой книжной торговли Г.Хоннефельдер отметил: «Это действительно сложный вопрос. Ведь принцип твердых цен

¹⁷ Книготорговая газета. – 2007. – № 5.

на книги установлен законодательно. С одной стороны, это, конечно, осложняет торговлю книгами с другими странами, в особенности Интернет-торговлю. Кроме того, формально под этот закон подпадают не только бумажные, но и электронные книги. Но с другой стороны, мы тем самым спасаем от разорения сотни мелких локальных книжных магазинов, интересы которых мы в силу своего положения тоже призваны защищать. Ведь опыт соседних стран, где фиксированные цены были отменены, недвусмысленно доказывает, что районный книжный не сможет конкурировать на ценовом поле с книжными сетями, типа Relay или Libri, не говоря уже о супермаркетах»¹⁸.

3.4. Инвестиционная привлекательность книжной отрасли. Слияния и поглощения.

Две тысячи восьмой год был ознаменован целым рядом крупных проектов по слиянию и поглощению. Прежде всего, произошло объединение принадлежащей бизнесмену А.Мамуту издательской группы «Аттикус» и петербургского издательства «Азбука» – крупнейшего издательства Северо-Западного региона. В созданную новую издательскую группу «Азбука-Аттикус» вошли издательства «Азбука-классика», «Махаон», «Иностранка», «КоЛибри». По сообщению газеты «Коммерсантъ», в новой группе доля А.Мамута составляет 60%, владельцев «Азбуки» – 40%. Исходя из предварительных оценок, ежегодный оборот новой издательской группы планируется на уровне 60-70 млн. долл. Возможности новой издательской группы позволяют ей претендовать на место в первой пятерке ведущих российских издательств.

Издательские портфели компаний, которые входят в состав группы «Азбука-Аттикус», схожи: значительная доля в портфелях принадлежит переводной художественной и иллюстрированной детской литературе современных зарубежных авторов. Возможно, одна из причин создания новой издательской группы связана с необходимостью обеспечения загрузки строящегося в промышленной зоне «Боровлево-1» под Тверью полиграфического комбината, в возведение которого А.Мамут инвестирует более 2,5 млрд. руб. Как полагают эксперты издательской группы «АСТ», объединенная компания может существенно изменить расстановку в рейтинге издательств с пятого по десятое, но при этом все равно не повлияет на первую тройку лидеров – «Эксмо», «АСТ», «Просвещение», разрыв по тиражам и количеству наименований с которыми по-прежнему сохранился в 5-8 раз. В то же время крупнейшие издательства первой пятерки, делившие рынок традиционными способами, несомненно, ощутят на себе последствия такого слияния.

В 2008 г. новым совладельцем книготорговой компании «Топ-книга» стал С.Щебетов – управляющий партнер «Trifecta Capital Partners Ltd» и бывший генеральный директор ЗАО «Система-Телеком» – с 10-процентной долей в уставном капитале компании. Появление у «Топ-книги» нового совладельца было связано с планами компании по выходу на первичное размещение акций на бирже (IPO) в течение ближайших 3-5 лет. Также ведет подготовку к IPO и издательская группа «АСТ». Хотя в мае 2008 г., отвечая на вопрос корреспондента газеты «РБК daily» о перспективах выхода издательской группы на IPO, управляющий издательствами ИГ «АСТ» О.Савич отметил: «Мы не заявляем, что через год или два будем выходить на IPO. Но мы серьезно работаем с инвесторами, которые сейчас очень активно интересуются книжным рынком. Мы ни от чего не отказываемся, просто рассматриваем и другие способы привлечения инвестиций».

Владелец холдинга «Базовый элемент» О.Дерипаска стал обладателем контрольного пакета акций книготорговой сети «Букбери». Подконтрольная «Базовому элементу» компания «РАИНКО» купила акции у нескольких миноритарных акционеров. Ранее статус основного акционера был у бизнесмена А.Мамута, который, владея 36% акций, хотел увеличить свою долю, но не смог найти общий язык с миноритарными акционерами. К инвестициям в российский Интернет-магазин «Ozon» проявили интерес венчурный фонд издательской группы «Хольцбринк» (Holtzbrink Ventures) и американская электронная корпорация «Cisco Systems». Вместе с фондом «Index Ventures» они стали обладателями 20% акций «Озона», в дальнейшем развитие которого новые собственники планируют вложить 18 млн. долл.

В 2008 г. приняли решение об объединении московская книготорговая сеть «Новый книжный» и петербургская книготорговая сеть «Буквоед». Контрольный пакет обеих компаний находится у издательства «Эксмо». Его владельцам – О.Новикову и А.Гридасову – будет принадлежать основная доля (63%) и в новой группе. Остальные акции будут у совладельцев сетей. Как считает генеральный директор сети «Новый книжный» М.Иванцов, сеть «Новый книжный» обладает сильной логистикой, «Буквоед» – сильными программами продвижения. Как отметил О.Новиков, несмотря на то, что новая книготорговая сеть контролируется акционерами издательства «Эксмо», предпочтения какому-то одному издательству отдаваться не будет, хотя на этот счет у участников рынка имеются сомнения.

Цель объединения состоит в создании розничной книготорговой сети федерального масштаба, которая займется активной экспансией в регионы. Планы предусматривают открытие не менее 120 магазинов в течение трех лет. В качестве целевых рынков названы города в европейской части России с населением от 100 тыс. чел. Объединенная книготорговая сеть будет использовать три формата: книжный магазин (площадь от 100 до 400 кв.м), книжный супермаркет (площадь от 400 кв. м), книжный клуб (магазины с кафе и небольшой сценой). Упор на Центральный федеральный округ генеральный директор сети «Буквоед» Д.Котов объясняет тем, что логистический цикл в ЦФО более короткий, и контроль в нем может осуществляться более эффективно. Большинство экспертов полагают, что на рынке неизбежно будет продолжаться консолидация. Для многих малых и средних издательских компаний объединение или слияние с крупным игроком представляет вопрос выживания. Но это не означает, что все средние и мелкие издательства или «умрут», или будут поглощены. Вполне конкурентоспособными могут оказаться, например, нишевые или специализированные компании.

Признавая неизбежность слияний и поглощений на российском книжном рынке, эксперты обращают внимание на разные модели слияния. Западный вариант предполагает не только поглощение мелкого издательства крупным, но и обмен акциями, когда маленькое издательство получает несколько акций крупного холдинга взамен своих. В России до сих пор выбор делался в пользу другого пути – договоренностей об эксклюзивном распространении и разделении прибыли. Точное юридическое оформление подобных сделок оказывалось затруднительным вследствие того, что большинство малых и средних издательств не являются до конца прозрачными. Кроме того, и крупные холдинги часто включают множество структур, которые исключают использование западных моделей слияния. Генеральный директор издательства «Эгмонт Россия» Л.Елин считает, что процесс обретения финансовой прозрачности на рынке все же постепенно развивается. И если раньше в издательстве «Эгмонт Россия»

¹⁸ Книжная индустрия. – 2008. – №9. – С. 54.

рассматривали возможность 100% покупки той или иной компании для обеспечения полного контроля, то сейчас принимаются во внимание и иные варианты: 51% на 49%, 60% на 40% и др. Оценивая перспективы процесса слияний и поглощений, Л.Елин отмечает: «Во всех странах книжные рынки складываются по-разному. У нас во главе стоят два крупных издательства, у каждого из которых – 15-18% рынка. Далее, если не считать издающих учебную литературу «Дрофу» и «Просвещение», идет список издательств с долей рынка 5-6 и меньше процентов. А детский рынок и вовсе раздроблен. Для рынка идеальной ситуацией можно считать наличие нескольких игроков, владеющих по 8-10%. Поэтому... дальнейшие слияния могут быть эффективными»¹⁹.

Невысокая рентабельность книгоиздательской индустрии, ее недостаточная прозрачность сдерживают приток инвестиций со стороны, хотя отдельные примеры говорят о возможности привлечения внешних инвесторов.

Оценивая перспективы инвестиционной активности на российском книжном рынке, эксперты усматривают принципиальную проблему для всех издательств в продолжительном сроке возврата денег: в лучшем случае 140-150 дней, в худшем – 180-200 дней. В этих условиях любое издательство, в особенности, если оно планирует рост, сталкивается с огромной нагрузкой на денежные потоки. Если издательство не является крупным игроком на рынке, в него вкладывать не очень интересно. При существующих сроках возврата денег, при низкой рентабельности книжной продукции, при том, что рост книжных продаж сегодня наблюдается только в сегменте массмаркета (куда далеко не все издательства просто могут попасть), инвестиции весьма сомнительны». Нынешний финансово-экономический кризис на книжном рынке является шансом для любой компании заложить фундамент своего будущего развития, поскольку во время кризиса появляется возможность приобретения потенциально перспективных компаний, испытывающих те или иные проблемы.

Относительно того, следует ли время кризиса использовать для осуществления экспансии на рынке, управляющий издательствами издательской группы «АСТ» О.Савич отмечает следующее: «Если речь идет о том, чтобы по дешевке купить максимум всего – авторов, издательств, прав, книготорговых сетей, то это не наш сценарий. Действуя таким образом, мы серьезно увеличиваем свои операционные расходы и получаем новую головную боль, связанную с необходимостью санации и выстраивания эффективного управления этими приобретениями». Иное дело – реализация совместных издательских проектов со многими малыми и средними издательствами. Подобное сотрудничество отвечает интересам обеих сторон. «АСТ» получает качественный продукт, созданный партнером, издательства-партнеры – сильную дистрибуцию, доступ в собственную розничную сеть издательской группы, финансовую поддержку лидера книжного рынка. «Если под экспансией, прежде всего, подразумевать стратегию расширения числа таких партнеров – то да, мы собираемся ее продолжать и ни в коем случае не планируем сворачивать. Хотя и от возможных приобретений ведущих авторов тоже не отказываемся».

3.5. Уровень конкуренции в отрасли.

Вероятность появления на книжном рынке новых игроков и, соответственно, усиление конкуренции в книжном бизнесе находятся в зависимости от состояния «барьеров вхождения», к которым можно отнести дифференциацию продукта, потребность в капитале, снижение издержек по мере наращивания объемов производства (т.н. «экономия на масштабе») и другие. В настоящее время экономия на масштабе по-прежнему выступает в издательской отрасли фактором, сдерживающим появление новых конкурентов, хотя и не в той степени, что ранее. Развитие технологий и возросшая конкуренция среди типографий, стремящихся к постоянной загрузке своих мощностей, повлияли на снижение роли экономии на масштабе в системе взаимоотношений «издательство-типография». Так, достойный уровень сервиса и приемлемые цены реальны и для заказчика 30-тысячного тиража, и для заказчика 3-5 тыс. экз. В то же время в системе «издатель-книготорговец» зависимость от экономии на масштабе ясно проявляется. Соответственно, новым игрокам, выходящим на книжный рынок, необходимо сразу начинать с больших объемов производства или же придется считаться с высокими издержками в сфере сбыта.

Необходимым условием для вхождения в группу лидеров является вертикальная интеграция издателей, участвующих в полиграфическом и книготорговом бизнесе. Интеграция характерна для немногих издательств (группа «АСТ», «Эксмо», «Инфра-М», «Азбука», «Дрофа» и др.). В качестве свежего примера можно указать на группу «Азбука-Аттикус», объединившую издательский, полиграфический и книготорговый бизнес, что позволяет группе претендовать на высокие позиции в издательском рейтинге. Более универсальным вариантом снижения издержек для российских издательств является получение выгоды от совместного использования неосязаемых активов. Путем организации собственных подразделений по выпуску электронных и аудиокниг или же участия в бизнесе специализированных компаний книжные издательства усиливают свою конкурентоспособность. Дифференциация книжного продукта в качестве фактора, сдерживающего появление новых конкурентов, в настоящее время не играет какой-либо заметной роли. Брендинг в классическом виде для книжной отрасли не является характерным. Ограниченные возможности применения технологий брендинга в книжной индустрии связаны с многочисленностью товарных позиций и вынужденной минимизацией расходов по каждой, а также значительной ролью автора как творческой индивидуальности и правообладателя. Требуемые для вхождения на книжный рынок финансовые затраты не представляют того барьера, который может остановить новых конкурентов. Так, для открытия книжного магазина (100 кв.м) необходимо 4-5 млн. руб., а для создания издательства – 7 млн. руб. (в связи с высокой потребностью в оборотном капитале). Данные суммы не назовешь значительными, хотя следует признать, что в условиях углубляющегося финансового кризиса получение банковского кредита, пусть даже далеко не в максимальном размере, может стать непреодолимой проблемой.

Впрочем, следует принять во внимание факторы, существенно корректирующие ситуацию. Так, даже незначительные начальные издержки по преодолению слабых барьеров входа на книжный рынок могут остаться невосполненными в результате существующей низкой средней цены на книжную продукцию.

Таким образом, по существу, в настоящее время единственными серьезными сдерживающими барьерами, препятствующими появлению новых игроков в книжной отрасли, выступают стагнация рынка и существующая средняя цена на книгу. В целом же российский книжный рынок не огражден от прихода новых конкурентов, интенсификации конкурентной борьбы (исключение может составлять лишь рыночный сектор учебной литературы в силу его особенностей).

Снижение продаж в книжной индустрии в течение последних лет подстегнуло стремление издательских компаний к расширению, увеличению своей доли рынка, что в условиях сокращения покупательского спроса обернулось развертыванием

¹⁹ Книжное обозрение. – 2008. – №22-23. – С. PRO4.

