



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

Книжный рынок России

**Состояние, тенденции
и перспективы развития**

2012



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

**УПРАВЛЕНИЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ,
КНИГОИЗДАНИЯ И ПОЛИГРАФИИ**

Книжный рынок России

*Состояние, тенденции
и перспективы развития*

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

**Москва
2012**

УДК 339.13:655.42(470)
ББК 65.422.5 + 76.18
К-53

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

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

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

Московскому государственному университету печати имени Ивана Федорова, Российской книжной палате, Российскому книжному союзу, Ассоциации книгоиздателей России, Ассоциации книгораспространителей независимых государств, Гильдии книжников;

издательствам «Ад Маргинем», «Альпина нон-фикшн», «Альпина паблишер», «АСТ», «АСТ-Пресс», «Белый город», «Бичик» (г. Якутск), «БХВ-Петербург» (г. Санкт-Петербург), «Вече», «Вита Нова» (г. Санкт-Петербург), «Время», «Гнозис», «ГЭОТАР-Медиа», «Дашков и Ко», «Дело», «Детгиз» (г. Санкт-Петербург), «Детская литература», «Дмитрий Буланин», «Дрофа», «Златоуст» (г. Санкт-Петербург), «Китап» (г. Уфа), «Лик» (г. Санкт-Петербург), «Минувшее», «Новое литературное обозрение», «О-краткое» (г. Киров), «Оренбургское книжное издательство» (г. Оренбург), «Петербургское Востоковедение» (г. Санкт-Петербург), «Правда Севера» (г. Архангельск), «ПРОЗАиК», «Русский путь», «Русский язык. Курсы», «Слово/Slovo», «Сократ» (г. Екатеринбург), «Флинта», «Художественная литература», «Эксмо»;

независимым книготорговым предприятиям «Дом книги «Молодая гвардия», «Торговый Дом книги «Москва», «Санкт-Петербургский Дом книги» (г. Санкт-Петербург), «Фаланстер»;

книготорговым сетям «АВФ-книга» (г. Архангельск), «Книжный Барс» (г. Рязань), «Люмна» (г. Екатеринбург), «Магистр» (г. Ростов-на-Дону), «Московский дом книги», «Новая книга» (г. Петропавловск-Камчатский), «Новый книжный – Буквоед», «ПродаЛитЪ» (г. Иркутск), «Республика», «Ростовкнига» (г. Ростов-на-Дону), «Чакона» (г. Самара);

интернет-магазину «Ozon.ru», компаниям «ЛитРес», «WEXLER», аналитической группе «SmartMarketing»;

журналам «Книжная индустрия», «Университетская КНИГА», газете «Книжное обозрение».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
I. РОССИЙСКОЕ КНИГОИЗДАНИЕ В 2011 Г.....	7
1.1. Количественные показатели российского книгоиздания	7
1.2. Издательская система России	17
1.3. Деятельность российских издательств в 2008-2011 гг.	28
II. РОССИЙСКОЕ КНИGORASПРОСТРАНЕНИЕ В 2011 Г.....	37
2.1. Основные тенденции развития системы книгораспространения .	37
2.2. Интернет-торговля книгами.....	47
2.3. НДС на книжную продукцию в различных странах мира	49
2.4. Деятельность российских книготорговых предприятий в 2008-2011 гг.	53
III. ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ И КНИGORASПРОСТРАНЕНИЕ	64
3.1. Тенденции развития рынка электронных изданий в России и за рубежом.....	64
3.2. Рынок электронных читающих устройств в России	73
IV. ЧТЕНИЕ БУМАЖНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ В РОССИИ	77
V. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА КНИГОИЗДАНИЯ И КНИGORASПРОСТРАНЕНИЯ В РОССИИ	84
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	88
СПИСОК ТАБЛИЦ.....	90
СПИСОК РИСУНКОВ.....	90

ВВЕДЕНИЕ

Анализ ситуации на книжном рынке России в 2011 г. свидетельствует о том, что последствия мирового финансового и экономического кризиса издательской отрасли пока удалось преодолеть не до конца. В то же время в книгоиздании стали появляться первые обнадеживающие факторы: на смену снижению количества выпущенных книг и брошюр в предыдущие годы пришел небольшой рост, а темпы падения совокупного тиража изданий по сравнению с предыдущими годами снизились. При этом общий объем рынка как в рублевом, так и в натуральном выражении продолжает падать.

Издательская система России в 2011 г. в целом не претерпела каких-либо значимых изменений, за исключением двух крупных сделок, произошедших в конце года. Первое связано с приобретением ЗАО «ОЛМА Медиа Групп» издательства «Просвещение», другое – с приобретением компанией «Эксмо» издательства бизнес-литературы «Альпина бизнес букс». Очевидно, результаты этих значимых событий в отрасли станут заметны уже в 2012 г.

Что касается системы книгораспространения, то 2011 г. характеризуется некоторым снижением числа книжных магазинов. Речь идет как о магазинах обанкротившейся сети «Топ-книга», так и о независимых книготорговых предприятиях, прежде всего региональных. Вместе с тем книготорговые предприятия (в основном, сетевые), сумевшие сохранить бизнес в условиях кризиса, за прошедшие четыре года не только не сократили, но даже несколько нарастили свои торговые площади.

Постепенно меняется ассортиментная матрица книготоргового предприятия. Книжные магазины все большее предпочтение в своем ассортименте отдают некнижным товарам (канцелярским товарам, игрушкам и др.). Если четыре года назад соотношение книжных и некнижных товаров в общем объеме продаж составляло примерно 80/20, то сегодня – 70/30.

На протяжении последних лет наблюдается устойчивый рост средней цены на книгу. По мнению издателей и торговцев, к настоящему времени цены на книгу подошли к «психологическому барьеру», превышение которого может повлечь за собой заметный отток покупателей из книжных магазинов.

Не в последнюю очередь на снижение продаж влияет такой постоянно действующий фактор, как продолжающееся падение интереса к чтению. Несмотря на прилагаемые усилия по реализации Национальной программы поддержки и развития чтения, растет число людей, редко или вообще не читающих книги. В общем объеме медиапотребления российскими гражданами чтению книг отводится лишь 9 минут в сутки, причем с каждым годом это время снижается.

В этой связи свою работу по продвижению книг издатели и книготорговцы все больше переносят в Интернет. В последний год значительно возросло внимание издателей к таким каналам продвижения, как форумы, блоги (сетевые дневники) и социальные сети.

Одновременно с этим растет потребление книг в электронной форме. Исследование, выполненное Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям совместно с Аналитическим центром Юрия Левады в 2011 г., выявило, что в настоящее время книги в электронном формате читают почти 30% взрослых жителей крупных российских городов. Вместе с тем уровень пиратства на рынке электронных книг достигает 80-90%.

Настоящий доклад представляет развернутую картину развития книгоиздания и книгораспространения в России в 2011 году. Материалы доклада опираются на результаты мониторинга, осуществляемого Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, выводы и рекомендации ряда крупных научно-практических конференций, в том числе международных, а также на экспертные оценки авторитетных представителей книжного сообщества, данные ведущих индустриальных аналитических центров мира.

I. РОССИЙСКОЕ КНИГОИЗДАНИЕ В 2011 г.

1.1. Количественные показатели российского книгоиздания

Согласно данным Российской книжной палаты, в 2011 году издательствами было выпущено **122915 названий** книг и брошюр совокупным тиражом **612,5 млн экз.** (см. рис. 1-2 и табл. 1-2). В сравнении с 2010 годом число выпущенных изданий немного выросло, в то время как их совокупный тираж сократился на 6,3%. Несмотря на определенные ожидания и надежды, по числу выпущенных названий книг не был превышен уровень не только 2009 года (127596 названий – максимум, зафиксированный за всю историю российского книгоиздания), но даже не был преодолен показатель предкризисного 2008 года – 123336 названий. Что же касается совокупного тиража, то он за последние 3 года снизился почти на 20%.

Рис. 1.

Число книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2011 гг.

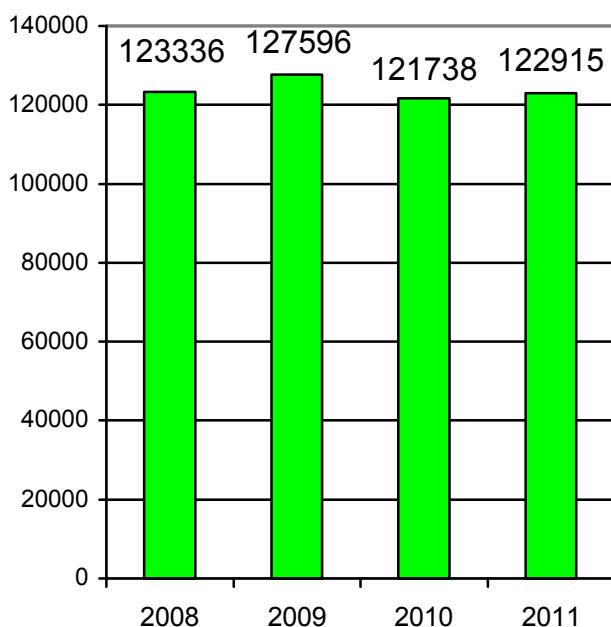
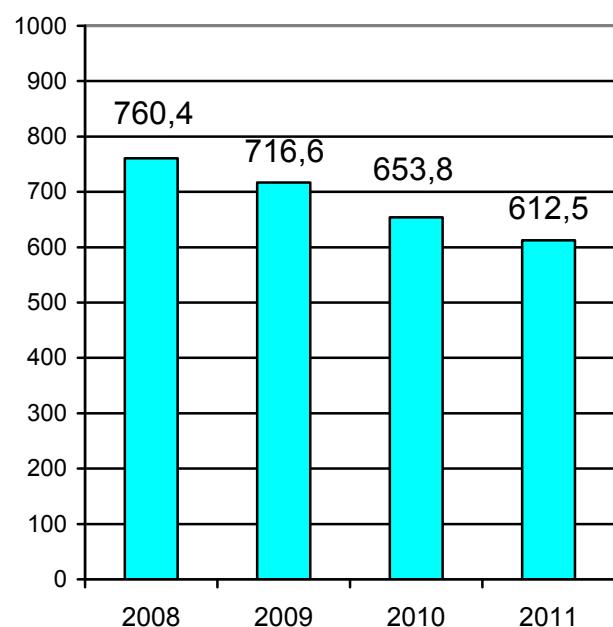


Рис. 2.

Совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации, в 2008-2011 гг. (млн экз.)



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

Табл. 1.

Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2011 гг. (число выпущенных названий)

	Число выпущенных названий				Изменение числа выпущенных названий		Доля в числе названий, %				Изменение доли в числе названий, %			
					названий		%							
	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008	2011/2010	2011/2008	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008
Всего	123336	127596	121738	122915	+1177	-421	+1,0	-0,3	100	100	100	100	–	–
Книги	105093	106848	102790	103151	+361	-1942	+0,4	-1,9	85,2	83,7	84,4	83,9	-0,5	-1,3
Брошюры	18243	20748	18948	19764	+816	+1521	+4,3	+8,3	14,8	16,3	15,6	16,1	+0,5	+1,3
В переплете	42608	40444	40113	38328	-1785	-4280	-4,5	-10,0	34,5	31,7	33,0	31,2	-1,8	-3,3
В обложке	80728	87152	81625	84587	+2962	+3859	+3,6	+4,8	65,5	68,3	67,0	68,8	+1,8	+3,3

	Число выпущенных названий				Изменение числа выпущенных названий				Доля в числе названий, %				Изменение доли в числе названий, %	
					названий		%						2011/2010	
	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008	2011/2010	2011/2008	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008
Новые издания	106382	111221	104083	106058	+1975	-324	+1,9	-0,3	86,3	87,2	85,5	86,3	+0,8	0,0
Переиздания	16954	16375	17655	16857	-798	-97	-4,5	-0,6	13,7	12,8	14,5	13,7	-0,8	0,0
Серийные издания	51397	48306	46945	43894	-3051	-7503	-6,5	-14,6	41,7	37,9	38,6	35,7	-2,9	-6,0
Переводные издания	14197	14078	14268	14333	+65	+136	+0,5	+1,0	11,5	11,0	11,7	11,7	0,0	+0,2

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

Табл. 2.

Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2011 гг. (тираж)

	Тираж, тыс. экз.				Изменение совокупного тиража				Доля в совокупном тираже, %				Изменение доли в совокупном тираже, %	
					Тыс. экз.		%						2011/2010	
	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008	2011/2010	2011/2008	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008
Всего	760439,3	716553,1	653843,7	612506,3	-41337,4	-147933	-6,3	-19,5	100	100	100	100	-	-
Книги	590364,0	496759,1	494553,0	472993,5	-21559,5	-117371,0	-4,4	-19,9	77,6	69,3	75,6	77,2	+1,6	-0,4
Брошюры	170075,3	219794,0	159290,7	139512,8	-19777,9	-30562,5	-12,4	-18,0	22,4	30,7	24,4	22,8	-1,6	+0,4
В переплете	286077,6	240746,3	243571,0	215555,2	-28015,8	-70522,4	-11,5	-24,7	37,6	33,6	37,3	35,2	-2,1	-2,4
В обложке	474361,7	475806,8	410272,7	396951,1	-13321,6	-77410,6	-3,3	-16,3	62,4	66,4	62,7	64,8	+2,1	+2,4
Новые издания	561122,4	536684,8	462044,1	437149,0	-24895,1	-123973	-5,4	-22,1	73,8	74,9	70,7	71,4	+0,7	-2,4
Переиздания	199316,9	179868,3	191799,6	175357,3	-16442,3	-23959,6	-8,6	-12,0	26,2	25,1	29,3	28,6	-0,7	+2,4
Серийные издания	446244,9	405398,4	406260,9	375884,3	-30376,6	-70360,6	-7,5	-15,8	58,7	56,6	62,1	61,4	-0,7	+2,7
Переводные издания	92944,5	84679,9	86815,8	76682,6	-10133,2	-16261,9	-11,7	-17,5	12,2	11,8	13,3	12,5	-0,8	+0,3

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

Табл. 3.

Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2011 гг. (листаж)

	Листаж, тыс. печ. л.-отт.				Изменение листажа				Доля в совокупном листаже, %				Изменение доли в листаже, %	
					Печ. л.-отт., тыс.		%						2011/2010	
	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008	2011/2010	2011/2008	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008
Всего	9729802,8	8042232,1	7888957,9	7009466,1	-879491,8	-2720336,7	-11,2	-28,0	100	100	100	100	-	-
Книги	9470094,0	7756356,7	7568306,3	6697677,5	-870628,8	-2772416,5	-11,5	-29,3	97,3	96,4	95,9	95,6	-0,4	-1,7
Брошюры	259708,9	285875,5	320651,6	311788,5	-8863,1	+52079,6	-2,8	+20,1	2,7	3,6	4,1	4,4	+0,4	+1,7
В переплете	5821114,4	4761489,1	4724332,9	3850773,9	-873559	-1970340,5	-18,5	-33,8	59,8	59,2	59,9	54,9	-5,0	-4,9
В обложке	3908688,4	3280743,0	3164625,0	3158692,2	-5932,8	-749996,2	-0,2	-19,2	40,2	40,8	40,1	45,1	+5,0	+4,9
Новые издания	6922250,4	5622022,1	5491204,8	4832870,3	-658334,5	-2089380,1	-12,0	-30,2	71,2	69,9	69,6	69,0	-0,7	-2,2
Переиздания	2807552,4	2420210,1	2397753,1	2176595,8	-221157,3	-630956,6	-9,2	-22,5	28,8	30,1	30,4	31,0	+0,7	+2,2

	Листаж, тыс. печ. л.-отт.				Изменение листажа				Доля в совокупном листаже, %				Изменение доли в листаже, %	
					Печ. л.-отт., тыс.		%							
	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008	2011/2010	2011/2008	2008	2009	2010	2011	2011/2010	2011/2008
Серийные издания	5174876,7	4257024,0	4441815,6	3973282,9	-468532,7	-1201593,8	-10,6	-23,2	53,2	52,9	56,3	56,7	+0,4	+3,5
Переводные издания	1577615,2	1371823,9	1385504,1	1267924,7	-117579,4	-309690,5	-8,5	-19,6	16,2	17,1	17,6	18,1	+0,5	+1,9

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

Немаловажную характеристику российскому книгоизданию дает показатель листажа, свидетельствующий о размерах загрузки полиграфических предприятий. Как видно из табл. 3, общий листаж выпущенной в России книжной продукции сократился в 2011 г. по отношению к 2010-му довольно существенно – на 11,2%, а с 2008-го года его падение составило почти 30%.

Снизился и показатель количества экземпляров выпущенных книг и брошюр в расчете на душу населения. В 2001 г. он составлял 3,71 экз. на человека, в 2008 г. достиг своего максимума – 5,35 экз. В 2011 г. число изданий, выпущенных на душу населения, составило 4,29 экз., снизившись по сравнению с 2010 г. на 6,3%, а по сравнению с 2008 г. – почти на 20% (см. рис. 3).

Средний тираж одного издания по итогам 2011 г. сократился в сравнении с 2010 г. на 7,2%, средний объем одного экземпляра издания за год уменьшился на 5,2% (см. рис. 4). За период с 2008 по 2011 гг. сокращение среднего тиража одной книги составило 19,2%, а средний объем одного экземпляра упал за это время на 10,6%. Всего же с начала века средний тираж одного издания сократился на 2728 экземпляров, или на 35,4%, а средний объем одного экземпляра издания – почти на 20%.

Рис. 3.
Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчете на душу населения в 2008-2011 гг.

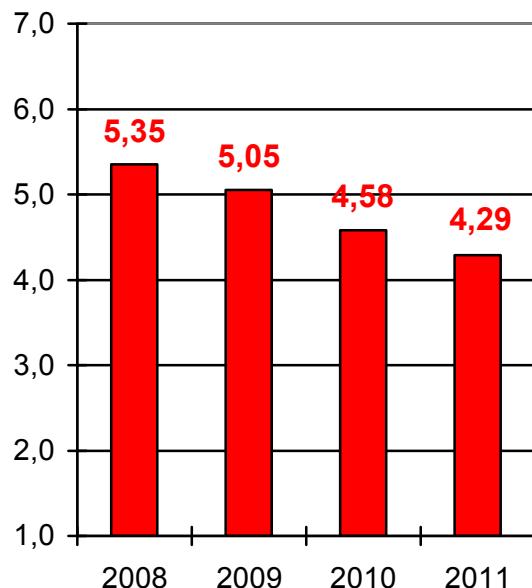
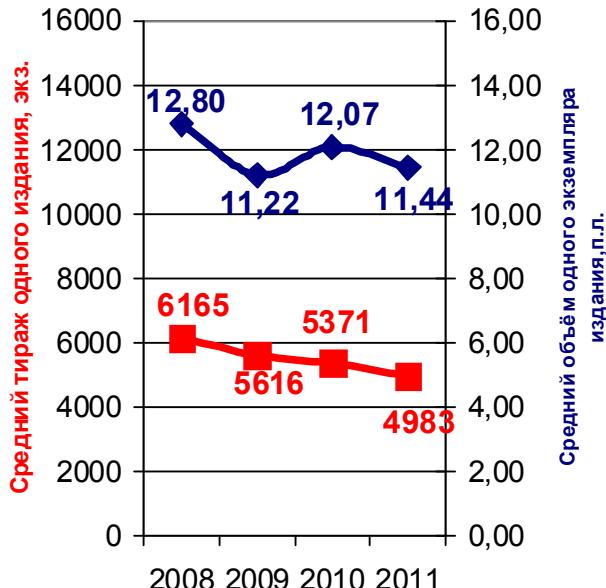


Рис. 4.
Средние тиражи и объемы издаваемой в России книжной продукции в 2008-2011 гг.



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

Рассмотрим также соотношение выпущенных *книг* и *брошюр*. В первом, как считается, «полнокризисном», 2009 году издатели вполне объяснимо стали выпускать больше брошюр (рост выпуска брошюр по числу названий в сравнении с 2008 годом тогда составил 13,7%, а рост выпуска книг – лишь 1,7%), однако уже в 2010 г. оба вида издательской продукции продемонстрировали снижение. В 2011 г. количество наименований выпущенных *книг* сократилось почти на 2%, а число наименований *брошюр* – увеличилось на 8,3%. Таким образом, прирост числа выпущенных названий в 2011-м году был обеспечен за счет брошюр (см. табл. 1).

По тиражам ситуация иная. За прошедший год совокупные тиражи выпущенных *книг* сократились на 4,4%, в то время как тиражи *брошюр* – на 12,4%, а в сравнении с докризисным 2008 годом тиражи обоих видов печатной продукции сократились одинаково – приблизительно на 20%. Правда, если рассматривать натуральные показатели, разница есть: совокупный тираж *брошюр* сократился за годы кризиса на 30,6 млн экз., совокупный тираж *книг* за этот же период упал на 117,4 млн экз. (см. табл. 2). Если учесть, что большинство издаваемых брошюр не играет заметной роли в книготорговом обороте, то следует признать, что реально изданное число книг в Российской Федерации, формирующее книготорговый ассортимент страны, в 2011 г. составило немногим более **100 тыс. названий** совокупным тиражом около **473 млн экз.** Говоря о печатных объемах выпущенной книжной продукции, следует отметить, что за последний год они сократились на 11,2%, или 870628,8 тыс. л.-отт., а совокупный листаж брошюр – на 2,8%, или 8863,1 л.-отт. (см. табл. 3).

Анализ распределения выпуска книг и брошюр *по тиражным группам* (см. табл. 4) показывает, что наиболее пострадавшим сегментом в 2011 г. стали издания, выходящие тиражом от 10 до 50 тыс. экз. Если в 2009-2010 гг. шло сокращение продукции, выпускаемой в сегментах тиражей от 1 до 5 тыс. экз. и от 5 до 10 тыс. экз. (в последней из этих категорий находится подавляющая часть издаваемой в стране интеллектуальной литературы и учебников для высшей школы), то в 2011 г. последствия кризиса коснулись уже и «массового» сегмента художественной литературы. В целом за годы кризиса сегменты изданий, выходящих тиражом от 5 до 50 тыс. экз. и являющихся основой массового книгоиздания, потеряли и по числу выпущенных названий, и по тиражам примерно 30%. За эти же годы значительно увеличился выпуск малотиражной (до 500 экз.) печатной продукции – более чем на 30% по числу названий и почти на 25% – по тиражам (см. рис. 5).

Табл. 4.

Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2011 гг.

Тиражная группа	Число выпущенных названий						Общий тираж, млн экз.					
	2008	2009	2010	2011	2011 в % к 2010	2011 в % к 2008	2008	2009	2010	2011	2011 в % к 2010	2011 в % к 2008
Всего	123336	127596	121738	122915	+1,0	-0,3	760439,3	716553,1	653843,7	612506,3	-6,3	-19,5
<i>В том числе</i> <i>тиражом:</i>												
до 500 экз.	41542	51430	49665	54861	+10,5	+32,1	10651,2	12892,8	12368,3	13291,7	+7,5	+24,8
от 500 до 1000 экз.	9860	10966	10432	11332	+8,6	+14,9	9377,0	10420,0	9930,8	10811,5	+8,9	+15,3
от 1 тыс. до 5 тыс. экз.	40156	38102	35350	33946	-4,0	-15,5	138150,0	126460,2	117232,0	112685,5	-3,9	-18,4

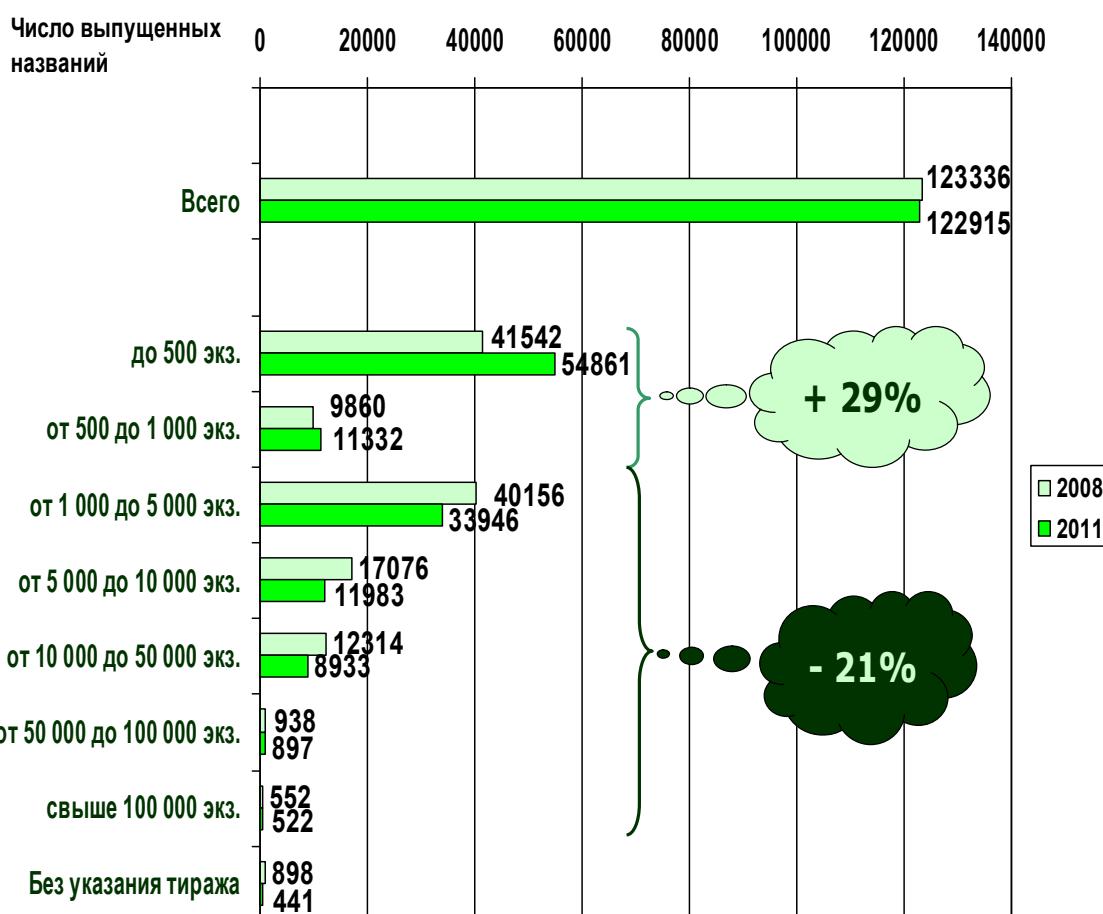
Тиражная группа	Число выпущенных названий						Общий тираж, млн экз.					
	2008	2009	2010	2011	2011 в % к 2010	2011 в % к 2008	2008	2009	2010	2011	2011 в % к 2010	2011 в % к 2008
от 5 тыс. до 10 тыс. экз.	17076	13503	13750	11983	-12,9	-29,8	140572,2	110967,2	112801,3	96739,9	-14,2	-31,2
от 10 тыс. до 50 тыс. экз.	12314	11069	10563	8933	-15,4	-27,5	277148,8	254259,3	235649,4	195803,2	-16,9	-29,4
от 50 тыс. до 100 тыс. экз.	938	1010	997	897	-10,0	-4,4	69574,5	75625,7	71429,6	66153,2	-7,4	-4,9
свыше 100 тыс. экз.	552	494	462	522	13,0	-5,4	114965,6	125927,9	94432,3	117021,3	+23,9	+1,8
Без указания тиража	898	1022	519	441	-15,0	-50,9						

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

Из табл. 4 видно, что доля первых двух сегментов изданий, выходящих тиражом до 500 экз. и до 1000 экз., в суммарном тираже за 2011 год составляет всего около 4%, тогда как по числу названий в них – почти 55%. В то же время значительный объем тиражей (32%) дает только 7% наименований изданий. Если уйти от традиционного порядка подсчета, когда общий тираж делится на общее количество изданий, и принимать в расчет только те издания, которые выпускаются тиражом выше 1000 экз., то средний тираж выпускаемых в стране рыночных изданий возрастает более чем вдвое – с 4983 экз. почти до 10,5 тыс. экз.

Рис. 5.

Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008 и 2011 гг.



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

Рис. 6.
Выпуск научной литературы в 2008-2011 гг.

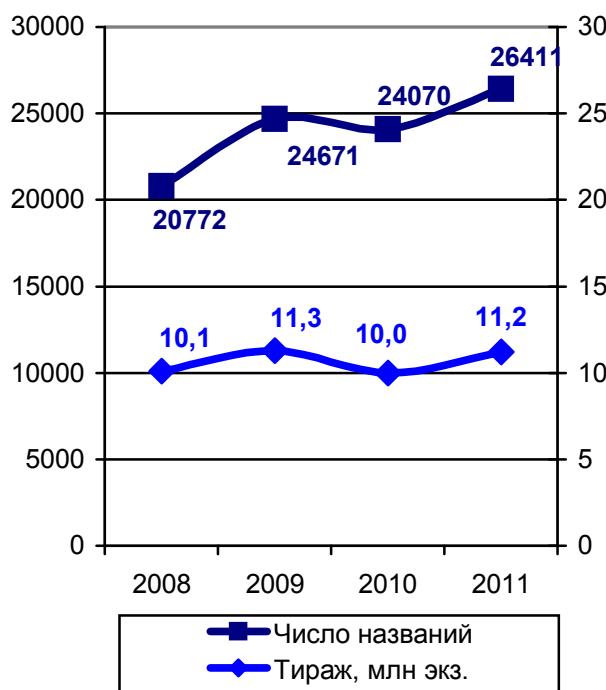
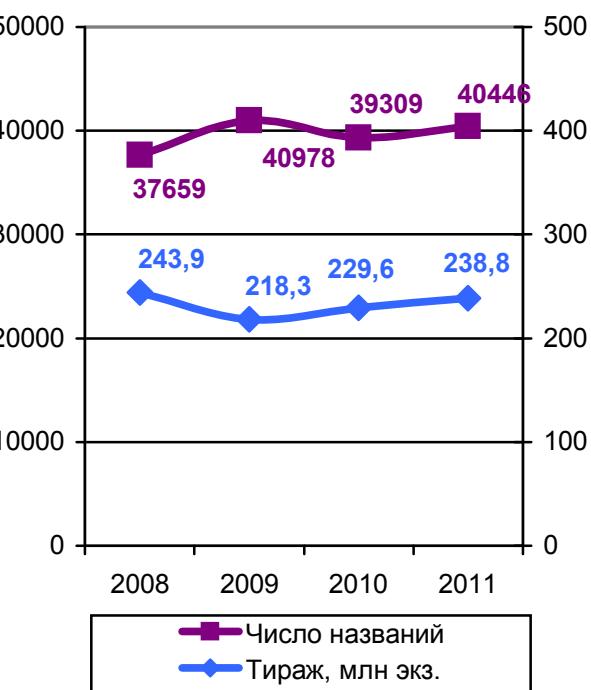


Рис. 7.
Выпуск учебной литературы в 2008-2011 гг.



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

Рис. 8.
Выпуск художественной литературы
в 2008-2011 гг.

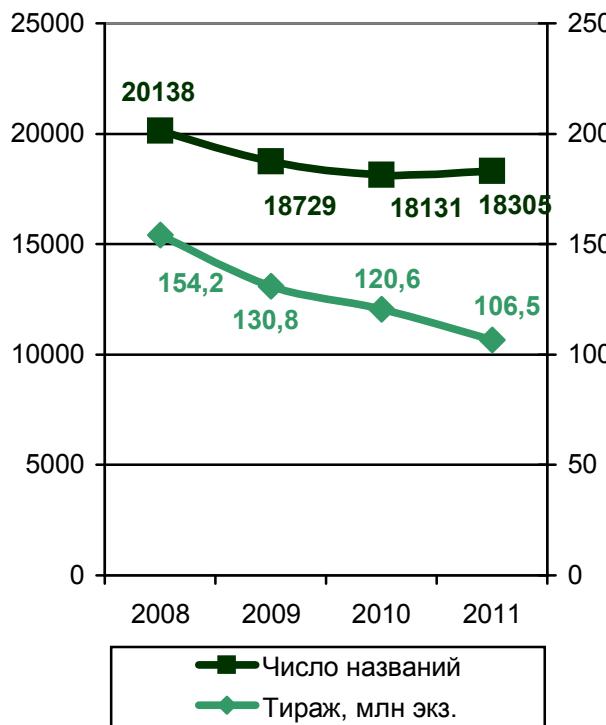
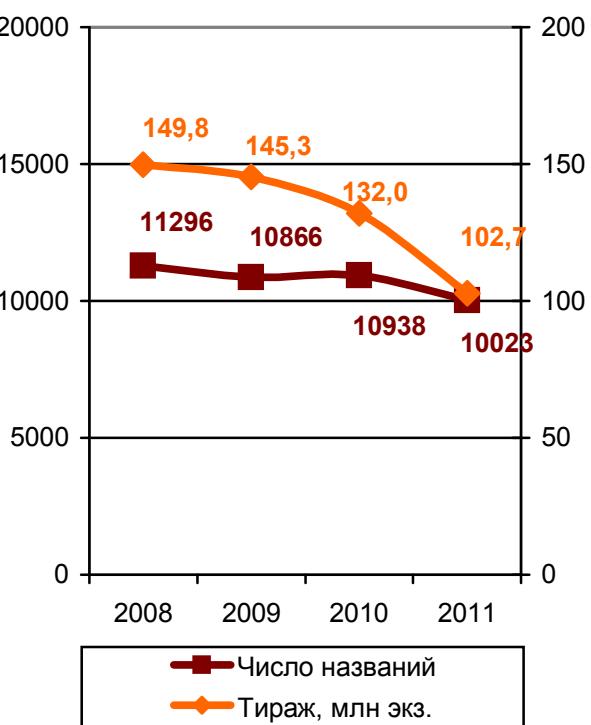


Рис. 9.
Выпуск литературы для детей и юношества
в 2008-2011 гг.



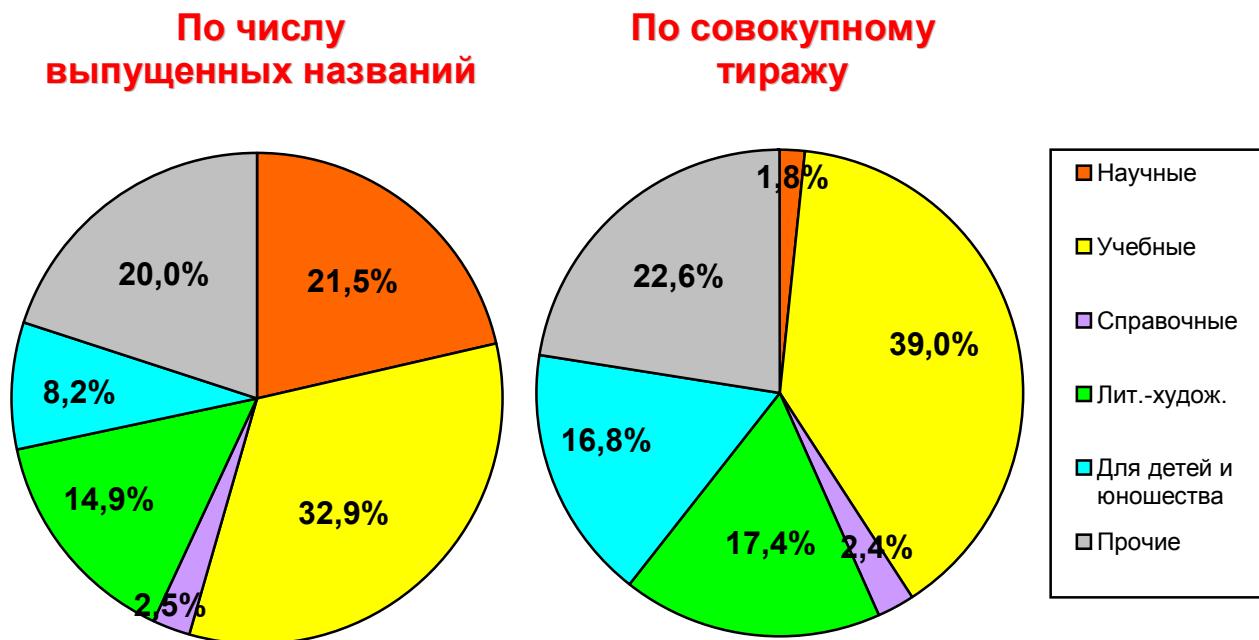
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

На рис. 6-9 приведены данные о выпуске отдельных видов изданий. За 2008-2011 гг. в стране выросло число названий издаваемой научной и учебной литературы, а выпуск детской и художественной литературы – сократился. Научные издания прибавили почти 30% по числу выпущенных названий и более 10% по совокупному тиражу, учебные выросли по числу издаваемых титулов на 7,4% при сохранении тиражей на прежнем уровне. В сегменте художественной литературы в 2008-2011 гг. число выпущенных названий сократилось на 9,1%, а в сегменте детской – на 11,3%.

