



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

Книжный рынок России

**Состояние, тенденции
и перспективы развития**

2013



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

**УПРАВЛЕНИЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ,
КНИГОИЗДАНИЯ И ПОЛИГРАФИИ**

Книжный рынок России

*Состояние, тенденции
и перспективы развития*

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

**Москва
2013**

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 выражают благодарность за предоставленные материалы, использованные в докладе:

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

издательствам «Ад Маргинем», «Альпина нон-фикшн», «Альпина паблишер», «АСТ-Пресс», «Белый город», «Бичик» (г. Якутск), «БХВ-Петербург» (г. Санкт-Петербург), «Вита Нова» (г. Санкт-Петербург), «Время», «Дашков и Ко», «Детская литература», «Дмитрий Буланин» (Санкт-Петербург), «Дрофа», «Китап» (г. Уфа), ИД «Мещерякова», «О-краткое» (г. Киров), «Оренбургское книжное издательство» (г. Оренбург), «Петербургское Востоковедение» (г. Санкт-Петербург), «Правда Севера» (г. Архангельск), «ПРОЗАиК», «Розовый жираф», «Русский путь», «Русское слово», «Русский язык. Курсы», «Сократ» (г. Екатеринбург), «Учитель» (Волгоград), «Художественная литература», «Эгмонт Россия Лтд», «Эксмо»;

книготорговым предприятиям Торговый Дом «Библио-Глобус», Торговый Дом книги «Москва», Дом книги «Молодая гвардия», книжный магазин «Фаланстер»;

книготорговым сетям «Новый книжный – Буквоед», «АВФ-книга» (г. Архангельск), «Амитель» (г. Воронеж), «Аристотель» (г. Новосибирск), «Ростовкнига» (г. Ростов-на-Дону), «Магистр» (г. Ростов-на-Дону), «Московский дом книги», «Мирс» (г. Хабаровск), «ПродаЛитЪ» (г. Иркутск);

интернет-магазину «OZON.ru», компаниям «ЛитРес», «WEXLER»;

интернет-порталам «Pro-books.ru», «Copyright.ru»;

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

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
I. ТРАДИЦИОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ	6
1.1. Количественные показатели традиционного российского книгоиздания.....	6
1.2. Издательская система России	18
1.3. Российские издательства в 2008-2012 гг.	32
II. КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ.....	42
2.1. Основные тенденции развития системы книгораспространения .	42
2.2. Книготорговые предприятия в 2008-2012 гг.....	53
III. ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ	67
3.1. Тенденции и перспективы развития рынка электронных книг	67
3.2. Новые бизнес-модели на рынке электронных книг	70
3.3. Рынок электронных читающих устройств в России и за рубежом	73
3.4. Чтение электронных книг и приобретение электронных читающих устройств	77
IV. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ КНИГОИЗДАНИЯ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЯ. РОССИЙСКИЙ ОПЫТ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА.....	79
4.1. Государственная политика в области книгоиздания и книгораспространения в 2012 г.	79
4.2. Модели господдержки книжной отрасли за рубежом и возможность их применения в России	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	89
СПИСОК ТАБЛИЦ.....	90
СПИСОК РИСУНКОВ	90

ВВЕДЕНИЕ

Затяжной кризис в сфере книгоиздания и книгораспространения всё больше приобретает характер хронического явления, которое усугубляется и другими проблемами – широкомасштабным падением интереса к чтению, сужающейся инфраструктурой дистрибуторского звена, переходом читателей традиционных книг в число пользователей электронных гаджетов, книжным пиратством в Интернете. Все эти проблемы прямо или косвенно нашли своё отражение в итоговых данных деятельности российской книжной отрасли в 2012 году.

Большинство экспертов в своих прогнозах на 2012 год не питало больших иллюзий по поводу быстрого оздоровления издательской отрасли от последствий кризиса, но статистические данные за истекший год оказались даже хуже имевшихся прогнозов, так как зафиксировали самые низкие результаты за весь период с начала кризиса в 2008 г. Это касается и абсолютных цифр количественных показателей книжного выпуска, и темпов их снижения – почти 5% по числу выпущенных названий книг и брошюр и около 12% по тиражу. Не лучшим образом обстоят дела в системе книгораспространения. Банкротство одного из крупнейших в стране издательств – «АСТ» и реорганизация одной из ведущих федеральных книготорговых сетей – магазинов «Буква» вслед за банкротством сети магазинов «Топ-книга», безусловно, усилит дефицит книготорговых площадей в стране и в целом негативно повлияет на систему российского книгораспространения.

В то же время 2012 год стал знаковым в плане активизации усилий по продвижению чтения в России: был запущен ряд проектов федерального масштаба, затронувших большинство российских регионов, вступила в активную фазу программа поддержки переводов русской литературы на иностранные языки, продолжает оказываться поддержка выпуску социально значимых изданий в рамках ФЦП «Культура России».