ценовой конкуренции. На развертывание ценовой конкуренции в значительной мере влияет традиционная для книжной отрасли проблема – существенные затраты на хранение готовой продукции. А поскольку издательства для поддержания конкурентоспособных цен стремятся к загрузке своих мощностей и работе с массовыми тиражами, проблема затоваривания рынка в ближайшие годы будет приобретать все более острый характер, что, в свою очередь, будет подстегивать очередное снижение цен, ведущее к дальнейшему падению нормы прибыли в книжной индустрии.

3.6. Влияние финансового кризиса на книжную индустрию в 2008 г.

Многие эксперты отмечают, что кризис на книжном рынке начался значительно раньше, чем в экономике в целом – как минимум, в 2007 году. Теоретически у издателей была возможность подготовиться к трудным временам: диверсифицировать производство, пересмотреть серийные линейки, задуматься над оптимизацией ассортимента. Однако на деле воспользовались этой возможностью лишь немногие. По мнению генерального директора издательского холдинга «ОЛМА Медиа групп» Д.Иванова, по книжникам кризис может ударить сильнее, чем по игрокам в других сегментах медийного бизнеса, ибо книга, как известно, не является товаром первой необходимости, и конкурентов у нее более чем достаточно. Вполне благополучная ситуация на рынке наблюдалась до начала осени 2008 года, хотя некоторые издатели ощутили первые кризисные явления еще в конце весны. В полную силу участники рынка почувствовали кризис в сентябре-октябре.

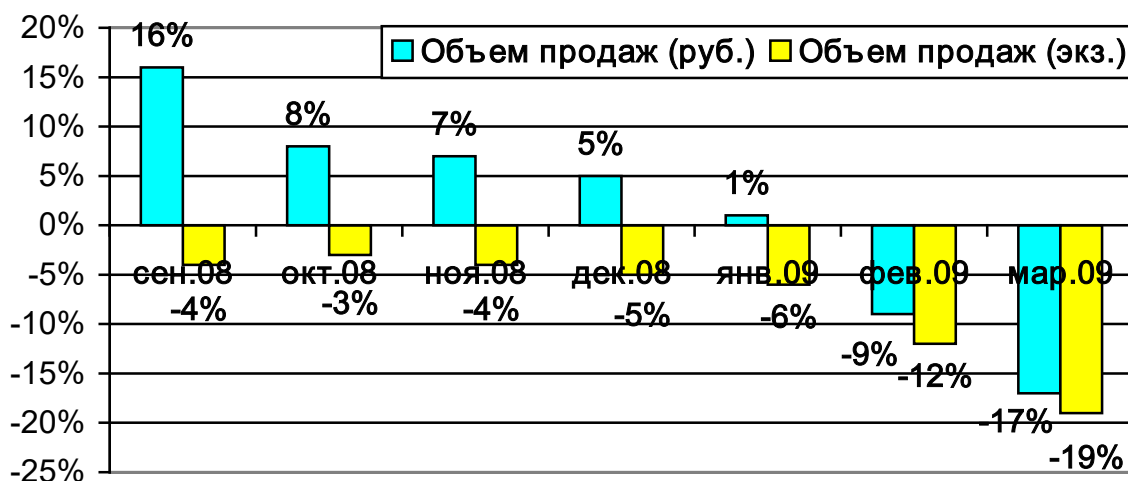
Прежде всего, издатели столкнулись с проблемой неплатежей со стороны книготорговых сетей, некоторые из них (в частности, неспециализированная розница) оказались неплатежеспособными и не могли в полной мере обеспечить выполнение своих обязательств перед поставщиками. В обстановке кризиса наиболее уязвимыми в силу большей зависимости от кредитных ресурсов оказались некнижные розничные сети, однако в октябре-ноябре 2008 г. начали испытывать существенные финансовые трудности и специализированные книготорговые сети. Это, в первую очередь, было связано с общим дефицитом свободных средств на финансовых рынках, который привел к повышению процентных ставок на внешнее кредитование. При этом банками была не только существенно увеличена процентная ставка, но и усложнена процедура согласования выдачи кредита, вследствие чего в случае кассового разрыва в начале месяца на согласование кредита теперь стало уходить не один-два дня, а две-три недели. В итоге книготорговцы стали серьезно задерживать выплаты за книги, полученные ими на реализацию. И это объяснимо: раньше у них была возможность быстро перекредитоваться и, вернув деньги издателям, закрыть кассовый разрыв. В новых условиях книготорговцы начали перекредитовываться за счет оборотных средств, в том числе и посредством задержек или неполных выплат денег издателям. Характерным примером в этом случае служит федеральная книготорговая сеть «Топ-книга». На конец ноября 2008 г. размер кредиторской задолженности «Топ-книги» составлял 2,8 млрд. руб., включая 340 млн. руб. просроченной задолженности. По состоянию на 17 декабря 2008 г. компания имела 40 различных претензий на общую сумму в размере 33,5 млн. руб. и пять исковых заявлений на 100,4 млн. руб. Самый крупный иск о выплате просроченной кредиторской задолженности на 7 млн. руб. был подан «Олма Медиа Групп».

Если бы 17 декабря 2008 г. инвесторы предъявили бы к выкупу все ценные бумаги, «Топ-книга» была бы в состоянии погасить облигации только на 325 млн. руб. Размер дефицита составил бы 975 млн. руб. Поэтому «Топ-книга» предложила держателям бумаг, которые хотели предъявить их к выкупу, согласиться на продление срока выплаты на год. Тем, кто решит не возвращать облигации, «Топ-книга» обещала повысить ставку по пятому и шестому купонам почти в два раза, с 10,51 до 20% годовых. При этом компания разработала антикризисную программу, предусматривавшую снижение товарных запасов, закрытие нерентабельных магазинов, сокращение затрат на персонал и сокращение расходов на аренду на 10-15%.

В декабре 2008 г. «Топ-книга» с большим трудом прошла оферту. Держателями облигаций было предъявлено к досрочному выкупу по оферте 25% выпуска бумаг. С большинством владельцев облигаций «Топ-книге» удалось договориться о реструктуризации. При этом книготорговая компания заявила держателям бумаг, что сможет найти средства для погашения задолженности за счет высокого спроса на книги в условиях кризиса, хотя прогноз «Топ-книги» касательно ситуации на книжном рынке вызывает сомнения у ряда экспертов. И даже по данным самой «Топ-книги» совокупные продажи книг в магазинах ее сети сокращаются с каждым месяцем, причем темпы падения увеличиваются (см. рис. 14).

Другая федеральная книготорговая сеть «Библиосфера» в конце 2008 г. закрыла все свои магазины в Омске, полностью свернув свой омский проект. В результате на книжном рынке в Омске остались только два крупных неместных оператора: сеть «Топ-книга» и «Эйч Ди Эс СНГ». Интересно, что помещения, которые занимал один из магазинов, ранее принадлежавший сети «Библиосфера», были приобретены омской сетью «Центр-книга» под магазин сети. При этом омская сеть «Центр-книга» другие свои магазины закрывать не планирует. По мнению управляющего сетью «Центр-книга» А.Федорова, кризис даже в некоторой степени помог местным игрокам, заставив москвичей несколько расчистить поле для работы.

Рисунок 14. Совокупные продажи книг в розничных магазинах «Топ-книги» в процентах к прошлому году



Источник: компания «Топ-Книга».

В конце 2008 г. прекратила платить издателям за поставленные книги сеть магазинов «Букбери». В целом с ноября 2008 г. в Московском арбитражном суде было зарегистрировано около 40 исков к сети «Букбери» на сумму примерно 180 млн. руб., в результате чего сетью был подан в Арбитражный суд г. Москвы иск о собственном банкротстве (дело № Ф40-21463/09). В конце февраля 2009 г. судебные приставы наложили арест на часть ее товара стоимостью 14 млн. руб. на основании требования издательской группы АСТ.

Наибольшее хождение имеют следующее объяснение причин того, почему книоторговая сеть «Букбери» оказалась вынужденной поставить вопрос о банкротстве: «Букбери» не сумела договориться с владельцами помещений о снижении арендных ставок и найти общий язык с кредиторами по поводу реструктуризации задолженности. Однако, по мнению генерального директора издательства «Росмэн» М.Маркоткина, объяснением проблем книоторговой сети является неэффективный менеджмент. Аналогичную позицию занимает совладелец сети «Букбери» А.Мамут: «С того момента, как «Раинко» в нарушение соглашения акционеров купила «Букбери» у Дмитрия Кушаева и Максима Щербакова, мы полностью отстранены от управления компанией. Генеральный директор сети был уволен без согласования с нами, фактически получилось так, что актив был куплен и разорен»²⁰. Кризис также сказался на оптовых поставщиках, которые осуществляли поставки в регионы России. У региональных ритейлеров также возникли трудности с реализацией книжной продукции конечному потребителю. Почти всеми издательствами было отмечено, что неплатежи начались еще летом 2008 г.

Как полагает О.Бартенев, у крупных издательств в сложившейся ситуации имеется больше возможностей для маневра: они могут допустить отсрочки, а то и просто прекратить поставки, из-за чего пострадает ассортимент магазинов. Мелкие и средние издательства находятся в более жестких условиях: у них нет рычагов давления на торговлю. И если небольшое издательство распространяет 50% своей продукции через одну книоторговую сеть, а последняя задержит оплату, то это может привести к краху издательства. Легче в этих условиях организациям, не имеющим долгов и кредитов. Определенное преимущество – у книжных магазинов, имеющих в собственности помещения. Материалы различных исследований и опросов показывают, что кризис в меньшей степени затронул московскую книжную розницу – по крайней мере, на данный момент.

Участники книжного рынка приспосабливаются к условиям кризиса за счет сокращения издержек и оптимизации бизнес-процессов. Издательства занимаются пересмотром издательских портфелей, отказываясь от многих проектов, которые не сулят «быстрых денег». В ближайшее время ввиду нехватки оборотных средств издательства могут пойти на сокращение числа книжных новинок, что отрицательно повлияет на реализацию в целом, поскольку количество новинок представляет один из основных факторов успешных продаж. Издательский портфель перераспределяется таким образом, чтобы выпустить максимально ликвидные проекты в течение ближайших месяцев. Ожидаемый высокий уровень безработицы также повлияет на уровень спроса на издательскую продукцию. Если еще недавно сокращения штатов рассматривались в качестве отдаленной перспективы, то начиная с декабря 2008 г. они стали обретать реальные очертания. Например, издательская группа «АСТ» приступила к сокращению штата на 5%.

В целом, обобщая мнения участников рынка по поводу дальнейшего воздействия финансового кризиса на книжную индустрию в 2009 г., можно сказать, что оно найдет проявление в следующем:

- стагнации рынка в натуральном выражении, дальнейшем увеличении сроков реализации книг в рознице, наложении снижения спроса на сохраняющийся в течение последних лет и опережающий инфляцию рост как средней закупочной цены книг, так и торговых наценок, связанных с увеличением арендных ставок;
- существенном уменьшении доли независимых и муниципальных магазинов (в то же время количество торговых точек, где представлены книги, останется на прежнем уровне за счет роста числа магазинов неспециализированной розницы, в ассортимент которых включена книжная продукция);
- развитии процесса консолидации в отрасли: увеличении доли крупных издательств, а также увеличении доли крупных федеральных книоторговых розничных сетей до 35% и снижении доли региональных сетей до 5%. При этом доля независимых книжных магазинов составит 10% общего объема продаж при практическом исчезновении рынков и лотков;
- росте числа мультимедийных проектов и появлении медийных компаний, увеличении аудитории Интернет-покупателей с наиболее высокими темпами роста в регионах;
- дальнейшем увеличении доли ведущих издательств из топ-10 и «вымывании» с рынка небольших издательских компаний. Для потребителя это может означать сокращение ассортимента названий интеллектуальной литературы, своего рода «интеллектуальную диету»²¹.

3.7. Финансово-экономический кризис и ведущие книжные рынки мира.

Мировая экономика находится под влиянием экономического кризиса, и книгоиздательская индустрия затронута им наряду с другими отраслями. Все издательства сегодня стремятся к сокращению затрат посредством выстраивания более оперативной и эффективной системы управления, сокращения штатов и излишних расходов, в том числе на рекламу, сокращения издательского репертуара. Однако, несмотря на предпринимаемые усилия, многие издательства несут убытки. Единственным прибыльным сегментом книжной индустрии является рынок электронных изданий, хотя он составляет пока лишь незначительную долю книжного рынка. Кризис по-разному влияет на положение в книжном бизнесе в отдельных странах.

В США отмечается рост числа людей, читающих книги, но книжные магазины уже несут убытки и сокращают свои торговые площади. На их финансовое состояние оказывает серьезное влияние сокращение числа наименований и несвоевременные поставки. Несмотря на панику среди многих издателей и книоторговцев относительно состояния бизнеса, данные «Nielsen BookScan» показывают, что объем книжных продаж в количественном выражении снизился в 2008 г. лишь на 0,2%, до 756 млн. экз. В то же время в продажи книг для детей и подростков в 2008 г. выросли на 6,2%. «Nielsen BookScan» отслеживает примерно 70% всех книжных продаж в США. Эти данные свидетельствуют о том, что в 2008 г. количество

²⁰ <http://publishit.ru/?p=1366>

²¹ www.ng.ru (Независимая газета. 17 октября 2008 г.).

проданных экземпляров коммерческих изданий в обложке выросло на 2%, а продажи книг в обложке для массового рынка увеличились на 2,4%. В то же время продажи книг в переплете упали на 3,6% (см. табл. 24).