По мнению экспертов, на сокращение выпуска художественной и детской литературы повлиял кризис чтения в стране. Чтение из досуговой сферы постепенно перемещается в сферу образовательную и профессиональную.

На сегодняшний день соотношение долей различных видов литературы в общем выпуске книг и брошюр выглядит следующим образом (см. рис. 10).

Рис. 10.
Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2011 г., %



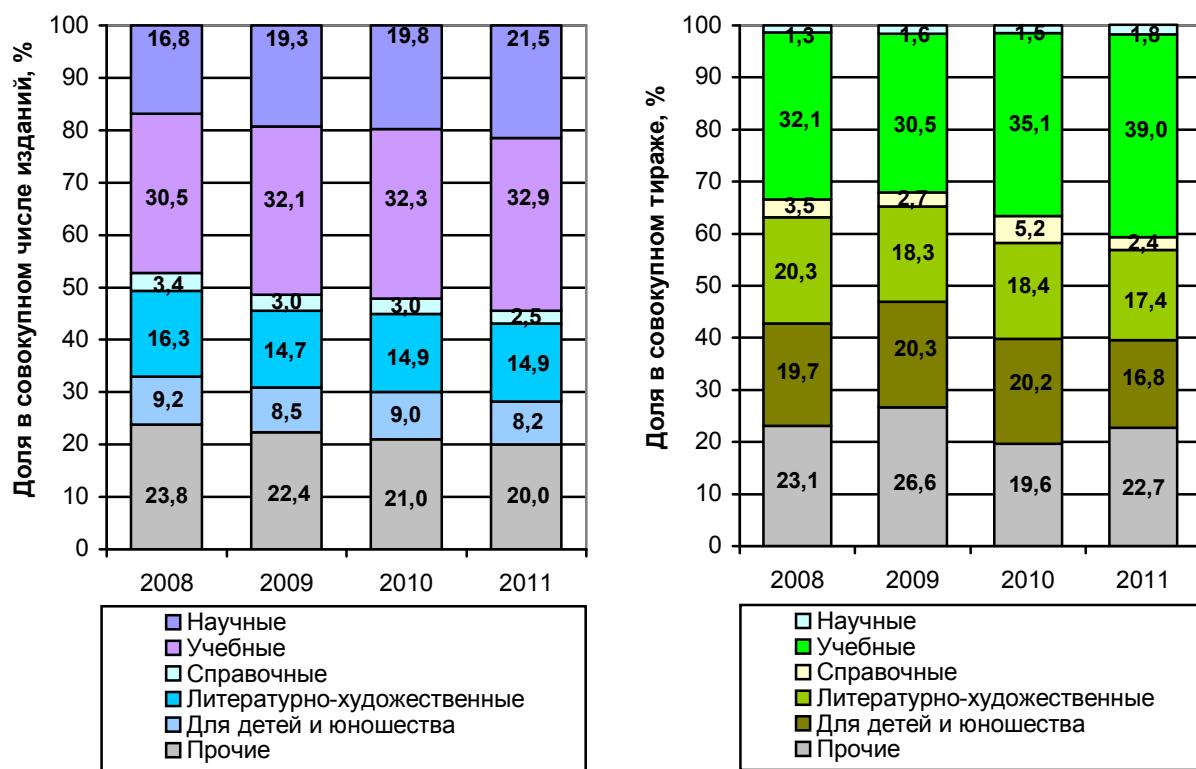
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

На рис. 11 можно видеть, что за годы кризиса соотношение долей различных видов литературы в общем выпуске книг несколько изменилось. Так, по числу выпущенных названий в общем издательском репертуаре страны выросли доли научных (на 4,7%) и учебных (на 2,4%) изданий, а доли изданий художественной (на 1,4%), детской (на 1,0%) и справочной литературы (на 0,9%) сократились.

По тиражным показателям отмечается увеличение доли учебной (на 6,9%) и научной (на 0,5%) литературы на фоне снижения доли тиражей изданий для детей (на 2,9%), литературно-художественных (на 2,8%) и справочных (на 1,1%) изданий.

Рис. 11.

Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008-2011 гг., %



Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российской книжной палаты.

В табл. 5-7 приведены списки отечественных и зарубежных авторов художественной литературы для взрослых и детей, произведения которых изданы в России наибольшими тиражами. По итогам 2011 г. среди российских авторов по данному показателю уверенно лидирует Дарья Донцова (4,1 млн экз.), на втором месте – Юлия Шилова (3,3 млн экз.) на третьем – Александра Маринина (1,5 млн экз.).

Табл. 5.

Топ-10 самых тиражных российских авторов художественной литературы в 2008-2011 гг.

№ п/п	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008						
1.	Донцова Д.	147	9764,7	Донцова Д.	138	6374,6
2.	Шилова Ю.	117	3748,0	Шилова Ю.	135	3740,2
3.	Устинова Т.	100	3210,9	Акунин Б.	71	2283,0
4.	Полякова Т.	102	2254,2	Устинова Т.	54	2176,1
5.	Акунин Б.	79	2118,0	Полякова Т.	75	1707,7
6.	Вильмонт Е.	79	1504,4	Вильмонт Е.	62	1135,1
7.	Бушков А.	93	1248,7	Бушков А.	111	1059,0
8.	Маринина А.	102	1111,2	Маринина А.	54	961,5
9.	Колычев В.	86	1104,2	Александрова Н.	157	957,4
10.	Абдуллаев Ч.	137	1097,2	Литвиновы А. и С.	49	920,6
Всего:		1042	27161,5	Всего:	906	21315,2
<i>В % от общего числа</i>		<i>0,84</i>	<i>3,57%</i>	<i>В % от общего числа</i>	<i>0,71</i>	<i>2,97%</i>

№ п/п	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2010				2011		
1.	Донцова Д.	144	5459,5	Донцова Д.	126	4105,7
2.	Шилова Ю.	93	3995,1	Шилова Ю.	92	3329,6
3.	Устинова Т.	48	1850,3	Маринина А.	57	1532,9
4.	Полякова Т.	81	1729,3	Устинова Т.	46	1314,1
5.	Маринина А.	61	1674,6	Полякова Т.	77	1147,5
6.	Акунин Б.	72	1432,0	Колычев В.	78	1137,8
7.	Вильмонт Е.	57	1017,9	Рой О.	44	932,1
8.	Литвиновы А. и С.	57	975,1	Высоцкий В.	19	780,0
9.	Рой О.	35	939,0	Акунин Б.	51	771,0
10.	Бушков А.	121	826,0	Вильмонт Е.	53	709,0
Всего:		769	19898,8	Всего:	643	15759,7
<i>B % от общего числа</i>		<i>0,63</i>	<i>3,04%</i>	<i>B % от общего числа</i>	<i>0,52</i>	<i>2,57%</i>

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

Среди зарубежных писателей (см. табл. 6) самым печатаемым автором по итогам 2011 г. стал Александр Дюма (1,3 млн экз.), на втором месте – Агата Кристи (1,0 млн экз.), на третьем – известная английская писательница Барбара Картленд (0,6 млн экз.).

Табл. 6.

Топ-5 самых тиражных зарубежных авторов художественной литературы в 2008-2011 гг.

№ п/п	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008				2009		
1.	Коэльо П.	40	1516,0	Майер С.	13	1862,1
2.	Стил Д.	112	988,5	Коэльо П.	41	1001,6
3.	Кристи А.	75	807,4	Вишневский Я.	37	978,0
4.	Шелдон С.	58	593,5	Кристи А.	117	965,9
5.	Деверо Дж.	57	581,0	Вербер Б.	29	614,0
Всего:		342	4486,4	Всего:	237	5421,6
<i>B % от общего числа</i>		<i>0,28%</i>	<i>0,59%</i>	<i>B % от общего числа</i>	<i>0,19%</i>	<i>0,76%</i>
2010				2011		
1.	Дойль А.	67	1907,2	Дюма А.	82	1333,6
2.	Дюма А.	71	1549,5	Кристи А.	155	1063,8
3.	Майер С.	19	1458,0	Картленд Б.	90	677,2
4.	Кристи А.	113	806,7	Коэльо П.	30	554,9
5.	Шелдон С.	77	658,7	Робертс Н.	74	499,9
Всего:		347	6380,1	Всего:	431	4129,4
<i>B % от общего числа</i>		<i>0,29%</i>	<i>0,98%</i>	<i>B % от общего числа</i>	<i>0,35%</i>	<i>0,67%</i>

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

Среди детских писателей (см. табл. 7) в 2011 г. самым тиражируемым автором в России стал автор книг для детей дошкольного возраста Владимир Степанов (2,6 млн экз.). На второй позиции, с небольшим отставанием, следует прошлогодний фаворит рейтинга Корней Чуковский (2,4 млн экз.). Третью строчку, как и в прошлом году, заняла Агния Барто (0,9 млн экз.).

Табл. 7.

Топ-10 самых тиражных авторов детской литературы в 2008-2011 гг.

№ п/п	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008				2009		
1.	Степанов В.	97	2903,0	Чуковский К.	195	3459,5
2.	Чуковский К.	166	2612,7	Степанов В.	81	2515,6
3.	Барто А.	109	1592,8	Гурина И.	53	1472,0
4.	Гурина И.	54	1539,0	Барто А.	84	1040,2
5.	Ролинг Дж.	10	970,2	Линдгрен А.	93	534,6
6.	Михалков С.	58	740,1	Андерсен Х.	44	521,0
7.	Носов Н.	45	606,2	Маршак С.	42	508,6
8.	Маршак С.	52	570,0	Перро Ш.	28	489,7
9.	Крылов И.	57	553,1	Волков А.	40	438,5
10.	Емец Д.	46	546,2	Братья Гримм	22	404,0
Всего:		694	12633,3	Всего:	682	11383,7
<i>B % от общего числа</i>		<i>0,56%</i>	<i>1,66%</i>	<i>B % от общего числа</i>	<i>0,53%</i>	<i>1,59%</i>
№ п/п	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2010				2011		
1.	Чуковский К.	236	3738,8	Степанов В.	110	2601,5
2.	Степанов В.	88	1971,0	Чуковский К.	178	2452,0
3.	Барто А.	98	1240,2	Барто А.	97	946,2
4.	Гурина И.	44	1110,0	Гурина И.	41	830,0
5.	Андерсен Х.	56	654,6	Пушкин А.	90	665,1
6.	Маршак С.	68	606,6	Усачев А.	71	649,0
7.	Перро Ш.	45	573,3	Дюма А.	4	586,8
8.	Волков А.	49	479,7	Шалаева Г.	16	562,1
9.	Носов Н.	29	478,4	Носов Н.	46	537,1
10.	Остер Г.	66	457,3	Андерсен Х.	61	533,2
Всего:		779	11309,9	Всего:	714	10363
<i>B % от общего числа</i>		<i>0,64%</i>	<i>1,73%</i>	<i>B % от общего числа</i>	<i>0,58%</i>	<i>1,69%</i>

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

Интересно заметить, что доля тиражей первой десятки авторов художественной и детской литературы в совокупном тираже издаваемых в России книг и брошюр за последние четыре года практически не изменилась. Однако при этом «индивидуальные рейтинги» наиболее тиражируемых в России авторов неуклонно падают. Так, в частности, Д.Донцова, являющаяся лидером рейтинга в течение четырех лет, «обогнав» в 2011 г. свою ближайшую соперницу Ю.Шилову на 23%, проиграла «гонку тиражей» самой же себе «образца» 2008 года – тиражи снизились в 2,4 раза.

Несмотря на общее сокращение объемов книгопроизводства, число выпущенных названий *переводной литературы* в 2008-2011 гг. находилось примерно на одном и том же уровне. Доля переводных изданий в совокупном национальном тираже за прошедший год немного снизилась, но по отношению к предкризисному 2008 г. – осталась практически неизменной (см. табл. 1-2).

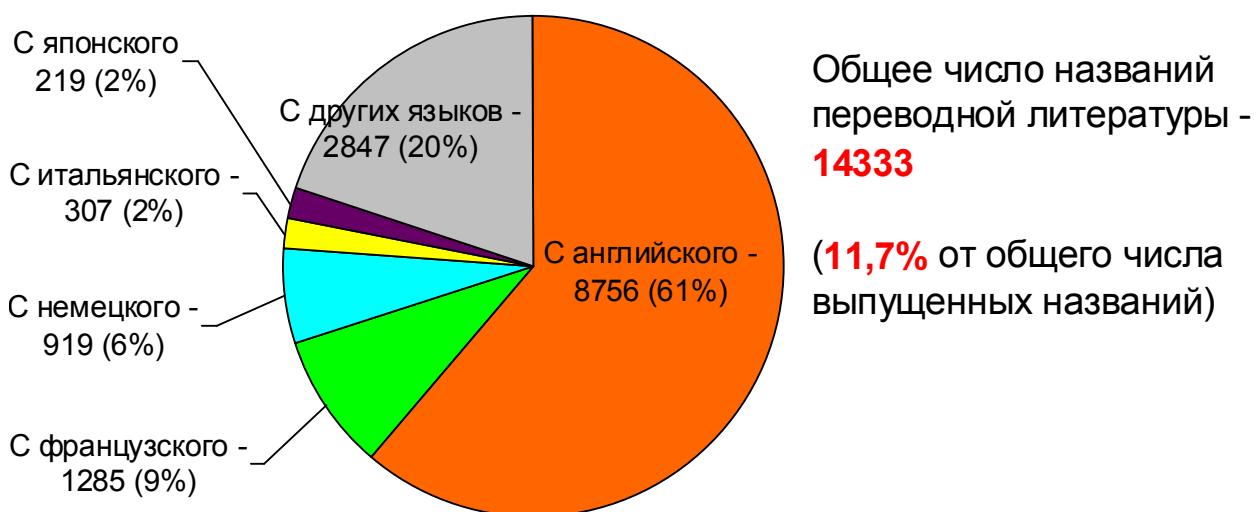
В прошедшем году увеличилось количество языков, с которых были сделаны переводы книг *на русский*. Так, в 2011 г. книги выпускались в переводе с 94 языков стран ближнего и дальнего зарубежья и народов России (в 2010 г. – с 87 языков). Из общего числа переводных изданий (см. рис. 12) 8756 названий (61% всех переводов) – это переводы с английского языка, выпущенные тиражом

48865,3 тыс. экз. (в 2010 г. – 8412 названий, выпущенных тиражом 52515,4 тыс. экз.); 1285 названий переводов с французского (9% от всех переведенных изданий) вышли тиражом 9084,1 тыс. экз. (в 2010 г. – 1277 названий тиражом 9835,1 тыс. экз.); 919 названий, вышедшие тиражом 4132,4 тыс. экз. (в 2010 г. – 932 названия, вышедшие тиражом 4444,3 тыс. экз.), – переводы с немецкого (6% от числа всех переведенных изданий).

Кроме того, в 2011 г. в России было издано 1185 наименований книг в переводе с русского на другие языки общим тиражом 2256,6 тыс. экз. (в 2010 г. – 1400 названий общим тиражом 4785,1 тыс. экз.).

В истекшем году также было выпущено 3023 издания на 70 языках народов России и зарубежных стран (в 2010 г. – 3360 изданий на 70 языках). Здесь также лидируют издания на английском языке (817 названий общим тиражом 1884,2 тыс. экз.), однако по отношению к 2010 г. (1124 названия общим тиражом 4076,5 тыс. экз.) число изданий, выпущенных на английском, уменьшилось на 307 позиций, или на 27%, а их совокупный тираж сократился более чем на 50%.

Рис. 12.
Число выпущенных названий переводной литературы в 2011 г.



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

1.2. Издательская система России

В 2011 году, по данным Российской книжной палаты, в стране действовало 5858 издательств. Среди них активно действующих издательских структур, то есть выпускающих не менее 12 книг в год, – 1345 организаций (см. табл. 8).

Табл. 8.
Число действующих издательств в России в 2008-2011 гг.

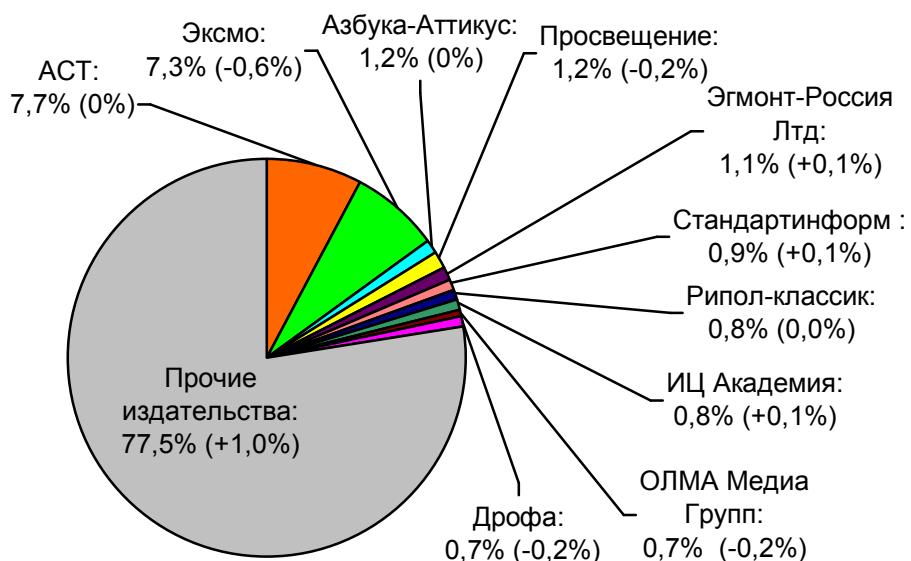
	2008	2009	2010	2011
Общее число издательств, деятельность которых зарегистрирована в России	5702	5824	5695	5858
Число издательств, выпустивших 12 и более книг в год	1280	1305	1299	1345

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

Доли десяти крупнейших российских издательских структур по числу выпущенных в 2011 г. наименований книг и по тиражам представлены на рис. 13-14 (в скобках указаны изменения доли каждого издательства по отношению к 2010 г.). По итогам 2011 г. лидером по числу выпущенных названий стало издательство «АСТ» (9466 названий книг тиражом 64,8 млн экз.), а лидером по тиражу – издательство «Эксмо» (8988 названий книг тиражом 67,5 млн экз.).

Рис. 13.

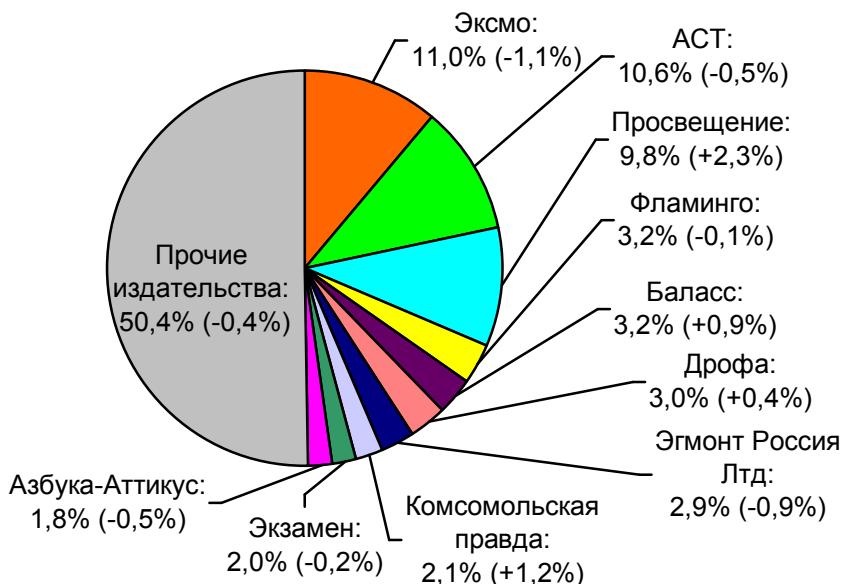
Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по числу выпущенных в 2011 г. названий книг)



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

Рис. 14.

Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по выпущенному в 2011 г. тиражу)



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

Показатели первой двадцатки издательств по числу выпущенных в 2011 г. наименований книг и брошюр и совокупным тиражам представлены в табл. 9 и 10. Как видно из таблиц, за 2008-2011 гг. доля ведущей двадцатки издательств в совокупном книгоиздательском репертуаре страны по числу выпущенных названий снизилась, а по тиражам – выросла.

Табл. 9.

Топ-20 издательств по числу выпущенных названий

№ п/п	Издательство	Число выпущенных названий, место в рейтинге				Изменение (абсол.)		Изменение (%)	
		2008	2009	2010	2011	2011/ 2010	2011/ 2008	2011/ 2010	2011/ 2008
1.	АСТ	9884 (2)	10163 (1)	9333 (2)	9466 (1)	+133	-418	+1,4	-4,2
2.	Эксмо	10439 (1)	9178 (2)	9663 (1)	8988 (2)	-675	-1451	-7,0	-13,9
3.	Азбука-Аттикус	1367 (14/20)	1241 (13/28)	1481 (4)	1496 (3)	+15	+129	+1,0	+9,4
4.	Просвещение	1078 (7)	1444 (3)	1646 (3)	1468 (4)	-178	+390	-10,8	+36,2
5.	Эгмонт Россия Лтд	1047 (10)	1355 (4)	1266 (5)	1311 (5)	+45	+264	+3,6	+25,2
6.	Стандартинформ	614 (18)	932 (10)	994 (10)	1162 (6)	+168	+548	+16,9	+89,3
7.	Рипол-Классик	1056 (9)	826 (11)	979 (11)	1019 (7)	+40	-37	+4,1	-3,5
8.	ИЦ Академия	1129 (6)	548 (20)	873 (14)	938 (8)	+65	-191	+7,5	-16,9
9.	ОЛМА Медиа Групп	676 (17)	1058 (5)	1099 (8)	901 (9)	-198	+225	-18,0	+33,3
10.	Дрофа	1222 (4)	976 (8)	1115 (7)	879 (10)	-236	-343	-21,2	-28,1
11.	Центрполиграф	710 (16)	654 (17)	732 (15)	825 (11)	+93	+115	+12,7	+16,2
12.	Вече	582 (19)	736 (16)	894 (13)	787 (12)	-107	+205	-12,0	+35,2
13.	Росмэн	1154 (5)	960 (9)	1146 (6)	786 (13)	-360	-368	-31,4	-31,9
14.	Экзамен ХХI	1065 (8)	697 (16)	894 (12)	741 (14)	-153	-324	-17,1	-30,4
15.	Феникс	1261 (3)	1004 (6)	1016 (9)	721 (15)	-295	-540	-29,0	-42,8
16.	Питер	813 (13)	422 (29)	622 (16)	697 (16)	+75	-116	+12,1	-14,3
17.	ЛИБРОКОМ (Книжный дом)	45 (462)	1000 (7)	466 (24)	672 (17)	+206	+627	+44,2	+1393,3
18.	Вентана-Граф	489 (23)	469 (25)	455 (25)	613 (18)	+158	+124	+34,7	+25,4
19.	Спутник +	452 (27)	561 (19)	472 (23)	569 (19)	+97	+117	+20,6	+25,9
20.	Фламинго	713 (15)	766 (14)	590 (18)	566 (20)	-24	-147	-4,1	-20,6
	Всего:	35796	34990	35736	34605	-1131	-1191	-3,2	-3,3
	<i>В % от общего числа выпущенных названий</i>	<i>29,0</i>	<i>27,4</i>	<i>29,4</i>	<i>28,2</i>				

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

Табл. 10.

Топ-20 издательств по тиражам

№ п/п	Издательство	Тираж, тыс. экз., место в рейтинге				Изменение (абсол.)		Изменение (%)	
		2008	2009	2010	2011	2011/ 2010	2011/ 2008	2011/ 2010	2011/ 2008
1.	Эксмо	99680,7 (1)	80851,0 (1)	78804,9 (1)	67548,6 (1)	-11256,3	-32132,1	-14,3	-32,2
2.	АСТ	71417,7 (2)	76928,8 (2)	72255,2 (2)	64847,2 (2)	-7408,0	-6570,5	-10,3	-9,2
3.	Просвещение	45661,1 (3)	45900,4 (3)	48791,0 (3)	59811,0 (3)	+11020,0	+14149,9	+22,6	+31,0
4.	Фламинго	29880,0 (4)	32173,0 (5)	21811,0 (5)	19810,0 (4)	-2001,0	-10070,0	-9,2	-33,7
5.	Баласс	16343,8 (7)	9766,6 (10)	15257,7 (7)	19778,9 (5)	+4521,2	+3435,1	+29,6	+21,0
6.	Либерально- демократическая партия (ЛДПР)	6375,9 (18)	12777,0 (8)	н/д	18226,0 (6)	н/д	+11850,1	н/д	+185,9
7.	Дрофа	21972,6 (5)	16512,2 (6)	17122,7 (6)	18071,9 (7)	+949,2	-3900,7	+5,5	-17,8

№ п/п	Издательство	Тираж, тыс. экз., место в рейтинге				Изменение (абсол.)		Изменение (%)	
		2008	2009	2010	2011	2011/ 2010	2011/ 2008	2011/ 2010	2011/ 2008
8.	Эгмонт Россия Лтд	20359,9 (6)	32421,4 (4)	24939,4 (4)	17476,6 (8)	-7462,8	-2883,3	-29,9	-14,2
9.	Комсомольская правда	3464,4 (39)	1341,3 (71)	5634,8 (19)	12937,8 (9)	+7303	+9473,4	+129,6	+273,4
10.	Экзамен	16065,7 (8)	11863,5 (9)	14556,0 (9)	12099,0 (10)	-2457,0	-3966,7	-16,9	-24,7
11.	Азбука-Аттикус	17222,3 (12/15)	14463,0 (16/17)	14913,2 (8)	11216,5 (11)	-3696,7	-6005,8	-24,8	-34,9
12.	Ассоциация XXI век	6793,1 (17)	5735,4 (22)	5613,3 (20)	10819,0 (12)	+5205,7	+4025,9	+92,8	+59,3
13.	Вентана-Граф	8863,0 (14)	8177,6 (12)	6916,5 (16)	8253,8 (13)	+1337,3	-609,2	+19,3	-6,9
14.	Рипол классик	11176,0 (10)	7585,6 (15)	8194,5 (14)	8088,3 (14)	-106,2	-3087,7	-1,3	-27,6
15.	ОЛМА Медиа Групп	5994,8 (20)	13562,4 (7)	10632,2 (13)	7529,8 (15)	-3102,4	+1535,0	-29,2	+25,6
16.	Росмэн	11634,2 (9)	8116,5 (13)	12317,5 (11)	7313,6 (16)	-5003,9	-4320,6	-40,6	-37,1
17.	Ювента (С-инфо)	6815,5 (16)	6105,5 (18)	7483,0 (15)	6966,0 (17)	-517	+150,5	-6,9	+2,2
18.	Клуб семейного досуга	3764,0 (31)	1071,0 (87)	н/д	6911,7 (18)	н/д	+3147,7	н/д	+83,6
19.	Академкнига/ Учебник	1907,8 (64)	2403,3 (43)	3086,9 (35)	6298,3 (19)	+3211,4	+4390,5	+104,0	+230,1
20.	Центрполиграф	5881,1 (21)	3650,1 (30)	4787,5 (24)	6197,0 (20)	+1409,5	+315,9	+29,4	+5,4
Всего:		411273,6	391405,6	373117,3*	390201	+17083,7	-21072,6	+4,6	-5,1
В % от общего тиража		54,1	54,6	57,1*	63,7				

* Без учета показателей Либерально-демократической партии (ЛДПР) и издательства «Клуб семейного досуга»

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

Одновременно с крупными книжными издательствами практику выпуска и продажи книг все больше осуществляют издатели прессы. В список двадцати крупнейших издателей России по совокупному тиражу уже второй год подряд входит Издательский дом «Комсомольская правда». Свою первую издательскую программу («Книжная коллекция «КП») компания запустила еще в 2006 г., после чего в 2008-2009 гг. последовали проекты «Великие композиторы» и «Гора самоцветов». В 2011 г. «Комсомолка» осуществляла сразу пять издательских проектов – «Великие художники», «Кухни народов мира», «Великие исполнители», «Великие поэты» и «Великие музеи мира». Поддержка книгоиздательской программы ведется в каждом номере газеты, а сами книги продаются в киосках прессы по ценам ниже среднерыночных на 50%, что обеспечивает весьма высокий процент реализации отпечатанного тиража (около 90%). Вслед за «Комсомольской правдой» практику совместного выпуска и продажи периодики и книг начали «Огонек», «Московский комсомолец» и «Аргументы и факты». Тем самым издатели прессы, запустившие собственные книгоиздательские программы, постепенно вступают в серьезную конкуренцию с традиционными книжными издательствами.

В минувшем году крупные книгоиздающие структуры России продолжили наращивать усилия по концентрации издательского бизнеса, в том числе путем слияния и поглощения малых и средних издательств, создания на их базе новых импринтов. Следует особо выделить два значимых события, произошедших на книжном рынке России в 2011 г.

В декабре 2011 г. ЗАО «ОЛМА Медиа Групп» приобрело 100% акций крупнейшего в России издательства учебно-методической литературы – ОАО «Просвещение». Сумма сделки равна 2,25 млрд рублей, что составляет около 8 млн акций издательства «Просвещение». Продажа осуществлена в соответствии с программой приватизации федерального имущества на 2011-2013 годы, адресно, с соответствующим постановлением Правительства Российской Федерации.

Еще одна сделка на книжном рынке страны состоялась месяцем ранее. Финская газетно-журнальная компания Sanoma Independent Media (SIM) продала издательству «Эксмо» свой книжный актив – издательство «Альпина бизнес бакс». Помимо бренда, прав на книги и товарных остатков, в собственность к новому владельцу перешел и интернет-магазин.

Несколько лет назад «Эксмо» уже стало владельцем 30% акций в издательстве «Манн, Иванов и Фербер» («МИФ»), также работающем в сегменте деловой литературы, и впоследствии искало возможность увеличить свой пакет. По словам генерального директора «Эксмо» О.Новикова, после покупки «Альпины» его издательству удалось договориться с «МИФ» о передаче тому активов «Альпины» и существующего в «Эксмо» собственного подразделения профессиональной литературы в обмен на увеличение пакета в «Манн, Иванов и Фербер» до контрольного. По оценкам генерального директора «МИФ» М.Иванова и О.Новикова, объединенная компания будет контролировать более 60% рынка деловой и профессиональной литературы в России, объем которого в 2011 году составил 600 млн руб. в издательских ценах и более 1 млрд руб. – в розничных.

Табл. 11.
Состав отдельных издательских групп России

Импринты		Показатели деятельности издательской группы / объединения	
«АСТ»			
2008	2011	2008	2011
«АСТ»	«АСТ»	Совокупное число названий – 10485	Совокупное число названий – 9659
«Астрель»	«Астрель»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 8,5%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 7,86%
«Астрель СПб»	«Астрель СПб»		
«Восток-Запад»	«Восток-Запад»		
«Мир энциклопедий Аванта+»	«Мир энциклопедий Аванта+»	Совокупный тираж – 74940,0 тыс. экз.	Совокупный тираж – 65550,5 тыс. экз.
«Прайм-Еврознак»	«Прайм-Еврознак»	Совокупная доля на рынке по тиражу – 9,85%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 10,70%
«Сова»	«Сова»		
«Издательский дом Наталии Правдиной»	«Корпус»		
«М-Пресс»	«НТ Пресс»		
«НТ Пресс»	«У-Фактория»		
«У-Фактория»			
«Азбука-Аттикус»			
2008	2011	2008	2011
«Аттикус»	«Азбука-Аттикус»	Совокупное число названий – 1399	Совокупное число названий – 1496
«Азбука-классика»	«Махаон»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,13%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,22%
«Махаон»	«Иностронка»		
«Иностронка»	«КоЛибри»		
«КоЛибри»	«Веды»		
«Веды»	«Фантастика»	Совокупный тираж – 17459,3 тыс. экз.	Совокупный тираж – 11216,5 тыс. экз.
«Фантастика»		Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,3%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 1,84%

Импринты		Показатели деятельности издательской группы / объединения	
«Дрофа»			
2008	2011	2008	2011
«Дрофа»	«Дрофа»	Совокупное число названий – 1357	Совокупное число названий – 904
«Дрофа-Плюс»	«Дрофа-Плюс»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,1%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,74%
«ДИК»	«Дрофа-Медиа»	Совокупный тираж – 23271,9 тыс. экз.	Совокупный тираж – 19038,9 тыс. экз.
		Совокупная доля на рынке по тиражу – 3,06%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 3,11%
«Инфра-М»			
2008	2011	2008	2011
«Инфра-М»	«Инфра-М»	Совокупное число названий – 1035	Совокупное число названий – 979
«Норма»	«Норма»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,84%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,78%
«Весь Мир»	«Весь Мир»	Совокупный тираж – 3727,6 тыс. экз.	Совокупный тираж – 1012,6 тыс. экз.
«Форум»	«Форум»	Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,49%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,16%
«Альфа-М»	«Альфа-М»		
«Вузовский учебник»	«Вузовский учебник»		
«Энциклопедия»	«Риор»		
«Риор»	«Магистр»		
«Магистр»			
«Вадим-синема»			
Корпорация «Федоров»			
2008	2011	2008	2011
«Федоров»	«Федоров»	Совокупное число названий – 176	Совокупное число названий – 164
«Учебная литература»	«Учебная литература»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,14%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,13%
		Совокупный тираж – 3782,3 тыс. экз.	Совокупный тираж – 4367,3 тыс. экз.
		Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,5%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,71%

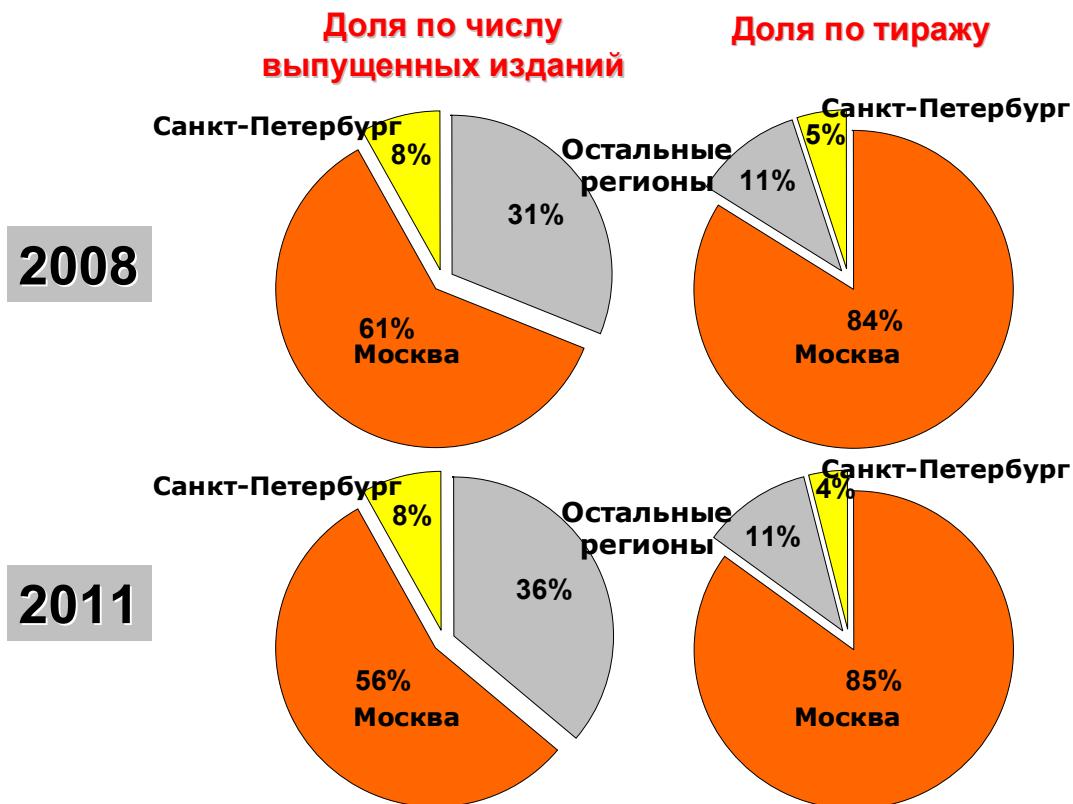
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата, данные компаний.

Доля издательств, расположенных в Москве и Санкт-Петербурге, составляет 64% по количеству выпускаемых названий книг и 89% – по тиражам. В российской столице расположено более половины всех издательств страны (причем, практически все крупнейшие издательства). В сравнении с предкризисным 2008 годом доля Москвы по числу выпускаемых в стране названий сократилась на 5% и составила в 2011 г. 56%. По тиражам показатели столицы практически не изменились – на долю Москвы сегодня приходится 85% тиражей. Доля Санкт-Петербурга – около 8% выпускаемых названий и 4% общенациональных тиражей (см. рис. 15).

Доминирование на книжном рынке крупных издательств приводит к тому, что многие популярные авторы, сделавшие себе «имя» в мелких и средних издательствах, затем принимают более выгодные условия крупных компаний. Уделом малых и, в первую очередь, региональных издательств становятся литературные эксперименты с начинающими авторами, а также выпуск книг, ориентированных на узкие целевые группы читателей. Кроме того, ведущие издательские структуры имеют собственные дистрибуторские подразделения, которые эффективно осуществляют продажи и продвижение своих книг, в то время как у региональных оптовиков недостаточно сил, опыта, финансовых и технологических возможностей для осуществления успешных

продаж продукции мелких и средних издательств на общегосударственном уровне. Как следствие – присутствие в сетевых магазинах книг средних и малых издательств (особенно, региональных) невелико.

Рис. 15.
Доли регионов в географии российского книгоиздания, %



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

По мнению экспертов рынка, противостоять этому тренду может только объединение малых и средних издательств в новую профессиональную общественную организацию. 2 декабря 2011 г. на Международной ярмарке интеллектуальной литературы «Non/fiction» состоялась презентация Альянса независимых книгоиздателей и распространителей, создание которого инициировали Борис Куприянов («Фаланстер»), Ирина Прохорова («НЛО»), Александр Иванов («Ad Marginem»), издательство «Текст» и др.

По заявлению создателей Альянса, его первостепенными задачами являются коммуникация с читателями, расширение пространства чтения и решение проблем дистрибуции, создание карты альтернативного книжного пространства России, информационная поддержка независимых инициатив, коллективное представление книг независимых издательств в существующей книжной инфраструктуре. Также планируется учреждение Премии независимых книготорговцев, организация образовательной программы и системы финансово-административной взаимопомощи. Независимые издатели и распространители считают, что интерес к гуманитарной литературе год от года не ослабевает, но нередко эти книги не могут найти своего читателя, а читатель – нужную книгу. Поэтому еще одной важной задачей Альянса его участники называют создание единой информационной базы, фиксирующей сведения обо всех выпускаемых книжных новинках.

В российских регионах сейчас действует более 2,5 тыс. издательств. Среди ведущих региональных издательств основное место занимают университетские издательства (см. табл. 12-13).

Табл. 12.

Топ-10 региональных издательств по количеству выпущенных названий в 2008-2011 гг.

№ п/п	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008				2009		
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1261	5062,0	Феникс (Ростов-на-Дону)	1004	3331,8
2.	Тюменский государственный университет	407	157,3	Саратовский государственный технический университет	517	75,4
3.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	371	2559,1	Учитель (Волгоград)	511	1850,6
4.	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	347	3219,0	Тюменский государственный университет	507	166,1
5.	Южно-Уральский государственный университет	315	38,8	Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса	377	40,3
6.	Саратовский государственный технический университет	307	46,4	Воронежский государственный технический университет	377	108,6
7.	Учитель (Волгоград)	286	2197,1	Уфимский государственный авиационный технический университет	370	41,5
8.	Китап (Уфа)	268	1204,2	Магнитогорский государственный университет	345	156,6
9.	Чувашский государственный университет	249	74,9	Сибирское университетское издательство	316	2409,0
10.	Донской государственный технический университет	244	43,0	Казанский государственный технологический университет	315	43,9
2010				2011		
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1016	3058,3	Феникс (Ростов-на-Дону)	721	2199,3
2.	Учитель (Волгоград)	561	1740,0	Тихоокеанский государственный университет	553	99,5
3.	Сибирский федеральный университет	441	167,0	Южно-Уральский государственный университет	473	61,2
4.	Южно-Уральский государственный университет	432	58,4	Новосибирский государственный технический университет	466	111,1
5.	Магнитогорский государственный университет	384	205,0	Саратовский государственный технический университет	452	60,5
6.	Уфимский государственный авиационный технический университет	348	42,1	Учитель (Волгоград)	443	1470,1
7.	Саратовский государственный технический университет	348	49,4	Дальневосточный федеральный университет	303	70,1
8.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	333	2579,3	Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова	289	63,2
9.	Новосибирский государственный технический университет	333	67,6	Магнитогорский государственный университет	263	139,8
10.	Тамбовский государственный университет	314	76,5	Донской государственный технический университет	245	44,1

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

Табл. 13.

Топ-10 региональных издательств по тиражам

№ п/п	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008						
1.	Ассоциация XXI век (Смоленск)	168	6793,1	Титул (Калужская обл.)	101	6009,4
2.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1261	5062,0	Ассоциация XXI век (Смоленск)	147	5735,4
3.	Титул (Калужская обл.)	78	4770,0	Лицей (Саратов)	102	3766,5
4.	Лицей (Саратов)	128	4633,1	Феникс (Ростов-на-Дону)	1004	3331,8
5.	Клуб семейного досуга (книжный клуб) (Белгород)	218	3764,0	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	168	3094,7
6.	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	171	3648,3	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	316	2409,0
7.	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	347	3219,0	Учитель (Волгоград)	511	1850,6
8.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	371	2559,1	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	183	1327,5
9.	Владис (Ростов-на-Дону)	227	2250,0	Китап (Башкирия)	296	1286,7
10.	Учитель (Волгоград)	286	2197,1	Клуб семейного досуга (книжный клуб) (Белгород)	40	1071,0
2010						
2011						
1.	Ассоциация XXI век (Смоленск)	140	5613,3	Ассоциация XXI век (Смоленск)	197	10819,0
2.	Лицей (Саратов)	116	3808,0	Клуб семейного досуга (книжный клуб) (Белгород)	366	6911,7
3.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1016	3058,3	ИД «Федоров» (Корпорация Федоров) (Самара)	163	4366,8
4.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	333	2579,3	Титул (Калужская обл.)	82	4077,4
5.	Учитель (Волгоград)	561	1740,0	Лицей (Саратов)	122	3517,0
6.	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	114	1701,4	Феникс (Ростов-на-Дону)	721	2199,3
7.	ИД «Федоров» (Корпорация Федоров) (Самара)	55	1496,5	Газетный мир (Нижний Новгород)	69	1524,7
8.	Легион (Ростов-на-Дону)	90	1429,6	Учитель (Волгоград)	443	1470,1
9.	РАННУР (Казань)	24	1203,0	ЛИТУР (Екатеринбург)	69	1089,5
10.	Проф-Пресс (Ростовская обл.)	115	1088,0	РАННУР (Казань)	22	1000,0

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российской книжной палата.

По традиции мы включаем в наш доклад рейтинг крупнейших издательских компаний мира, что дает возможность сравнить издательскую индустрию в России с мировым книгоизданием.

Финансовые итоги ведущих издательских компаний мира за прошедший год традиционно подводятся в июне, поэтому в нашем докладе мы будем опираться на показатели 2010 г. (см. табл. 14). Как видно из таблицы, примерно у половины компаний из списка доходы по сравнению с 2009 г. снизились.

Британская группа Pearson укрепила свое лидирующее положение, первой добившись превышения отметки в 8 млрд долл. США по объему продаж. Следующие за лидером пять компаний также сохранили свои позиции, хотя показатели продаж почти у каждой из них снизились. Изменение в первой десятке рейтинга связано с перемещением компании McGraw-Hill Education, увеличившей доходы на 2%, на седьмую позицию. Группа Planeta, потеряв в доходах 6%, опустилась с седьмого на восьмое место.

Следует обратить внимание, что в первой рейтинговой десятке по итогам 2010 г. в сравнении с предыдущими годами возросло представительство Северной Америки. Cengage Learning и Scholastic Corp. вытеснили из нее европейские издательские группы Holtzbrinck и De Agostini Editore. Усиление рейтинговых позиций Cengage Learning и Scholastic Corp. иллюстрирует мировую тенденцию роста выпуска книг, связанных с образованием.

Помимо иностранных компаний, в рассматриваемый рейтинг, без сомнения, можно включить лидеров российского книгоиздания – «Эксмо» и «АСТ», показатели которых (оцененные Ассоциацией книгоиздателей России) позволяют рассматривать их в числе первой полусотни крупных зарубежных издательств. По данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, они будут включены в мировой рейтинг по итогам 2012 г.

Табл. 14.

Рейтинг ведущих издательских домов мира

Место 2010	Место 2009	Издательская компания (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	2010 Доходы (млн долл. США)	2009 Доходы (млн долл. США)
1.	1.	Pearson	Pearson Corp.	Великобритания	8 095,14	7 756,40
2.	2.	Reed Elsevier	Reed Elsevier Corp.	Великобритания/Нидерланды/США	7 147,12	7 367,12
3.	3.	Thomson Reuters	The Woodbridge Co. Ltd	Канада	5 637,00	5 470,00
4.	4.	Wolters Kluwer	Wolters Kluwer	Нидерланды	4 718,81	4 910,77
5.	5.	Bertelsmann	Bertelsmann AG	Германия	3 844,32	4 256,95
6.	6.	Hachette Livre	Lagardère	Франция	2 872,96	3 259,03
7.	8.	McGraw-Hill Education	The McGraw-Hill Companies	США	2 433,00	2 388,00
8.	7.	Grupo Planeta	Grupo Planeta	Испания	2 427,08	2 586,58
9.	11.	Cengage Learning	Apax Partners et al.	Канада/США	2 007,00	1 958,00
10.	12.	Scholastic	Scholastic Corp.	США	1 912,00	1 849,00
11.	10.	Holtzbrinck	Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	Германия	Данные отсутствуют	1 874,79
12.	9.	De Agostini Editore	Gruppo De Agostini	Италия	Данные отсутствуют	1 843,20
13.	13.	John Wiley & Sons	John Wiley & Sons	США	1 699,00	1 611,00
14.	14.	Houghton Mifflin Harcourt	Education Media and Publishing Group Ltd.	США/Каймановы острова	1 673,00	1 600,00
15.	15.	Shueisha	Hitotsubashi Group	Япония	1 591,73	1 448,14
16.	18.	Kodansha	Kodansha	Япония	1 492,55	1 352,07
17.	17.	Shogakukan	Hitotsubashi Group	Япония	1 436,20	1 385,05
18.	16.	HarperCollins	News Corp.	США	1 269,00	1 388,00
19.	19.	Springer Science and Business Media	EQT and GIC Investors	Швеция/Сингапур	1 149,18	1 228,77
20.	20.	Informa	Informa plc	Великобритания	1 038,98	1 074,90

Место 2010	Место 2009	Издательская компания (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	2010 Доходы (млн долл. США)	2009 Доходы (млн долл. США)
21.	24.	Gakken	Gakken Co. Ltd	Япония	952,88	845,94
22.	21.	Oxford University Press	Oxford University	Великобритания	941,71	938,65
23.	22.	Bonnier	The Bonnier Group	Швеция	927,22	937,71
24.	23.	Grupo Santillana	PRISA	Испания	851,93	884,50
25.	26.	RCS Libri	RCS Media Group	Италия	804,56	828,88
26.	25.	Egmont Group	Egmont International Holding A/S	Дания/Норвегия	792,22	838,77
27.	31.	Kadokawa Publishing	Kadokawa Holdings Inc.	Япония	791,79	614,67
28.	27.	Simon & Schuster	CBS	США	790,80	793,50
29.	-	Woongjin ThinkBig	Woongjin Holding	Корея	722,76	Данные отсутствуют
30.	-	Daekyo Publishing	Daekyo Network	Корея	692,79	Данные отсутствуют
31.	29.	Klett	Klett Gruppe	Германия	617,45	667,72
32.	30.	Cornelsen	Cornelsen	Германия	583,88	617,97
33.	28.	Reader's Digest	RDA Holding	США	582,00	758,00
34.	32.	Mondadori	The Mondadori Group	Италия	549,25	612,23
35.	34.	Messagerie Italiane-Gruppo editoriale Mauri Spagnol	Messagerie Italiane	Италия	525,36	494,66
36.	35.	Harlequin	Torstar Corp.	Канада	467,53	468,85
37.	33.	Sanoma	Sanoma WSOY	Финляндия	464,45	610,37
38.	36.	Média Participations	Média Participations	Бельгия	434,33	456,95
39.	37.	Lefebvre-Sarrut	Frojal	Франция	430,48	450,21
40.	39.	Higher Education Press	Higher Education Press	Китай	392,15	367,91
41.	38.	La Martinière Groupe	La Martinière Groupe	Франция	376,87	372,79
42.	41.	Shinchosha	Данные отсутствуют	Япония	Данные отсутствуют	362,34
43.	42.	Westermann Verlagsgruppe	Medien Union (Rheinland-Pfalz Gruppe)	Германия	342,37	358,16
44.	44.	Bungei	Данные отсутствуют	Япония	335,39	322,61
45.	43.	Groupe Gallimard	Madrigall	Франция	320,34	347,98
46.	-	Abril Educação	Abril group	Бразилия	307,71	Данные отсутствуют
47.	46.	Perseus Book Group	Perseus	США	300,00	Данные отсутствуют
48.	45.	Weka	Weka Firmengruppe	Германия	277,34	300,81
49.	40.	Kyowon	Kyowon	Корея	272,80	365,62
50.	48.	MairDuMont	Privately held	Германия	265,40	258,08
51.	47.	Haufe Gruppe	Privately held	Германия	256,11	274,43
52.	-	Эксмо*	Эксмо	Россия	252,00	234,00
53.	-	Saraiva	Saraiva	Бразилия	249,76	Данные отсутствуют
54.	49.	Weltbild	Verlagsgruppe Weltbild GmbH	Германия	232,23	250,92
55.	-	ACT*	ACT	Россия	231,00	221,00

Данные основываются на продажах в 2010 году и включают продажи книг, научных журналов и цифровых продуктов.

Источник: данные компаний

* – по оценкам Ассоциации книгоиздателей России.

1.3. Деятельность российских издательств в 2008-2011 гг.

В рамках подготовки настоящего доклада в январе-феврале 2012 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям провело исследование основных характеристик деятельности издательств в кризисные годы. В исследовании приняли участие как московские, так и региональные компании, среди которых были: «Ад Маргинем», «Альпина нон-фикшн», «Альпина паблишер», «АСТ-Пресс», «Белый город», «Бичик» (г. Якутск), «БХВ-Петербург» (г. Санкт-Петербург), «Вече», «Вита Нова» (г. Санкт-Петербург), «Время», «Гнозис», «ГЭОТАР-Медиа», «Дашков и Ко», «Дело», «Детгиз» (г. Санкт-Петербург), «Детская литература», «Дмитрий Буланин», «Дрофа», «Златоуст» (г. Санкт-Петербург), «Китап» (г. Уфа), «Лик» (г. Санкт-Петербург), «Минувшее», «Новое литературное обозрение», «О-краткое» (г. Киров), «Оренбургское книжное издательство» (г. Оренбург), «Петербургское Востоковедение» (г. Санкт-Петербург), «Правда Севера» (г. Архангельск), «ПРОЗАиК», «Русский путь», «Русский язык. Курсы», «Слово/Slovo», «Сократ» (г. Екатеринбург), «Флинта», «Художественная литература», «Эксмо».

Спектр деятельности и география опрошенных издательств позволяют нам, основываясь на представленных ими показателях, оценить общие тенденции развития издательского рынка. В целом издательства преодолели негативные явления, возникшие на рубеже 2008-2009 гг., и к настоящему времени по отдельным параметрам даже превысили показатели предкризисного 2008 г. При этом следует признать, что московские и петербургские издательства в целом более динамично преодолевали неблагоприятные последствия кризиса, чем издательства из других регионов страны.

Четыре года назад многие издательские структуры были вынуждены пойти на оптимизацию своего штатного расписания. Однако, как выяснилось, сокращения не были масштабными. В 2009 г. московские и санкт-петербургские издательства в среднем по отношению к 2008 г. сократили число своих работников на 1%, а издательства из других регионов – на 4%. В 2010-2011 г. в «столичных» издательствах число работников даже выросло на 6-7% по отношению к докризисному уровню. А вот региональные издатели по-прежнему работают с «усеченным» в 2009 г. штатным расписанием.

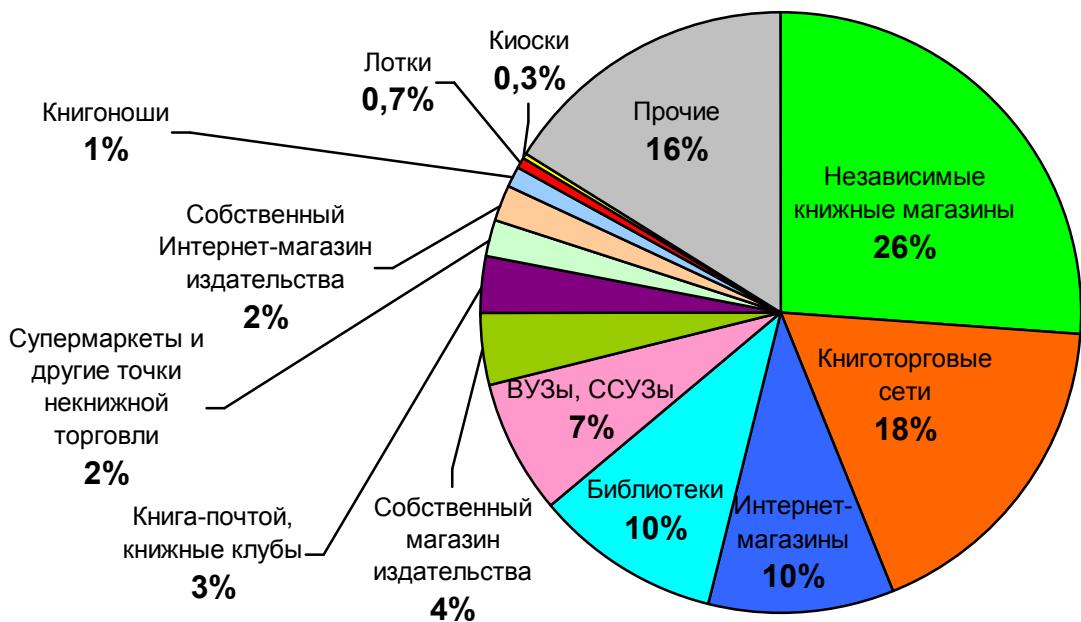
Примерно половина из опрошенных «столичных» издательств, несмотря на кризис, хоть и медленно, но все-таки продолжала наращивать количество выпускаемых названий. Этого нельзя сказать о региональных компаниях, где, напротив, этот показатель с каждым годом снижается. При этом тиражи выпускаемых книг продолжают падать не только в региональных, но и в столичных издательствах, хотя темпы этого падения, как уже отмечалось, замедляются.

Все опрошенные издательства отмечают увеличение числа книготорговых компаний, с которыми они работают. Особенно это стало заметно в последние два года, когда у крупнейшей книготорговой сети «Топ-книга» начались проблемы. Говоря о книгораспространении (см. рис. 16), следует отметить, что продукция московских издательств чаще всего распространяется в традиционных точках книжной торговли – независимых или сетевых книжных магазинах. Несколько иная схема распространения книг у региональных издательств: треть выпускаемых ими книг направляется в библиотеки, примерно столько же реализуется в собственных магазинах издательства. Традиционные книжные магазины, равно как и интернет-магазины предпочитают не работать с книгами таких издательств.

Рис. 16.

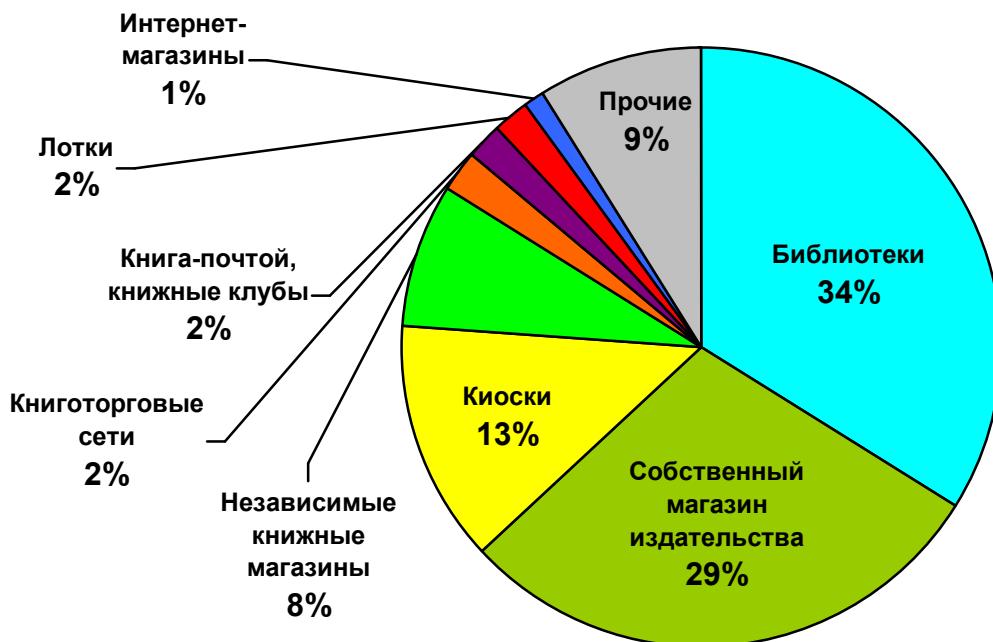
Доли различных каналов книгораспространения в общем объеме розничной реализации книг издательств, %

а) Модель распространения книг центрального издательства



Источник: данные компаний.

б) Модель распространения книг регионального издательства (не вузовского)

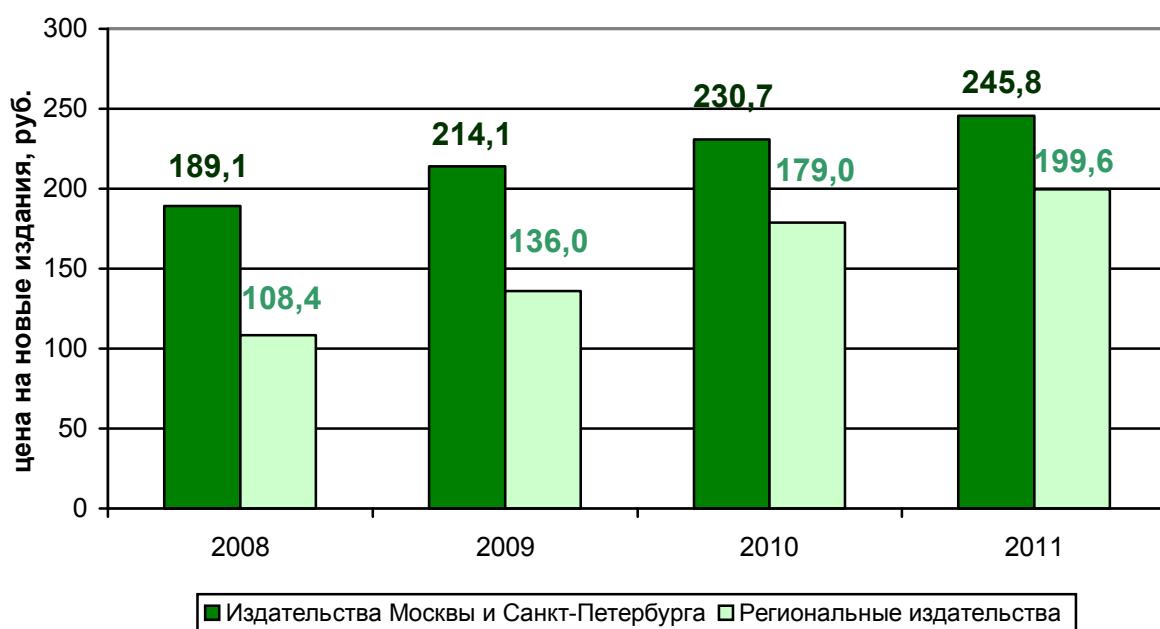


Источник: данные компаний.

На протяжении последних четырех лет наблюдается непрерывный рост отпускной цены на книгу. Этот факт отметили практически все опрошенные издательства (см. рис. 17).

Если средняя отпускная цена книги в центральных издательствах в 2008 г. составляла 189 руб., то в 2011 г. она составляла уже 245 руб., т.е. за четыре года рост составил около 30%. В региональных издательствах средняя отпускная цена книги в среднем меньше, чем в столицах, однако ее рост за четыре года был более заметным – до 85%. При этом следует учитывать, что в ассортименте опрошенных издательств практически отсутствуют дешевые, малообъемные брошюры, невысокая цена которых обычно занижает среднюю цену книги, продающейся в рознице.

Рис. 17.
Средняя отпускная цена издательств на книги в 2008-2011 гг. (руб.)



Источник: данные компаний.

Кризисные явления заставляют издательства больше внимания уделять вопросам продвижения своей продукции. В настоящее время большинство из них наиболее эффективными формами продвижения своей продукции считают встречи с авторами, тематические встречи по выпускаемым книгам, а также проведение распродаж (см. рис. 18).

Все более активно используется для продвижения книжной продукции Интернет. Наиболее часто используемыми формами продвижения книжной продукции в сети сегодня, как и четыре года назад, являются поддержка собственного сайта и прямая реклама книг. Однако если в 2008 г. форумы, блоги и социальные сети использовались издателями недостаточно активно, то к 2011 г. внимание к этим каналам возросло (см. рис. 19). При этом многие издатели уверены, что следует активнее заниматься продвижением торговой марки издательства в целом (почти 75% опрошенных), 2/3 считают, что отдачу от вложенных средств принесет продвижение «топовых» книг издательства, а 57% готовы вложиться в «раскрутку» авторов (см. рис. 20).

Рис. 18.

Наиболее эффективные, с точки зрения издательств, формы продвижения книг в розничной торговле (% ответивших издательств)



Источник: данные компаний.

Рис. 19.

Формы продвижения книг в Интернете, использовавшиеся издательствами в 2008 и 2011 гг. (% ответивших издательств)



Источник: данные компаний.

Рис. 20.

**Наиболее эффективные направления инвестиций в маркетинговой деятельности
(% ответивших издательств)**



Источник: данные компаний.

Более 40% опрошенных издательств выпускают свои книги в электронном виде. Приблизительно треть уже задумывается о выпуске книг в новом для себя формате. И 20% опрошенных издательств отвергают идею выпуска книг в электронном виде (см. рис. 21).

Рис. 21.

**Планы издательств в отношении выпуска и продажи электронных изданий
(% ответивших издательств)**

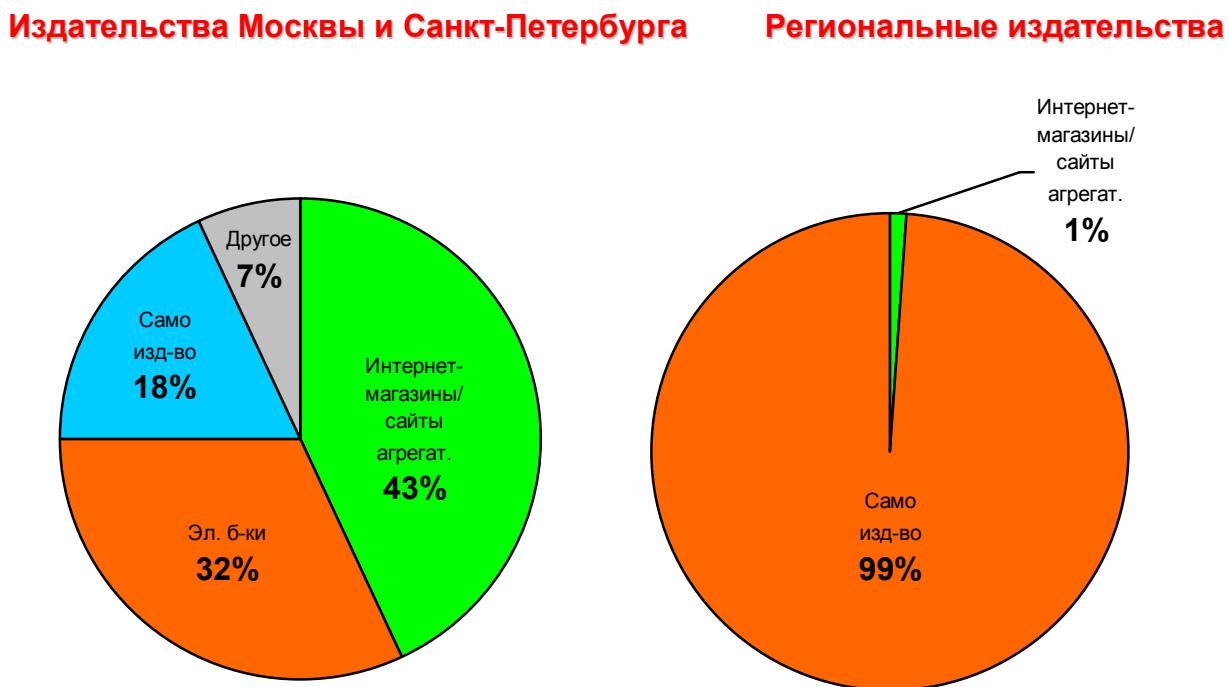


Источник: данные компаний.

Каналы распространения электронных книг (см. рис. 22), выпускаемых столичными издательствами, достаточно разнообразны: около 40% их продукции распространяется через интернет-магазины и сайты агрегаторов информресурсов; около 30% – через электронные библиотеки, около 20% распространяется издательствами через собственный сайт. В других регионах ситуация иная: почти все книги, выпускаемые в электронном виде, продаются самими же издательствами.

Рис. 22.

Каналы продаж электронных книг российских издательств конечному потребителю, %



Источник: данные компаний.

Доли электронной книги в репертуаре и продажах столичных и региональных издательств также пока еще серьезно отличаются (см. рис. 23-24).

Рис. 23.
Доля электронных книг в репертуаре
российских издательств, %



Рис. 24.
Доля электронных книг в продажах
российских издательств, %

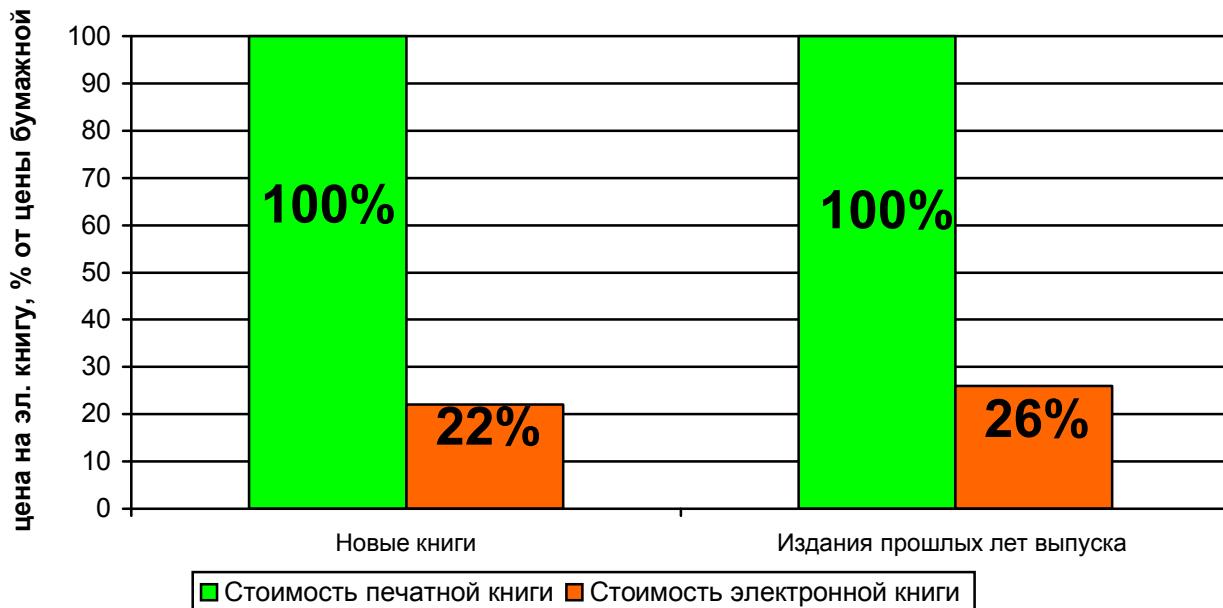


Источник: данные компаний.

Соотношение цен на и печатную и электронную версии одной и той же книги в российских издательствах представлено на рис. 25.

Рис. 25.

Соотношение цен на и печатную и электронную версии одной и той же книги в российских издательствах, %



Источник: данные компаний.

По-разному видят издатели и изменения, которые сулит им «наступление» электронной книги (см. рис. 26).

Рис. 26.