Таблица 24. Книжные продажи в США в 2007-2008 гг. (количество экземпляров)

	2007	2008	Изменение в %
Всего	757 641 000	756 070 000	-0,2%
Тематическая категория			
Нехудожественная литература для взрослых	311 429 000	299 364 000	-3,9%
Художественная литература для взрослых	202 881 000	203 678 000	0,4%
Детско-подростковая литература	177 976 000	188 966 000	6,2%
Другая	65 355 000	64 062 000	-2,0%
Формат			
Книги в переплете	191 963 000	184 948 000	-3,6%
Издания в обложке для массового рынка	120 176 000	123 087 000	2,4%
Коммерческие издания в обложке	387 524 000	395 202 000	2,0%
Другие	57 978 000	52 833 000	-8,9%

Источник: «Publishers Weekly».

Согласно данным Бюро переписей США (US Census Bureau), в январе 2009 г. продажи в американских книжных магазинах сохранились на том же уровне, что и в январе 2008 г., составив 2,28 млрд. долл. В сравнении с падением в январе 2009 г. общего розничного товарооборота США на 8,3% в положение дел в книжной торговле выглядит заметно лучше.

Однако за благополучными показателями макроэкономической статистики скрываются серьезные проблемы отдельных операторов рынка, связанные с кризисом неплатежей. Один из крупных дистрибьюторов – компания «Anderson News» – не вернула издательствам значительные суммы за поставленные книги, и в феврале 2009 г. фактически прекратила свою деятельность. Долги компании издательствам составили 37,5 млн. долл., в связи с чем издательские группы «Hachette», «HarperCollins», «Random House», «Simon & Schuster» подали в суд иск о принудительном банкротстве компании «Anderson News». Представители дистрибьютора, в свою очередь, заявили издателям, что те могут вообще ничего не получить, если будут чинить препятствия ее заключительным операциям. Кроме того, «Anderson News» выдвинула встречный иск против ряда издателей, предъявив обвинения в монопольном сговоре²².

Не осталась в стороне издательская индустрия и от волны сокращений. Уже в 2008 г. издатели ликвидировали как минимум 2000 рабочих мест (в целом в Соединенных Штатах в 2008 г. было сокращено около 2,7 млн. рабочих мест). Эта цифра включает только те сокращения, которые были подтверждены журналом «Publishers Weekly». Наиболее серьезные сокращения произошли в издательстве «McGraw-Hill Education», где было ликвидировано 445 рабочих мест в 2008 г. Другое издательство – «Scholastic» – сократило персонал примерно на 300 должностей. Существенное сокращение затронуло также издательство «Thomas Nelson» (114 человек), а при объединении в 2008 г. издательств «Houghton Mifflin» и «Harcourt» было сокращено 700 рабочих мест. Компания «Random House» опубликовала свой новый план видения бизнеса в кризисных условиях. Она, как и многие другие, также приступила к сокращению штатов и предприняла попытки объединения издательских подразделений в более крупные группы с целью более эффективного управления. Компания надеется выйти из кризиса с мощной управляющей командой и налаженной системой внутрифирменного менеджмента.

Продолжаются сокращения персонала и в книжной торговле в США. Вторая по величине в США книготорговая сеть «Borders» объявила о новых увольнениях. В начале марта 2009 г. было принято решение о сокращении 742 должностей – около 3% штата. Как следует из сообщения компании «Borders», сокращения персонала будут связаны главным образом с управленческим уровнем. Ранее сетью «Borders» уже было сокращено более 150 должностей на корпоративном уровне. Согласно данным Ассоциации книгоиздателей Великобритании, в 2008 г. британскими издателями было продано 855 млн. книг. Объем продаж по ценам, указанным в счетах, составил 2 990 млн. фунтов и сохранился на уровне 2007 г.

Однако ведущие издатели Великобритании уже высказали свою обеспокоенность по поводу последствий наступающего кризиса. Так, генеральный директор «HarperCollins UK» В.Барнсли (Victoria Barnsley) отметила, что удовлетворительные продажи держались только до Рождества 2008 г. Затем началось их существенное падение, особенно в сегменте художественной литературы. «Нам приходится учиться по мере развития ситуации, – отмечает В.Барнсли. – Никто из нас прежде не сталкивался с чем-либо, подобным существующему положению».

В числе первых пострадавших от кризиса оказалась группа «Woolworths». Проблемы возникли у принадлежавших группе дистрибьютора «EUK» и оптовика «Bertrams». Угроза банкротства «EUK» накануне Рождества создал хаос. Супермаркеты и другие ритейлеры на главных улицах, зависящие от «EUK» в продвижении ассортимента бестселлеров, старались, как могли, оформить новые соглашения, однако время для продаж было безнадежно потеряно. Потери издательства «HarperCollins», по имеющимся данным, составили около 4 млн. фунтов. Издательские группы «Hachette UK» и «Random House UK» потеряли примерно по 3 млн. фунтов каждая. Перед Рождеством издательская компания «Penguin» объявила о замораживании зарплат сотрудников, зарабатывающих более 30 000 фунтов в год, однако сокращения не планировались. Группа «HarperCollins UK» объявила о подобном же замораживании заработной платы в сочетании с 5% сокращением персонала. Группа «Random House UK» также заявила о 5% сокращении. Руководители издательских и книготорговых компаний пытаются определить протяженность и глубину рецессии. Генеральный директор крупнейшей издательской группы Великобритании «Hachette UK» Т.Хатчинсон (Tim Hely Hutchinson), полагает, что видит свет в конце туннеля: «Деньги, вкачанные в экономику, – огромны: 150 млрд. фунтов, что равнозначно 5000 фунтов в расчете на каждого налогоплательщика. С какого-то момента люди начнут покупать». Однако некоторые из его коллег опасаются, что свет может исходить от приближающегося поезда. В.Барнсли

²² <http://publishit.ru?p=1568>

склонна соглашаться с более пессимистическим прогнозом, в то время как другие эксперты считают, что положение в отрасли улучшится к концу 2009 года.

3.8. Проблемы налогообложения книжной продукции.

Рассматривая правовые аспекты налогообложения операций, связанных с производством и реализацией книжной продукции, необходимо исходить из того, что Налоговый кодекс РФ устанавливает общие принципы налогообложения в стране (п. 2 ст. 1 НК РФ). Вместе с тем, с целью обеспечения баланса частных и публичных интересов, федеральный законодатель вправе установить определенные изъятия из общих правил налогообложения путем введения налоговых льгот. Именно путем введения налоговых льгот федеральный законодатель осуществляет поддержку социально-ориентированных видов деятельности и товаров. Льготы всегда носят адресный характер, и их установление относится к исключительной прерогативе законодателя. Именно законодатель вправе определять (сужать или расширять) круг лиц, на которых распространяются налоговые льготы. Таким образом, уточнение правовых аспектов налогообложения операций по производству и реализации книжной продукции может быть произведено как путем правового регулирования общих норм законодательства о налогах и сборах (изменение существенных элементов налогообложения), так и путем правового регулирования налоговых льгот (в отношении отдельных видов операций, имущества и пр.).

Согласно п/п 3 п. 2 ст. 164 НК РФ, налогообложение операций по реализации книжной продукции, связанной с образованием, наукой, культурой, за исключением печатных изданий и книжной продукции рекламного и эротического характера, производится по ставке 10%. Данная налоговая ставка является отличной от общей ставки в 18% и предусмотрена законодателем для операций по реализации группы товаров, имеющих социальную направленность. Перечень видов книжных изданий, подлежащих реализации по ставке 10% установлен Постановлением Правительства РФ от 23.01.2003 г. № 41 и подтверждается документами (справками), выдаваемыми Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям.

В настоящее время в России льготная (10%) ставка НДС действует только на реализацию конечного продукта – книжных изданий, связанных с образованием, наукой и культурой, – в розницу. Все остальные составляющие «цепочки» производства и распространения изданий, облагаются стандартной ставкой НДС (18%). В мировой практике ставка НДС на все этапы производства и распространения аналогичной продукции, как правило, существенно снижена по сравнению со стандартной ставкой НДС. Существующая ситуация, когда льгота по НДС предоставляется только на одну из составляющих цепочки производства и распространения изданий, приводит к перекосам ценообразования и сложностям взаиморасчетов, в том числе по зачету НДС.

Кроме того, в связи с модернизацией системы образовательного процесса и внедрением образовательных технологий с использованием электронных носителей, ведущие издательства учебной литературы выпускают учебную продукцию нового типа: комплект, содержащий в качестве приложения к учебнику на бумажном носителе компакт-диск или аудиокассету, учебники и учебные пособия в электронном виде и др. В отличие от книжной продукции, по которой применяется ставка НДС 10%, к продукции учебного и общекультурного характера, выпущенной на электронных и магнитных носителях в качестве приложений к учебникам и печатным СМИ, применяется ставка НДС 18%, что является сдерживающим фактором в производстве учебной продукции и применении прогрессивных технологий в образовании, а также в производстве и распространении приложений общекультурного характера к печатным СМИ.

Введение единой (10%, 5% или 0%) ставки НДС на все этапы производства и распространения нерекламных и незроческих периодических печатных изданий и книг как товара особого социального статуса позволит снизить затраты на их производство и распространение, что соответствующим образом отразится на их цене для потребителей, позволит увеличить тиражи и доступность данной печатной продукции для населения.

В настоящее время в условиях кризиса наиболее экономически оправданной – как с точки зрения защиты интересов государства, так и с точки зрения защиты интересов индустрии и потребителей в целом – является полная отмена налоговой ставки на производство и распространение книжной продукции. Отмена НДС на книжную продукцию, связанную с образованием, наукой и культурой, была бы наиболее эффективным шагом с точки зрения уменьшения стоимости затрат на производство и реализацию печатной продукции, и причем в том случае, если бы от НДС освобождались все операции, связанные с производством и реализацией книг и периодических изданий (услуги транспортировки, издательские и редакционные услуги и пр.). Представляется также целесообразной отмена НДС на новые форматы продукции СМИ и книгоиздания, например, учебные пособия в электронном виде или на магнитных носителях. В этом смысле интересно привести зарубежный и, в частности, европейский, опыт налогообложения книжной продукции. Во многих европейских странах, имеющих определенную цель поддержки книги и чтения, используются освобождение от налогов или уменьшение последних. Во многих европейских странах НДС на книги или сокращен или полностью ликвидирован. В результате НДС на книги в Европе варьируется в зависимости от страны от 0% до 25%. В этой связи особенно показателен пример Швеции, которая только сравнительно недавно (в 2002 г.) сократила НДС на книги с 25% до 6%. В результате продажи издательской продукции в течение первого (!) года выросли на 20%. В 2003 г. был сохранен достигнутый в предшествующем 2002 г. более высокий уровень товарооборота.

Многие государства-члены ЕС используют определенную форму поддержки собственной книгоиздательской индустрии посредством применения льготных ставок НДС. Государства-члены имеют права устанавливать ставки по их выбору в соответствии с системой «умаления» («system of derogation»), которая применяется в отношении определенных товаров и услуг, обозначенных во Флорентийском соглашении о ввозе материалов образовательного, научного и культурного характера (1950 г.). В некоторых странах (Ирландия и Великобритания) НДС на книжную продукцию вообще не взимается, однако в большинстве стран применяется существенно более низкая ставка НДС в сравнении со стандартной национальной ставкой. Налоговый режим обычно признается важным как влияющий на культурное и политическое разнообразие путем поддержания более низких цен на книги. Дебаты относительно обложения НДС книг и других издательских продуктов продолжаются в двух отдельных областях: потенциальный эффект от снижения НДС, что доказывается шведским опытом, и установление стандартных ставок НДС для электронных продуктов, включая электронные книги. В настоящее время электронные продукты подлежат обложению стандартной ставкой НДС (за исключением Ирландии, где применяется половина стандартной ставки). Однако Европейский парламент подавляющим большинством голосов одобрил предложения разрешить государствам – членам ЕС применять сокращенные ставки НДС для аудиокниг и книг на CD.

Поддержав предложения Европейской комиссии, Парламент в своем коммюнике отметил, что эта мера может иметь позитивные результаты с точки зрения создания рабочих мест и борьбы с теневой экономикой, подрывая незаконное копирование. Снижение ставок НДС для аудиокниг и книг на CD станет возможным с января 2011 г.

Таблица 25. Ставки НДС на издания в государствах-членах ЕС (январь 2009 г.)

Страна	Книги	Стандартная ставка
Австрия	10%	20%
Бельгия	6%	21%
Болгария	20%	20%
Кипр	5%	15%
Чехия	9%	19%
Дания	25%	25%
Эстония	5%	18%
Финляндия	8%	22%
Франция	5,5%	19,6%
Германия	7%	19%
Греция	4,5%	19%
Венгрия	5%	20%
Ирландия	0%	21,5%
Италия	4%	20%
Латвия	21%	21%
Литва	9%	19%
Люксембург	3%	15%
Мальта	5%	18%
Нидерланды	6%	19%
Польша	0%	22%
Португалия	5%	21%
Румыния	9%	19%
Словения	8,5%	20%
Словакия	10%	19%
Испания	4%	16%
Швеция	6%	25%
Великобритания	0%	15%*
В среднем по Европейскому Союзу	7,4%	19,6%

* – стандартная ставка в Великобритании была временно сокращена до 15% с 1.12.2008 г. до 31.12.2009 г.

Источники: Международная ассоциация издателей, Ассоциация книготорговцев Великобритании.

Помимо совершенствования системы налогообложения книжной продукции для отечественной полиграфии и всего книжного рынка России принципиальное значение имеет снижение с 15% до 0% ввозных пошлин на непроемкие в России сорта бумаги, расходные материалы и полиграфическое оборудование. В 2007 г. в России было потреблено различной печатной продукции на сумму более 8 млрд. долл. США. Большая часть этого объема – высококачественная продукция, мелованные бумаги для производства которой исторически импортируются. Однако потребление мелованных бумаг и картонов, а следовательно, развитие высококачественной полиграфии в стране в настоящее время сдерживается искусственно. Мелованная бумага занимает в себестоимости печатной продукции 65-70%. Но из-за 15% таможенных пошлин и 18% НДС на ввозимую бумагу печатная продукция, произведенная в России, на 15-30% дороже аналогичной, отпечатанной за рубежом и ввезенной затем беспошлинно и со льготной ставкой НДС 10% (журналы) или с пошлиной меньшей, чем на бумагу (упаковка, этикетка).

С точки зрения полиграфистов ситуация выглядит абсурдно: на чистую бумагу начисляется пошлина в размере 15%, а на готовую продукцию – почти ничего. В результате около 60% от всего объема высококачественной книжной и периодической печатной продукции, потребляемой российским рынком, печатается в зарубежных типографиях. Так, в 2007 году в Россию было ввезено полиграфической продукции, отпечатанной на мелованных бумагах и картонах на сумму более 1 млрд. долл., в то время как самих мелованных бумаг и картонов примерно на 670 млн. долл. Фактически бумага, сырьевой товар для производства высококачественной печатной продукции с высокой добавленной стоимостью, приравнивается в нашей стране к готовой продукции рекламного характера и облагается равной пошлиной, в то время как эта самая добавленная стоимость развивает полиграфическую базу и формирует налоги соседних с Россией государств. В 2003-2008 гг. растущий рекламный рынок России обеспечил феноменальный рост по объему и стабильности: в течение последних 5 лет ежегодный прирост потребления печатной продукции составлял от 15 до 20%. Так, до наступления кризиса по темпам роста рынок прессы России уступал только аналогичному рынку Китая. Однако весь ежегодный прирост рынка журналов (около 20%) уходил и уходит на печать за рубеж – в Украину, Прибалтику, Словению, Польшу, Финляндию, а с недавнего времени – и в Китай.

Таким образом, для дальнейшего развития российской полиграфии необходимо снятие преференций, созданных Россией для иностранных полиграфических предприятий, через поэтапное снижение ввозной пошлины на мелованную бумагу (вначале с 15% до 5%, а в перспективе до полной ее отмены) на период строительства производства мелованной бумаги в России. Это было отражено в программном документе МПТР России еще в 2003 году с положительной резолюцией Президента Российской Федерации В.В.Путина. Расчеты показывают, что при снижении (а тем более при отмене) таможенных пошлин на мелованную бумагу, доходность бюджета в виде налоговых поступлений от полиграфии будет выше, чем от существующих пошлин. Так, в первый год после указанных изменений бюджет потеряет доход от пошлин в размере 25,8 млн. долл., но получит налоговых платежей больше на 51,4 млн. долл.

Принятие данных мер откроет путь инвестициям в отрасль. Результаты расчета показывают, что в случае снижения пошлин рентабельность полиграфических предприятий достигнет 13%, что позволит направить дополнительные средства на реинвестирование и развитие производства и обеспечит дальнейший производственный и налоговый прирост. Отмена ввозных пошлин на мелованную бумагу позволит уже в следующем после их отмены году практически полностью обеспечить потребности внутреннего рынка, а через два-три года нарастить и экспорт печатной продукции. В течение двух лет полиграфическая база страны удвоится, а также будут созданы рыночные предпосылки для производства мелованных бумаг в России. Таким образом, принятие указанных мер позволит России в течение 5 лет стать серьезным игроком на мировом рынке полиграфических услуг. Участники рынка поддерживают инициативы Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации по отмене ввозных пошлин на непроемкие в России сорта бумаги, расходные материалы и полиграфическое оборудование и выступают за скорейшую подготовку соответствующего решения Правительства Российской Федерации по данному вопросу.

3.9. Продвижение книжной продукции издателями и факторы, определяющие выбор книг покупателями.

Будущее российской книжной отрасли зависит от развития ее инновационного потенциала. По мнению экспертов журнала «Книжная индустрия», основные новшества в сегодняшнем российском книжном бизнесе разрабатываются в результате процесса, который называется «аналоговый маркетинг», заключающегося в копировании идей конкурентов и их дальнейшей доработке и «точной настройке». Отсутствие же подлинных инноваций, новых потребительских ниш в книжной отрасли свидетельствует о наличии «товарной проблемы». Она проявляется не только в очевидном дублировании издательской продукции, но и в том, что большинство издателей сегодня использует одинаковые программы продвижения товара.

Однако сегодня уже не только конечные потребители, покупая определенную книгу, почти не обращают внимания на импринт, но и розничному предприятию скоро будет трудно отличить одно издательство от другого. Многие предприятия розничной торговли уже сегодня предпочитают иметь дело преимущественно с одним универсальным издательством, не проявляя никакого интереса к половине ассортимента другого «универсала». Таким образом, именно составляющие процесса продвижения товара на рынке в значительной степени определяют сегодня его выбор покупателями. Проведенное в 2008 г. «Книжной индустрией» исследование показало, что издатели сегодня отдают предпочтение следующим промоканалам:

- участие автора в тематических шоу и других программах на центральных каналах телевидения и радио;
- публикация интервью автора на страницах федеральной прессы;
- приоритетная выкладка и POS-материалы в магазине;
- участие в профессиональных выставках-ярмарках;
- рекламные мероприятия в Интернет-пространстве: авторские странички (или «ЖЖ»), баннеры, блоги, интервью и конференции в Интернет-магазинах и др.

Как полагают издатели, использование именно этих промоканалов позволяет достичь наибольшего результата в реализации тиража.

Менее эффективны, с точки зрения издателей, такие инструменты программ продвижения, как:

- размещение рекламных модулей в метро;
- посещение автором магазина (встреча с читателями, автограф-сессия);
- выступление (интервью) автора на местном телевидении, в местной газете, а также PR-акция с презентацией книги и фуршетом.

Книготорговцы, согласно приведенному исследованию, выражают согласие с издателями, отмечая действенность центральных СМИ, приоритетных выкладок и наличия POS-материалов в книжном магазине. Значительно менее эффективными, в представлении книготорговцев, являются электронные и почтовые рассылки писем, листовок, буклетов и каталогов. Напротив, в качестве действенных рассматриваются постеры в метро и посещение автором магазина.

Кроме того, книжные магазины, участвовавшие в опросе, проведенном «Книжной индустрией», обратили внимание издателей на такие необоснованно забытые инструменты продвижения книги:

- личная рекомендация продавцов-консультантов;
- список новинок и рейтинговых позиций на стенде справочно-информационной службы магазина;
- оформление издателем постоянно функционирующих витрин.

Книготорговцы адресовали издателям рекомендации по налаживанию организации в магазинах читательских конференций и презентаций издательских новинок, демонстрации рекламных роликов в местах продажи и проведению совместных благотворительных акций. Издатели и книготорговцы оказались единодушны относительно низкой эффективности местных СМИ в поддержке продаж. Проведенное журналом «Книжная индустрия» исследование дало возможность определить Топ-5 наиболее эффективных статей затрат маркетингового бюджета²³.

Таблица 26. Наиболее эффективные статьи затрат маркетингового бюджета

Позиция	Статья затрат	Балл приоритета
1	Приоритетная выкладка и POS-материалы в магазине	85
2	Участие автора в тематических шоу и других программах на центральных каналах радио и телевидения	81
3	Участие в профессиональных, тематических выставках-ярмарках	78
4	Публикация интервью автора на страницах федеральной прессы	76
5	Интернет-реклама: авторские странички (или ЖЖ), баннеры, блоги, интервью и конференции в Интернет-магазинах и др.	70

Источник: журнал «Книжная индустрия».

²³ Книжная индустрия. – 2008. – №1. – С. 9-12.

Индекс значимости рекламного канала (средства) в программе продвижения издательского проекта для увеличения эффективности сбытовой политики для издателей и книготорговцев несколько различен (см. последующие табл. 27 и 28).

Таблица 27. Приоритеты издателей в выборе маркетинговых мероприятий

№	Промоканал (средство)	Балл приоритета
1	Участие автора в тематических шоу и других программах на центральных каналах радио и телевидения	72
2	Публикация интервью автора на страницах федеральной прессы	75
3	Посещение автором магазина (встреча с читателем, автограф-сессия)	53
4	Размещение рекламных модулей проекта в метро	47
5	Выступление автора на местном телевидении/публикация интервью в местной газете	50
6	Интернет-реклама: авторские странички (или ЖЖ), баннеры, блоги, интервью и конференции в Интернет-магазинах и др.	68
7	PR-акция с презентацией книги и фуршетом	53
8	Приоритетная выкладка и POS-материалы в магазине	77
9	Direct-mail (электронные и почтовые рассылки информационных писем, листовок, буклетов, каталогов и т.п.)	60
10	Участие в профессиональных, тематических выставках-ярмарках	75

Источник: журнал «Книжная индустрия».

Таблица 28. Приоритеты книготорговцев в выборе маркетинговых мероприятий

№	Промоканал (средство)	Балл приоритета
1	Участие автора в тематических шоу и других программах на центральных каналах радио и телевидения	84
2	Публикация интервью автора на страницах федеральной прессы	69
3	Посещение автором магазина (встреча с читателем, автограф-сессия)	73
4	Размещение рекламных модулей проекта в метро	78
5	Выступление автора на местном телевидении/публикация интервью в местной газете	56
6	Интернет-реклама: авторские странички (или ЖЖ), баннеры, блоги, интервью и конференции в Интернет-магазинах и др.	64
7	PR-акция с презентацией книги и фуршетом	67
8	Приоритетная выкладка и POS-материалы в магазине	87
9	Direct-mail (электронные и почтовые рассылки информационных писем, листовок, буклетов, каталогов и т.п.)	53
10	Участие в профессиональных, тематических выставках-ярмарках	73

Источник: журнал «Книжная индустрия».

В 2005 г. исследовательской компанией Book Marketing Ltd были опубликованы результаты исследования книжного рынка и, в частности, типов покупателей книг в Великобритании под обещающим названием «Expanding the Book Market» («Расширение книжного рынка»). Результаты этого исследования могут представлять известный интерес и для российских издателей и книгораспространителей. Важнейший вывод, который был получен в результате этой работы, состоит в том, что треть опрошенных не приобрела за год ни одной новой книги. Исследователи выделили четыре типа покупателей в зависимости от числа приобретаемых ими книг. Характеристики покупательского уровня для каждого из выделенных типов приведены в табл. 29.

Таблица 29. Типы покупателей книг

	Непокупатели	Слабые покупатели (1-5 книг в год)	Средние покупатели (6-10 книг в год)	Сильные покупатели (более 10 книг в год)
Всего	33%	27%	16%	22%
Мужчины	36%	26%	16%	19%
Женщины	30%	26%	16%	25%

Источник: Book Marketing Ltd.

Исследователи полагают, что если рынок растет, то главным образом благодаря тому, что относительно небольшое число «сильных» покупателей расходует больше средств на приобретение книг. Как следует из таблицы, наиболее труднодоступной группой для книгопродавцев остаются мужчины, которые в среднем покупают 7 книг в год в отличие от женщин, приобретающих 9 книг. К числу слабых покупателей, а в ряде случаев – и непокупателей, относится большинство молодежных групп. Для сравнения можно указать, что люди в возрасте от 20 до 24 лет покупают в среднем 6 книг в год, тогда как для возрастной группы 25-34 лет эта цифра возрастает почти вдвое.

Установлена также прямая зависимость величины расходов на приобретение книг от принадлежности человека к определенной социальной группе или от уровня образования. Как правило, чем более обеспечен и образован человек, тем больше книг он покупает. Интересные данные представлены в таблице, где перечислены важнейшие факторы, которые определяют выбор книги покупателем.

Таблица 30. Факторы, влияющие на выбор и покупку книги

Фактор	Рейтинг (1 = вообще не имеет значения, 10 = чрезвычайно значим)
Хорошо знакомый автор	7
Совет семьи или друга	6,6
Текст на обложке	6,6
Знакомые серии	6,5
Скидки	6,3

Покупаю по просьбе других	6,2
Цена вообще	6,1
Дизайн обложки	5,3
Продвижение в магазине	5
Списки бестселлеров	4,2
Реклама, внедренная в фильм	3,8
Рецензия в газете или журнале	4
Реклама, внедренная в телепередачу	3,8
Обзор на телевидении или радио	3,8
Книга – обладатель приза или из шорт-листа конкурса	3,4
Реклама	3,4
Рекомендация книготорговца	3,2
Книжный каталог	2,9
Рекомендация библиотеки	2,7
Специальная тема в библиотеке	2,6
Реклама, внедренная в радиопередачу	2,6

Источник: Book Marketing Ltd.

Как видно из таблицы, наиболее значимым фактором в принятии человеком решения, какую книгу ему приобрести, является информация об авторе, его предыдущих изданиях, наградах, экранизациях его произведений. Не случайно этот повод для выбора книги поставлен на первое место в рейтинге. Далее следуют советы семьи и друзей: потенциальные книжные покупатели высоко ценят искренние и нередко восторженные советы по поводу того, что им следует прочитать, от людей, которых они знают и которые знают их. Эта рекомендация особенно важна для книготорговцев, имеющих тесные связи с местным обществом, которые активно используют продажи посредством личных отношений и знакомств. Однако для базирующихся в крупных городах сетевых торговых точек такой контакт с покупателями более чем проблематичен. Управляющий директор издательской группы «Penguin» Х.Фрэйзер (Helen Fraser) полагает, что реальный рост продаж почти всегда стимулируется отдельными книгами. «То, что действительно имеет значение, – это когда у вас есть удивительная книга, такая, как «Код да Винчи» или книги о Гарри Поттере. Это побуждает читать тех людей, кто не читал раньше». Л.Финлей (Larry Finlay), управляющий директор издательства «Transworld», считает, что «Код да Винчи», несомненно, был приобретен читателями, которые, возможно, не прочитали каких-либо других книг в течение нескольких лет. «Мы очень надеемся, что это будет иметь такой же влияние, какое имели книги о Гарри Поттере на детское чтение. Мы надеемся, что любителям Дэна Брауна напомним, что чтение является приятным занятием...», – отметил он.