Ожидаемые изменения в работе издательств при дальнейшем развитии электронного книгоиздания (% ответивших издательств)



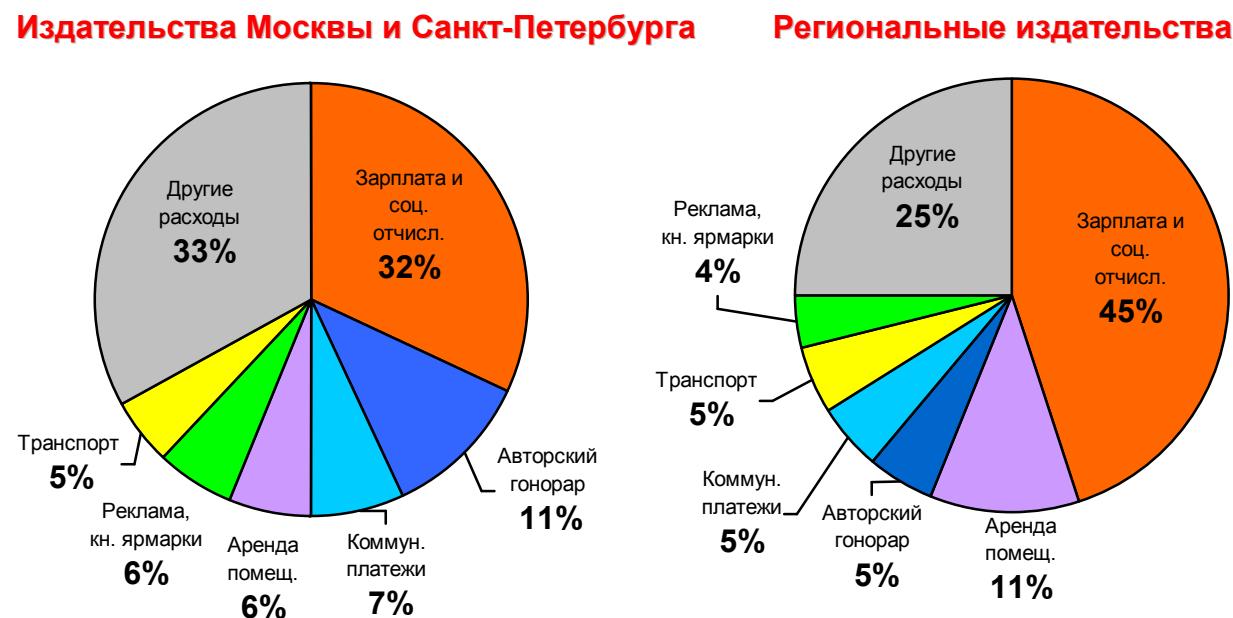
Источник: данные компаний.

23% опрошенных издательств считают, что выпуск электронных книг принесет им снижение выручки. Во-первых, из-за того, что электронные книги дешевле «бумажных», а во-вторых, потому, что читатели еще «не распробовали» электронную книгу и меньше будут ее покупать. 40% издательств (как правило, те, кто электронную книгу уже начал выпускать или задумывается о ее выпуске) полагают, что переход на новый вид носителя принесет им увеличение выручки. Такие ожидания связываются с тем, что люди будут покупать электронную книгу наряду с бумажной и продажа электронных книг будет стимулировать продажу бумажных, а также с тем, что в электронном виде люди смогут покупать ту часть их ассортимента, которая уже ушла из продажи («out of print»).

Уровень и характер издержек в столичных и региональных издательствах различаются. При том, что львиную долю затрат и у центральных, и у региональных предприятий занимают зарплата и социальные отчисления, центральные издательства в среднем меньше, чем региональные, платят за аренду помещений, и имеют возможность выплачивать более высокие авторские гонорары (см. рис. 27).

По признанию большинства издателей, развитие их бизнеса сегодня в наибольшей степени затрудняет снижение покупательной способности населения и снижение интереса к чтению. Две трети издателей сетуют на отсутствие независимых книгорыговых сетей и крупных логистических центров в масштабе страны. 51% издателей указали в качестве негативного фактора, повлиявшего на их бизнес в 2011 г., закрытие книгорыговых предприятий. Также примерно половина опрошенных издателей отмечает, что эффективности их работы препятствуют высокие арендная плата и ставки коммунальных платежей, а около 40% говорит о недостаточном уровне поддержки со стороны местных (региональных) властей.

Рис. 27.
Доли различных статей в издержках издающих организаций, %



Источник: данные компаний.

Среди наиболее важных мер государственной поддержки книжной отрасли издатели называют: законодательно закрепленный льготный уровень арендных ставок; принятие государственной программы поддержки и развития чтения (с финансовым обеспечением); снижение налогового бремени; внесение поправок в IV часть Гражданского кодекса РФ, связанных с изданием и распространением электронных книг.

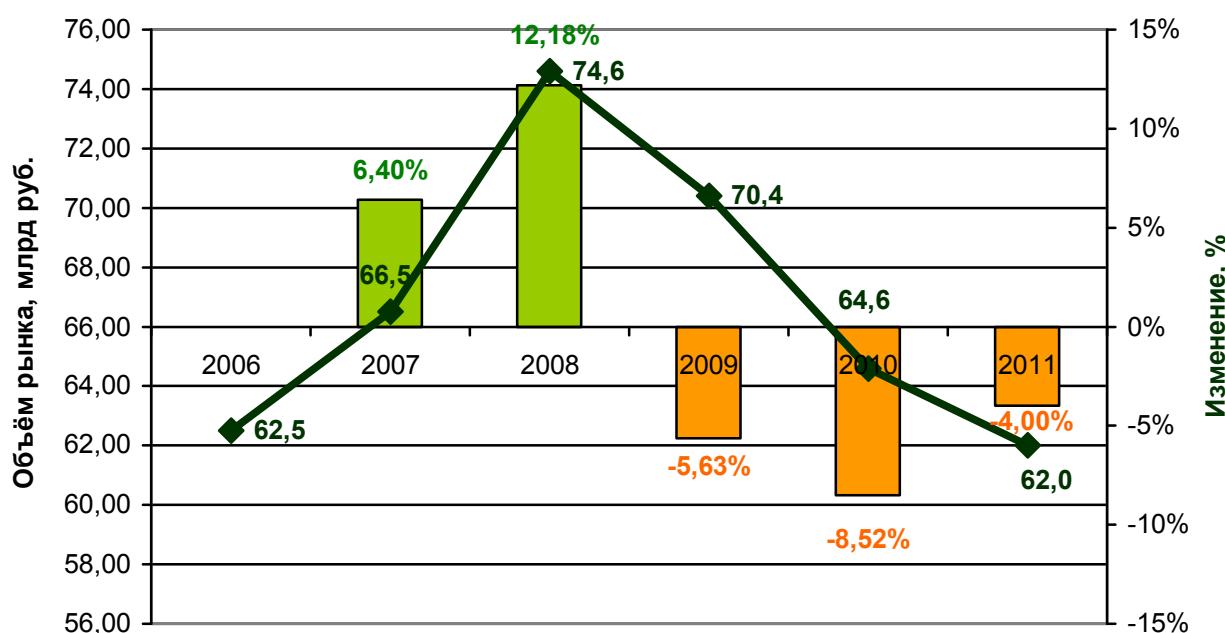
II. РОССИЙСКОЕ КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ В 2011 г.

2.1. Основные тенденции развития системы книгораспространения

Эксперты ожидали, что после достаточно сложных 2009 и 2010 годов ситуация в книжной отрасли в 2011 году будет улучшаться, однако закрытие и перепрофилирование магазинов в течение года, а также ставшее уже привычным снижение покупательской активности и, как следствие, уменьшение платежеспособного спроса на книги привели к дальнейшему сокращению рынка.

У специалистов отрасли по-прежнему не существует единой точки зрения в отношении объема книжного рынка в денежном исчислении: оценки колеблются от 62 до 86 млрд руб. По оценкам издательств «Эксмо» и «АСТ», в 2011 г. объем рынка книжной продукции в стране составил около **62,0 млрд руб.**, сократившись за период с 2008 по 2011 гг. в денежном выражении **на 16,9%** (см. рис. 28). По оценке журнала «Книжная индустрия», в 2011 году жители России потратили на книги 2,71 млрд долл., (ок. 80 млрд руб.), что на 7,5% меньше (в долларовом эквиваленте), чем в 2010 году.

Рис. 28.
Динамика объема книжного рынка России в 2006-2011 гг.



Источник: издательства «Эксмо», «АСТ».

Основными факторами, которые влияют на снижение объема рынка, являются:

- глобальное падение интереса к чтению;
- сокращение количества специализированных книжных магазинов;
- высокие цены на книги;
- пиратство в Интернете.

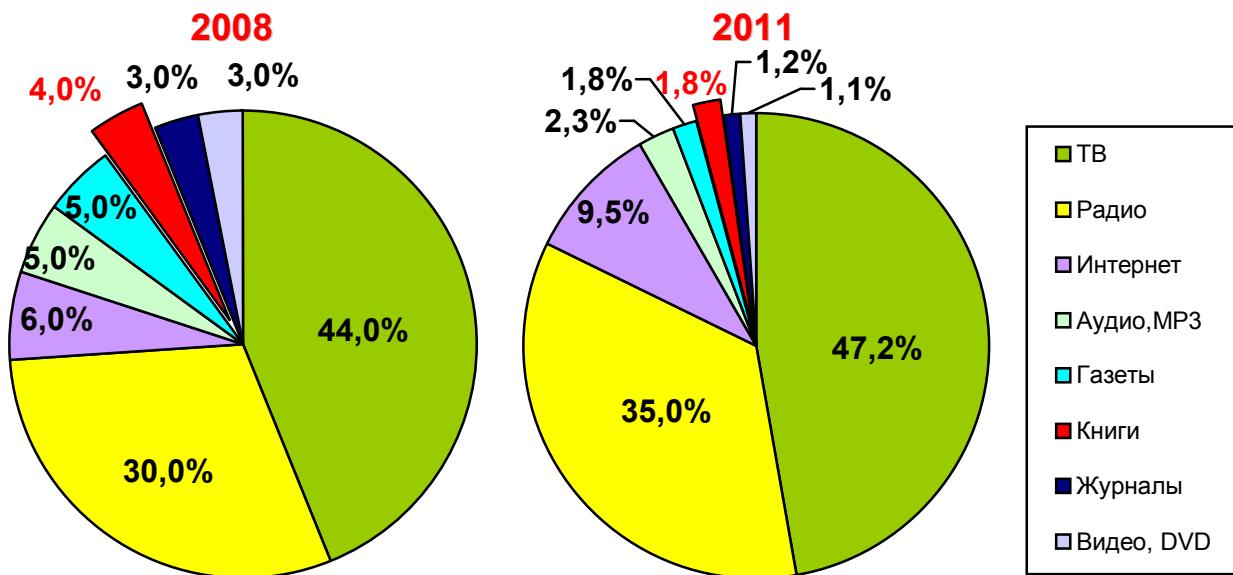
Падение рынка в 2011 году эксперты связывают с большим количеством дисконтных акций, которые проходили в книжных магазинах в течение всего года. Распродажи стали вынужденным откликом на действия издавателей: в течение года продолжали расти цены на книги (две трети представителей издавательского рынка

повысили их в диапазоне от 5 до 15%, одна треть – до 25%). При этом, по мнению ряда экспертов, сегодня цены на книги в России вплотную приблизились к уровню цен в других развитых странах мира и достигли своего предела, особенно принимая в расчет низкую покупательную способность населения.

Одним из важнейших показателей оценки положения в книгораспространении является число покупателей в книжных магазинах. Из всех крупных книжных розничных сетей страны на протяжении последних трех лет наблюдается устойчивый отток покупателей. И это при том, что до 2008 г. этого оттока не отмечалось, и ежегодный рост среднего чека составлял 18-20%. Как только позитивная динамика чека перестала компенсировать отток клиентов, в магазинах стало наблюдаться снижение продаж. По оценкам экспертов, в 2011 г. число покупателей снизилось в среднем на 25% по сравнению с 2010 годом.

По словам генерального директора муниципальной сети магазинов «Московский дом книги» Н.Михайловой, в 2011 г. посетителей в магазинах сети действительно стало меньше на 25-28%, хотя, как ни странно, средняя сумма чека при этом не снизилась. В свою очередь, генеральный директор издательства «Эксмо» О.Новиков суть проблемы видит в том, что люди все больше предпочитают чтению книг другие медиа – телевидение, радио, Интернет. По данным исследовательской компании «TNS Россия», общее медиапотребление российских граждан в возрасте от 16 лет и старше сегодня составляет около 8 часов в сутки. Из них чтению книг в общем объеме медиапотребления отводится 1,8% (около 9 мин. в день), чтению газет – столько же, а чтению журналов – и того меньше: 1,2% (около 6 мин.). Сопоставление этих данных с результатами аналогичного исследования 2008 г. показывает, что за последние четыре года доля времени, отводимого среднестатистическим гражданином России на чтение всех видов печатных источников информации, снизилась на 7,2%, в т. ч. книг – на 2,2%, газет – на 3,2% и журналов – на 1,8%. При этом в структуре медиапотребления за последние три года выросла доля телевидения, радио и Интернета (см. рис. 29).

Рис. 29.
Структура медиапотребления россиян, %



Источник: TNS Россия.

Одновременно нельзя не отметить увеличение числа читателей, использующих для чтения возможности современных электронных гаджетов. При этом серьезной причиной, тормозящей развитие электронного книгоиздания и книгораспространения, является пиратство: сегодня доля пиратских электронных книг достигает 80% от общего числа скачиваний.

По оценке издательства «Эксмо», основанной на собственном анализе розничной реализации, в продажах отдельных видов литературы лидирует художественная литература (39,3%). Далее следуют прикладная (23,9%), детская (15,8%), деловая (13,7%), а также и учебники для школы (7,4%) (см. рис. 30).

Рис. 30.
Доли различных видов литературы в совокупных продажах в 2011 г.



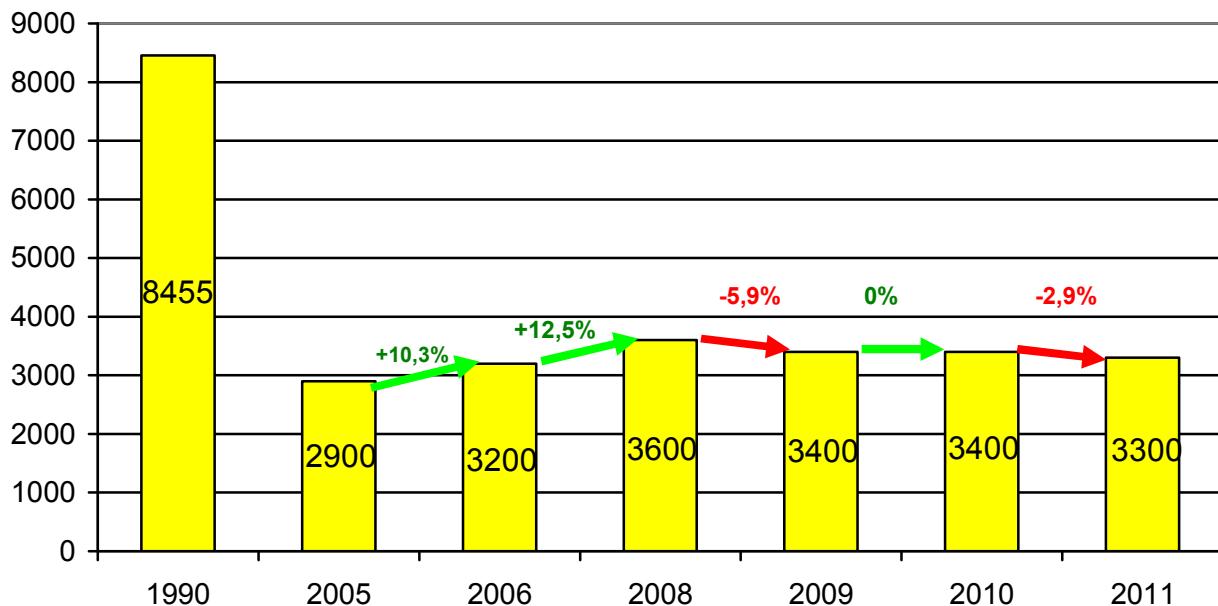
Источник: издательство «Эксмо».

Непростая ситуация сложилась в 2011 г. с книгораспространением в регионах. В течение 2011 года было закрыто около 100 книжных магазинов (см. рис. 31). Помимо известных событий, связанных с «Топ-книгой», по причине банкротства прекратил работу ОАО «Краснодарский Дом книги». В арбитражный суд Краснодарского края поступили заявления от нескольких компаний, которые входят в структуру этого предприятия: признать себя банкротами попросили ООО «Дом книги-Информ», ООО «Дом книги-Искусство», ООО «Дом книги-Культура», ООО «Дом книги-Офис плюс», ООО «Дом книги-Просвещение», ООО «Дом книги-Техника».

В сложной ситуации находится центральный книжный магазин Санкт-Петербурга. В середине сентября 2011 г. коллективный иск о банкротстве ОАО «Торговая фирма «Санкт-Петербургский Дом книги», принадлежащего городской администрации, поступил в Арбитражный суд Петербурга и Ленобласти от компаний «Меркурий» и «Северо-Западное книготорговое объединение». Поводом стал долг за поставленный товар в размере 6,7 миллиона рублей, который не гасится уже в течение трех лет. Другие поставщики в 2011 г. подали к компании 11 исков на общую сумму 25,7 миллиона рублей.

Рис. 31.

Динамика числа стационарных розничных книготорговых точек в России в 1990-2011 гг.



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

В 2011 г., как и ожидалось, состоялось банкротство книготорговой сети «Топ-книга», которая еще 3 года назад была крупнейшим ритейлером страны. Официально подтверждено, что «Топ-книга» становится сетью магазинов, в ассортименте которых значительно снижается доля книжной продукции и возрастает объем продаж канцелярских товаров. Компания стремится оптимизировать структуру своей сети, следствием чего вместо функционировавших ранее 420 книжных магазинов, сохраняются только 350 торговых точек.

В настоящее время серьезные потрясения переживает не только российская, но и зарубежная система книгораспространения. Так, в 2011 г. вторая по величине книготорговая сеть США Borders Group Inc. объявила о намерении ликвидировать свой бизнес. Компания закрыла свои заграничные отделения, сократила количество магазинов вдвое, но несмотря на все усилия, имея долг в 1,2 млрд долл. США, в феврале 2011 г. была вынуждена пройти через процедуру банкротства. Распродажа имущества началась в июле, а уже к октябрю были закрыты 399 магазинов по всей стране.

Одним из трех факторов, которые привели Borders Group Inc к коллапсу, ее президент Майк Эдвардс назвал запоздалый вывод на рынок в 2010 г. собственных электронных устройств для чтения цифровых текстов «Kobo». Однако эксперты, анализирующие причины упадка Borders, склонны винить в нем не столько читающие устройства, сколько более глобальное «противостояние» онлайн с офлайном и, конечно же, ситуацию с падением интереса к чтению.

Аналитическая компания Experian (Великобритания) провела исследование, целью которого было выяснить, как в последние годы менялась картина

традиционной книготорговли в Великобритании. Исследование подтвердило, что офлайн-книготорговцы, в особенности независимые, переживают тяжелые времена. Если в 2005 году в Великобритании насчитывалось примерно 4000 функционирующих независимых книжных магазинов, то по данным на июль 2011 г. их осталось всего 2178. Таким образом, за последние шесть лет число книготорговых точек данной категории сократилось почти вдвое. Владельцы независимых книжных магазинов Великобритании прогнозируют дальнейшее сокращение числа предприятий книжной торговли.

Неутешительная ситуация на книжном рынке наблюдается и в США. По данным компании Nielsen Book Scan, основанным на мониторинге 75% рынка, объем продаж печатных книг в 2011 г. в количественном отношении снизился по отношению к 2010 г. на 8,9% и составил в натуральном выражении 651,2 млн экз. При этом темпы падения продаж по сравнению с 2010 г. увеличились вдвое.

Наиболее существенный спад продаж в 2011 г. наблюдался в сегменте изданий художественной литературы для взрослых и более всего затронул книги в мягкой обложке для массового рынка. Объем продаж данного вида изданий сократился в 2011 г. по отношению к 2010 г. на 23,4%, а по сравнению с 2008 г. – снизился почти на 60%. Продажи книг в сегменте литературы нон-фикшн для взрослых снизились на 3,1%, нон-фикшн для подростковой аудитории – на 3%, художественной литературы для подростков – на 5,2%.

По Великобритании снижение объема продаж в 2011 г. составило 6,2%. В Германии, где в целом потребительская активность в 2011 г. выросла, несмотря на общемировой экономический кризис, книжная торговля также демонстрирует отрицательную динамику: падение продаж без учета рождественского бума составило 5%. Также на 5% снизился объем книжного рынка Дании, в Италии он «просел» на 3,7%, во Франции – на 1,5%.

Но вернемся к ситуации на российском книжном рынке. Большое влияние на формирование конъюнктуры рынка в 2011 г. оказали летние распродажи в магазинах «Топ-книги», которые проходили под лозунгом «ликвидации магазинов». По данным компании, они позволили увеличить приток покупателей с 2 до 3,5 млн человек в месяц. Для этого ритейлеру пришлось снизить торговую наценку на книги с докризисных 160% до 50%. Основной интерес для покупателей в ходе распродаж представляли детские книги, книги по домоводству, быту и досугу. На удивление мало поднялись продажи художественной литературы. При этом в 5-10 раз выросли продажи канцелярских товаров.

Из-за распродаж, спровоцированных «Топ-книгой», которая в течение года искала деньги для покрытия долга перед Сбербанком и участниками книжного рынка, к ним, чтобы не потерять покупателя, были вынуждены прибегнуть и другие крупные игроки. Из-за масштабных «скидочных» кампаний снизились доходы многих книготорговцев (правда, как считает бывший руководитель «Топ-книги» Г.Лямин, в 2011 году общее падение рынка произошло бы вне зависимости от ситуации с «Топ-книгой»).

По оценке журнала «Книжная индустрия», повсеместная практика распродаж непривычных остатков и дисконтных акций со значительными скидками (до 50-70%) способствовала тому, что падение объема продаж в натуральном выражении приостановилось (-2% по итогам года). Повсеместная практика распродаж, являвшаяся одним из главных трендов 2011 года, показала, что как только скидки на

книги достигают 30-50%, покупатели начинают их активно приобретать, причем не только новинки, но и издания из всего представленного ассортимента.

Анализируя положение на книжном рынке России, генеральный директор издательской группы «АСТ» О.Бартенев отмечает еще одну существенную проблему, заключающуюся в выводе денег из отрасли. По мнению О.Бартенева, книготорговый оборот 2010/2011 года упал не столь значительно – всего на 5-7%, однако в этом обороте не учтены задолженности издателям в размере 7% со стороны «Топ-книги», а также задолженности со стороны целого ряда других книготорговцев в размере 10%. По оценке О.Бартенева, убытки издателей при банкротстве ритейлерской системы «Мега» составили 100-150 млн руб., «Букбери» – 200-250 млн. рублей, «Библиосфера» – 100-150 млн рублей. Ожидаемые убытки от банкротства «Топ-книги» составят от 1,5 до 2,5 млрд руб.

Немалый урон несут издательства и от деятельности региональных книготорговых предприятий. В центральном книжном магазине г. Томска совокупные убытки издателей составляют 15-20 млн руб., в центральном книжном магазине Воронежа – 20-30 млн руб, в «Воронеж-книге» в целом – 40-50 млн руб., в «Эмиссе» (Ростов-на-Дону) – 50-60 млн руб. Таким образом, по мнению О.Бартенева, за последние 5 лет объем средств, недополученных издательской отраслью, составляет более 5 млрд руб. Если бы эти деньги не выводились с издательского рынка, а были бы в него добросовестно реинвестированы, то на них можно было бы создать крупную розничную сеть.

После банкротства «Топ-книги» крупнейшими федеральными розничными книготорговыми сетями в России остались сети магазинов «Буква» и «От А до Я», принадлежащие издательству «АСТ», и объединенная розничная сеть «Новый книжный – Буквоед», принадлежащая издательству «Эксмо». В совокупности обе сети насчитывают почти 700 магазинов, расположенных в большинстве регионов России. В то же время есть города и крупные городские районы, где магазинов указанных сетей пока нет (в том числе некоторые районы Москвы и Петербурга). Поэтому в планах обеих компаний – расширение своего присутствия в целом ряде «неохваченных» пока территорий.

В табл. 15 представлен состав ведущих книготорговых сетей России, а в табл. 16 – состав ведущих книжных оптовиков и библиотечных коллектиров России.

Табл. 15.

Ведущие книготорговые сети России по количеству книжных магазинов

№ п/п	Сеть (владелец)	Название (торговая марка)	Кол-во магазинов			
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012
1.	«Книгомир» (до 2011 г. – «Топ-книга»)	«Книгомир»	602	548	523	350
2.	АСТ	«Буква», «От А до Я»	314	310	365	ок. 450
3.		«Букбастер»	5	5	8	4
4.	Эксмо	ОПС «Новый книжный – Буквоед»	132	162	167	220
		«Новый книжный»	66	63	61	54

№ п/п	Сеть (владелец)	Название (торговая марка)	Кол-во магазинов			
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012
		«Буквоед»	36	44	48	53
		«Читай-город»	30	55	58	78
		Небрендированные магазины	—	—	—	35
5.	Инфра-М	«Библиосфера»	50	1	Банкротство	Сеть ликвидирована
6.	Правительство Москвы	ОЦ «Московский Дом книги»	38	41	41	41
7.	Учредитель Вадим Дымов	«Республика»	8-9	10	10	13
8.	Азбука-Аттикус	«Снарк»	24	н/д	Реорганизация сети	Сеть ликвидирована
9.	Амиталь (Воронеж)	«Амиталь»	34	36	35	36
10.	Магистр (Ростов-на-Дону)	«Магистр»	20	21	22	20
11.	ДОМО (Казань)	«Книжный Двор»	7	6	5	5
12.	Чакона (Самара)	«Чакона»	12	17	18	20
13.	Люмна (Екатеринбург)	«Живое слово»	10	9	11	11
14.	ПродаЛитЪ (Иркутск)	«ПродаЛитЪ»	37	40	39	45
15.	Мирс (Хабаровск)	«Мирс», «Знание», «Пиши-Читай»	38	44	44	46

Источник: данные компаний.

Табл. 16.

Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России по величине ассортимента

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований			
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012
Москва	«Пятый океан» («АСТ»)	Розница, опт	36000***	более 50000**	н/д	Банкротство
	«Амадеос» («РИПОЛ-классик»)	Розница, опт	20000***	25719*	28495*	22062*
	Книжный клуб «36.6»	Опт	21500***	20000**	ок.28000*	более 30000*
	«КноРус»	Опт, библиотечный коллектор, интернет-магазин	55546*	24575* более 50000**	более 100000*	более 200000*
	Книготорг «Инфра-М»	Опт, библиотечный коллектор	50547*	57704*	35539*	152428*

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований			
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012
	«Лабиринт»	Опт, розница	143635*	н/д	более 100000**	более 100000**
	«Омега-Л»	Опт, библиотечный коллектор, интернет-магазин	48594*	56744* 68462**	129035*	155293*
	«Гранд-Фаир»	Библиотечный коллектор	40000***	ок. 30000**	100000-150000**	ок. 170000**
	«Бибком»	Библиотечный коллектор	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**
	Центр учебной и профессиональной литературы (ЦУПЛ)	Опт	37514*	38692*	40857**	ок. 30000**
	«Абрис»	Опт	30000***	30000**	более 25000*	более 25000*
	«Юрайт»	Опт	15070*	42178*	40898*	более 50000*
Санкт-Петербург	«Бизнес-Пресса»	Опт, розница, библиотечный коллектор	80000***	ок. 80000**	ок. 80000*	ок. 80000*
Архангельск	«АВФ-книга»	Опт	80000***	ок. 80000**	ок. 80000**	более 80000*
Ростов-на-Дону	«Ростовкнига»	Опт	50000***	более 60000**	до 55000**	более 60000**
	«Магистр»	Розница	94789**	96063**	97451**	92046**
Воронеж	«Амиталь»	Розница, опт	50000***	50000**	более 70000**	47000**
Самара	«Киви» («Чакона»)	Розница, опт	80000***	357576*	394881*	263759*
	«Метида»	Розница, опт	54278*	ок. 80000**	ок. 80000**	ок. 70000**
Челябинск	«Интерсервис»	Розница, опт	55791*	ок. 60000**	ок. 60000**	ок. 100000**
Екатеринбург	«Люмна»	Розница, опт	60000***	34152*	ок. 100000**	ок. 100000**
Новосибирск	«Топ-книга» (в 2011 г. активы переведены на ООО «Книгомир»)	Розница, опт	85210*	ок. 100000**	более 100000*	ок. 100000**
	«Экор-книга»	Розница, опт	54832*	52048*	более 50000*	более 50000*
	«Новосибирсккнига»	Розница, опт	31720*	более 30000**	более 25000*	сменила вид деят-ти
Иркутск	«ПродаЛитЪ»	Розница, опт	90000***	150000** (в рознице) 200000** (в опте)	150000*	150000*
Хабаровск	«Мирс»	Розница, опт	30000***	35000***	36000**	40000**
Петропавловск-Камчатский	ЧП «Кожан С.П.»	Розница, опт	60000**	60000**	60000**	63000**

* – заявленный ассортимент в каталогах, прайс-листиах, на веб-сайтах компаний, доступный к поставке;

** – собственная оценка компаний;

*** – экспертная оценка специалистов;

Источники: данные компаний, экспертная оценка.

По мнению ведущих издателей и книгораспространителей, книжное дело России ждут не самые радостные перспективы, поскольку сегодня отрасль снова стоит на пороге существенного сокращения числа книжных магазинов. Дальнейшее же падение книжного рынка на 5-10% в год будет продолжаться до тех пор, пока не будет локализовано влияние хотя бы одного из существующих негативных факторов – сокращение числа читающих россиян или книжное электронное пиратство.

Рост продаж электронных книг, по оценочным данным, может составить от 100 до 200% в год, однако этот рост в ближайшие годы не восполнит потери от сокращения продаж «бумажных» книг. И, конечно, книжной отрасли сейчас крайне необходима поддержка государства.

По традиции мы включаем в наш доклад рейтинг *ведущих мировых книготорговых компаний* по итогам 2010 г., который дает возможность сравнить развитие российского книжного ритейла с мировым книгораспространением (см. табл. 17). Рейтинг возглавляют американский гигант Amazon.com (онлайн-продажи электронных и традиционных книг), сети Barnes&Noble и Borders, а также французская корпорация Fnac, работающая на франкоязычных рынках Европы, Африки и Азии. Далее следуют крупнейшие сети Великобритании, Японии и Германии. В рейтинг также вошли российские сети «Топ-книга» и «Новый книжный – Буквоед». Между тем следует учитывать, что уже в 2011 г. американская сеть Borders, как и российская «Топ-книга» прошли через процедуру банкротства.

Табл. 17.
Рейтинг ведущих книготорговых компаний мира

Место 2010	Место 2009	Название	Страна	Компания-владелец	Филиалы	Торговая площадь	Ассортимент	2010 Выручка (млн евро.)	2009 Выручка (млн евро)	Представленность в международном масштабе
1.	2.	Amazon.com (book & e-book sales)	США				Книги	5121	3998	
2.	1.	Fnac	Франция	Группа PPR	143	Около 3,2 млн кв.м.	Книги, пресса, музыка, видео, компьютерные товары, фото	4375	4455	Франция, Италия, Испания, Португалия, Бельгия, Швейцария, Бразилия, Марокко
3.	3.	Barnes & Noble	США	Акционерная компания	1357	1,75 млн кв.м.	Книги, периодика, канцелярские товары	4304	3414	США
4.	4.	Borders Inc	США	Акционерная компания	699	Около 1,3 млн кв.м.	Книги, пресса, музыка	2210	2297	США, Пуэрто-Рико (3), Малайзия (5), ОАЭ (8)
5.	5.	WH Smith	Великобритания	Акционерная компания	1045	316 000 кв.м.	Книги, канцелярские товары, периодика	1637	1652	Великобритания
6.	6.	Kinokuniya Company	Япония	Частный холдинг	90	н/д	Книги, пресса	990	957	Япония, США, Австралия, Дубай, Сингапур, Индонезия, Тайвань

Место 2010	Место 2009	Название	Страна	Компания-владелец	Филиалы	Торговая площадь	Ассортимент	2010 Выручка (млн евро.)	2009 Выручка (млн евро)	Представленность в международном масштабе
7.	7.	Thalia	Германия	Douglas Holding (75%), Könnecke (25%)	292	242 200 кв.м.	Книги	910	855	Германия, Австрия, Швейцария
8.	8.	DBN	Германия	Семья Hugendubel (50%), Weltbild (50%)	493	Около 170 000 кв.м.	Книги	743	755	Германия, Австрия, Швейцария
9.	9.	Indigo Books & Music	Канада	Акционерная компания	246	244 000 кв.м.	Книги, пресса, музыка, игры	727	706	Канада
10.	10.	Waterstone's	Великобритания	HMV Group	314	Около 170 000 кв.м.	Книги	625	667	Великобритания, Ирландия
11.	14.	Redgroup	Австралия		296	н/д	н/д	479	315	н/д
12.	11.	MG Giunti & Messagerie	Италия		181	н/д	н/д	470	522	н/д
13.	13.	Librerie Feltrinelli	Италия	Feltrinelli Holding	97	51 439 кв.м.	Книги, музыка	332	330	Италия
14.	12.	Eason's	Ирландия	Частный холдинг	64	н/д	Книги, канцелярские товары, пресса	248	497	Ирландия, Великобритания
15.	16.	Indeks Retail	Дания	Кооператив	177	н/д	Книги, канцелярские товары, фототовары	210	199	Дания
16.	17.	CNA	Южная Африка	Edcon/Bain Capital	195	н/д	Книги, канцелярские товары, музыка, программное обеспечение	198	196	Южная Африка
17.	19.	Mayersche	Германия	Семья Falter	41	Около 67 000 кв.м.	Книги	170	154	Германия
18.*	15.*	Топ-книга	Россия	Топ-книга	537	129 700 кв.м.	Книги, канцелярские товары, программное обеспечение	164	207	Россия
19.	18.	Akademibokhandeln	Швеция	Kooperativa Förbundet (KF)	61	н/д	Книги, канцелярские товары, DVD	148	155	Швеция
20.	20.	Exclusive Books	Южная Африка	Avusa Retail	94	н/д	Книги, канцелярские товары	121	115	Южная Африка, Ботсвана, Намибия
...
23.*	-	Новый книжный – Буквоед	Россия	Эксмо	132	н/д	н/д	94		Россия

Источник: данные компаний, журнал Buchreport.

* По оценкам АСКИ и АСКР.

2.2. Интернет-торговля книгами

На фоне кризиса реализации «бумажной» книги по традиционным каналам сбыта обращает на себя внимание рост книжной интернет-торговли. Если в 2008 г. доля канала книжных интернет-продаж в России составляла, по разным оценкам, от 4 до 6%, то в настоящее время она уже оценивается на уровне 8%. Из табл. 18 видно, что большинство игроков книжной онлайн-торговли за четыре года существенно расширило свой ассортимент.

Табл. 18.

Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете

Название магазина	Адрес в Интернет	Число наименований книг в ассортименте				Владелец	Год создания
		Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012		
«Ozon»	www.ozon.ru	140 000	335 000	ок. 500 000	790 000	PPE Group	1998
«Books.ru»	www.books.ru	314 471	160 501	128 906	3 508 036	ООО «Символ-Плюс»	1996
«Библион»	www.biblion.ru	140 864	180 000	220 000	ок. 250 000	ЗАО «Библион – Русская книга»	1999
«Библио-Гlobus»	www.bgshop.ru	250 000	250 000	250 000	250 000	Холдинг «Библио-Гlobus»	2000
«Лабиринт»	www.labirint-shop.ru	143 635	н/д	84 090	117 070	ООО «Лабиринт»	2005
«Болеро»	www.bolero.ru	125 308	140 474	143 785	436 085	Интернет-холдинг «eHouse»	1999
«Co@Libri»	www.colibri.ru	35 184	более 100 000	108 117	117 712	«Внебиржевые системы»	1999
«Read.ru»	www.read.ru	–	100 000	более 200 000	337 587	Группа компаний «Логос»	2009
«Soyuzkniga»	www.soyuzkniga.ru	–	100 000	40 000	Магазин закрыт	Холдинг «Терра-ИПК»	2009
«Bookean»	www.bookean.ru	–	100 000	170 000	В стадии закрытия	Компания «Топ-книга»	2009

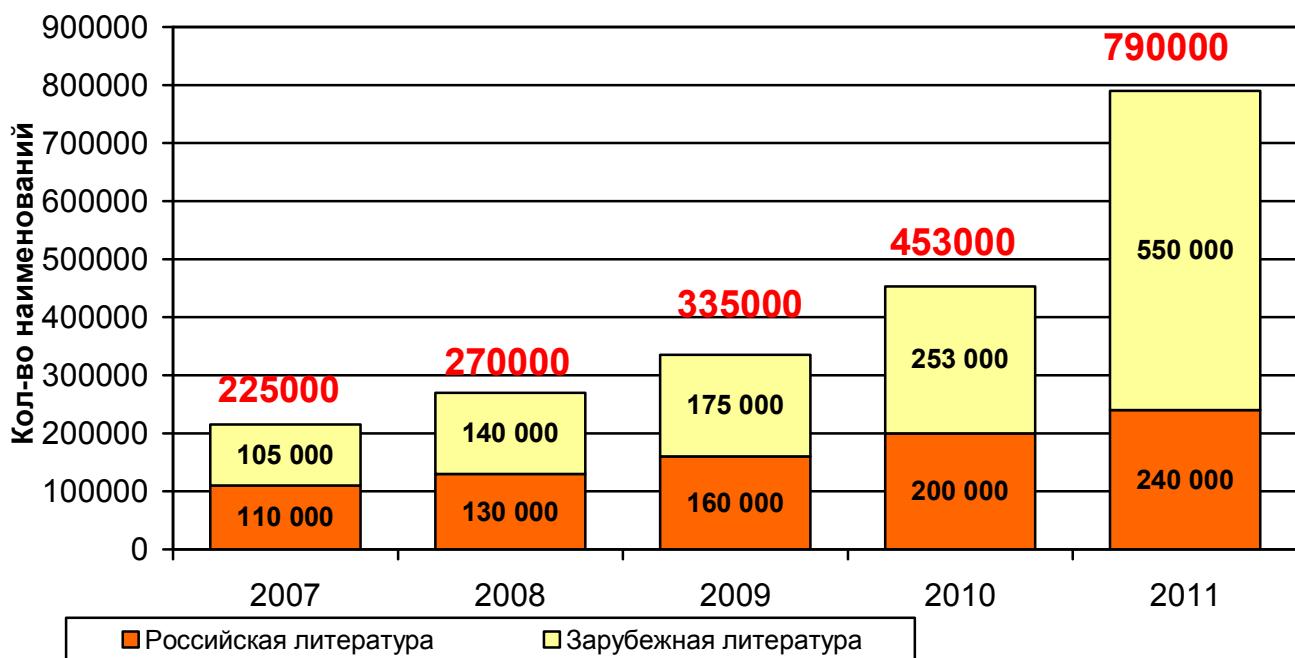
Источники: данные компаний, РБК, экспертные оценки.

Ведущим игроком на рынке книжной интернет-торговли по-прежнему является интернет-магазин «Ozon.ru», доля которого в Интернете оценивается самой компанией более чем в 50%. По словам ее представителей, компания не испытывает влияния кризиса и растет как в количественном, так и в денежном выражении.

Основным направлением для Ozon.ru, как и прежде, является продажа книг, доля которых в общем обороте компании составляет 37%. По состоянию на 1 марта 2012 г. в ассортименте компании было представлено около 790 000 наименований книг. Из них 240 000 составляли книги на русском языке, а 550 000 – книги на иностранных языках (см. рис. 32). Кроме того, по данным компании, в ее каталоге содержится более 1 млн книг, доступных к печати по требованию, а также более 50 тыс. наименований букинистических изданий.

В 2011 г. компанией было продано более 5,5 млн экз. книг. Рост продаж по наименованиям составил 40%, рост продаж в экземплярах – 12% по сравнению с предыдущим годом. Средняя цена книги на сайте компании составляла около 280 руб., среднее количество книг в заказе – от 3 до 5 экз. Темпы прироста стоимости среднего чека книжного заказа в 2011 г. по отношению к 2010 г. составили 8%.

Рис. 32.
Динамика развития книжного ассортимента Ozon.ru в 2007-2011 гг.



Источник: интернет-магазин Ozon.ru

К началу марта 2012 г. Ozon.ru расширил сеть по доставке и выдаче заказов в регионах России до 200 городов, где сегодня располагается около 2000 пунктов выдачи заказов, включая места выдачи, организованные предприятиями-партнерами. Между тем, в последний год участились жалобы клиентов на неоперативность доставки товаров. В частности, как отмечают пользователи сервиса «Яндекс.Маркет», проблемы в магазине особенно стали заметны летом 2011 г., и были связаны они, прежде всего, с обработкой заказов. С запуском глобальной рекламы по всей России количество клиентов существенно возросло. К началу марта 2012 г. средняя посещаемость сайта компании выросла до 600 тыс. человек в день, и сотрудники магазина перестали справляться с потоком заказов, а заявки, сделанные в «пиковые» сезоны (например, перед Новым годом) обрабатываются и доставляются, по мнению клиентов, чересчур долго. Реже пользователи жалуются на ошибки в формировании посылок и на ненадлежащее качество товаров (в т.ч. книг) в посылках.

Начиная с 2010 г. Ozon.ru уделяет особое внимание направлению, связанному с продажей электронных книг. Рост продаж в этом сегменте в 2011 г. по отношению к 2010 г. составил 40%. Между тем, когда в 2010 г. компания выпустила свой ридер Ozon Galaxy и «связала» его со своей электронной библиотекой, данный проект не снискнул большой популярности среди покупателей. Компания продала всего несколько тысяч устройств и отказалась от выпуска второй модели Ozon Galaxy. В феврале 2011 г. Ozon.ru приостановил сотрудничество с компанией «ЛитРес» и сфокусировался на заключении прямых контрактов с правообладателями (издательствами) и самостоятельном формировании ассортимента.

Что касается других представителей книжной интернет-торговли, то здесь, прежде всего, следует отметить деятельность интернет-магазина «Лабиринт» – второго по значимости игрока в сфере книжных интернет-продаж. На данный момент у магазина функционирует курьерская служба, действующая в 300 населенных пунктах России, а также пункты самовывоза почти в 40 городах. Получив первый

заказ, каждый покупатель автоматически становится участником дисконтной программы: накопительная скидка постепенно достигает 15%. Заказы на сумму от 800 рублей по Москве доставляются бесплатно. В качестве бонусных программ интернет-магазин регулярно проводит конкурсы, викторины и акции, в результате которых разыгрываются подарки из его ассортимента (книги, фильмы, музыка, софт, игрушки и др.).

2.3. НДС на книжную продукцию в различных странах мира

В июле 2011 г. Международная ассоциация издателей (МАИ) опубликовала данные по размерам ставок НДС на книги и электронные издания в различных странах мира. Информация была получена от издателей и издательских объединений из 88 стран при посредничестве международной консалтинговой компании PricewaterhouseCoopers.

Как видно из табл. 20 и 22, где представлены данные по ведущим странам мира, пониженные ставки НДС на книжную продукцию действуют в большинстве стран. Из 88 обследованных государств в 19-ти ставка налога составляет 0%, либо НДС на книги не применяется вовсе.

Можно выделить четыре режима налогообложения печатной и электронной книжной продукции, действующих в различных странах. К первому типу налогообложения относится полное освобождение от налога, предусмотренное для всех книг. Ко второму типу относится пониженная ставка НДС (включая ставку, равную 0%), которая применяется для всех книг. К третьему типу налогообложения относится пониженная ставка НДС или освобождение от налога на отдельные виды книжной продукции (т.н. «ограниченное применение» пониженной ставки НДС). Наконец, к четвертому типу налогообложения относится режим, при котором ставка НДС на книги равняется стандартной ставке НДС, действующей в той или иной стране (см. табл. 19, 21).

Табл. 19.

Существующие режимы налогообложения печатной книжной продукции в мире

Налоговый режим	Характер налоговой практики	Кол-во стран
I	Освобождение от налога, предусмотренное для всех книг	14
II	Сниженная ставка НДС для всех книг	32
III	Ограниченнное применение сниженной ставки НДС или освобождения от налога	31
IV	Применение к книгам стандартной ставки НДС	11

Источник: Международная ассоциация издателей, компания PricewaterhouseCoopers.

Табл. 20.

Ставки НДС на традиционные издания в некоторых странах мира

Страна	Стандартная ставка	Особое налогообложение для книг	Масштаб особого налогообложения	Налоговый режим
Западная Европа				
Австрия	20%	Да, ставка 10%	Все книги	II
Бельгия	21%	Да, ставка 6%	Все книги	II
Великобритания	20%	Да, ставка 0%	Все книги	II
Германия	19%	Да, ставка 7%	Все книги	II
Греция	23%	Да, ставка 6,5%	Ограниченнное применение	III

Страна	Стандартная ставка	Особое налогообложение для книг	Масштаб особого налогообложения	Налоговый режим
Дания	25%	Нет	Нет	IV
Ирландия	21%	Да, ставка 0%	Все книги	II
Исландия	25,5%	Да, ставка 7%	Все книги	II
Испания	18%	Да, ставка 4%	Все книги	II
Италия	20%	Да, ставка 4%	Все книги	II
Люксембург	15%	Да, ставка 3%	Все книги	II
Нидерланды	19%	Да, ставка 6%	Все книги	II
Норвегия	25%	Да, ставка 0%	Все книги	II
Португалия	23%	Да, ставка 6%	Все книги	II
Финляндия	23%	Да, ставка 9%	Все книги	II
Франция	19,6%	Да, ставка 5,5%	Все книги	II
Швейцария	8%	Да, ставка 2,5%	Ограниченнное применение	III
Швеция	25%	Да, ставка 6%	Все книги	II
Центральная и Восточная Европа				
Болгария	20%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III
Босния*	17%	Нет	Нет	IV
Венгрия	25%	Да, ставка 5%	Все книги	II
Македония*	18%	Да, ставка 5%	Все книги	II
Польша	23%	Да, ставка 5% (с 1 мая 2011 г.)	Все книги	II
Румыния	24%	Да, ставка 9%	Все книги	II
Сербия*	18%	Да, ставка 8%	Все книги	II
Словакия	20%	Да, ставка 10%	Все книги	II
Словения	20%	Да, ставка 8,5%	Все книги	II
Хорватия	23%	Да, ставка 0%	Ограниченнное применение	III
Чехия	20%	Да, ставка 10%	Все книги	II
Страны бывшего СССР				
Азербайджан	18%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III
Армения*	20%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III
Грузия*	18%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Латвия	22%	Да, ставка 12%	Все книги	II
Литва	21%	Да, ставка 9%	Все книги	II
Россия	18%	Да, ставка 10%	Ограниченнное применение	III
Украина	20%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III
Эстония	20%	Да, ставка 9% (или 0%)	Все книги	II
Ближний Восток и Африка				
Алжир	17%	Да, ставка 7%	Все книги	II
Египет	н/д	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Израиль	16%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III
ЮАР	14%	Нет	Нет	IV
Латинская Америка				
Аргентина	21%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III
Бразилия	18%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Венесуэла	12%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Мексика	15%	Да, освобождение от налога или ставка 0%	Ограниченнное применение	III
Северная Америка				
Канада (федеральный уровень)*	Налог на товары и услуги 5% или налог на продажи 13%	Нет	Нет	IV
Азиатско-Тихоокеанский регион				
Австралия	10%	Нет	Нет	IV
Индия	13,5%	Да, освобождение от налога (Дели)	Все книги	I

Страна	Стандартная ставка	Особое налогообложение для книг	Масштаб особого налогообложения	Налоговый режим
Китай	13%	Да, освобождение от налога или ставка от 2% до 13%	Ограниченнное применение	III
Новая Зеландия	15%	Нет	Нет	IV
Тайвань	5%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III
Южная Корея	10%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Япония	5%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III

Информация по странам, помеченным «*», предоставлена Международной ассоциацией издателей.

Остальные страны находились в зоне исследовательского внимания PricewaterhouseCoopers.

Источник: Международная ассоциация издателей, компания PricewaterhouseCoopers.

Пониженную ставку НДС страны постепенно распространяют и на цифровые издания. Если в 2010 г. стандартную ставку налога в отношении электронных книг применяли в 51 стране, то в 2011 г. таких стран насчитывалось уже менее 40. При этом к снижению ставки НДС на электронные издания в Европе пока подходят весьма осторожно. Пример этому – поправка к директиве ЕС, устанавливающая налоговые льготы на цифровые издания, распространяемые на физических носителях (CD или флеш-картах USB), но не на приобретаемые (скачиваемые) через Интернет. Генеральный секретарь МАИ Йенс Баммель отмечает, что поскольку электронные книги приобретают все большее значение для издателей и читателей, их необходимо принимать в расчет при регулировании НДС.

Табл. 21.

Существующие режимы налогообложения электронной книжной продукции в мире

Категория	Характер налоговой практики	Кол-во стран
I	Освобождение от налога, предусмотренное для всех электронных изданий	7
II	Сниженная ставка НДС для всех электронных изданий	3
III	Ограниченнное применение сниженной ставки НДС или освобождения от налога	27
IV	Применение стандартной ставки НДС	39

Источник: Международная ассоциация издателей, компания PricewaterhouseCoopers.

Табл. 22.

Ставки НДС на электронные издания в некоторых странах мира

Страна	Стандартная ставка	Особое налогообложение для книг	Масштаб особого налогообложения	Категория
Западная Европа				
Австрия	20%	Нет	Нет	IV
Бельгия	21%	Нет	Нет	IV
Великобритания	20%	Нет	Нет	IV
Германия	19%	Нет	Нет	IV
Греция	23%	Нет	Нет	IV
Дания	25%	Нет	Нет	IV
Ирландия	21%	Нет	Нет	IV
Исландия	25,5%	Да, ставка 7%	Ограниченнное применение	III
Испания	18%	Да, ставка 4%	Ограниченнное применение	III
Италия	20%	Нет	Нет	IV
Люксембург	15%	Да, ставка 3%	Ограниченнное применение	III
Нидерланды	19%	Да, ставка 6%	Ограниченнное применение	III
Норвегия	25%	Да, ставка 0%	Ограниченнное применение	III
Португалия	24%	Да, ставка 6%	Ограниченнное применение	III

Страна	Стандартная ставка	Особое налогообложение для книг	Масштаб особого налогообложения	Категория
Финляндия	23%	Нет	Нет	IV
Франция	19,6%	Да, ставка 5,5%	Ограниченнное применение	III
Швейцария	8%	Нет	Нет	IV
Швеция	25%	Да, ставка 6%	Ограниченнное применение	III
Центральная и Восточная Европа				
Болгария	20%	Нет	Нет	IV
Босния*	17%	Нет	Нет	IV
Венгрия	25%	Да, ставка 5%	Ограниченнное применение	III
Македония*	18%	Нет	Нет	IV
Польша	23%	Да, ставка 5% (с 1 мая 2011 г.)	Ограниченнное применение	III
Румыния	19%	Да, ставка 9%	Ограниченнное применение	III
Сербия*	18%	Да, ставка 8%	Все электронные издания	II
Словакия	20%	Нет	Нет	IV
Словения	20%	Да, ставка 8,5%	Ограниченнное применение	III
Хорватия	23%	Да, ставка 0%	Все электронные издания	II
Чехия	20%	Нет	Нет	IV
Страны бывшего СССР				
Азербайджан	18%	Нет	Нет	IV
Армения*	20%	Нет	Нет	IV
Грузия*	18%	Да, освобождение от налога	Все электронные издания	I
Латвия	22%	Нет	Нет	IV
Литва	21%	Нет	Нет	IV
Россия	18%	Нет	Нет	IV
Украина	20%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III
Эстония	20%	Нет	Нет	IV
Ближний Восток и Африка				
Алжир	17%	Нет	Нет	IV
Египет		Да, освобождение от налога	Все электронные издания	I
Израиль	16%	Нет	Нет	IV
ЮАР	14%	Да, ставка 0%	Ограниченнное применение	III
Северная Америка				
Канада (федеральный уровень)*	Налог на товары и услуги 5% или налог на продажи 13%	Нет	Нет	IV
Азиатско-Тихоокеанский регион				
Австралия	10%	Нет	Нет	IV
Индия	13,5%	Да, освобождение от налога (Дели)	Все электронные издания (Дели)	I
Китай	13%	Да, 13%	Ограниченнное применение	III
Новая Зеландия	15%	Нет	Нет	IV
Тайвань	5%	Нет	Нет	IV
Южная Корея	10%	Да, освобождение от налога	Все электронные издания	I
Япония	5%	Да, освобождение от налога	Ограниченнное применение	III

Информация по странам, помеченным «*», предоставлена Международной ассоциацией издателей. Остальные страны находились в зоне исследовательского внимания PricewaterhouseCoopers. Источник: Международная ассоциация издателей, компания PricewaterhouseCoopers.

Все большее число стран ЕС стремятся придерживаться гибкой политики при установлении ставки НДС на электронные издания. В частности, во Франции и Испании ведется работа, направленная на отказ от противопоставления электронных книг, распространяемых на физических носителях, и электронных книг, распространяемых через Интернет. В России, как известно, существует 10%-ная

ставка НДС на выпуск и распространение книжной продукции, однако издатели и книгораспространители уже не первый год выступают за полную отмену НДС в отношении книжной продукции. Пока, впрочем, безуспешно.

2.4. Деятельность российских книготорговых предприятий в 2008-2011 гг.

В рамках подготовки настоящего доклада в январе-феврале 2012 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям провело исследование основных характеристик деятельности книготорговых предприятий в кризисные годы. Исследование строилось на анализе показателей федеральных и региональных книготорговых сетей, а также ряда независимых книжных магазинов. В числе компаний, согласившихся принять участие в проводимом Роспечатью опросе, были: Торговый Дом книги «Москва», Дом книги «Молодая гвардия», Санкт-Петербургский Дом книги (г. Санкт-Петербург), Торговый дом «Книжный Барс» (г. Рязань), книжный магазин «Фаланстер». Среди книготорговых сетей – Объединенный центр «Московский дом книги» (41 магазин), объединенная розничная сеть «Новый книжный – Буквоед» (220 магазинов), сеть магазинов «Республика» (12 магазинов), компания «АВФ-книга» (г. Архангельск, Архангельская обл., 18 магазинов), торговая сеть «Ростовкнига» (г. Ростов-на-Дону, 6 магазинов, 8 филиалов), сеть книжных магазинов «Магистр» (г. Ростов-на-Дону, 20 магазинов), книготорговая фирма «Чакона» (г. Самара, 18 магазинов), торговая компания «Люмна» (г. Екатеринбург, 10 магазинов), книготорговая группа «ПродаЛитЪ» (г. Иркутск, 45 магазинов), холдинговая компания «Новая книга» (г. Петропавловск-Камчатский, 17 магазинов; 1 библиотечный коллектор).

Анализ деятельности книготорговых компаний за 2008-2011 гг. показал, что, несмотря на банкротство отдельных книготорговых сетей и закрытие ряда магазинов, устоявшие на ногах независимые книготорговые предприятия в кризисные годы не сократили своих торговых площадей, а книготорговые сети – даже их нарастили. В среднем книготорговые компании, находящиеся в Москве и Санкт-Петербурге, прибавили за три года 20% торговых площадей, а находящиеся в регионах – 26-27% (см. рис. 33). В основном приращение площадей шло за счет открытия книготорговыми сетями новых книжных магазинов.

Рис. 33.
Динамика изменения торговой площади книготорговых компаний в 2008-2011 гг., %



Источник: данные компаний.

При этом прирост площадей, занятых под некнижные товары, шел в книготорговых предприятиях в 2008-2011 гг. заметно быстрее, чем прирост площадей отдаанных под книги (см. рис. 34-35).

Рис. 34.

Динамика изменения торговой площади предприятий, выделенной под книжные товары, в 2008-2011 гг., %

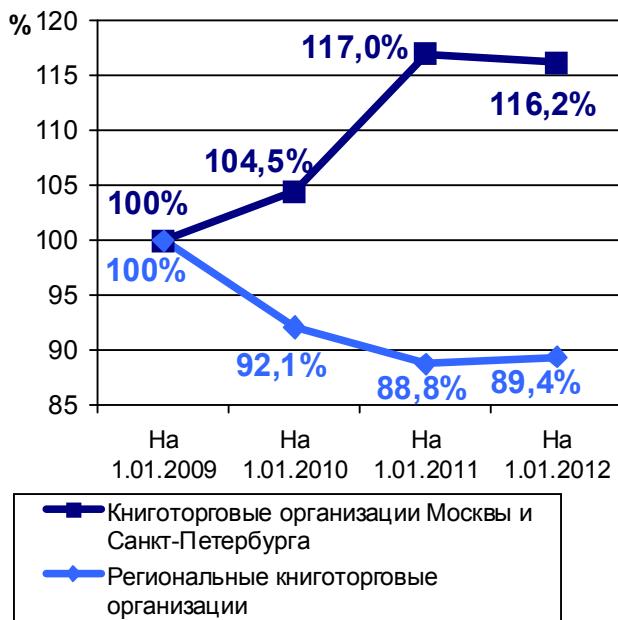


Рис. 35.

Динамика изменения торговой площади предприятий, выделенной под некнижные товары, в 2008-2011 гг., %



Источник: данные компаний.

На протяжении четырех лет росла доля некнижных товаров и в общем объеме продаж (см. рис. 36). Если до начала кризиса соотношение выручки от книжной и некнижной продукции составляла в центральных книготорговых предприятиях примерно 85/15, а в региональных – 80/20, то сегодня эти соотношения выглядят следующим образом: примерно 75/25 – в центральных магазинах и 70/30 – в региональных.

Несмотря на кризис, параллельно с расширением площадей книготорговые предприятия продолжали наращивать свой ассортимент (см. рис. 37). В центральных книготорговых организациях за последние три года он вырос в среднем на 9,5%, а в региональных – на 12-13%. Однако примечательно то, что и в центральных, и в региональных предприятиях примерно 90% всей представленной продукции составляют книги центральных издательств, и только 10% – региональных.

Большинство книготорговых предприятий, так же как и издательств, говорят о расширении в годы кризиса числа своих контрагентов (поставщиков). В этой связи следует отметить важность задачи развития информационных ресурсов, способствующих унификации и централизации информационных потоков от издателей к книготорговцам. В качестве такого ресурса некоторые предприятия (например, Московский Дом книги, объединенная компания «Новый книжный – Буквоед») используют Единый отраслевой товарный реестр, формируемый Российской книжным союзом на основе данных Российской книжной палаты.

Рис. 36.

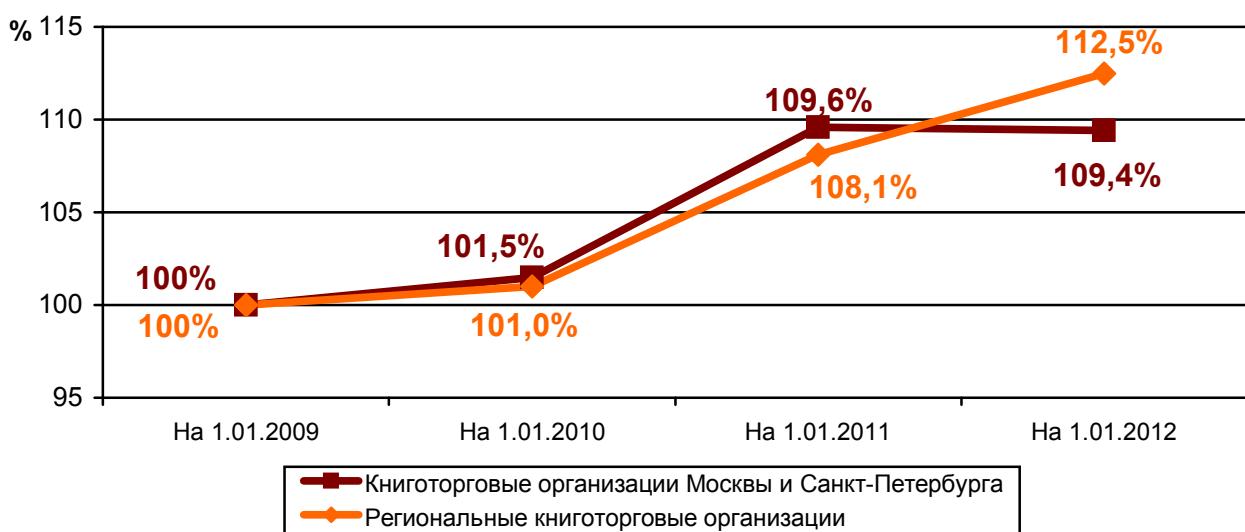
Доля книжной продукции в общем объеме продаж, %



Источник: данные компаний.

Рис. 37.

Динамика изменения числа книг, представленных в торговых залах книжных магазинов, %

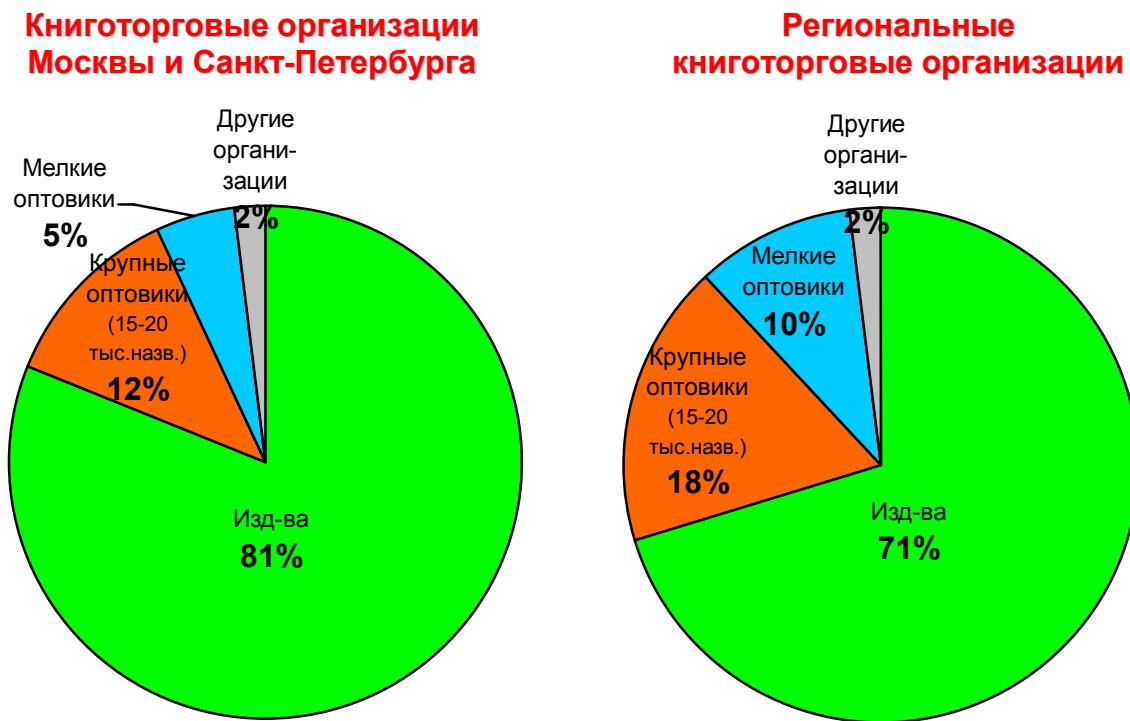


Источник: данные компаний.

Как показало исследование, сегодня основным поставщиком книжной продукции в магазины являются издательства. Они формируют ассортимент центральных книготорговых предприятий на 80% и региональных – на 70%. Крупные и мелкие оптовики поставляют около 17% продукции центральным предприятиям книжной торговли и примерно 30% – региональным (см. рис. 38).

Рис. 38.

Доли различных поставщиков, формирующих ассортимент книготорговых предприятий, %

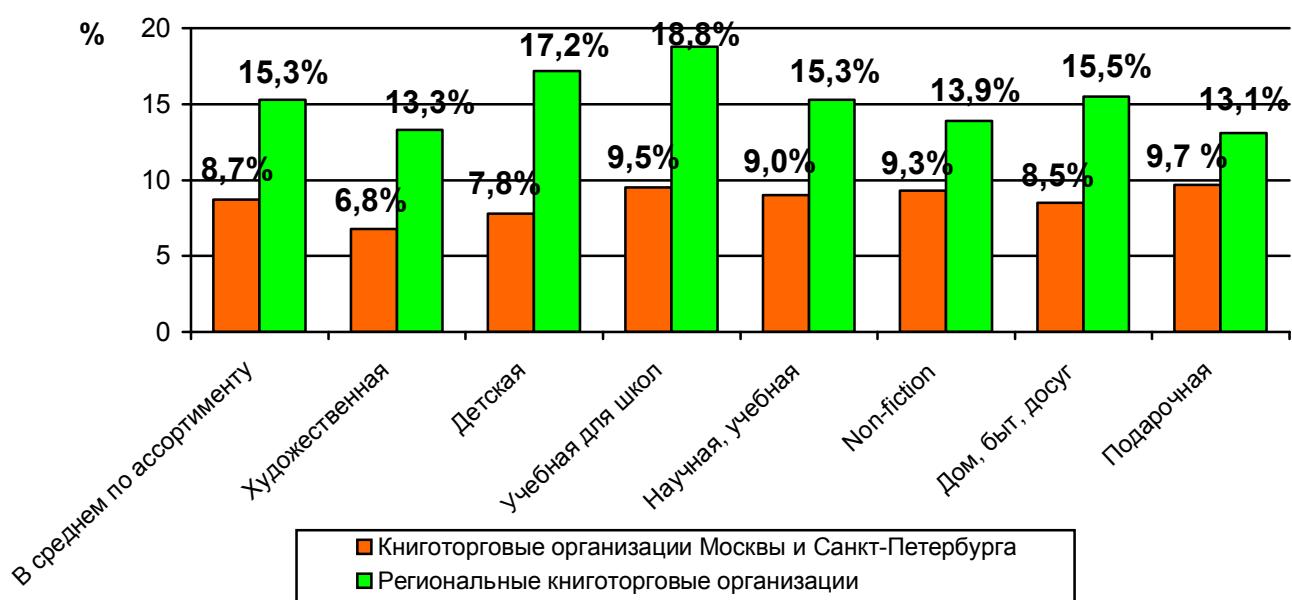


Источник: данные компаний.

Практически все книготорговые предприятия отмечают, что в 2011 г. их поставщики подняли отпускную цену на свою продукцию (см. рис. 39). При этом книжные магазины Москвы и Петербурга сообщили, что отпускная цена была поднята их поставщиками в среднем на 9%, а региональные предприятия – на 15%.

Рис. 39.

Динамика средней отпускной цены на книги книготорговым предприятиям в 2011 г., %



Источник: данные компаний.

Вслед за повышением отпускной цены в годы кризиса выросла и средняя розничная цена изданий. С 2008 по 2011 год средняя цена книги в основных разделах ассортимента в Москве и Санкт-Петербурге поднялась примерно на 40%, а в регионах – на 20-25% (см. рис. 40). Средняя цена книги в России все больше приближается к цене книги в странах Западной Европы.

Рис. 40.
Средняя розничная цена книги в 2008-2011 гг., руб.



Источник: данные компаний.

Динамика роста средней цены на книгу в 2008-2011 гг. в разрезе ассортиментных групп представлена на рис. 41-47.

Рис. 41.
Средняя розничная цена издания
художественной литературы в 2008-2011 гг., руб.

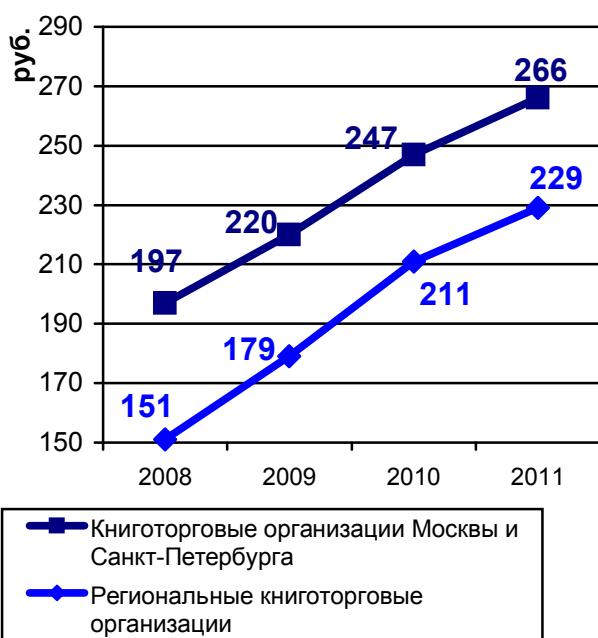


Рис. 42.
Средняя розничная цена издания детской
литературы в 2008-2011 гг., руб.



Источник: данные компаний.

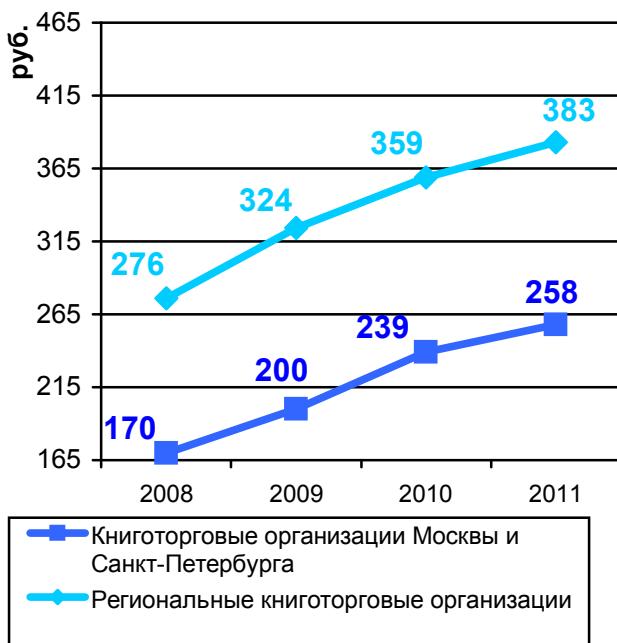
Рис. 43.

Средняя розничная цена издания учебной литературы для школ в 2008-2011 гг., руб.



Рис. 44.

Средняя розничная цена издания научной и вузовской литературы в 2008-2011 гг., руб.



Источник: данные компаний.

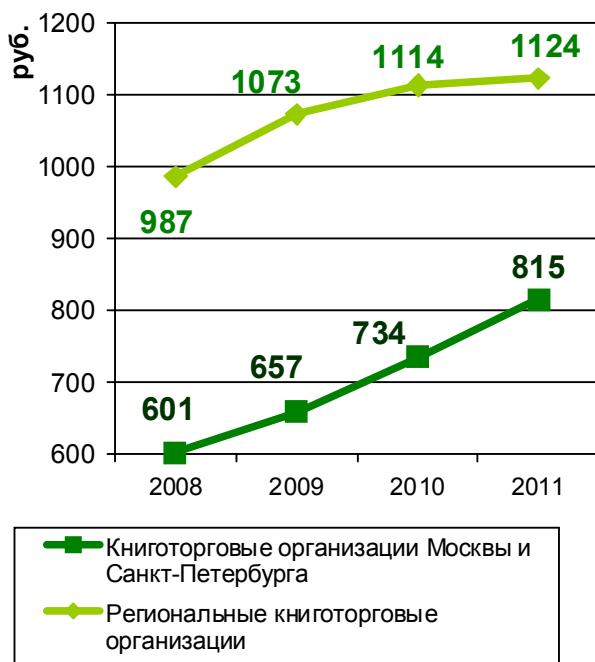
Рис. 45.

Средняя розничная цена издания литературы non-fiction (история, философия, культура, искусство) в 2008-2011 гг., руб.



Рис. 46.

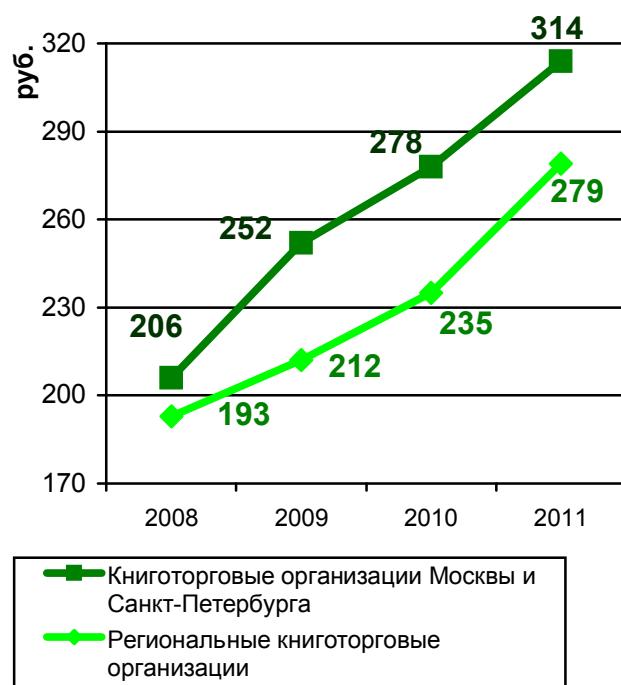
Средняя розничная цена подарочного издания в 2008-2011 гг., руб.



Источник: данные компаний.

Рис. 47.

Средняя розничная цена издания раздела «Дом, быт, досуг» в 2008-2011 гг., руб.

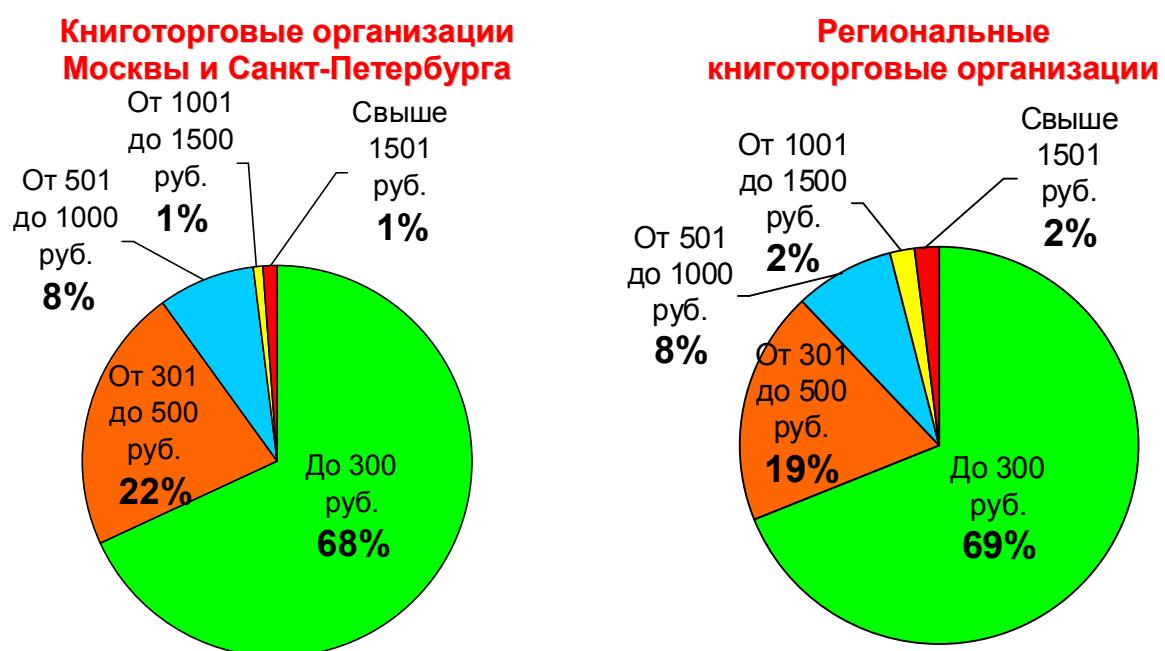


Источник: данные компаний.

Согласно полученным от книготорговцев данным, более 85% реализуемой в книжных магазинах продукции приходится на книги низкого (до 300 руб.) и среднего (до 500 руб.) ценового диапазона (см. рис. 48). При этом ситуация в столицах практически не отличается от ситуации в регионах.

Рис. 48.

Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах 2011 г., %



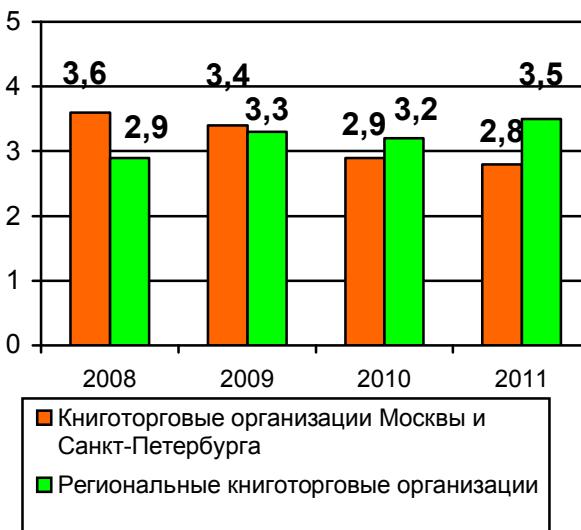
Источник: данные компаний.

В последние годы стоимость среднего чека в центральных книготорговых предприятиях оставалась примерно на одном уровне с тенденцией к небольшому росту (за исключением последнего года), а в региональных книготорговых предприятиях – росла более заметно. При этом число позиций в чеке существенно не менялось (см. рис. 49-50).

Рис. 49.
Средний чек в 2008-2011 гг., руб.

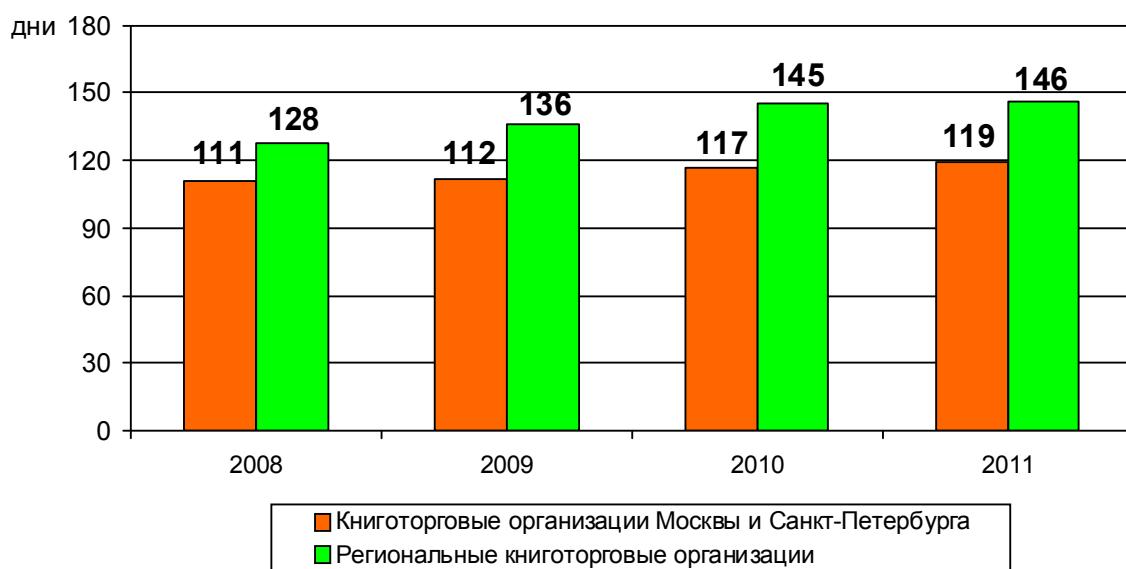


Рис. 50.
Среднее число позиций в чеке в 2008-2011 гг.



Источник: данные компаний

Рис. 51.
Средний срок реализации книжной продукции в книготорговых предприятиях России, дней



Источник: данные компаний.

Средний срок реализации книжной продукции на протяжении последних четырех лет медленно возрастает. При этом в центральных предприятиях книжной торговли он меньше, чем в регионах (см. рис. 51). Динамика изменения среднего срока реализации книжной продукции в различных разделах ассортимента представлена на рис. 52-57.

Рис. 52.

Средний срок реализации изданий художественной литературы, дней

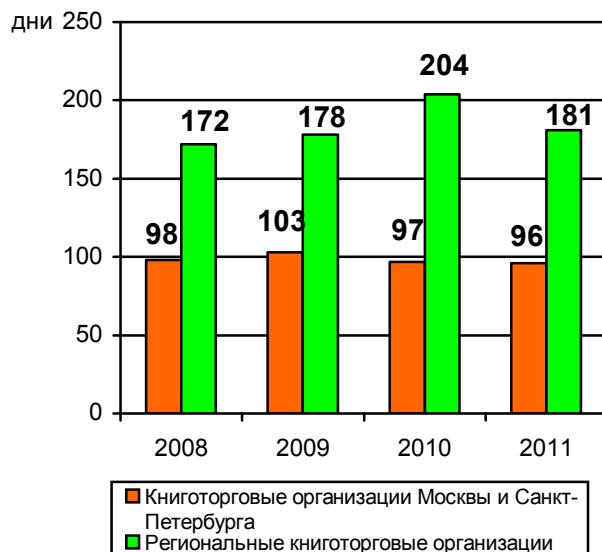
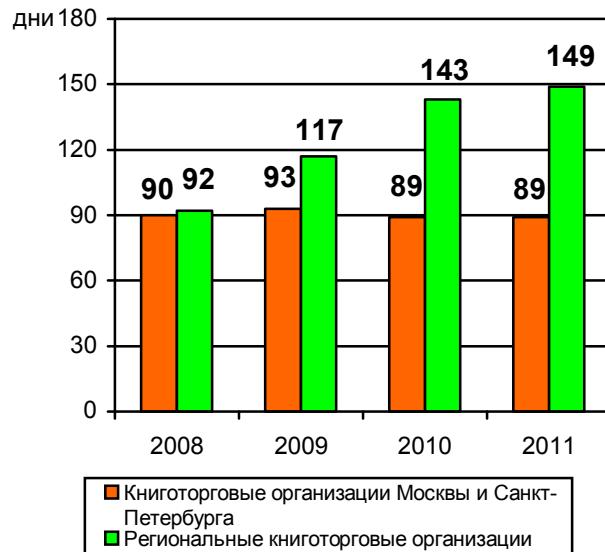


Рис. 53.

Средний срок реализации изданий детской литературы, дней



Источник: данные компаний.

Рис. 54.

Средний срок реализации изданий учебной литературы для школ, дней

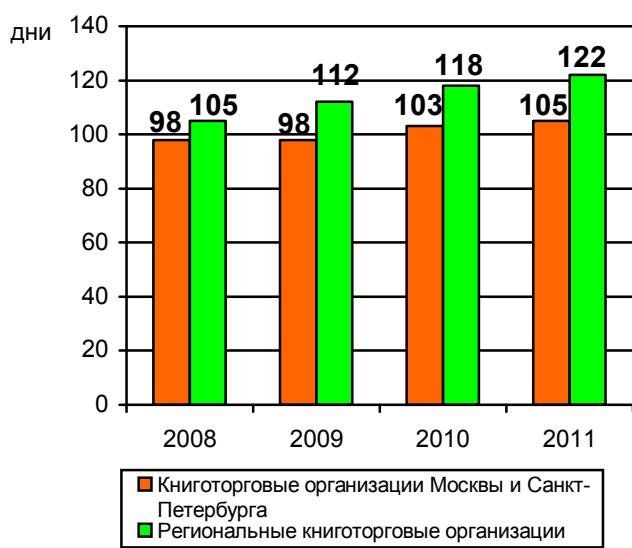
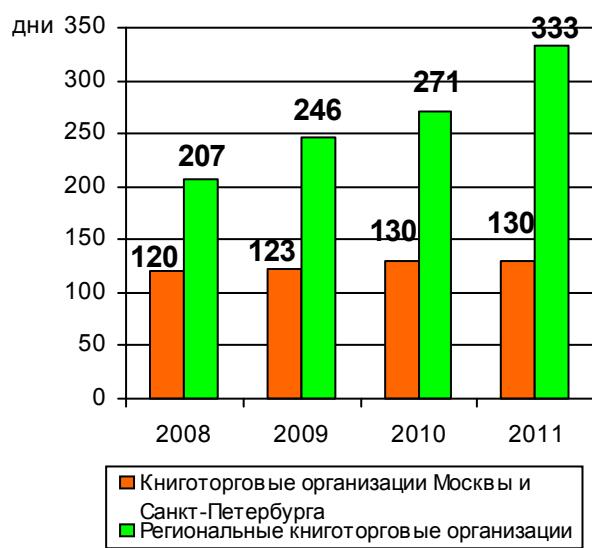


Рис. 55.

Средний срок реализации изданий научной и вузовской литературы, дней



Источник: данные компаний.

Рис. 56.

**Средний срок реализации изданий
литературы non-fiction, дней**

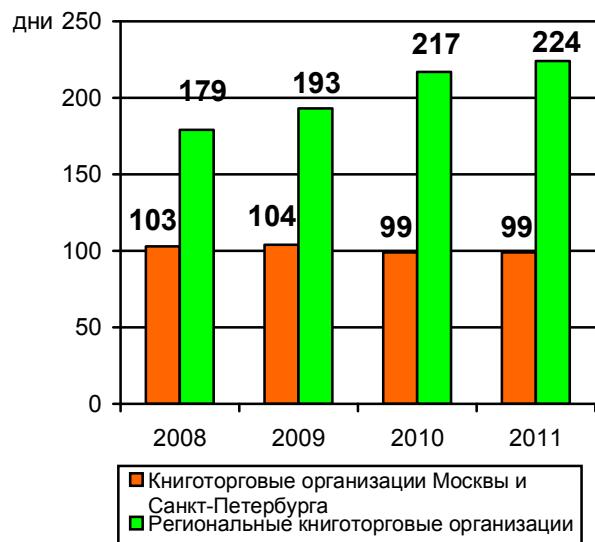


Рис. 57.

**Средний срок реализации подарочных
изданий, дней**



Источник: данные компаний.

Как видно из рис. 58, среди затрат книготорговых предприятий наибольший вес, наряду с зарплатой и социальными отчислениями, имеет аренда помещений. При этом у книготорговых предприятий Москвы и Петербурга затраты на аренду своих площадей существенно выше, чем у их региональных коллег. С другой стороны, у региональных книготорговцев большую долю в издержках, чем у столичных предприятий, занимают коммунальные платежи.

Рис. 58.

Доля различных расходов в издержках предприятия, %



Источник: данные компаний.

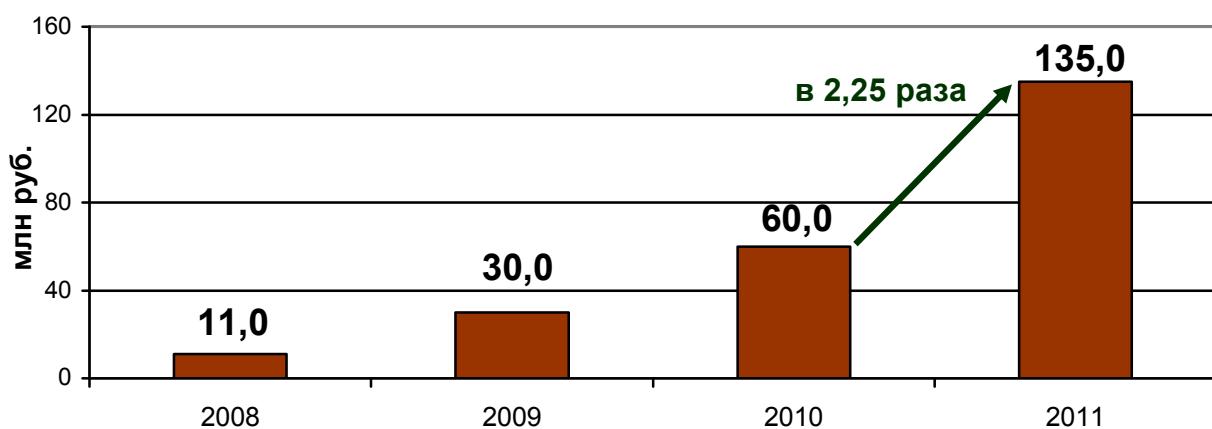
Среди факторов, в наибольшей степени затрудняющих ведение бизнеса, книготорговые предприятия, как и издатели, в подавляющем большинстве называют падение интереса к чтению и снижение покупательной способности населения. Третьим негативным фактором является высокая стоимость арендной платы и коммунальных платежей. Региональные книготорговые предприятия отмечают недостаточную поддержку предприятий со стороны местных властей. Поэтому большинство книготорговых предприятий – как центральных так и региональных – среди мер господдержки отрасли, прежде всего, видят разработку и принятие Государственной программы поддержки и развития чтения, снижение налогов и ставок коммунальных платежей, а также отнесение книжных магазинов к социально значимым объектам культуры.

III. ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ

3.1. Тенденции развития рынка электронных изданий в России и за рубежом

Развитие рынка электронных изданий в 2011 г. было довольно динамичным. По оценке экспертов, за год обороты от легальных продаж электронных книг в Российской Федерации выросли по сравнению с 2010 г. более чем в 2 раза (см. рис. 59). Рынок электронной книги в России устойчиво растет в течение последних трех лет (в среднем на 120% в год), и его объем в 2011 г. превысил показатель 2008 г. в 12 раз.

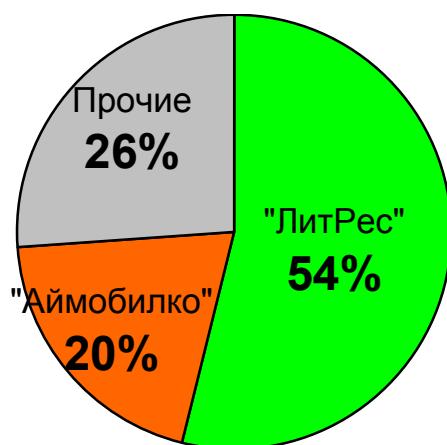
Рис. 59.
Динамика роста легального рынка электронных книг в России в 2008-2011 гг., млн руб.



Источник: компания «ЛитРес».

Основными игроками рынка электронных книг в России являются компании «ЛитРес» и «Аймобилко» (см. рис. 60). Сетевой ресурс «ЛитРес» по-прежнему остается самым большим держателем пакета авторских прав на распространение русскоязычных книг в Рунете. При этом около 40% продаж электронных книг компаний «Аймобилко» обеспечиваются за счет эксклюзивного контента, агрегируемого компанией «ЛитРес».

Рис. 60.
Основные игроки на рынке торговли электронными книгами в России и СНГ в 2011 г., %



Источник: компания «ЛитРес».

Активно развивается сегмент электронных книг в ведущих зарубежных странах. Показатели развития рынка печатных и электронных изданий в некоторых странах мира в 2009-2011 гг. представлены в табл. 23.

Табл. 23.

Показатели развития рынка печатных и электронных изданий в некоторых странах мира в 2009-2011 гг.

Показатель	Велико-британия	США	Германия	Франция	Испания	Нидерланды
Общий объем книжного рынка (в розничных ценах)	3,1 млрд фунтов стерлингов**	27,94 млрд долл.**	9,691 млрд евро*	5,6 млрд евро*	2,89 млрд евро**	1 168 млрд евро
Ежегодно выпускаемое число печатных изданий	151 969**	н/д	93 124*	66 595	80 000**	21 337
Число издаваемых названий на 1 млн жителей	2 459	939	1 138	1 064	ок. 1 700	1 293
Общее число названий электронных книг, предлагаемых издателями	ок. 1 000 000**	950 000***	ок. 25 000*	ок. 22 000***	10 000	5 000
Доля рынка электронных книг в общем объеме книжных продаж	6%	6,2% ** 13,6% ** (худ. лит.)	1,0%***	1,8%***	1%*** (худ. лит.); 2,4% *** (наука, техника, медицина и др.)	1,2%**

Данные за: * – 2009; ** – 2010; *** – 2011.

Источники: Global eBook Market, 2011

По данным Международного цифрового издательского форума (IDPF), в 2011 г. у ведущих мировых издательств доля электронной книги в продажах составила в среднем около **15%**. Так, в издательстве Penguin объем продаж электронных книг только в I полугодии 2011 г. увеличился на **128%** по сравнению с аналогичным периодом 2010 г. Электронные книги составляют на данный момент около **14%** общемировой выручки издательства. В издательстве Hachette продажи электронных книг по итогам 2011 г. составили **10%** в Великобритании и **20%** – в США. Доля электронных книг в выручке издательства Simon & Schuster достигла **17%**. В издательской компании Wiley продажи электронных книг в 2011 г. утроились и составляют сегодня **11%** объема продаж деловой и развлекательной литературы.

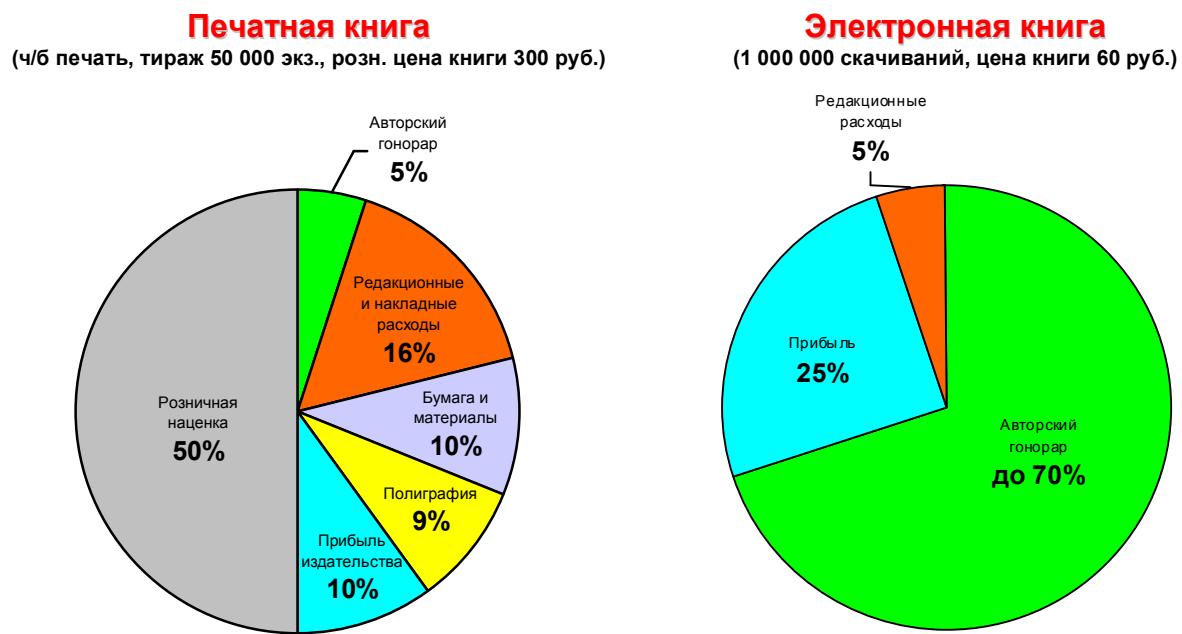
Согласно исследованию компании O'Reilly Media, продажи цифровых книг в большинстве стран Европы пока не превышают 2% от общего объема книжных продаж, но к 2015 году для обозначения их доли на рынке, возможно, придется использовать уже двузначные числа. В 2011 году политика издателей в Европе в отношении электронных книг изменилась. Их лояльность по отношению к цифровому контенту растет, местные каналы дистрибуции электронных книг активно развиваются, подразделения «интернет-гигантов» Amazon, Apple и Google либо уже работают либо готовятся к работе в европейских странах. На гребне волны поднялись интересные отраслевые инициативы, практически все ведущие провайдеры контента обзавелись собственными планшетниками (Amazon Fire, Nook Tablet, the Kobo Vox), а независимые авторы, рискнувшие продавать электронные книги через Amazon, сформировали собственный «клуб миллионеров» из тех, чьи цифровые «тиражи» превысили миллион скачиваний.

Основные технологические прорывы 2011 г. связаны с деятельностью компании Amazon. Книготорговый гигант превратился в издателя, запустил

собственный магазин приложений App Store для Android, «облачный» сервис для хранения файлов и, наконец, выпустил под Рождество планшет Amazon Kindle Fire, который стартовал с такими показателями (1 млн устройств за 1 неделю), которые сделают его реальным конкурентом iPad. Иными словами, Amazon в прошлом году объединил несколько разрозненных сервисов в полноценную платформу с многомиллионной пользовательской базой. В 2012 году конкурентам – Apple и Google, – по всей видимости, предстоит взять реванш. На начало года перевес явно на стороне Amazon. Он не только запустил шесть издательских тематических направлений, но и сервис для самиздата KDP (Kindle Direct Publishing). Примечательно, что из более чем 700 тыс. электронных изданий Amazon десятая часть – самиздат, а 14 авторов перешагнули миллионный рубеж по количеству проданных электронных книг. Следует заметить, что электронно-издательская платформа, не несущая расходов на полиграфию, материалы и иных расходов, имеет возможность выставлять книгу по цене более низкой, чем на печатное издание, и при этом платить более высокий гонорар автору (см. рис. 61). Такая ситуация является потенциальной угрозой для традиционного издательского рынка и рынка полиграфических услуг.

Рис. 61.

Структура розничной цены на печатную и электронную книгу, %



Источник: данные компаний.

Преимущество Amazon перед Apple iBook Store в том, что конвертировать книгу в родной для Kindle формат MOBI можно даже из документа, подготовленного в Word (только e-Pub в ibook), для загрузки не требуется ISBN и ИНН резидента США (обязательное условие Apple iBook). Кроме того, отработанная Amazon книготорговая классификация плюс встроенная система рекомендаций позволяет легко ориентироваться в библиотеке электронного контента мега-магазина. Напротив, и iBook Store, и App Store Apple – довольно большая коллекция несистематизированного контента. Очевидно, чтобы удержать внимание потребителей и поддержать энтузиазм авторов, в 2012 г. Apple должен перестроить работу хотя бы в одном из своих магазинов, вероятнее всего, в приложениях.

В октябре 2011 г. испанская издательская группа Planeta объявила о проекте «e-círculo», который позволит читателям получать доступ к электронным книгам по подписке в пакете других цифровых продуктов. Основной целью проекта «e-círculo» будет не только продажа книг, но и противодействие пиратству путем создания нового облачного сервиса для доступа к электронным книгам. Президент издательской группы Planeta Хоце Мануэль Лара во время презентации проекта отметил, что он будет отвечать основным «золотым правилам» цифровой эры – предоставлять читателям возможность экономить средства благодаря ценовой разнице между печатной книгой и ее электронной копией и не допускать, чтобы отчисления автору от цифровых продаж были меньше, чем от продаж традиционной книги.

В 2010 г. три ведущих испанских издательских группы – Planeta, Random House Mondadori и Santillana в сотрудничестве с другими крупными издательствами основали общую электронную платформу для распространения электронных изданий Libranda. Данная платформа является B2B цифровым сервисом, поставщиками которого являются издатели, а потребителями – онлайн-магазины. К настоящему времени Libranda заключила соглашения более чем с 110 издательствами-партнерами и «поставляет» электронные книги на испанском языке более чем в 60 интернет-магазинов Европы, Латинской Америки и США.

В октябре 2011 г. журнал The Bookseller обнародовал результаты одного из опросов, проводившихся в рамках ежегодного исследования цифрового сегмента книжного рынка США. Как выяснилось, более половины из примерно двух тысяч опрошенных издателей полагают, что книги в цифровом формате обгонят по продажам своих традиционных конкурентов – печатные издания – к концу нынешнего десятилетия. Среди этой группы респондентов более четверти (25,9%) предположили, что переломный момент в распределении долей рынка произойдет где-то между 2015 и 2019 годами; 16,4% опрошенных считают, что это случится в 2014 году, 8,6% – в 2013, 4,9% – в 2012 году.

Среди опрошенных издателей примерно треть (32,5%) заявила, что доля цифровых книг в их выручке составляет пока менее 3%. И при этом почти столько же (32,1%) представителей издательского сообщества прогнозируют, что к 2020 году на электронные книги будет приходиться более половины продаж их продукции. 92,7% заявили, что в их ассортименте ныне представлен цифровой контент – преимущественно в виде электронных книг и электронных приложений.

В целом же респонденты были настроены вполне оптимистично в отношении стремительного роста цифрового сегмента, ожидаемого в ближайшем будущем. 67,6% заявили, что поворот к «цифре» может способствовать росту книжного рынка в целом, однако 13,1% придерживаются противоположного мнения и прогнозируют сокращение рынка.

Развитию сегмента электронных изданий могут помешать более высокие, чем на традиционную книгу, налоги, фиксированные цены, а также в целом нежелание определенной части издателей и книгораспространителей работать на относительно небольшом, но более сложном рынке. Сопротивление, вероятнее всего, будут продолжать оказывать также стойкие приверженцы печатной книги, для которых именно она является культурным символом европейской традиции просвещения.

В России многие издатели по-прежнему не считают целесообразным перевод в электронный формат всех издаваемых ими книг, ссылаясь на те преимущества, которые имеются у традиционных книг (цветные иллюстрации, тактильные

ощущения, простота использования). Однако, по мнению гендиректора компании «ЛитРес» С.Анурьева, при сохранении нынешних темпов роста рынка электронных книг доля продаж легальной электронной книги не позднее 2015-2017 гг. может составить 5% от нынешнего объема книжного рынка (**3,0 млрд руб.**). При этом, по мнению брэнд-директора издательства «Эксмо» В.Чичирина, в России не будет такого «взрывного» роста рынка электронных книг, как в США. В России для этого нет базы, нет своего «Amazon'а». Скорее всего, рост рынка будет происходить медленно и постепенно, как в Германии. По мнению аналитика, Россия и Германия очень похожи и по уровню развития инфраструктуры в цифровом пространстве, и по доле рынка электронных книг.

Сегодня ключевыми факторами роста рынка электронной книги являются:

- рост объемов продаж устройств для чтения на территории РФ и СНГ, снижение стоимости данных устройств;
- низкая цена электронной книги-файла по сравнению с печатной;
- проникновение специализированных приложений по чтению в большинство современных устройств (телефоны и планшетники Apple, Samsung, устройства на базе android и пр.);
- появление большого количества игроков на рынке распространения электронных книг и продвижение легального потребления электронных книг, которое постепенно начинает нивелировать пиратство;
- усиление внимания издательств и агентов к рынку электронной книги, и, как следствие, – расширение ассортимента и улучшение качества предложения легальных сервисов;
- гибкие модели реализации электронной книги – pay per download, подписная модель и др.

Центральным для развития рынка электронной книги в России является вопрос развития бизнес-моделей ее продажи. В настоящее время существуют три таких модели.

Первая – продажи электронных книг в виде файлов. На Западе эту модель реализует Amazon, на российском рынке – «ЛитРес». Отдельного внимания заслуживает модель, когда крупные игроки (например, сеть магазинов Barnes&Noble) активно подписывают читателей на свои ридеры с предустановленным контентом и тем самым активно завоевывают долю рынка и создают неплохие предпосылки на будущее. Крупные игроки отечественного книжного ритейла уже размышляют о создании совместной с издателями бизнес-модели, когда издатель предоставляет книготорговцу контент и вместе с ним продает его читателю на совместно созданном ридере.

Вторая – это подписная модель, когда пользователь по подписке получает полный доступ к тому или иному ресурсу на определенный период времени (с возможностью продлить подписку по ее окончании или отказаться от нее). Об этой модели достаточно много говорят на Западе, но в России при ее реализации есть существенные риски взаимодействия между издателями и владельцами контента. Однако, по мнению генерального директора издательства «Эксмо» О.Новикова, при определенной договоренности издатели могли бы предложить такой способ донесения контента до потребителя. «Если цена будет разумной, качество предложения высоким, а контент достаточно полным, – это будет эффективная альтернатива пиратству», – уверен О.Новиков.

Третья модель требует инвестиций со стороны издателей – это мультимедийные приложения к электронным книгам, выполненные на базе основного контента. Рынок электронных приложений пока небольшой, но его потенциал, особенно если говорить о прикладной литературе, профессиональных программах обучения, когда текст может быть дополнен интерактивными вставками, видео- и аудиоприложениями, возможностью тестирования своих знаний, – заслуживает внимания.

Отдельного рассмотрения требуют проблемы ценообразования на электронные книги. Цена на электронные книги практически по всей Европе в целом на 10-20% ниже цены бумажного издания. Ценовые войны так же характерны для виртуального мира, как и для реального. Стандарт цены в 9,99 долл. был задан в свое время компанией Amazon. Apple, чуть позже вышедшей на рынок цифровых изданий, ничего не оставалось, как попытаться изменить правила игры и обойти конкурента за счет новых решений. В результате возник App Store, где через iBook Store книги продавались по сравнимой с Amazon цене, а через другие приложения по цене, рекомендованной Apple, и зачастую ниже 9 долл.

Во всех без исключения странах финансовую ситуацию осложняет и юридический статус электронных файлов. В отличие от книг, проходящих по категории «товар», электронные книги таковыми не являются, и читатель, оплачивая покупку, по сути, оплачивает услугу или право доступа. На электронные книги не всегда распространяются льготы по НДС, который в зависимости от страны, как было показано выше, составляет до пятой части цены.

Табл. 24.

Цены на бумажную и электронную книгу в ведущих странах мира, евро

Страна	Средняя розничная цена бумажной книги	Средняя цена электронной книги	Цена электронной книги в % к цене бумажной
Великобритания	10,68	9,71	91%
США	11,33	10,13	89%
Франция	19,93	15,80	79%
Германия	16,35	12,66	77%

Источник: Global eBook Market, 2011

Существенными факторами, стимулирующими спрос на электронные книги, является доступность легального контента. Ассортимент ведущих мировых агрегаторов представлен в табл. 25.

Табл. 25.