Извлечение выгоды из волны энтузиазма в отношении чтения имеет решающее значение для расширения рынка, особенно если конкретная книга поощряет нечитателей воскресить давно утраченную привычку. Большинство издателей признает, что двухсторонняя коммуникация с читателями необходима для вовлечения в чтение большего числа нечитателей и слабых читателей. А.Ридаут (Amanda Ridout), генеральный директор издательства «HarperCollins», считает, что издатели в прошлом в значительной степени зависели от розничных торговцев при продаже книг и, возможно, утратили в результате связь с рядом потенциальных книжных покупателей. На выбор покупателя серьезное влияние оказывает цена издания. Среди непокупателей цена является наиболее часто упоминаемой причиной, объясняющей отказ от приобретения книг для себя. Цена также упоминалась 46% непокупателей в качестве причины отказа от покупки книг для других людей. Среди слабых и средних покупателей 24% не считали приобретение книги выгодной покупкой, а 14% отмечали, что размер цены книг удерживает их от приобретения большего числа книг, при этом 17% говорили, что покупают более дешевые подержанные книги. Среди опрошенных 13% полагали, что книги в целом дороги.

Именно цена делает книги в обложке в целом более привлекательными в глазах покупателя в сравнении с книгами в переплете. Среди непокупателей 38% заявили, что книги в обложке представляют довольно выгодную или даже очень выгодную покупку, то же самое отметили 57% слабых покупателей и 61% средних покупателей. В сравнении: те, кто полагает, что издания в обложке являются не очень выгодной или довольно средней покупкой, представляют 16% непокупателей, 13% слабых покупателей и 9% средних покупателей. Высказывая такие суждения, около половины потребителей не проводили прямых сравнений цен на книги с ценами на другие товары, но судили о книжной цене на основании «внутреннего чувства».

3.10. Проблема чтения.

Как уже отмечалось выше, в настоящее время масштабы российского книгоиздания являются одними из самых высоких в мире. Однако, несмотря на столь широкое многообразие предлагаемого ассортимента, Россия по-прежнему остается страной с низкой читательской культурой и неуклонно снижающимся уровнем грамотности населения, особенно детского.

В 2005 и 2008 гг. по заказу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Аналитическим центром Юрия Левады было проведено два масштабных общероссийских исследования по проблемам чтения. Сравнение данных проведенных исследований показывает, что ситуация с чтением в России продолжает ухудшаться с каждым годом. Если три года назад, в 2005 году исследователи фиксировали, что только треть населения России (37%) не читает книг вообще, то по результатам опроса 2008 года не читают книг уже 46% взрослых россиян, то есть почти половина (см. табл. 31). При этом доля читающих книги сократилась сразу на 7% – с 23% до 16% (для сравнения: доля активных читателей за 2003-2005 годы снизилась лишь на 3% – с 26% до 23%).

Таблица 31. Доля россиян, читающих книги, газеты и журналы

	Газеты	Журналы	Книги
Постоянно, %	21	9	16
От случая к случаю, %	40	35	36
Никогда, %	37	54	46

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Аналитический центр Юрия Левады.

По данным исследовательской компании «TNS Россия», доля времени, отводимого среднестатистическим гражданином России на чтение книг, за последний год снизилась в общем объеме медиапотребления с 5% до 4%. При этом в структуре медиапотребления среднего российского гражданина наблюдается тенденция смещения интересов от чтения в сторону других медиа – Интернета и радио (см рис. 15). На протяжении последних пяти лет (с 2003 г.) доля регулярных читателей любого вида изданий уменьшалась. Особенно резко (в 2,3 раза) сократилась группа регулярно читающих журналы.

Постоянными читателями книг сегодня несколько чаще других групп выступают женщины (19% данной группы), россияне с высшим образованием (25%), жители крупных и средних городов страны (по 20%, москвичи – 19%), респонденты с более высоким потребительским статусом (20%). При этом самые молодые россияне стали за последние 10-15 лет читать книги, по их самооценкам, больше, россияне зрелого возраста (40-54-х лет), респонденты с высшим образованием – напротив, меньше, а пожилые россияне чаще других вовсе перестали за эти годы читать книги. Две трети опрошенных (64%) считают, что по сравнению с концом 1980-х – началом 1990-х годов интерес к книгам в России снизился.

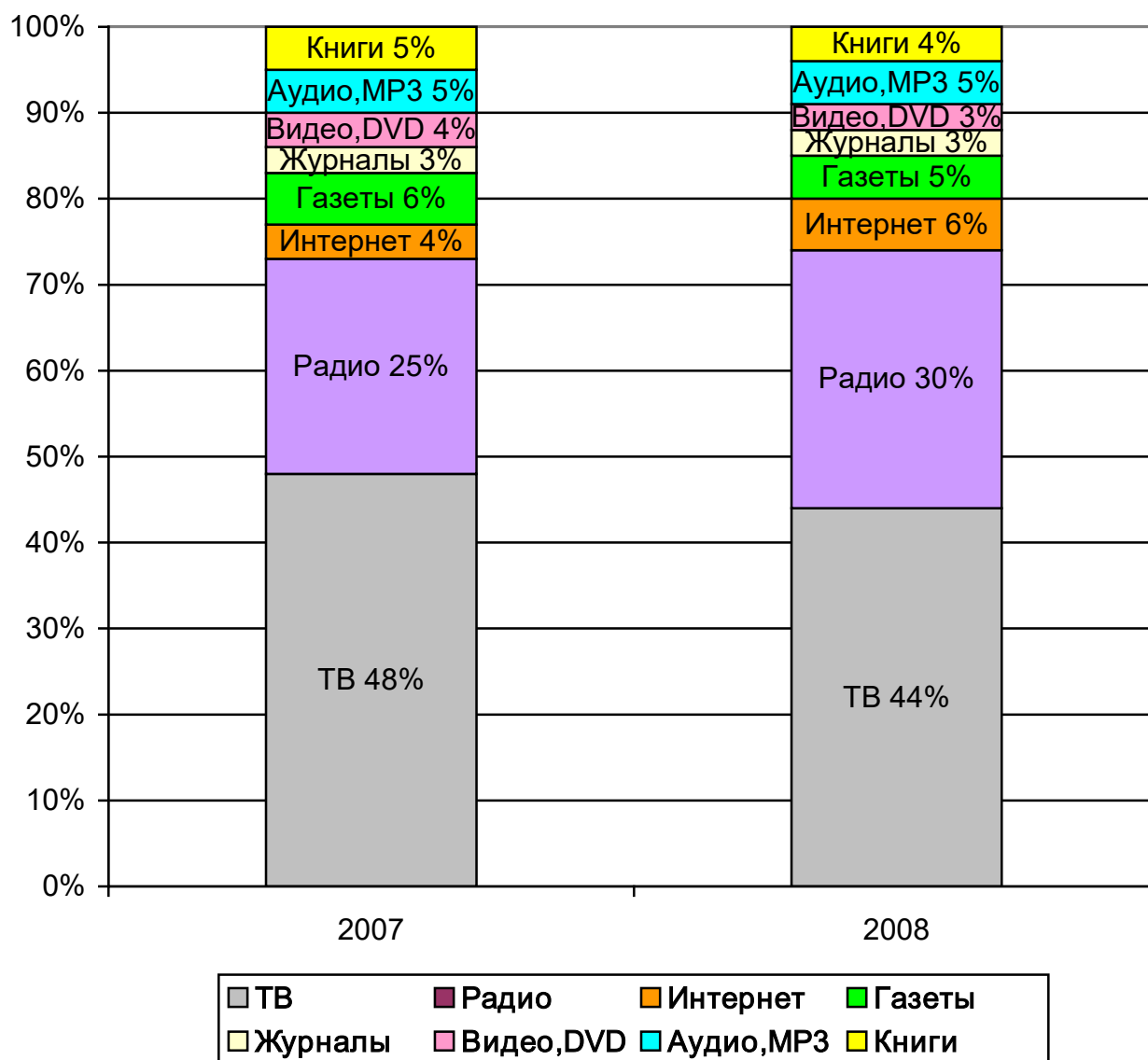
Не читают художественную литературу 8% опрошенных взрослых россиян. К наиболее популярным у российских читателей жанрам художественной литературы относятся (см. табл. 32):

Таблица 32. Наиболее популярные жанры художественной литературы (в % к числу читающих книги)

Жанр литературы	Процент читающих
«Женский» детектив	28
Российский боевик	24
Историко-приключенческая классика	23
Женская проза, любовные романы	19
Современная историческая проза	14
Русская советская классика	15
Классические зарубежные детективы	14
Книги о Великой Отечественной войне	14

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Аналитический центр Юрия Левады.

Рисунок 15. Медиапотребление населения России в городах численностью свыше 100 тыс. чел.



Источник: «TNS Россия».

На беллетристику массовых жанров перешли читатели, принадлежащие практически ко всем половозрастным и образовательным группам российского населения. Больше всего не читающих художественную литературу – среди самых молодых мужчин (18-24-х лет), более обеспеченной части населения.

К наиболее популярным у читателей разделам нехудожественной литературы относятся (в % к числу читающих книги):

Таблица 33. Наиболее популярные разделы нехудожественной литературы

Раздел нехудожественной литературы	Процент читающих
О здоровье, лечении	24
По кулинарии	22
По специальности	19
Полезные советы на все случаи жизни	16
Учебная литература	14
О доме и быте	11
По психологии	10
О загадочных явлениях природы и психики	10
Энциклопедические словари	10

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Аналитический центр Юрия Левады.

Возможности Интернета как источника текстов используют сегодня не более 15% взрослых россиян. Чаще всего это самые молодые из опрошенных (18-24-х лет), центр их интересов как читателей – специальная и учебная литература. Количественно еще более мала подгруппа пользующихся аудиокнигами – она составляет лишь 4% опрошенных. Электронная книга (Е-Book) пользуется популярностью пока у самой незначительной части населения – всего 0,5%. Лидерами здесь выступают более молодые россияне (до 39-ти лет), люди с высшим образованием и более высоким потребительским статусом, жители Москвы. Среди источников информации о книгах, которые россияне хотят прочитать, лидируют каналы межличностного общения – друзья и знакомые (на них указали 43% ответивших на этот вопрос), родственники (19%), коллеги (14%). 21% выбирают книги сами, без посторонней рекомендации. Продавцы и реклама в книжных магазинах выступают рекомендателями для 5% ответивших, библиотекари и средства библиотечной пропаганды – для 2%. Государственная общедоступная библиотека сегодня не фигурирует среди наиболее значимых для читателя источников художественной литературы. На первом месте здесь стоит покупка (так ответили 67% читающих художественную литературу, можно было указать несколько источников), 43% берут интересующую их беллетристику у друзей и знакомых. Районная (городская) библиотека остается источником художественной литературы лишь для 17% тех, кто читает беллетристику. 77% взрослых россиян сегодня не пользуются никакими библиотеками. Преобладающий контингент библиотечных абонентов – самые молодые жители страны: среди 18-24-летних доля пользующихся библиотеками оставляет 34%. 24% российских семей не имеют книг дома, еще у 39% дома есть менее 100 книг. Доля обладателей больших домашних библиотек (больше 500 книг) с 1995 г. сократилась с 10 до 6% взрослых россиян.

Для сравнения приведем данные о состоянии чтения в США, полученные в результате последнего исследования «Reading on the Rise», профинансированного Национальным фондом искусств (National Endowment for the Arts) в 2008 г. Так, количество читающих взрослых американцев выросло до 119 млн. в 2008 г. в сравнении со 115,5 млн. в 2002 г. За отмеченный период времени население увеличилось на 19 млн. чел., при этом процент американцев, которые читали какую-либо книгу в 2008 г., составил 54,3%, оказавшись меньше соответствующего показателя 2002 г. – 56,6%.

Таблица 34. Читательская активность американцев в 2002 и 2008 гг. (все книги)

Возраст	2002	2008
Все взрослые американцы	56,6%	54,3%
18-24	52,0%	50,7%
25-34	58,9%	54,1%
35-44	59,0%	56,2%
45-54	60,7%	54,2%
55-64	57,5%	58,4%
65-74	53,8%	54,8%
75+	44,3%	47,4%

Источник: «Publishers Weekly».

Доля американцев, которые были вовлечены в чтение художественной литературы (определяемое в исследовании как чтение романов и рассказов, пьес или поэм), значительно выросла с 2002 г., достигнув 112,8 млн. чел, прирост составил 16,6 млн. чел. Процент взрослых американцев, вовлеченных в литературное чтение, составил в 2008 г. 50,2% в сравнении с 46,7% в 2002 г.

Таблица 35. Чтение художественной литературы (романы, рассказы, пьесы, поэмы)

Возраст	2002	2008
Все взрослые американцы	46,7%	50,2%
18-24	42,8%	51,7%
25-34	47,7%	50,1%
35-44	46,6%	50,8%
45-54	51,6%	50,3%
55-64	48,9%	53,1%
65-74	45,3%	49,1%
75+	36,7%	42,3%

Источник: «Publishers Weekly».