Ассортимент ведущих игроков рынка электронной книги в некоторых странах мира

Страна	Основные игроки	Количество наименований в ассортименте (тыс.)	Количество наименований на национальном языке (тыс.)
Великобритания*	Amazon Over drive EBL (eBook Library)	1000	
США*	Amazon Barnes & Noble Apple	950 2 000 60	
Франция*	Numilog Fnac	164 82	22
Германия*	Libri	80	28
	Amazon	н/д	40
	Libreka!	450	80
Россия**	«ЛитРес» «Аймобилко»	200 30	60
	Ozon.ru	14	14

Источники: *– Global eBook Market, 2011; ** – данные компаний.

Развитие рынка легальных электронных изданий возможно только при усилении борьбы с пиратством, однако для этого необходимо широкое предложение качественно подготовленных легальных книг в цифровом формате. Сегодня же легальные ресурсы по своему ассортиментному предложению существенно отстают от пиратских. На пиратских сайтах предлагается порядка 100-110 тыс. книг, тогда как в легальном доступе сегодня находится не более 60 тыс. наименований.

Сайты со ссылками на «пиратский» контент регулярно отслеживаются, их руководство нередко идет навстречу правообладателям, в результате чего в последние два года в Интернете было снято более 25 000 ссылок на распространяемые пиратским способом книги, а также получен доступ к файлообменным сайтам с возможностью прямого снятия ссылок, нарушающих авторские права. В отношении сайтов, которые базируются на российских серверах (или на серверах в странах СНГ) практикуется также снятие доменов с делегирования (процедура стоит довольно дорого: 150-200 тысяч рублей за каждый сайт). Сайты, использующие серверы в зарубежных странах, по-прежнему вне досягаемости, поэтому, по словам генерального директора «ЛитРес» С.Анурьева, борясь с ними можно только на территории России, ограничивая к ним доступ пользователей. В частности, это возможно при содействии поисковых систем: в 2011 г. была достигнута договоренность с Google о блокировке выдачи в результатах поисковых запросов ссылок на сайты, содержащие «пиратский» контент. В то же время поисковая система «Яндекс», с аналогичным призывом к которой обратился ряд российских писателей в июле 2011 г., не пошла навстречу правообладателям. В «Яндексе» заявили, что компания вправе сама определять политику размещения контента и накладывать ограничения на него только там, где выступает в качестве хостера (например, на сервисах «Яндекс.Народ», «Яндекс.Видео», «Яндекс.Фотки»), но не имеет права по своему усмотрению вмешиваться в вопросы использования третьими лицами чужих объектов авторского права.

По оценке генерального директора издательства «Эксмо» О.Новикова, сегодня доля электронных книг (лицензионных и нелицензионных) составляет около 5% российского рынка, при этом 90% скачиваний электронных книг обеспечивают «пираты», что составляет, по мнению О.Новикова, около 3-4 млрд руб. потерь в год. Следует, однако, отметить, что далеко не все полученные пиратским способом книги читаются (потребляются) пользователями, и их скачивание в таких масштабах обусловлено лишь тем, что данный продукт достается пользователю бесплатно. Реальные же потери книжного рынка от скачанных и прочитанных книг существенно меньше.

В деле борьбы с «пиратством» участники рынка рассчитывают на дальнейшее развитие законодательства и правоприменительной практики, на взаимодействие с правоохранительными органами и создание качественной альтернативы «пиратским» ресурсам. Прежде всего, необходимо выявить проблемы в законодательстве, которые не позволяют эффективно бороться с распространением нелегального контента, а также продолжить переговоры с поисковыми системами.

Одна из моделей, которая обсуждается экспертами, сводится к тому, чтобы «пиратские» интернет-ресурсы блокировались по заявлению от Российского книжного союза в МВД России, которое, в свою очередь, направляло бы предписание провайдерам о приостановке обслуживания «пиратского» ресурса. С этой целью Российский книжный союз планирует провести встречи с ключевыми участниками интернет-рынка, чтобы согласовать и закрепить порядок действий.

Неблагоприятная ситуация с пиратством существует не только в России, но и за рубежом. По данным аналитического портала LeMotif.fr, во Франции примерно одинаковое количество электронных изданий можно найти и у официальных агрегаторов, и на пиратских ресурсах – около 35% выпущенных в течение года популярных наименований во всех жанрах. В Германии объем нелегального контента, по некоторым оценкам, составляет до 60%.

Исследования показывают, что росту и популярности нелицензионного контента способствует распространение букридеров и планшетных компьютеров. В 2011 г. консалтинговая компания Entertainment Media Research (Великобритания) провела онлайн-опрос почти 2000 респондентов, пытаясь выяснить их отношение к «пиратству». В результате исследования обнаружено, что интерес к чтению книг в цифровом формате за последний год существенно вырос. При этом 29% владельцев букридеров предпочитают скачивать нелицензионный контент, а среди обладателей планшетных компьютеров таковых и вовсе 36%. Четверть опрошенных признались в том, что не собираются отказываться от «пиратских» книг и намерены читать их и впредь. Проведенный в США компанией American Assembly опрос 2000 пользователей показал, что большинство не считают противозаконным поделиться электронным контентом с родными или друзьями, 46% опрошенных скачивают нелегальный контент, причем в семи из десяти случаев – это молодежь в возрасте от 19 до 27 лет. Между тем только 4% не видят ничего зазорного в скачивании неавторизованного контента со сторонних ресурсов. В целом, по данным исследования, потребители готовы платить за легальную альтернативу, если она доступна по разумной цене и в удобные для пользователя время и место.

Говоря о перспективах развития рынка электронных изданий, следует отметить, что очевидным трендом 2012 г. станет заметный рост электронных продаж на фоне неуклонного снижения продаж бумажных книг. Эксперты прогнозируют, что в континентальной Европе объем электронного рынка в денежном выражении возрастет до 5-10% (с учетом колебаний по странам), в Великобритании составит 10-15%, а в США достигнет 20-25%.

Изменение способа создания и дистрибуции книг вызовет необходимость организационных изменений в издательствах. Наиболее вероятны сокращения в отделах продаж при расширении служб маркетинга и ИТ за счет привлечения программистов и разработчиков электронных книг и приложений.

Поиск вариантов монетизации контента приведет к дальнейшему переходу книгоиздания в сторону других жанров развлечений. Крупные издательства будут либо открывать кроссмедийные подразделения в составе собственной оргструктуры, например, приобретая стартапы либо вступая с ними в стратегическое партнерство. Начало этому тренду положил Random House, основав в 2011 г. совместно с компанией-разработчиком компьютерных игр THQ импринт Random House Worlds. Подразделение использует наработки издательства для создания мультиплатформенных медиийных продуктов: видеоигр по сюжету фильмов, сценарий которых в свою очередь основан на содержании повести или романа.

В 2012 г. издатели и библиотеки продолжат переговоры по условиям передачи контента и доступу читателей к электронным книгам. Вероятнее всего, издатели будут передавать книги по договору, который ограничивает доступ к файлу определенным числом раз. Доступ будет осуществляться либо в помещении библиотеки, либо в «облаке» на его сервере. Появятся и межбиблиотечные электронные базы контента.

Темой 2012 г. станет самиздат. Всплеск самиздата, порожденный цифровой революцией, родственен аналоговому издательскому буму, случившемуся в 80-90-х годах прошлого века в связи с приходом на рынок настольных издательских систем. Однако производство коммерчески привлекательного, а значит, качественного продукта возможно только с привлечением профессиональных ресурсов. Поэтому в 2012 г. усилятся спрос на услуги фрилансеров: редакторов, корректоров, дизайнеров обложек, пиарщиков. Те же авторы, которые предпочтут сконцентрироваться на творческой работе, смогут отдать редакционный и маркетинговый процесс на аутсорсинг в «псевдоиздательские» структуры, обладающие всеми функциями традиционного издательства за исключением ключевой: отбора и оценки рукописей.

Традиционные книжные магазины продолжат развивать сервисы, включая продажу электронных книг и печать по требованию. Последняя технология может реализовываться несколькими путями. Один из них – выбор книги в базе терминала компании-партнера, установленного на площадке книжного магазина. Ожидается также, что в 2012 г. появится машина, подобная Espresso Book Machine, но более компактная и доступная по цене. Более экономичная Espresso Book, равно как и книжные терминалы, – хороший дополнительный сервис не только для предприятий книгораспространения, но и для торговых центров, аэропортов и других общественных мест.

Трудности борьбы с нелицензионным контентом, с одной стороны, и неприятие пользователями контента с DRM – с другой, оставляют два пути для дистрибуции электронного контента: через патентованные «закрытые» ридеры или «облачные» сервисы. Первый вариант подходит для книготорговых сетей или крупных онлайн-ресурсов, располагающих большими объемами контента. Ожидается, что в 2012 г. свой ридер появится у Waterstones. Развитие мобильного Интернета подтолкнет к росту «облачных» сервисов, «завязанных» на социальные сети. Пользователь сможет формировать собственную библиотеку, доступ к файлам которой возможен с ограниченного числа устройств, загружать собственные файлы и обмениваться мнениями.

Продолжат снижаться цены на ридеры и планшетные компьютеры. Ожидается, что Amazon выпустит планшет большего размера с экраном в 8,9 дюйма по цене ниже 299 долл., Apple, в свою очередь, выпустит на рынок уменьшенную копию iPad по конкурентной цене.

Средняя цена на электронные книги в ведущих странах мира установится в диапазоне от 3,99 до 6,99 долл. В этой вилке будут размещать профессионально подготовленный контент издательства и авторы качественного самиздата. Бестселлеры будут продаваться по цене около 9,99 долл., а «читво» – 2,99 долл. и ниже. Менее 2,99 долл. могут оцениваться короткие рассказы, а также книги в период промо-кампании. Роялти авторов при продаже электронных изданий в отдельных случаях возрастут с 25% до 40%.

Говоря о ситуации в России, специалисты издательства «Эксмо» предложили несколько сценариев развития событий в книжной отрасли в недалеком будущем.

Оптимистический сценарий, когда глубина изменений на рынке электронных изданий низкая, а адаптивность издателей к этим изменениям высокая. В данном случае падение тиражей компенсируется бурным развитием онлайновых и электронных продаж. Доходы издателей растут, т.е. происходит то, что сегодня происходит на газетно-журнальном рынке, когда за счет правильной синергии продаж цифровых и традиционных изданий достигается сохранение и даже увеличение

объемов реализации за счет изменения бизнес-моделей и постепенной переориентации с выпуска печатных книг на выпуск электронных. В этой системе печатная версия уже менее ценна, она постепенно вытесняется с рынка, и в этом случае обстоятельства вынуждают издателей почти полностью менять свои бизнес-модели.

Второй сценарий – это стагнация, или текущая ситуация, когда несущественное падение тиражей компенсируется несущественным ростом дохода от продажи электронных книг.

Наконец, третий сценарий, пессимистический, заключается в том, что электронные технологии стремительно «роняют» тиражи, а отрасль не в состоянии к этому изменению адаптироваться.

По мнению аналитиков издательства «Эксмо», в России более реалистичен оптимистический сценарий.

3.2. Рынок электронных читающих устройств в России

Согласно результатам исследования российского рынка устройств для чтения электронных книг (e-book readers, EBR), проведенного аналитической группой SmartMarketing, общий объем их продаж на российском рынке по итогам 2011 г. составил 1,43 млн шт. (с учетом устройств всех типов и категорий, включая ридеры с экранами на базе «электронных чернил» e-Ink и TFT-технологии), что на 265% больше соответствующего показателя 2010 г. (539 тыс. шт.). В то же время, по оценкам российского производителя цифровой электронники и компьютерной техники «WEXLER» и компании «ЛитРес», в 2011 г. было реализовано чуть более 1,0 млн. устройств для чтения электронных книг на базе «электронных чернил» и около 900 тыс. планшетных устройств (см. рис. 62).

Рис. 62.

Объем продаж устройств для чтения электронных книг в России в 2007-2011 гг. (тыс. штук)



Источник: компании «Wexler», «ЛитРес».

Главный итог 2011 г. заключается в том, что рынок устройств для чтения электронных книг в целом прошел фазу «молодого» и неупорядоченного рынка. Сегодня он стабильно растет, динамика его роста не снижается, причем две трети продаж пришлись на вторую половину года, в особенности на четвертый квартал. При этом любопытно, что, несмотря на продолжающееся активное распространение ридеров с экраном e-Ink в 2011 г., эксперты пророчат этим устройствам недолгую жизнь. С удешевлением многофункциональных планшетов, таких как iPad, ридеры как узкоспециализированный гаджет отойдут на второй план и в течение 2-3 лет могут совершенно исчезнуть с рынка. Говоря о растущей популярности iPad, игроки рынка указывают на изменение вкусов аудитории, появление нового поколения читателей, для которых книжный текст уже не является главным носителем информации, им привычнее воспринимать новые знания через визуальные формы или видео.

В 2011 г. на рынке устройств чтения электронных книг одинаково динамично развивались обе основные товарные группы: «ридеры» с дисплеями на базе «электронных чернил» (e-Ink), доля в продажах которых по итогам года составила, по оценкам аналитической группы SmartMarketing, около 47%, и устройства на базе TFT-дисплеев, включая конвергентные, доля в продажах которых по итогам года составила около 53%.

По данным группы SmartMarketing, состав игроков рынка в 2011 г. по сравнению с 2010 г. в целом не изменился. Число вендоров, чья продукция стабильно представлена в сегменте и розничных сетях, составило 52, однако при этом изменилась расстановка сил в первой десятке рынка. Наиболее значимое событие года – марка PocketBook, сумев в целом сохранить рыночную долю в сегменте e-Ink (41,5%), в секторе устройств с TFT-экраном уступила первое место марке WEXLER (32,6%). Тем не менее, в целом в 2011 г. PocketBook оставалась лидером рынка электронных книг с долей 30,3% по обоим сегментам.

Десятка лидеров рынка с экранами e-Ink представлена на рис. 63. Десятка лидеров рынка устройств для чтения электронных книг с TFT-экранами в 2011 г. представлена на рис. 64.

Рис. 63.
Десятка лидеров рынка устройств для чтения с экранами e-Ink в 2011 г.

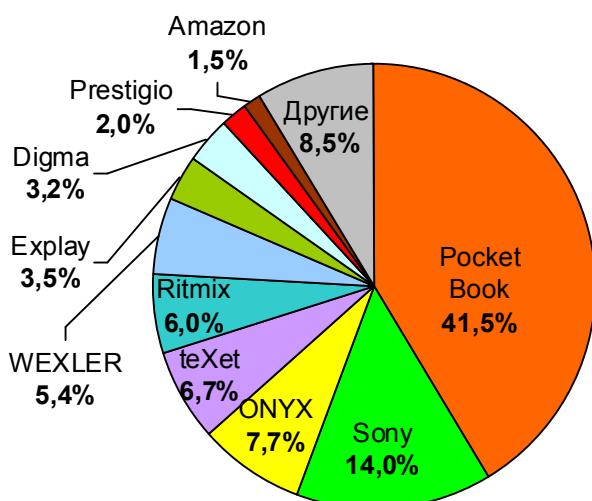
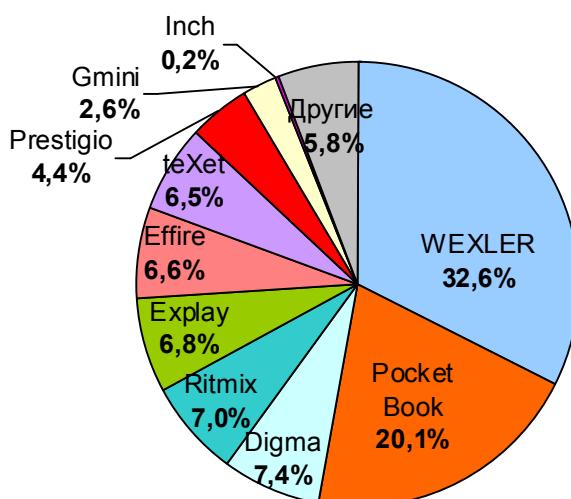


Рис. 64.
Десятка лидеров рынка устройств для чтения с TFT-экранами в 2011 г.

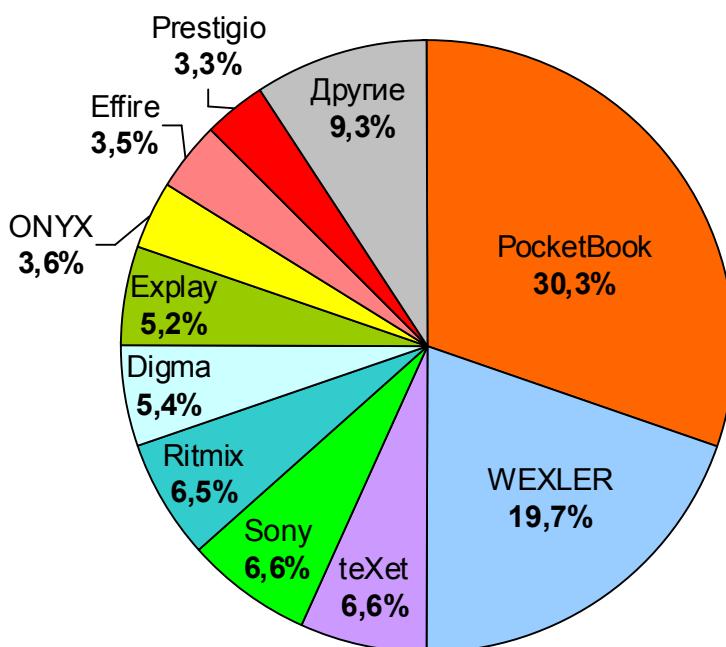


Источник: Аналитическая группа «SmartMarketing».

Десятка лидеров рынка устройств для чтения электронных книг в целом по 2011 г. представлена на рис. 65.

Рис. 65.

Десятка лидеров рынка устройств для чтения электронных книг в целом по 2011 г.



Источник: Аналитическая группа «SmartMarketing».

Основной тенденцией рынка электронных читающих устройств в 2011 г. было снижение цен. По оценкам группы SmartMarketing, основная масса (более 70%) TFT-ридеров предлагалась в ценовой нише 3-6 тыс. руб.; более 60% моделей с экранами e-Ink предлагалось по цене 7-12 тыс. руб. Вследствие снижения цен (и маржи) с рынка постепенно уходят небольшие поставщики, при этом активная роль переходит к специализированным компаниям и торговым маркам, связанным с электроникой (Prestigio, teXet, Digma др.).

Заметным событием на отечественном рынке устройств для чтения в 2011 г. стало начало официальных продаж в России электронных книг Sony. Продажа ридеров Sony в сотнях магазинах ее реселлеров создает определенную угрозу для российских брендов. Пока неизвестно, насколько российским вендорам удастся конкурировать с Sony, но им, как минимум, придется искать нестандартные маркетинговые и PR-решения.

В условиях нарастания конкуренции и снижения маржи, вендоры стремятся предложить рынку устройства с дополнительными функциями, призванными оправдать некоторое увеличение стоимости для покупателя. В итоге, уже в первой половине 2011 г. нормой стали устройства с сенсорными экранами (причем, даже для бюджетного сегмента, куда в основном сместились топ-модели «прошлогодних коллекций»), увеличивается доля устройств со средствами беспроводного доступа в Интернет и др.

В конце декабря 2011 г. в крупнейшем российском магазине электронных книг «ЛитРес» начались продажи собственных брендированных устройств для чтения электронных книг. Букридер «ЛитРеса» выпущен на рынок под брендом «LitRes:Touch» и ориентирован, в первую очередь, на покупку электронных книг в этом интернет-магазине. По умолчанию устройство настроено на покупку электронных книг на сайте «ЛитРес», хотя существует возможность загрузки и чтения файлов, полученных из других источников. Букридер поддерживает форматы PDF, ePub, HTML, DOC, TXT, RTF, Fb2, PRC.

Одновременно с «ЛитРес» продажи собственного букридера под торговой маркой «i-Ведь» начала петербургская книжная сеть «Буквоед». Как заявляет генеральный директор сети Д.Котов, покупатели устройства смогут оперативно получать информацию о книжных новинках и мероприятиях книжного клуба «Буквоед», осуществлять заказ электронных и печатных копий книг, формировать собственную электронную библиотеку, получать рекомендации и т.д. Основная задача букридера, по словам Д.Котова, – укрепление коммуникации с посетителями книготорговой сети. Поставщиком электронного контента для сайта «Буквоеда» и букридера «i-Ведь» является «ЛитРес».

Розничная цена на оба устройства одинаковая – 6499 рублей.

Как уже было отмечено выше, подобный опыт выпуска собственного брендированного букридера уже имеет российский интернет-магазин Ozon.ru. В 2010 г. компания выпустила свой ридер Ozon Galaxy с возможностью бесплатного высокоскоростного соединения через мобильный Интернет 3G от компании МТС. Устройство также было оснащено электронной библиотекой самого интернет-магазина. Выпустив ридер Ozon Galaxy, компания договорилась с оператором связи МТС о бесплатном интернет-доступе для пользователей с этого ридера в свой магазин. Однако данный букридер не снискал большой популярности среди покупателей, компания продала всего несколько тысяч устройств и отказалась от выпуска второй модели Ozon Galaxy.

В целом в 2011 г. продажи ридеров в крупнейших розничных сетях выросли в 7-13 раз. Так, в «М.Видео» продажи ридеров выросли в 2011 г. по сравнению с предыдущим годом в семь раз – с 20 000 до 140 000 штук. В «Евросети» продажи этих устройств в натуральном выражении выросли почти в 14,6 раза, а в денежном – более чем в 7 раз. В «Связном» продажи ридеров в штуках выросли за 2011 г. почти в 13 раз. Всего за прошлый год россияне купили, по оценке «Евросети», 850 000 ридеров (компании «SmartMarketing», «WEXLER» и «ЛитРес», как было показано выше, придерживаются более оптимистичных оценок), а в 2012 г. продажи могут достигнуть 1,5 млн штук. Ритейлеры объясняют стремительный рост популярности ридеров удешевлением этих устройств. Например, в «М.Видео» за 2011 г. средняя цена ридера снизилась более чем на 58%, в «Связном» – на 52%, а в «Евросети» и вовсе вдвое.

Тенденция, связанная со снижением цен, является позитивной для рынка: устройства для чтения электронных книг переходят в класс массовых продуктов, степень проникновения ридеров среди населения увеличивается. По мнению группы SmartMarketing, сегодня доминирующая половозрастная категория в социально-демографической базе покупателей «читалок» – женщины от 30 лет и старше.

IV. ЧТЕНИЕ БУМАЖНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ В РОССИИ

В конце мая 2011 года Всероссийский центр изучения общественного мнения провел очередное экспресс-исследование читательских предпочтений и привычек. В опросе приняли участие 1600 человек в 138 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. Специалисты ВЦИОМ стремились выяснить, сколько книг имеется в домашней библиотеке среднестатистического россиянина, сколько книг в среднем прочитали российские граждане за последние месяцы, где берут книги, чтобы почитать, и насколько популярны такие виды книг, как электронные и аудио-, в сравнении с традиционными книгами.

Как оказалось, около половины жителей России в домашней библиотеке имеют менее сотни книг, причем число таких респондентов существенно выросло на протяжении последнего десятилетия (28% – в 1990 году, 49% – в текущем). 31% опрошенных могут похвастаться более обширным собранием: у 19% дома есть от 100 до 300 книг (23% в 1991 году), 6% – от 300 до 500 (15% в 1991 году), 4% – от 500 до 1000, 2% – свыше 1000 книг. 18% опрошенных признались, что книг у них дома нет.

За три месяца житель России прочитывает в среднем 3,94 книги, в то время как в 1992 г. этот показатель составлял 5,14. Время чтению чаще посвящают жители Москвы и Санкт-Петербурга (5,28 книг) и люди предпенсионного возраста (4,45 книг). Треть респондентов покупает книги, которые им хочется прочитать: большинство в этой группе – 35-44-летние (41%). Традиция брать книги у знакомых теряет популярность (с 37% до 27% за два года). 26% заявили, что берут нужное издание в своей домашней библиотеке. Более популярным стало скачивание из Интернета (с 5 до 11%), особенно среди молодежи (27%). Доля тех, кто ходит за книгой в городскую библиотеку, почти не изменилась (9%), а покупают книги в интернет-магазине или заказывают по почте всего 1% респондентов – и эта доля также осталась на уровне показателя двухгодичной давности.

По данным ВЦИОМ, 35% россиян никогда не читают книги. В 1996 г. таких граждан было 20%. При этом практически ежедневно читают книги только 22% россиян, в то время как в 1996 г. постоянными читателями книг были 31% россиян. В основном книги читают женщины (27%), 25-44-летние (48-50%) и высокообразованные респонденты (45%). 42% россиян читают книги иногда (в 1996 г. – 49%). Больше всего читают в Северо-Западном федеральном округе, а меньше всего в Поволжье. Постоянным читателем журналов является каждый пятый россиянин. Журналы никогда не читают 35 %, иногда – 45%, ежедневно 19 %.

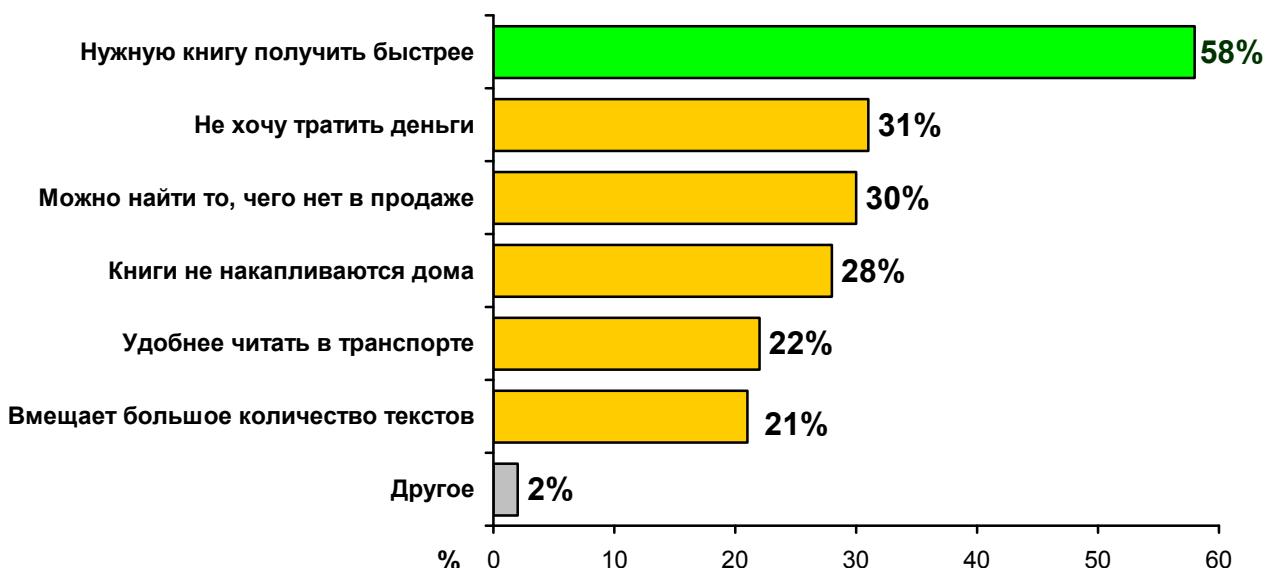
Самостоятельным явлением становится чтение электронных книг. В сентябре 2011 г. Аналитический центр Юрия Левады по заказу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям провел масштабное социологическое исследование, посвященное электронному чтению в России. Исследование проводилось на базе 12 крупнейших городов Российской Федерации – Москвы, Санкт-Петербурга, Волгограда, Екатеринбурга, Казани, Нижнего Новгорода, Новосибирска, Омска, Ростова-на-Дону, Самары, Уфы, Челябинска. Опрашивались жители 18 лет и старше, читающие книги – художественную или специальную литературу. В окончательную обработку попало более 1000 анкет.

С момента появления электронных читающих устройств на российском рынке прошло не так много времени, однако осведомленность об их существовании у жителей крупных российских городов присутствует. Так, о ридерах знают 84% опрошенных горожан, и лишь 16% опрошенных пока о них не слышали.

Вместе с тем, при достаточно высокой осведомленности о существовании электронных книг и устройств для их чтения, пользователи по-прежнему предпочитают читать традиционные книги: только 3% из опрошенных жителей Москвы, Санкт-Петербурга и других крупных городов ответили, что читают исключительно электронные книги, не прибегая к «бумажным». При этом 72% респондентов ответили, что они по-прежнему читают только обычные книги. И, наконец, 25% опрошенных заявили, что они читают и обычные книги, и электронные. Таким образом, читатели электронных книг пока не отказываются и от чтения «бумажных».

Интересны мотивы, побудившие нынешних читателей электронных книг перейти от чтения с листа к чтению с экрана. 58% респондентов ответили, что одним из основных факторов, побудивших их перейти «с бумаги» на «цифру» стало то, что нужную книгу в электронном формате можно получить *быстрее* (см. рис. 66).

Рис. 66.
Основные причины перехода от чтения бумажных к чтению электронных книг



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

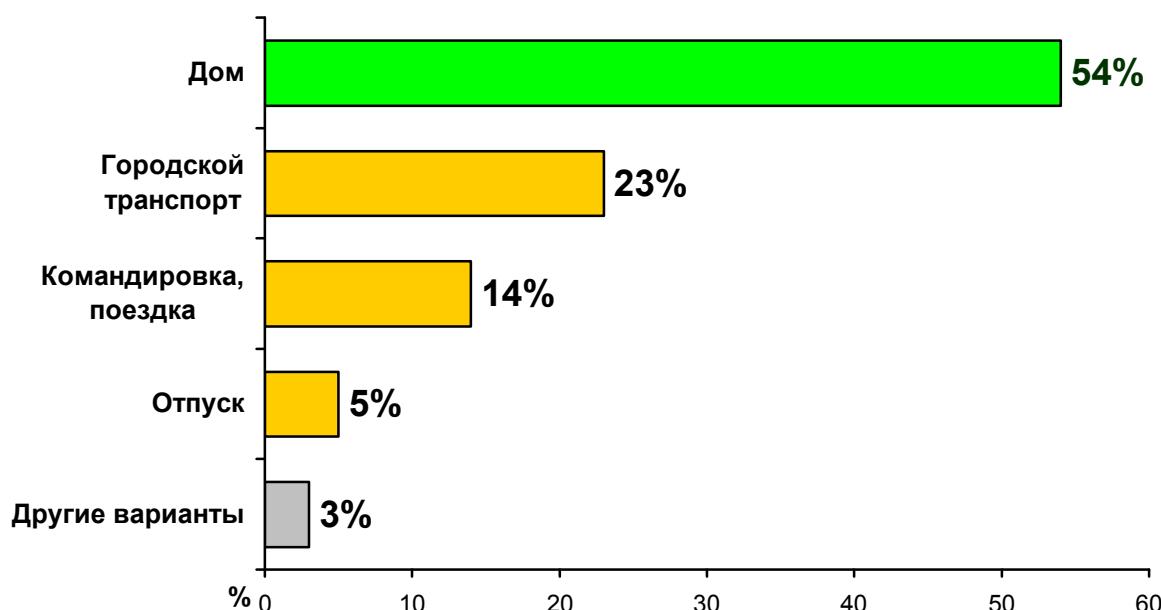
Сама по себе быстрота получения нужной книги может трактоваться по-разному (например, что за ней не надо ехать в магазин), однако примечательно, что вторым по популярности ответом стал ответ *«не хочу тратить деньги»*. Таким образом, достаточно большая группа пользователей, обращающихся к чтению электронных книг, заведомо считает, что электронная книга, в отличие от «бумажной», – *продукт бесплатный*, и переход к чтению электронных книг принесет им экономию. Более того, связь первого и второго по популярности ответов на заданный вопрос лишний раз указывает на то, что бесплатную (читай – пиратскую) книгу по-прежнему найти в сети достаточно легко, и получить ее на свое устройство читатель может довольно быстро.

Исследование выявило любопытную деталь: вопреки сложившемуся мнению, что с переходом от «бумажного» чтения к «электронному», человек начинает читать меньше, 48% респондентов ответили, что перейдя к электронной книге, они читают приблизительно столько же, сколько читали и раньше, а 42% сказали, что с

появлением электронных книг они стали читать даже больше. Только 3% респондентов сказали, что книги в электронном виде они стали читать меньше.

В процессе исследования было обнаружено, что приверженцы электронных книг чаще всего читают их дома, а не в транспорте, как предполагалось до начала исследования (см. рис. 67). Скорее всего, чтение электронных книг в транспорте имеет место преимущественно в мегаполисах, где путь с работы и на работу нередко занимает 2-3 часа в день. Отчасти факт преобладания «домашнего» электронного чтения объясняется тем, что 46% читателей электронных книг по-прежнему читают их с экрана обычного компьютера. Однако уже 44% респондентов сказали, что они используют для чтения то или иное специальное переносное устройство, а 9% заявили, что распечатывают электронные тексты на бумагу и читают их в привычном виде.

Рис. 67.
Наиболее предпочтаемые место / время для чтения электронных книг

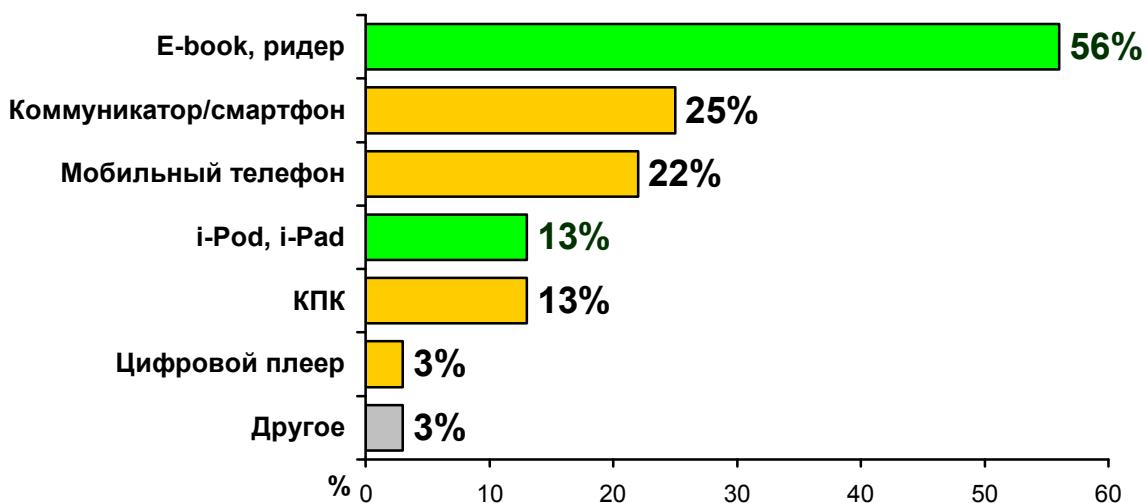


Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Аналитический центр Юрия Левады.

Из числа пользователей переносных читающих устройств 56% указали, что этим устройством является ридер, который чаще всего и ассоциируется с «электронной книгой» (см. рис. 68). Далее по шкале популярности устройств, используемых для чтения, следовали коммуникатор/смартфон (25%), мобильный телефон (22%), и только 13% – i-Pod или i-Pad. Здесь важно отметить разницу между российским и американским рынками электронных читающих устройств: если в нашей стране подавляющее большинство их пользователей предпочитает чтение с ридеров, то за рубежом в большей степени читают с i-Pod и i-Pad (или используют многофункциональные планшетные устройства других видов).

Рис. 68.