Исследование выявило, что литературное чтение выросло во всех возрастных группах, кроме возрастной группы 45-54-летних. Распространение электронных устройств и возросшее время пребывания в Интернет явились одной из причин снижения уровня чтения в целом. Однако исследование «Reading on the Rise» показало, что около 15% взрослых американцев читали какой-то вариант онлайн-литературы в 2008 г., и что 84% из них также читали книги, печатные или электронные.

В Великобритании, согласно данным опроса, проведенного в 2008 г., чтение также остается популярным родом занятий среди большинства опрошенных, при этом 8% читают книги до 10 мин. в день, 14% – от 10 до 30 мин.; и 40% – более 30 мин. в рамках своего обычного распорядка дня (исключая отпускное время). Анализ положения с чтением в различных возрастных группах показывает, что чтение книг имеет наибольшую популярность у людей от 55 до 64 лет, среди пенсионеров, среди представителей социальной группы высшего среднего класса или среднего класса, среди тех, кто еще получает образование, и среди тех, чей конечный образовательный возраст пришелся на 19 лет или старше. Однако более чем треть опрошенных (34%) указали, что они не читают книги. Мужчины чаще становятся нечитателями (38%), чем женщины (31%).

Таблица 36. Причины, препятствующие чтению книг (результаты опроса в Великобритании)

Причина	Число опрошенных, %
Предпочитаю газеты или журналы	71
Недостаток времени	58
Предпочитаю более расслабляющий род занятий	53
Не получаю удовольствия от чтения	48
Трудности с нахождением книг, которые хотелось бы прочесть	28
Чтение книг является излишней тратой времени	14
Трудности получения книг на время	3
Неважное зрение	3
Получаю все, что мне нужно, из Интернета	3

Источник: «The Bookseller».

Среди излюбленных видов досуга в Германии чтение книг находилось на седьмом месте в 2008 г. в сравнении с шестым местом в 2007 г. Видами досуга, которые в 2008 г. по популярности превосходили чтение книг, были:

- слушание музыки;
- просмотр телевизора;
- чтение ежедневных газет;
- выходы в рестораны;
- вечеринки, нахождение с друзьями;
- вождение автомобиля.

Однако за последние шесть лет книгам удавалось по популярности регулярно опережать чтение журналов²⁴.

Обратим также внимание на уровень читательской активности во Франции (2005 г.)²⁵:

- 79% французов в возрасте 15 лет и старше прочитали в течение года хотя бы одну книгу;
- 38% прочитали от 1 до 9 книг;
- 25% прочитали от 10 до 24 книг;
- 15% прочитали 25 книг и больше.

В нашей стране одна из главных проблем в области чтения – это проблема доведения издаваемых книг до конкретных покупателей, обеспечение доступа к ним массовых читателей. Выше уже было показано, что в то время как в США на 1 книжный магазин приходится около 3 тыс. жителей, в регионах России на 1 магазин приходится более чем 66 тыс. жителей.

Вторая проблема – обеспечение максимального разнообразия выбора самой актуальной специальной, общегуманитарной, художественной литературы для наиболее образованных, квалифицированных и взыскательных групп населения, способных обеспечить интеллектуальный уровень, необходимый стране. Обе эти проблемы относятся и к издательствам, и к сетям распространения, и к библиотечной системе.

В 2006 году Роспечатью совместно с Российским книжным союзом был разработан основной долгосрочный документ, призванный выстроить работу в области пропаганды и поддержки чтения в России – Национальная программа поддержки и развития чтения. В течение 2007-2008 гг. на основе Национальной программы поддержки и развития чтения были разработаны региональные программы поддержки чтения – в Москве, Санкт-Петербурге, Челябинске, других городах.

В рамках реализации Национальной программы поддержки и развития чтения Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям ежегодно осуществляет финансовую поддержку мероприятиям, имеющим особо важное значение для развития отрасли и пропаганды чтения. В числе поддерживаемых мероприятий – книжные конкурсы, литературные премии, творческие встречи с писателями, мастер-классы, профессиональные семинары, научно-практические конференции, круглые столы и многие другие мероприятия. Наиболее представительным и авторитетным книжным конкурсом в России, появившимся в 1999 году, является Ежегодный национальный конкурс «Книга года», организуемый Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям. С целью поддержки литературы региональных издательств, начиная с 2005 года Роспечать проводит Всероссийский конкурс региональной и краеведческой литературы «Малая Родина». В целях поддержки детского книгоиздания и детского чтения в 2003-2008 гг. Федеральное агентство по печати проводило Всероссийский конкурс произведений для детей и юношества «Алые паруса». Помимо книжных конкурсов за последние годы в России большое значение приобрели литературные премии. Одной из наиболее престижных литературных премий в России является сегодня Национальная литературная премия «Большая книга», которая была учреждена в 2005 году Некоммерческим партнерством «Центр поддержки отечественной словесности» при содействии ряда государственных органов, профессиональных и общественных организаций. Другая

²⁴ <http://www.adbookfair.german-pavillion.com>

²⁵ http://www.biblio-globus.ru/inter_analytics.aspx?id=854

литературная премия России – Национальная детская литературная премия «Заветная мечта» – учреждена одноименным благотворительным фондом в 2005 году с целью способствовать развитию качественной детской литературы.

Большой вклад в развитие «молодой литературы» России вносит литературная премия «Дебют», учрежденная Гуманитарным фондом «Поколение». Пропаганде современной российской поэзии служит Национальная литературная премия «Поэт». Великолепную возможность приобщения населения страны к чтению предоставляют книжные выставки и ярмарки. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям является организатором трех крупнейших книжных ярмарок в стране – Московской международной книжной выставки-ярмарки, Национальной выставки-ярмарки «Книги России» и Российской выставки-ярмарки образовательной и детской литературы «Читай-ка!». Кроме этого, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям принимает участие в организации ярмарки интеллектуальной литературы «Non/Fiction» и Санкт-Петербургского международного книжного салона. В последние годы Агентством были разработаны и апробированы новые формы приобщения населения к книжной культуре. В серии мероприятий Роспечати по поддержке чтения основное внимание стало придаваться пропаганде книги в детской и подростковой среде. Начиная с 2005 года Агентство проводит фестиваль чтения для детей и подростков «Вместе с книгой – в Новый год!», а с 2007 г. – фестиваль «Лето с книгой».

В конце сентября – начале октября 2008 г. Роспечатью совместно с Российским книжным союзом при поддержке РЖД была проведена первая всероссийская просветительская акция «Литературный экспресс». Акция охватывала 16 субъектов Российской Федерации, расположенных по пути следования экспресса «Россия» (Москва-Владивосток).

В ноябре 2008 г. при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям в Москве прошла вторая Всероссийская конференция «Национальная программа поддержки и развития чтения: итоги и перспективы», которая подвела итоги начального этапа реализации Программы. На конференции, с одной стороны, было отмечено, что на всех уровнях – федеральном, региональном и муниципальном – деятельность по продвижению чтения набирает обороты, а в целом ряде регионов начали разрабатываться и реализовываться соответствующие региональные программы. С другой стороны, Национальная программа поддержки и развития чтения пока еще не стала мощным и эффективным инструментом продвижения чтения. Несмотря на определенные достижения и заметный объем проделанной работы в сфере пропаганды чтения в России за последние годы, большинство мировоззренческих и организационных проблем в этой сфере остаются нерешенными. Так, основные концептуальные идеи Национальной программы поддержки и развития чтения пока еще слабо освоены не только политиками и органами власти, но и самими разработчиками локальных программ и проектов. В связи с этим, проблема поддержки и развития чтения в России осознается как малосерьезная, частная (скорее библиотечная), а не как инфраструктурная, системная, общенациональная. Процессы формирования научно-обоснованной комплексной скоординированной национальной политики поддержки чтения находятся лишь в самой первой стадии зарождения, так же как и процессы формирования научно-обоснованной политики в этой сфере на региональном уровне. Почти все формируемые и реализуемые проекты и программы поддержки и развития чтения в регионах пока еще не носят ни системного, ни дифференцированного характера. Оценка же социальной эффективности реализуемых программ и проектов не осуществляется, в том числе в силу неразработанности методик проведения такой оценки. Основной движущей силой формирования и реализации программ и проектов в сфере чтения на региональном и муниципальном уровнях являются библиотеки – почти все проекты по поддержке чтения в основном ориентированы на них, однако не на реальное усиление их деятельности в сфере чтения, не на целенаправленную адресную работу с различными группами населения, а на улучшение комплектования их фондов, техническое оснащение, а также на проведение массовых акций (праздников). При этом библиотеки по традиции и в силу имеющегося опыта, в основном сосредоточены на продвижении не всего спектра выпускаемых изданий по всем областям знаний, а только книг и только художественной литературы.

Органы управления и учреждения системы образования в реализуемых программах практически не представлены, хотя именно в системе образования, по мнению многих экспертов, формируются и накапливаются основные проблемы, связанные с чтением, которые усугубляют нынешний системный кризис читательской культуры в России. Слабо вовлечены в процесс формирования и реализации программ поддержки чтения ученые, управленцы, книгоиздатели и книготорговцы, издатели и распространители периодики, а также телевидение, радиовещание, Интернет (особенно на национальном уровне). Взаимодействие между различными институтами поддержки и развития чтения практически отсутствует. Крупные национальные ассоциации, объединяющие книгоиздателей, книгораспространителей, библиотекарей, журналистов, образовательное сообщество, до настоящего времени не сформировали свои собственные стратегии и программы в сфере чтения.

Деятельность по продвижению чтения нуждается в более широкой, нежели сейчас, политической, общественной и информационной поддержке, в адекватном финансировании, в современном методологическом и научно-методическом сопровождении, требует повышения квалификации работников всех институтов инфраструктуры поддержки и развития чтения – библиотек, образовательных учреждений, организаций книжной торговли, издательств и СМИ. Особенно важно привлечение к процессу формирования и реализации региональных программ и проектов поддержки чтения в России книгоиздательских и книготорговых организаций. Поддержка и развитие чтения – это важнейшая общенациональная задача, которая должна стать новым ответственным направлением национальной политики не только в области культуры, но и в сфере образования и массовых коммуникаций. Вопросам чтения должно уделяться особое внимание в культурной и образовательной политике государства. Необходимо признание важности Национальной программы поддержки и развития чтения на уровне не только отдельных федеральных ведомств, но и руководства страны в целом, региональных администраций; придание ей статуса государственной программы.

Необходима обширная, комплексная, финансово обеспеченная система мер поддержки чтения, русского языка, современной художественной, научной и научно-популярной литературы. Эти меры должны закрепляться в специальных политических документах и программах на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, реализовываться государственными и негосударственными институтами.

Для обеспечения успешной работы по продвижению чтения как важнейшего способа освоения знаний, механизма поддержания и развития родного языка, необходимо организовывать и всемерно развивать конструктивное взаимодействие всех участников этого процесса, укреплять социальное партнерство государства, бизнеса и институтов гражданского общества в области продвижения и поддержки чтения. Это позволит не только многократно усилить эффект от проводимых мероприятий, но и консолидировать книжное сообщество, о чем в отрасли говорится уже не первый год.

4. СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ КНИЖНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

Процессы, происходящие в последние годы на книжном рынке страны, оказывают непосредственное влияние на состояние и дальнейшее функционирование всего книжного полиграфического производства. По мнению ряда экспертов и практиков, российский книжный рынок все последнее время находится в стадии перманентной стагнации, а рост денежной массы обеспечивается только в результате ежегодной 15-20% индексации розничных цен. Как уже указывалось, в 2008 году уровень выпуска книжной продукции в России составил 123,3 тыс. названий общим тиражом 760,4 млн. экземпляров, или 10192,4 млн. листов-оттисков. По объему печати это составило 95,6% к уровню 2003 года, когда за последнее десятилетие был достигнут наибольший выпуск книг в стране (702,3 млн. экз.; 10340,6 млн. листов-оттисков). Анализируя процессы, происходящие на книжном рынке, нельзя не отметить ряд факторов, которые уже сейчас воздействуют на работу типографий в этом секторе или проявятся в ближайшее время. Среди них:

- дальнейшая концентрация издательского капитала и строительство вертикально интегрированных холдинговых структур (издательство – полиграфическое предприятие – книгораспространительская сеть). Отсюда – возникновение предпосылок для образования олигополии;
- совершенствование полиграфического производства и возрастающая конкуренция между типографиями, заинтересованными в обеспечении и увеличении загрузки своих производственных мощностей, минимизировало значение «эффекта масштаба» в издательской среде, обеспечив благоприятные условия взаимодействия малых и средних издательств с типографиями;
- расширение ассортимента книжной продукции, возрастание сложности оформления изданий заставляет типографии создавать более гибкое производство. В связи с этим широкие возможности отечественного рынка полиграфических работ, а также возможность воспользоваться зарубежной полиграфической базой не создают для издательств значительных издержек переключения (затрат на перестройку деятельности организации, связанную с переходом на использование другой полиграфбазы), а высокая конкуренция ставит типографии все в большую зависимость от издательств.

Сегодня можно говорить, что основная производственная мощность книжного печатного дела сконцентрирована на 30 полиграфических предприятиях, которые сосредоточены в Москве, Санкт-Петербурге и ряде центральных районов европейской части страны. Основной объем, почти 80% производится открытыми акционерными обществами, бывшими предприятиями федерального подчинения, при этом следует отметить тенденцию, характерную только для книжного рынка: уход книгопечатания из Москвы и Санкт-Петербурга на периферию. Свыше 70% книг выпускается региональными полиграфическими предприятиями. Более того, появляются заявления ряда издательств о выводе своих полиграфических производств за пределы страны. Как уже не раз подчеркивалось – это является следствием существующей таможенно-тарифной и налоговой политики, а также ограничения по иностранным инвестициям. Динамика натурального выпуска книжной продукции, осуществляемой основными операторами данного сектора рынка полиграфических работ (табл. 37), представлена в табл. 38.