Виды электронных носителей, кроме ПК, используемые для чтения книг



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

Респондентам был задан ряд вопросов о том, какие они видят достоинства и недостатки электронных гаджетов. **Половина опрошенных** в качестве главных из достоинств электронных читающих устройств видит то, что в них можно закачать нужное и стереть ненужное (см. рис. 69). Вторым по популярности ответом (42% опрошенных), оказался ответ, согласно которому электронные книги гораздо дешевле бумажных. Этот ответ можно трактовать по-разному: электронная книга сегодня действительно существенно дешевле бумажной, однако этот же вариант ответа не отрицает, что под словами «гораздо дешевле» часть пользователей подразумевает бесплатное скачивание книг. 8% считают, что бумажные книги как продукт устарели.

Рис. 69.

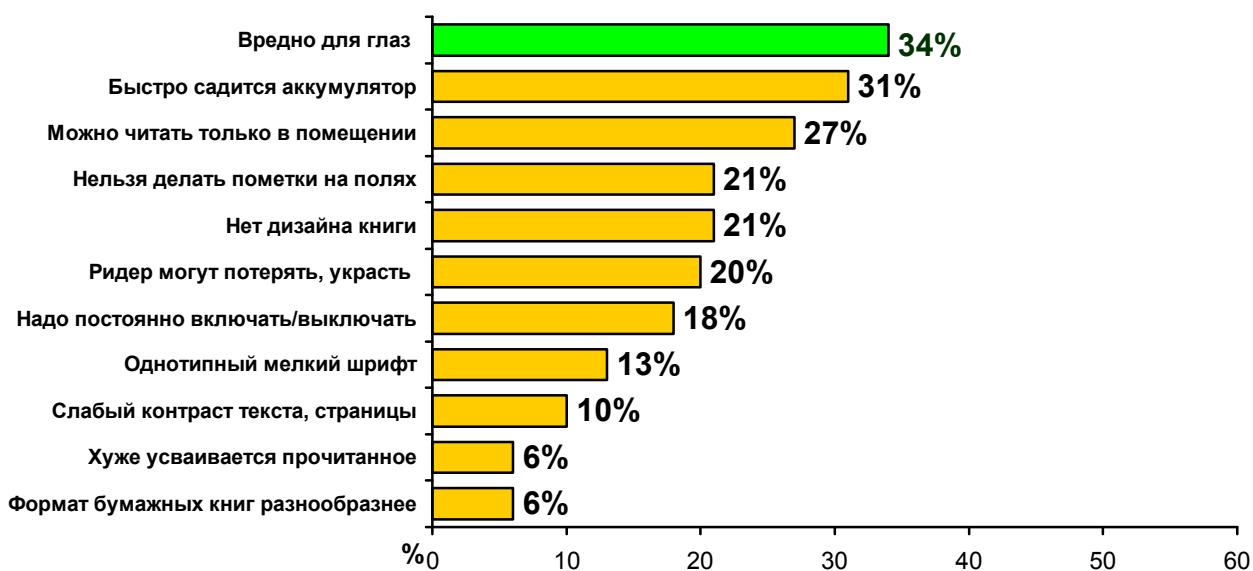
Главные достоинства электронных гаджетов



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

Одним из важных вопросов исследования был вопрос, какие, по мнению пользователей электронных гаджетов, у этих устройств есть *недостатки*. И первым, вполне ожидаемым, ответом был «*вредно для глаз*». Несмотря на то, что производители электронных читающих устройств совершенствуют их с каждым годом, и ежегодно на рынке появляются все новые и новые модели, этот вариант ответа в качестве главного недостатка выбирают 34% респондентов (см. рис. 70).

Рис. 70.
Главные недостатки электронных гаджетов



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

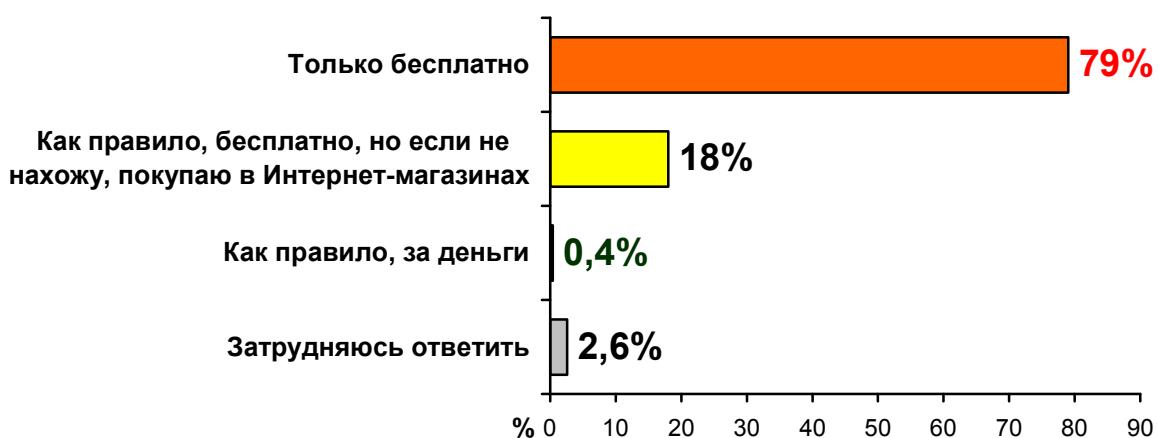
Довольно большая часть пользователей «ожидает» от электронных устройств «проявления» в них ряда свойств бумажной книги и испытывает неудобства, связанные с их отсутствием. Так, отсутствием возможности делать пометки на полях «недоволен» 21% пользователей электронных гаджетов; столько же отмечают отсутствие дизайна книги; 13% читателей сетуют на однотипный шрифт; 10% – на слабый контраст текста и «страницы», и, наконец, 6% отмечает, что форматы бумажных книг гораздо разнообразнее.

В последние годы в библиотечной и в педагогической среде сформировалось мнение, что при чтении текста с экрана прочитанное усваивается хуже. Однако данный тезис читателями электронных книг был «опровергнут»: только 6% из них утверждают, что прочитанное ими с экрана усваивается хуже, чем прочитанное с «бумаги».

Помимо потребительских свойств электронных устройств, в рамках исследования были изучены содержательные аспекты электронного чтения.

Как показало исследование, примерно половина опрошенных скачивает книги для досугового чтения, четверть – для учебы и столько же – «и для того, и для другого». При этом на вопрос о том, как скачивают читатели электронных книг сеть литературу, ответы были получены достаточно красноречивые. Почти 80% читателей электронных книг признались, что они загружают книги только бесплатно, 18% отметили, что обращаются к платной версии книг только при отсутствии бесплатной, и, как правило, платят за скачиваемые произведения *менее 1%* читателей (см. рис. 71).

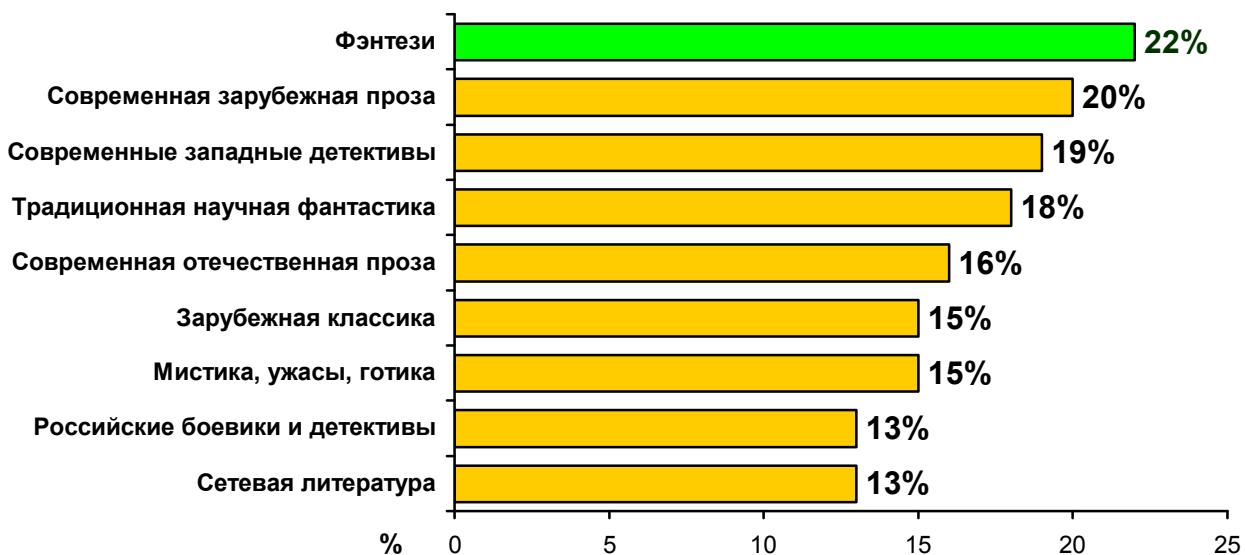
Рис. 71.
Способы скачивания электронных книг из Интернета



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

Среди наиболее «читаемых» жанров *художественной литературы* в электронном виде на первом месте пользователи выделили фэнтези, далее следовали современная зарубежная проза, зарубежные детективы и научная фантастика (см. рис. 72).

Рис. 72.
Самые «читаемые» жанры художественной литературы в электронном виде



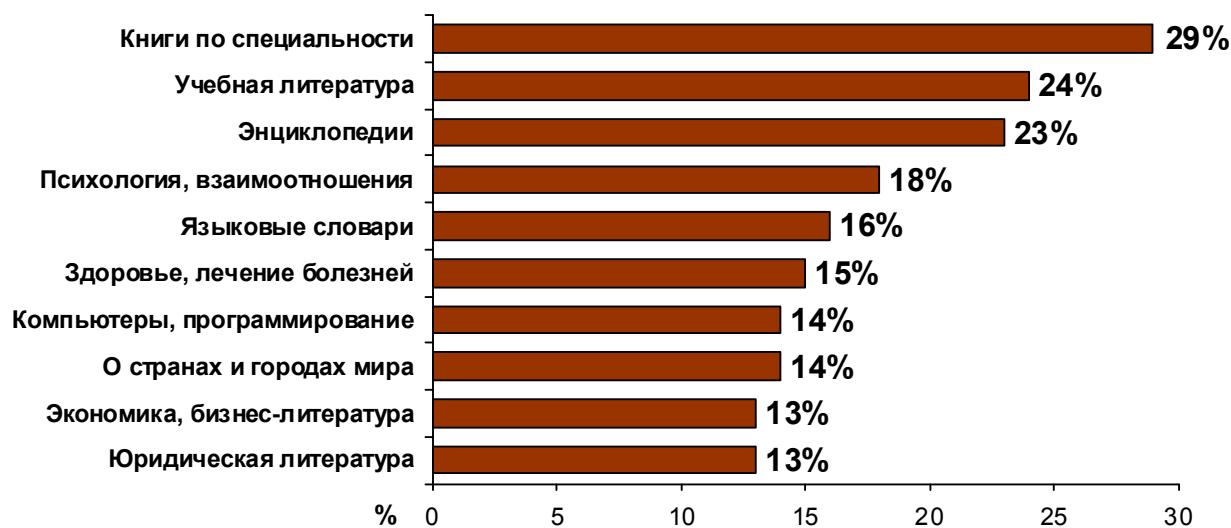
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Аналитический центр Юрия Левады.

Можно сделать вывод, что наиболее «читаемые» жанры художественной литературы зависят, скорее, не от носителя этих текстов (бумажного или электронного), а *от возраста читателя*, поскольку обозначенные жанры в большей степени отражают круг чтения молодого читателя.

Самыми «читаемыми» в электронном формате среди нехудожественной литературы оказались *книги по специальности (29%), учебная литература (24%) и энциклопедии (23%)* (см. рис. 73).

Рис. 73.

Самые «читаемые» виды нехудожественной литературы в электронном виде



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

Достаточно интересным является различие в *моделях читательского и покупательского поведения* потребителей печатных и электронных книг.

На вопрос «*Для чего Вы чаще всего покупаете книги?*» читатели «бумажных» книг чаще дают «традиционные» ответы, соответствующие моделям книгопотребления, характерным для конца 1970 – начала 1980-х гг.: «для домашней библиотеки» (*около 50%*), «прочитать и отдать» (*45%*). В то же время читатели, совмещающие электронное и бумажное чтение, более практичны в выборе книг и чаще, чем «бумажники», покупают их «для учебы» (*около 30%*), «для работы» (*22%*), т. е. в познавательных и деловых целях.

Читательская мотивация приверженцев «бумажных» книг вполне традиционна: они чаще, чем читатели электронных книг, отвечают «чтобы развеяться, развлечься» (*42% читателей «бумажных» книг против 33% читателей электронных книг*), «отвлечься от повседневных забот» (*32% против 24%*), «получить эмоции, переживания» (*26% против 22%*). Напротив, практический подход к чтению превалирует у читателей, предлагающих «электронное» чтение: «узнать что-то интересное, расширить кругозор» (*59% против 47%*), «получить новый опыт» (*27% против 22%*), «для работы» (*26% против 14%*), «для учебы» (*21% против 6%*). Можно сделать вывод, что «бумажное» чтение сегодня в большей степени является *рекреационным*, а электронное – *познавательным и деловым*.

Как показало исследование, читатели, совмещающие обычное и электронное чтение, моложе тех, кто читает только «с листа»: средний возраст первых – около **30 лет**, в то время как предпочитающих обычные книги – **44 года**; они более образованы: более половины (*53%*) уже получили или получают высшее образование (среди сторонников бумажной книги доля высокообразованных составляет *42%*). Читатель электронных книг, как правило, отличается повышенным уровнем потребительских возможностей.

V. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА КНИГОИЗДАНИЯ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЯ В РОССИИ

Говоря о развитии книжного рынка России, нельзя не сказать о формах государственной поддержки издательств и книготорговых организаций, оказываемой Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям (Роспечатью).

Россия на мировых книжных ярмарках

На протяжении 10 лет Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям ведет активную работу по продвижению российской книги и творчества российских писателей на зарубежных книжных выставках и ярмарках. Старт данной масштабной работы был дан в 2003 году, когда Россия впервые выступила в статусе почетного гостя крупнейшего международного книжного форума – Франкфуртской книжной ярмарки. В 2004-2011 гг. Россия становилась почетным гостем и центральным экспонентом книжных ярмарок в Варшаве (2004), Париже (2005, 2010), Минске (2006), Пекине (2007), Нью-Дели (2008), Софии (2008), Праге (2009), Мадриде (2009), Каире (2010), Гаване (2010), Турине (2011).

Учитывая тот факт, что самым емким по количеству издаваемой литературы является английский язык и то, что 70-80% литературных переводов на большинство языков мира делаются именно с английского, в 2011-2012 гг. Роспечатью была начата работа по выводу российских авторов и издателей на англо-американский книжный рынок. Так, в 2011 и 2012 гг. Роспечать организовала участие нашей страны на Лондонской книжной ярмарке (в 2011 г. – в статусе почетного гостя), где была представлена широкая программа мероприятий с участием российских писателей и издателей. В июне 2012 г. состоится еще более значимое мероприятие – масштабная презентация российской литературы на книжной ярмарке «BookExpo America» (Нью-Йорк), где наша страна также выступит в статусе почетного гостя. Участие России в данном международном книжном форуме представляется крайне важным и своевременным. Развернутая презентация российской книги в США позволит фактически впервые за 20 лет системно представить американскому книжному сообществу современную русскую литературу во всем ее многообразии и интегрировать ее в мировой литературный процесс.

Помимо организации участия России в международных книжных форумах в статусе почетного гостя, Роспечать ежегодно организует участие нашей страны в ряде крупных зарубежных книжных ярмарок без специального статуса. Это позволяет поддерживать интерес зарубежных издателей и читателей к российской литературе и культуре в тех странах, где масштабная презентация российской книги уже состоялась, либо, напротив, только готовится. Очевидно, что продвижение русского языка, русской литературы и культуры за рубежом неразрывно связано с формированием положительного имиджа нашей страны в мире, поэтому российское участие в мировых книжных ярмарках выходит за пределы сугубо индустриальных мероприятий и становится важной политической задачей.

Институт перевода

Большое значение в работе по формированию позитивного образа России за рубежом имеет развитие системы художественного перевода с русского на иностранные языки. Во исполнение поручения Президента Российской Федерации по развитию системы художественного перевода литературных произведений с языков

народов Российской Федерации на русский язык и с русского языка на языки народов Российской Федерации и иностранные языки (данного по итогам встречи с деятелями культуры в марте 2011 г.,) в мае прошедшего года ведущие лингвистические вузы и библиотеки страны, ряд общественных организаций, творческих союзов и некоммерческих внебюджетных фондов при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, Минкультуры России, Минобрнауки России и Россотрудничества учредили автономную некоммерческую организацию содействия развитию теории и практики литературного перевода «Институт переводов».

Целями создания Института перевода стали:

- разработка и реализация мер по поддержке и поощрению иностранных переводчиков классической и современной русской литературы на языки народов мира и совершенствованию их профессионального мастерства;
- разработка и реализация мер по поддержке и поощрению иностранных издательств, в т.ч. в странах СНГ, выпускающих в свет переводы произведений русской литературы;
- совершенствование научно-методологической базы художественного перевода с русского языка на языки народов России и мира, а также с этих языков на русский;
- развитие и поддержка профессионального образования в области художественного перевода.

На данный момент Институтом перевода во взаимодействии с Минкультуры России, Минобрнауки России, Роспечатью и Россотрудничеством разработан комплекс мер, объединенных в Концепцию развития художественного перевода. Финансирование деятельности Института перевода и организуемых им мероприятий планируется осуществлять за счет средств, предусмотренных в пределах общего объема бюджетных ассигнований заинтересованным федеральным органам исполнительной власти на соответствующий финансовый год, в рамках федеральных целевых и государственных программ, а также из внебюджетных источников.

Поддержка чтения

Большую работу Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям традиционно ведет в области пропаганды и поддержки чтения. В ноябре 2011 г. состоялась пятая юбилейная конференция Всероссийская конференция «Национальная программа поддержки и развития чтения: итоги и перспективы», традиционно организуемая Межрегиональным центром библиотечного сотрудничества при поддержке Роспечати. На ней был обобщен пятилетний опыт деятельности в рамках реализации Национальной программы, а также были обсуждены актуальные проблемы и перспективы дальнейшей деятельности в сфере продвижения чтения.

Одним из наиболее масштабных мероприятий по пропаганде и популяризации чтения среди детей и подростков стал Всероссийский конкурс юных чтецов «Живая классика» – соревновательное мероприятие среди школьников по чтению вслух отрывков из прозаических произведений российских и зарубежных писателей. Конкурс проводится под патронатом Министерства образования и науки Российской Федерации, Министерства культуры Российской Федерации, Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и Правительства Москвы. Целями конкурса

являются пропаганда чтения среди детей, расширение их читательского кругозора, возрождение традиций семейного чтения, развитие читательских навыков у детей.

В конкурсе приняли участие около 2 млн детей в возрасте 11-12 лет из 83 регионов Российской Федерации (более 50 000 школ). Конкурс проходил в три тура: школьный (с 1 по 15 февраля, место проведения – школы); районный (с 1 по 15 марта, место проведения – библиотеки); республиканский / областной (23 апреля, место проведения – библиотеки, книжные магазины, культурные центры). Три победителя от каждого субъекта Российской Федерации приглашаются на Всероссийский финал в Москву, который пройдет 1 июня в Международный день защиты детей и будет транслироваться на телеканале «Культура», широко освещаться в электронных и печатных средствах массовой информации.

Победители разных этапов конкурса получают ценные призы: на школьном этапе – книги, на районном – букридеры и энциклопедии, на областном / республиканском – ноутбуки. Победители Всероссийского финала награждаются ценностными призами и туристическими путевками.

Всероссийский конкурс юных чтецов «Живая классика» призван стать эффективным инструментом в деле пропаганды книги среди детей и подростков и привлечения внимания широкой общественности к проблеме чтения.

В начале 2012 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы и Некоммерческое партнерство «Российский книжный союз» заключили трехстороннее соглашение об объединении усилий в области пропаганды и продвижения чтения в Москве в 2012 г. на основе принципов социального партнерства. Основной целью соглашения является реализация системы пропагандистско-рекламных мероприятий, способствующих приобщению к чтению жителей г. Москвы, в особенности, подрастающего поколения. В соответствии с данным соглашением стороны намерены организовать размещение в городе на постоянной основе рекламу чтения и книги с ее периодическим обновлением, а также проводить совместные мероприятия по поддержке чтения и развитию книжного рынка, включая книжные выставки и ярмарки.

ФЦП «Культура России»

В 2011 г. завершила свое действие Федеральная программа «Культура России» (2006–2011 годы), в рамках которой на протяжении шести лет осуществлялась государственная поддержка книгоиздания в России. Финансовая поддержка оказывалась издающим организациям в рамках 9 тематических направлений.

- литература для детей и юношества;
- справочно-энциклопедическая литература;
- литература общественной тематики;
- литература по культуре и искусству;
- художественная литература;
- учебная и учебно-методическая литература;
- научная и научно-техническая;
- литература республиканских издательств;
- литература к знаменательным датам.

Основные показатели реализации ФЦП «Культура России» (2006–2011 годы) в области поддержки книгоиздания представлены в табл. 26.

Табл. 26.

**Основные показатели реализации ФЦП «Культура России» (2006–2011 годы)»
в области поддержки книгоиздания**

Годы	Заявлено			Включено			Профинансирано	
	издательств	изданий	сумма, млн.руб.	издательств	изданий	сумма млн. руб.	изданий	сумма млн. руб.
2006	350	1341	290,5	300	653	141,4	605	75
2007	372	1471	386,3	338	798	209	761	125
2008	399	1543	440,1	343	764	226,1	617	112
2009	408	1388	458,1	327	618	192,2	566	95,15
2010	478	1277	425,3	458	673	226,6	458	82,43
2011	385	1390	484,1	332	805	283,9	741	123,454
Итого	2392	8410	2484,4	2098	4311	1279	3748	613,034

В начале 2012 г. была утверждена ФЦП «Культура России (2012-2018 годы)», в рамках которой предусмотрены организация участия России в международных книжных выставках и ярмарках, проведение отраслевых мероприятий, поддержка социально значимых издательских проектов и переводов литературных произведений с русского языка на иностранные.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ситуация в российском книгоиздании продолжает оставаться сложной, и 2011 год стал для российских книжников, вопреки ожиданиям, не годом выхода из кризиса, а годом продолжения испытаний. Неутешительное состояние продаж в книжной рознице, закрытие и переформатирование достаточно большого числа магазинов в 2011-м, помноженные на «наступление» электронной книги, проблемы пиратства и продолжающееся снижение интереса к чтению, дают основание предполагать, что книжникам предстоит непростая жизнь и в 2012 г.

Решающее значение для развития книжного рынка, повышения посещаемости книжных магазинов, роста числа покупателей имеет развитие книготорговой инфраструктуры. Это особенно актуально в связи с тем, что крупнейший игрок на книжном рынке страны – новосибирская «Топ-книга» – прошла в 2011 г. через процедуру банкротства. Продолжается сокращение числа независимых книжных магазинов. В этой связи как стабилизирующую для рынка в целом можно оценить деятельность двух ведущих книжных розничных сетей – «Новый книжный-Буквоед» и «Буква», которые в 2011 г. вели работу по открытию новых точек реализации книжной продукции.

Серьезным фактором риска для российской книжной отрасли являются высокие цены на книги, которые практически достигли западноевропейского уровня на фоне в целом невысоких зарплат российских граждан. По мнению большинства участников рынка, дальнейшее повышение цен приведет к заметному оттоку покупателей из книжных магазинов.

Вывод, который делают эксперты, таков: преодоление накопившихся проблем в отечественной книжной отрасли возможно только при консолидации усилий производителей книжной продукции (издателей), ее распространителей (книжных магазинов) и государства.

Работа издательств должна во многом претерпеть изменения с точки зрения маркетинга. Необходима активизация совместной деятельности издательств и книготорговых предприятий по анализу продаж, промо-поддержке продукции в розничных книготорговых предприятиях, проведении совместных мероприятий.

Со своей стороны, розничным книготорговцам следует «персонализировать» отношения со своими клиентами в целях более полного удовлетворения их читательских потребностей. В целом необходимо репозиционирование в сознании покупателей «территории» книжного магазина путем формирования новой культуры его посещения. Как и издательства, книжные магазины в целях своего выживания должны заняться формированием своего имиджа как «новой» территории культуры. Помимо возможности просто купить книгу, магазин должен обеспечить посетителю возможность интересного времяпрепровождения, общения, встречи с чем-то новым, современным, актуальным.

Наконец, отрасли сейчас как никогда важна поддержка со стороны государства. Прежде всего, по мнению издательского сообщества, Национальная программа поддержки и развития чтения должна быть преобразована в государственную программу с серьезным финансовым обеспечением. Основными приоритетами такой программы должны стать более внушительная поддержка книги и чтения на центральных каналах телевидения, размещение социальной книжной рекламы в городах. Кроме того, необходимо снижение налоговой нагрузки на книжную отрасль и введение льготных ставок на аренду для книжных магазинов. Это будет являться серьезными инвестициями как в развитие существующих операторов книжного рынка, так и в появление новых. Наконец, требуется точечная поддержка розничных книжных магазинов и сетей на муниципальном уровне в регионах путем размещения наружной рекламы и предоставления информационно-навигационных площадок в городской среде, а также пропаганда книги и чтения в местных СМИ. В издательском сообществе полагают, что реализация указанных мер позволит стабилизировать положение в отрасли.

Говоря о перспективах развития рынка электронных изданий, следует отметить, что очевидным трендом 2012 г. станет заметный рост электронных продаж на фоне неуклонного снижения продаж бумажных книг. Эксперты прогнозируют, что в континентальной Европе объем электронного рынка в денежном выражении возрастет до 5%, в Великобритании до 10-15%, а в США достигнет 20-25%. В России при сохранении нынешних темпов роста рынка электронных книг доля продаж легальной электронной книги не позднее 2015-2017 гг. может составить 5% от нынешнего объема книжного рынка (3,0 млрд руб.).

Главной задачей для издательств в 2012 г. становится смена бизнес-моделей и определение оптимального соотношения между продажами электронной и традиционной печатной книги. Только в этом случае издательства смогут сохранить и даже увеличить объемы продаж, что приведет к росту издательского рынка в целом.

Вместе с тем, по мнению аналитиков, в России не будет такого «взрывного» роста рынка электронных книг, как в США. Скорее всего, рост рынка будет происходить медленно и постепенно, как в Европе. При этом следует учитывать, что развитие рынка легальных электронных изданий в России будет возможно только при усилении борьбы с пиратством, однако для этого необходимо широкое предложение качественно подготовленных легальных книг в цифровом формате и, конечно же, внесение соответствующих изменений в действующее российское законодательство и их активное правоприменение.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Табл. 1. Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2011 гг. (число выпущенных названий)	7
Табл. 2. Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2011 гг. (тираж).....	8
Табл. 3. Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2011 гг. (листаж).....	8
Табл. 4. Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2011 гг.	10
Табл. 5. Топ-10 самых тиражных российских авторов художественной литературы в 2008-2011 гг.....	14
Табл. 6. Топ-5 самых тиражных зарубежных авторов художественной литературы в 2008-2011 гг.	15
Табл. 7. Топ-10 самых тиражных авторов детской литературы в 2008-2011 гг.	16
Табл. 8. Число действующих издательств в России в 2008-2011 гг.	17
Табл. 9. Топ-20 издательств по числу выпущенных названий	19
Табл. 10. Топ-20 издательств по тиражам	19
Табл. 11. Состав отдельных издательских групп России	21
Табл. 12. Топ-10 региональных издательств по количеству выпущенных названий в 2008-2011 гг.	24
Табл. 13. Топ-10 региональных издательств по тиражам.....	25
Табл. 14. Рейтинг ведущих издательских домов мира	26
Табл. 15. Ведущие книгорыговые сети России по количеству книжных магазинов	42
Табл. 16. Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России по величине ассортимента.....	43
Табл. 17. Рейтинг ведущих книгорыговых компаний мира	45
Табл. 18. Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете	47
Табл. 19. Существующие режимы налогообложения печатной книжной продукции в мире	49
Табл. 20. Ставки НДС на традиционные издания в некоторых странах мира	49
Табл. 21. Существующие режимы налогообложения электронной книжной продукции в мире	51
Табл. 22. Ставки НДС на электронные издания в некоторых странах мира.....	51
Табл. 23. Показатели развития рынка печатных и электронных изданий в некоторых странах мира в 2009-2011 гг.	65
Табл. 24. Цены на бумажную и электронную книгу в ведущих странах мира, евро	69
Табл. 25. Ассортимент ведущих игроков рынка электронной книги в некоторых странах мира	69
Табл. 26. Основные показатели реализации ФЦП «Культура России» (2006–2011 годы) в области поддержки книгоиздания	87

СПИСОК РИСУНКОВ

Рис. 1. Число книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2011 гг.	7
Рис. 2. Совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации, в 2008-2011 гг. (млн экз.).....	7
Рис. 3. Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчете на душу населения в 2008-2011 гг.	9
Рис. 4. Средние тиражи и объемы издаваемой в России книжной продукции в 2008-2011 гг.	9
Рис. 5. Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008 и 2011 гг....	11
Рис. 6. Выпуск научной литературы в 2008-2011 гг.	12
Рис. 7. Выпуск учебной литературы в 2008-2011 гг.	12
Рис. 8. Выпуск художественной литературы в 2008-2011 гг.	12
Рис. 9. Выпуск литературы для детей и юношества в 2008-2011 гг.	12
Рис. 10. Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2011 г., %	13
Рис. 11. Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008-2011 гг., %.14	
Рис. 12. Число выпущенных названий переводной литературы в 2011 г.....	17
Рис. 13. Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по числу выпущенных в 2011 г. названий книг)	18
Рис. 14. Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по выпущенному в 2011 г. тиражу).....	18
Рис. 15. Доли регионов в географии российского книгоиздания, %	23
Рис. 16. Доли различных каналов книгораспространения в общем объеме розничной реализации книг издательств, %	29
Рис. 17. Средняя отпускная цена издательств на книги в 2008-2011 гг. (руб.)	30
Рис. 18. Наиболее эффективные, с точки зрения издательств, формы продвижения книг в розничной торговле (% ответивших издательств).....	31
Рис. 19. Формы продвижения книг в Интернете, использовавшиеся издательствами в 2008 и 2011 гг. (% ответивших издательств)	31

Рис. 20. Наиболее эффективные направления инвестиций в маркетинговой деятельности (% ответивших издательств).....	32
Рис. 21. Планы издательств в отношении выпуска и продажи электронных изданий (% ответивших издательств).....	32
Рис. 22. Каналы продаж электронных книг российских издательств конечному потребителю, %	33
Рис. 23. Доля электронных книг в репертуаре российских издательств, %	33
Рис. 24. Доля электронных книг в продажах российских издательств, %	33
Рис. 25. Соотношение цен на и печатную и электронную версии одной и той же книги в российских издательствах, %.....	34
Рис. 26. Ожидаемые изменения в работе издательств при дальнейшем развитии электронного книгоиздания (% ответивших издательств).....	34
Рис. 27. Доли различных статей в издержках издающих организаций, %	35
Рис. 28. Динамика объема книжного рынка России в 2006-2011 гг.	37
Рис. 29. Структура медиапотребления россиян, %.....	38
Рис. 30. Доли различных видов литературы в совокупных продажах в 2011 г.	39
Рис. 31. Динамика числа стационарных розничных книготорговых точек в России в 1990-2011 гг.	40
Рис. 32. Динамика развития книжного ассортимента Ozon.ru в 2007-2011 гг.	48
Рис. 33. Динамика изменения торговой площади книготорговых компаний в 2008-2011 гг., %	53
Рис. 34. Динамика изменения торговой площади предприятий, выделенной под книжные товары, в 2008-2011 гг., %.....	54
Рис. 35. Динамика изменения торговой площади предприятий, выделенной под некнижные товары, в 2008-2011 гг., %.....	54
Рис. 36. Доля книжной продукции в общем объеме продаж, %	55
Рис. 37. Динамика изменения числа книг, представленных в торговых залах книжных магазинов, %	55
Рис. 38. Доли различных поставщиков, формирующих ассортимент книготорговых предприятий, %	56
Рис. 39. Динамика средней отпускной цены на книги книготорговым предприятиям в 2011 г., %	56
Рис. 40. Средняя розничная цена книги в 2008-2011 гг., руб.....	57
Рис. 41. Средняя розничная цена издания художественной литературы в 2008-2011 гг., руб.	57
Рис. 42. Средняя розничная цена издания детской литературы в 2008-2011 гг., руб.	57
Рис. 43. Средняя розничная цена издания учебной литературы для школ в 2008-2011 гг., руб.....	58
Рис. 44. Средняя розничная цена издания научной и вузовской литературы в 2008-2011 гг., руб.....	58
Рис. 45. Средняя розничная цена издания литературы non-fiction (история, философия, культура, искусство) в 2008-2011 гг., руб.....	58
Рис. 46. Средняя розничная цена подарочного издания в 2008-2011 гг., руб.....	58
Рис. 47. Средняя розничная цена издания раздела «Дом, быт, досуг» в 2008-2011 гг., руб.	59
Рис. 48. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах 2011 г., %	59
Рис. 49. Средний чек в 2008-2011 гг., руб.	60
Рис. 50. Среднее число позиций в чеке в 2008-2011 гг.....	60
Рис. 51. Средний срок реализации книжной продукции в книготорговых предприятиях России, дней..	60
Рис. 52. Средний срок реализации изданий художественной литературы, дней	61
Рис. 53. Средний срок реализации изданий детской литературы, дней	61
Рис. 54. Средний срок реализации изданий учебной литературы для школ, дней	61
Рис. 55. Средний срок реализации изданий научной и вузовской литературы, дней.....	61
Рис. 56. Средний срок реализации изданий литературы non-fiction, дней.....	62
Рис. 57. Средний срок реализации подарочных изданий, дней	62
Рис. 58. Доля различных расходов в издержках предприятия, %	62
Рис. 59. Динамика роста легального рынка электронных книг в России в 2008-2011 гг., млн руб.....	64
Рис. 60. Основные игроки на рынке торговли электронными книгами в России и СНГ в 2011 г., %	64
Рис. 61. Структура розничной цены на печатную и электронную книгу, %	66
Рис. 62. Объем продаж устройств для чтения электронных книг в России в 2007-2011 гг. (тыс. штук)	73
Рис. 63. Десятка лидеров рынка устройств для чтения с экранами e-Ink в 2011 г.....	74
Рис. 64. Десятка лидеров рынка устройств для чтения с TFT-экранами в 2011 г.....	74
Рис. 65. Десятка лидеров рынка устройств для чтения электронных книг в целом по 2011 г.....	75
Рис. 66. Основные причины перехода от чтения бумажных к чтению электронных книг.....	78
Рис. 67. Наиболее предпочитаемые место / время для чтения электронных книг.....	79
Рис. 68. Виды электронных носителей, кроме ПК, используемые для чтения книг.....	80
Рис. 69. Главные достоинства электронных гаджетов	80
Рис. 70. Главные недостатки электронных гаджетов.....	81
Рис. 71. Способы скачивания электронных книг из Интернета	82
Рис. 72. Самые «читаемые» жанры художественной литературы в электронном виде.....	82
Рис. 73. Самые «читаемые» виды нехудожественной литературы в электронном виде	83

К-53 Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития.
Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям, 2012.

ISBN 978-5-904427-19-1

УДК 339.13:655.42(470)
ББК 65.422.5 + 76.18

ISBN 978-5-904427-19-1



A standard linear barcode representing the ISBN number 978-5-904427-19-1. The barcode is composed of vertical black bars of varying widths on a white background.

9 785904 427191