Таблица 37. Операторы книжного сектора рынка полиграфических работ (книжные полиграфические центры России)

Москва:	
Первая Образцовая типография	
Детская книга	
Типография «Наука» РАН АИЦ	
Типография «Молодая гвардия»	
Московская типография № 2	
Типография «Полиграфиздат» (г. Электросталь)	
ОАО Типография «Новости»	
Спутники:	
Тверской полиграфкомбинат детской литературы	
Тверской полиграфкомбинат	
Можайский полиграфкомбинат	
Смоленский полиграфкомбинат	
Ярославский полиграфкомбинат	
Владимирская книжная типография	
Смоленская областная типография	
Тульская типография	
Санкт-Петербург:	
Типография «Печатный двор»	
Типография «Искусство России»	
«Техническая книга»	
Типография «Наука» № 1	
Лениздат	
Другие:	
Ульяновский Дом печати	
Саратовский полиграфкомбинат	
«Уральский рабочий» (г. Екатеринбург)	
«Нижполиграф» (г. Нижний Новгород)	
Самарский Дом печати	
«Дом печати – ВЯТКА»	

Источник: данные компаний.

Приведенные данные составлены на основе анализа сводных сведений о производстве и отгрузке товаров и услуг за указанные в таблице периоды государственного и отраслевого статистического наблюдения (Форма № П-1. Утверждена Постановлением Росстата от 31.05.2007 г. № 39 код ОКВЭД-22.2 – полиграфическая деятельность и предоставление услуг в этой области).

Таблица 38. Динамика натурального выпуска книг (2005-2007 гг.)

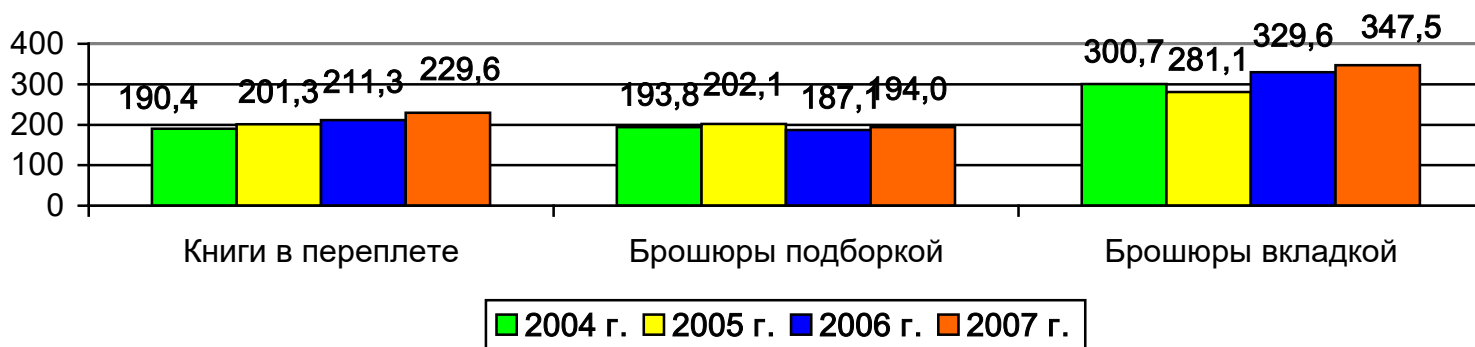
	2005	2006	2007	Темпы	
				2006/2005, %	2007/2006, %
Книги и брошюры (тыс. экз.)	691572	727939	771192	105,3	105,9
Книги в переплете (тыс. экз.)	201353	211260	229657	104,9	108,7
Брошюры подборкой (тыс. экз.)	202094	187068	194050	92,6	103,7
Брошюры вкладкой (тыс. экз.)	288125	329611	347485	114,4	105,4

Источник: Отдел полиграфических предприятий Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям.

Определенное расхождение с официальными данными Российской книжной палаты о выпуске книжной продукции связаны, по всей вероятности с тем, что не все издающие организации в стране предоставляют обязательные экземпляры в данную организацию. За последние 10 лет в результате упадка региональной издательской деятельности в отечественной полиграфии произошло значительное сужение книжного производства, утратили былое значение в этом секторе большинство региональных газетно-журнальных комплексов, которые ранее выпускали по 5-7 млн. экземпляров книг в год, а также многие областные книжные типографии. **За эти годы в стране не было построено ни одного книжного полиграфического предприятия.**

Уже в течение многих лет сохраняется крайне низкий уровень рентабельности книжного полиграфического производства, особенно в области черно-белой печати. В среднем по специализированным типографиям он не превышает и 7,0%. Все это стимулирует существующие предприятия к диверсификации производства, а вновь создаваемые – к работе в других более динамичных секторах рынка полиграфических работ. Если в последние годы рост объемов производства в секторах упаковки, этикетки, журналов и акцидентной продукции достигал 20%, то книжное производство оставалось практически на одном уровне. Серьезное влияние на эффективность книжного производства в последнее время оказало изменение характера издательского предложения. Сейчас в производстве книг тиражи изданий до 5 тыс. экземпляров уже составляют почти 50%, тиражи от 5 до 10 тыс. экз. – 35%, от 10 до 20 – 10% и выше, 20 тыс. экз. всего – 7%. В общем объеме выпуска книг издания по характеру оформления распределяются следующим образом: твердый переплет – 30%, брошюра подборкой – 25%, брошюра вкладкой – 45% (см. рис. 16). Полиграфическая промышленность страны сегодня значительно отличается от той, которая функционировала десять лет тому назад. Постоянное и существенное инвестирование, особенно в секторах газетно-журнального и упаковочно-этикеточного производства, обеспечило быстрое техническое развитие отрасли. Некоторое исключение составляют только книжные предприятия, на долю которых приходится сравнительно небольшая составляющая от ежегодного объема инвестиций. В результате обновление оборудования идет достаточно медленно, комплексная модернизация производства присутствует не на всех предприятиях, решаются только самые неотложные, локальные задачи. При этом, как хорошо известно, основной производственный парк этих предприятий уже давно перешагнул допустимые нормы морального и физического износа.

Рисунок 16. Выпуск изданий в форме книг и брошюр в 2004-2007 гг. (млн. экз.)



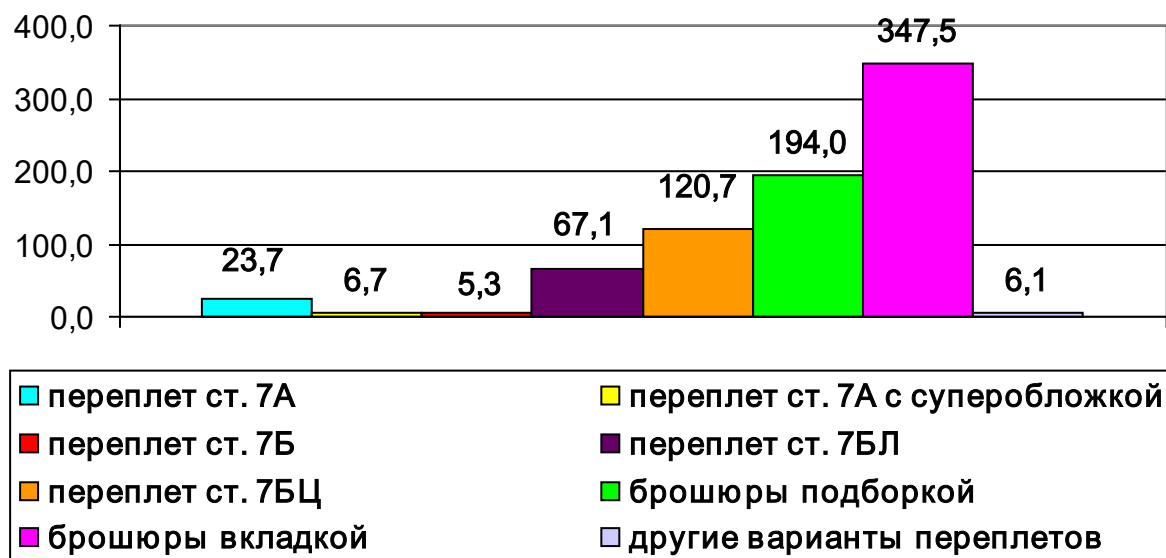
Источник: Федеральная служба государственной статистики.

В то же время следует отметить, что в модернизации книжных типографий в течение 2007-2008 гг. наступил определенный перелом. Эти предприятия начали активно внедрять системы CtP для прямой связи с издательствами, обновлять печатную технику. Проблемы расширения вариантов отделки книжной продукции, сокращения ручного труда в брошюровочно-переплетном процессах наиболее эффективно решаются за счет широкого внедрения пооперационного оборудования и в отдельных случаях, современных поточных линий.

Еще совсем недавно отмечалось, что в секторе книжного полиграфического производства образовался переизбыток производственных мощностей, в результате чего имела место систематическая недогрузка со всеми вытекающими отсюда последствиями для типографий. А уже сегодня можно говорить об определенном напряжении на рынке книжных полиграфических услуг, о складывающемся дефиците в секторе изготовления многокрасочной качественной книги. И не только. Буквально на протяжении 2007 – 2008 гг. обозначилась новая ситуация – дефицит производственных мощностей по печати черно-белых изданий. Многолетняя нерентабельность в полиграфии по этой позиции обернулась для издателей новыми проблемами. Напомним, что уже исчезли некогда известные предприятия: московские типографии №№ 4, 5 и 7 «Искра

революции», типографии «Внешторгиздат» и «Красный пролетарий» в Москве, типографии «Иван Федоров», «Детская книга № 2», типография № 6 в Санкт-Петербурге, а «Янтарный сказ» в Калининграде, сохранив другие направления, свернул книжное производство. Кроме того, доля предлагаемых полиграфических работ по производству книг повышенной сложности в изготовлении (твердый переплет, многокрасочная печать) составляют наименьшее значение во всем перечне работ книжного производства. Так объем книг в твердом переплете составляет менее 30% в общем выпуске книжных изданий, а красочность их печати не превышает 35% (см. рис. 18).

Рисунок 17. Распределение изданий по видам полиграфического оформления (млн. экз.)



Источник: Межрегиональная ассоциация полиграфистов.

Рисунок 18. Распределение книжных изданий по красочности (млн. экз.)



Источник: Межрегиональная ассоциация полиграфистов.

Примечательно и то, что даже за сравнительно небольшой период времени с момента проведения данного анализа, размеры этих секторов постоянно уменьшаются. Подтверждением этого служат данные, приведенные на диаграмме «Структура рынка многокрасочной книжной печати за период 2004-2007 гг. в натуральном выражении» (см. рис. 19). С каждым годом объем выпуска многокрасочных книг в твердом переплете постоянно снижается, в то время как, по мнению экспертов, предложение со стороны издательств на изготовление такой продукции возрастает. Объем рынка книжной продукции этого вида в денежном выражении практически остается на одном уровне (см. рис. 20).

Таким образом, на основании вышеизложенного можно констатировать некоторые тенденции складывающиеся за последние несколько лет. А именно, в секторе книжного производства совокупный тираж книг, изданных в различном полиграфическом исполнении, стабилизировался, сохраняется практически на одном уровне. Отмечается увеличение объема натурального выпуска, в экземплярах, книг в твердом переплете и одновременно – снижение темпов роста тиражей объемных и особенно малообъемных брошюр. В связи с этим нельзя не отметить увеличивающийся за последние годы спрос на малотиражные высококачественные книги с неординарной отделкой, и как следствие, возникновение большого числа цифровых типографий, оснащенных цифровыми печатными машинами (ЦПМ) промышленного типа. Как правило, в этом случае ЦПМ агрегированы с линиями изготовления книг и дополнены другим отделочным оборудованием.

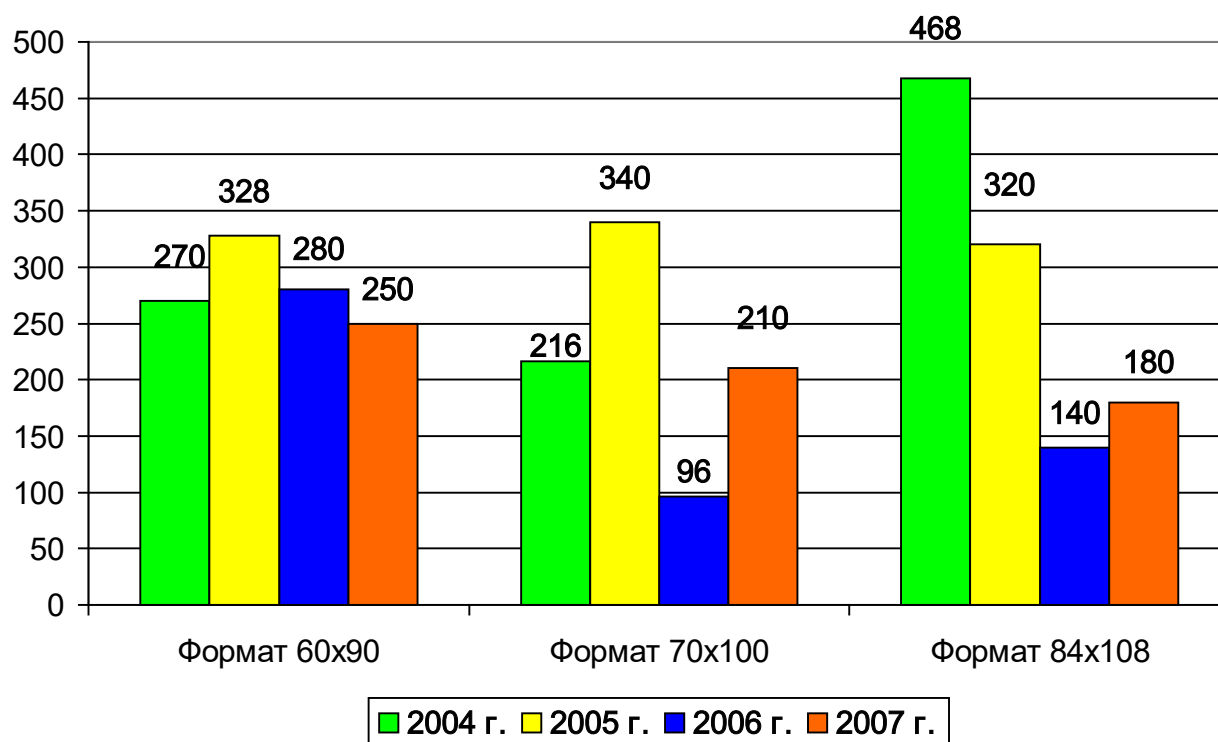
Эти предприятия обеспечивают выпуск книг малыми тиражами (в пределах от 1 до 1000 экз.) в очень сжатые сроки, располагают возможностями печати переменных данных и печати по требованию «book-on-demand».

Состояние книжного рынка, особенно в секторе качественных многотиражных книг, не могло не отразиться на структуре полиграфического производства. Во-первых, в этом секторе полиграфии происходит существенное снижение объема рулонной

печати, во-вторых, как следствие, концентрация работ в этой сфере, что находит отражение в росте удельного веса ограниченного числа крупных субъектов на полиграфическом рынке. Несмотря на увеличение совокупного тиража книг в твердом переплете, в этом секторе полиграфии почти ничего не меняется. Состав основных субъектов этого рынка полиграфических работ остается постоянным (см. табл. 39) и их удельный вес в общем объеме выпуска многокрасочных книг в твердом переплете достигает 95%. Определенные изменения в эти показатели вносят и будут вносить объемы продукции, выполненные на зарубежной полиграфической базе по заказам отечественных издающих организаций.

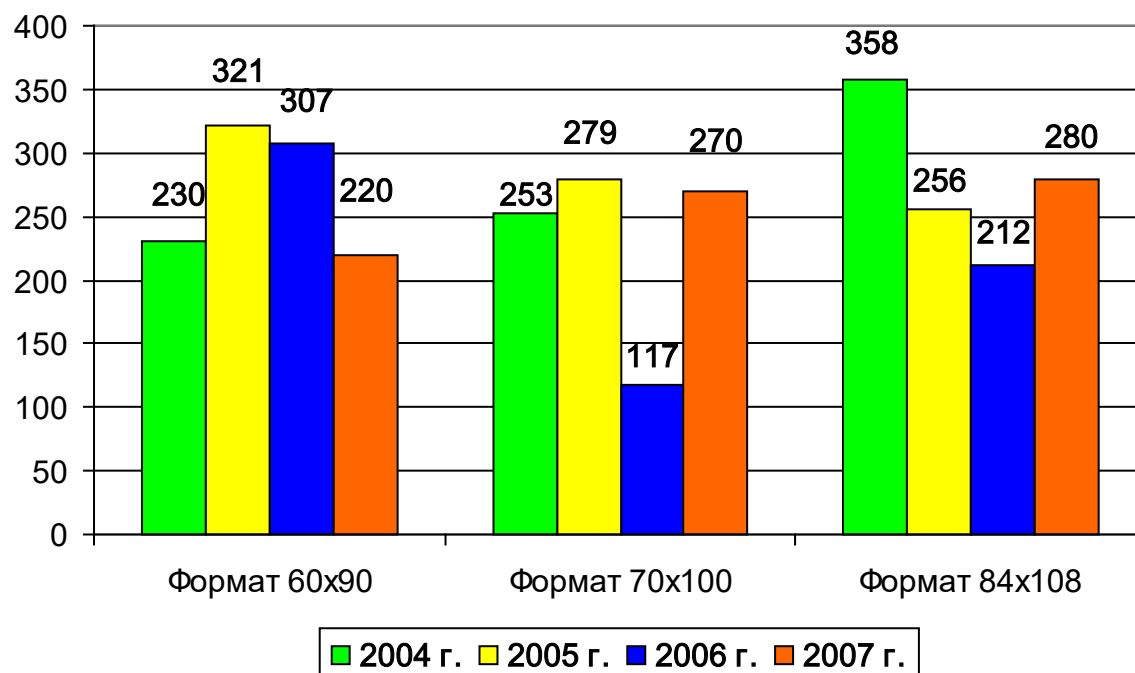
В заключении следует отметить, что состояние книжного рынка оказывает заметное влияние на характер изменений в секторе книжного полиграфического производства, в том числе продолжающаяся концентрация книжных издательств в Москве и Санкт-Петербурге. Происходит естественное перераспределение книжных потоков между участниками рынка: крупные производители становятся мощнее, оттесняя более мелкие типографии за черту значимости. Тем не менее, учитывая общие тенденции книжного рынка (ассортимент, тиражность), полностью вытеснить их за пределы сектора вряд ли удастся, учитывая достаточно интенсивное внедрение цифровой печати.

Рисунок 19. Структура рынка многокрасочной книжной печати за период 2004-2007 гг. в натуральном выражении (млн. л.-отт.)



Источник: Межрегиональная ассоциация полиграфистов.

Рисунок 20. Структура рынка многокрасочной книжной печати за период 2004-2007 гг. в денежном выражении (млн. руб.)



Источник: Межрегиональная ассоциация полиграфистов.

Таблица 39. Отечественные полиграфические базы (2008 г.)

Полиграфическая база	Доля на рынке, % от кол-ва экз.	Офсетная листовая печать, млн. краско-отт.	Производство книжной продукции, млн. краско-отт.	Книги в переплете, тыс. экз.	Оценочная стоимость книжного тиража, млн. руб.
ОАО «Тверской полиграфический комбинат детской литературы»	13	710,80	595,70	25 795,30	389,02
ОАО «Ярославский полиграфкомбинат»	4,4		499,86	30 000,00	322,72
ОАО «Смоленский полиграфкомбинат»	4,4	243,90	562,00	16 412,00	320,98
ОАО «Тульская типография»	4,6	210,50	383,40	12 280,10	104,69
ОАО «Ульяновский Дом печати»	7,8	162,2	707,70	17 262,10	501,60
ОАО «Саратовский полиграфкомбинат»	3,8	152,10	318,50	10 752,40	126,77
ОАО «Первая Образцовая типография»	1,7	139,50	185,60	5 983,00	–
ОАО «Можайский полиграфкомбинат»	5,8	72,00	857,80	20 400,00	346,15
ОАО «Нижполиграф»	2,3	45,00	339,10	12 180,00	–
ОАО «Тверской полиграфкомбинат»	11,3	735,08	н/д	20 167,00	366,84

Источник: Отдел полиграфических предприятий Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям.

Следует отметить, что в ближайшие годы произойдет размежевание производителей по технологическому принципу. Офсетная печать и поточные линии для изготовления книг останутся для тиражной продукции, цифровые технологии и операционная послепечатная техника – для тиражей в десятки и сотни экземпляров, а также для персонализированной книжной продукции. Нельзя не отметить и еще одну тенденцию в организации книжного производства в стране, складывающейся в последние годы. Речь идет о все больших объемах печати книг на зарубежной полиграфической базе (Украина, Беларусь, Китай).

Кроме того, на полиграфической отрасли, конечно же, отразился и кризис. Заказы издателей в декабре 2008 – феврале 2009 гг. сократились на 25-50%. Легкая февральская паника директоров сменилась в марте осторожным оптимизмом. Но как никогда ранее, владельцам и управленцам придется аккуратно и дипломатично провести свои компании через кризис, влияние которого, по мнению экспертов, может проявиться в снижении объема работ в типографиях и изменении ценовой политики участников книжного производства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В конце 2008 – начале 2009 г. многие эксперты давали свои прогнозы (порой противоречивые) в отношении того, как будет развиваться ситуация на книжном рынке в 2009 году, и как финансовый кризис может повлиять на его развитие. В целом, мнения в отношении перспектив развития книжного рынка в 2009 г. сводятся к следующему:

- сократится выпуск книг, и, как следствие, уменьшится количество заказов у типографий;
- в издательствах продолжится уже начавшееся сокращение выпуска нерентабельных названий, а в рознице – вымывание нерентабельных тиражей;
- по-видимому, не удастся избежать банкротств ряда мелких и средних, а также отдельных крупных издательств;
- книготорговцы по-прежнему будут задерживать оплату поставленных книг и перекредитовываться за счет издателей;
- в рознице произойдет снижение товарооборота на 10-15%, а в некоторых случаях – на 20-25%, а в оптовом звене – еще сильнее;
- вследствие падения покупательского спроса и снижения рентабельности не исключено закрытие ряда книжных магазинов;
- в то же время кризис может привести к дальнейшей консолидации и реструктуризации отрасли, к новым слияниям и поглощениям и к изменениям в отношениях между издателями, полиграфистами и книготорговцами.

Тем не менее, многие эксперты отмечают, что книжная отрасль вполне в состоянии преодолеть кризисные явления исходя из трех факторов:

1. Отрасль не является сильно закредитованной (компания «Топ-книга» представляет, скорее, исключение).
2. Отрасль ориентирована на внутренний продукт, который измеряется рублями, и слабо подвержена влиянию валютных рисков.
3. Отрасль ориентирована на конечного потребителя, который, принимая во внимание как модели покупательского поведения в условиях кризиса, так и опыт 1998 г., останется достаточно лояльным к книге как к товару. В отдельных сегментах спрос на книги не претерпит сильных изменений и даже может возрасти.

Как известно, финансово-экономический кризис в стране вызвал существенную государственную поддержку банковской сферы и реального сектора экономики. К сожалению, несмотря на свой очевидный социально значимый статус, сфера культуры и отрасль книгоиздания не попали в систему мер антикризисной поддержки и не получили от государства финансовых средств на преодоление кризисных явлений. В этих условиях для дальнейшего развития российского книжного рынка особую актуальность приобретают правительственные меры по введению сквозной (10%, 5% или 0%) ставки НДС на все этапы производства и распространения нерекламных и неэротических периодических печатных изданий и книг как товара особого социального статуса, а также по снижению с 15% до 0% ввозных таможенных пошлин на непроемкие в России сорта бумаги, расходные материалы и полиграфическое оборудование. Это позволит снизить затраты на производство и распространение книжной продукции, увеличить тиражи и доступность высококачественных изданий для населения, что соответствующим образом отразится на их цене для потребителей.

В качестве одного из важнейших направлений преодоления кризисных явлений на книжном рынке эксперты называют развитие информационного обмена и повышение прозрачности рынка. Предлагается также уделять больше внимания подготовке изданий, маркетингу, продвижению. С другой стороны, эксперты указывают и на такие направления, как сокращение производственных планов, оптимизацию выпуска книг, уменьшение скопившейся во время перепроизводства товарной массы.

Кроме того, большинство экспертов сходятся во мнении, что для поддержания спроса требуется постоянная пропаганда чтения. Председатель совета директоров издательской группы «АСТ» Я.Хелемский отмечает, что сегодня для издателей самый важный вопрос заключается в том, будут ли люди читать книги. Этой же точки зрения придерживается и О.Бартенев, говоря о том, что в условиях кризиса главное заключается в удержании читателя и недопущении падения интереса к чтению. Подобные мысли высказывает также генеральный директор издательства «Эксмо» О.Новиков, который считает, что залог будущего отрасли – это поддержка чтения, и выступает за усиление государственных и общественных усилий в этом направлении.

Выступая на VI съезде Российского книжного союза 3 декабря 2008 г., Президент РКС С.Степашин отметил, что в условиях финансового кризиса тяга к чтению у людей парадоксальным образом может возрасти, признав, однако, что, согласно прогнозу, снижение спроса распространится на все сегменты рынка, чему необходимо противодействовать с помощью адресных финансовых вливаний со стороны государства.

Относительно тезиса, что в кризисное время люди будут больше читать, имеются аргументы не только в пользу оптимистического сценария, но и в пользу пессимистического. Так, на долю постоянных потребителей книг, большинство из которых женщины, приходится около 35-40% активного дееспособного населения страны. Именно эта прослойка может пострадать от кризиса: потерять работу, сбережения. В результате их потребительская активность неминуемо пойдет на спад. При выборе, приобрести ли новую книгу или продукты, одежду для семьи, выбор будет сделан в пользу того, без чего нельзя обойтись. Ограничители потребительского спроса на книги в условиях усиливающегося экономического кризиса будут еще более жесткими, поэтому прогнозы по поводу роста чтения в кризисное время представляются неоднозначными.

В то же время, по мнению экспертов, в трудные времена люди обращаются к вечным ценностям, к числу которых относится и чтение. Так, во время кризиса 1998 г. люди существенно больше стали читать. К тому же, по сравнению с другими видами развлечений, книга обладает рядом значительных преимуществ: она долго живет, ее можно перечитывать, она служит не одному члену семьи, а сразу нескольким.

В результате, по мнению экспертов, осуществится, вероятно, какой-то гибридный сценарий. Кто-то из читателей в результате кризиса перестанет быть покупателем книг. Но, возможно, их место займут другие – те, кто с детства обладает склонностью к чтению, но в последнее время ввиду огромной занятости расстались с этой привычкой. Можно допустить, что в условиях кризиса, когда у них появится больше времени и будет меньше денег на другие более дорогие развлечения, они решат вновь обратиться к этому занятию.