Материалы доклада базируются как на данных постоянно осуществляемого Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям мониторинга конъюнктуры книжного рынка России, так и на результатах социологического исследования, проведённого Роспечатью с участием ряда издательств и книготорговых предприятий. При этом в докладе впервые предпринята попытка оценить не только валовые показатели развития отечественного книгоиздания, но и проанализировать рыночную составляющую национального издательского репертуара.

При подготовке отдельных разделов доклада использованы выводы и рекомендации ряда крупных научно-практических конференций, в том числе, международных, а также экспертные оценки авторитетных представителей книжного сообщества и данные ведущих зарубежных аналитических центров.

I. ТРАДИЦИОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ

1.1. Количественные показатели традиционного российского книгоиздания

Согласно данным Российской книжной палаты, в 2012 году российскими издательствами было выпущено **116888 названий** книг и брошюр совокупным тиражом **540,5 млн экз.** (см. рис. 1-2 и табл. 1-2). В сравнении с 2011 г. падение числа выпущенных названий составило **почти 5%** (в 2011 г. по отношению к 2010 г. наблюдался однопроцентный рост этого показателя), а сокращение тиражей – **около 12%** (в 2011 г. по отношению к 2010 г. сокращение составило 6,3%). В сравнении же с предкризисным 2008-м число выпущенных названий в стране сократилось **на 5,2%**, а тиражи – **почти на 30%**. При этом по совокупному тиражу отпечатанной книжной продукции Россия «вернулась» в 2001 год, когда данный показатель составил 542,3 млн. экз.

Показатель объёмов отпечатанной книжной продукции (совокупный листаж), свидетельствующий о размерах загрузки полиграфических предприятий, сократился в 2012 г. по отношению к 2011-му довольно существенно – **почти на 12%**, а с 2008-го года его падение составило **более 36%** (см. рис. 3).

Рис. 1.

Число книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2012 гг.

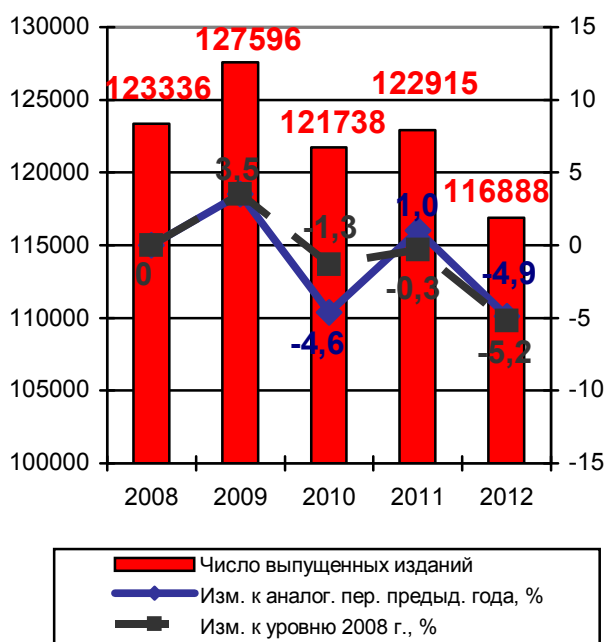


Рис. 2.

Совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2012 гг.



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

Как видно из табл. 1-2 (см. ниже) доля книг в общем ассортименте названий книжной продукции в 2012 г. по сравнению с 2011 г. практически не изменилась, составив **83,8%**. Одновременно в общей массе книжной продукции продолжает сокращаться число изданий в переплете – **30,7%** в 2012 г. против 34,5% в 2008 г. по числу названий и соответственно **33,0%** против 37,6% по тиражу.

Рис. 3.

Совокупный листаж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2012 гг.

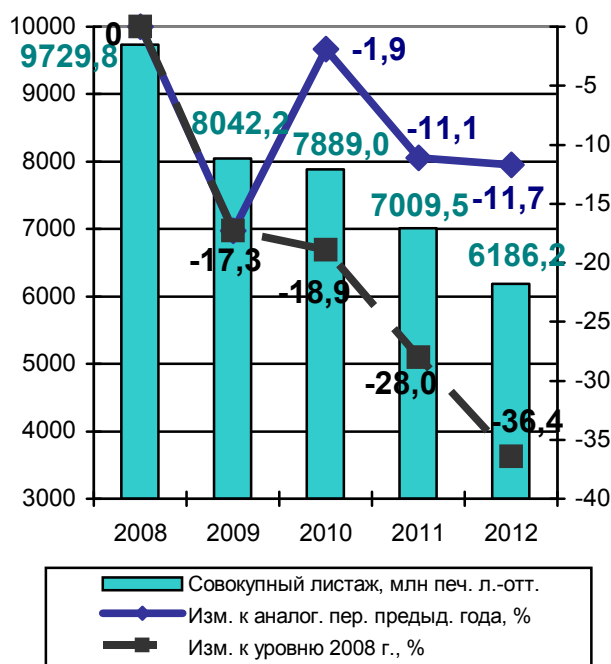
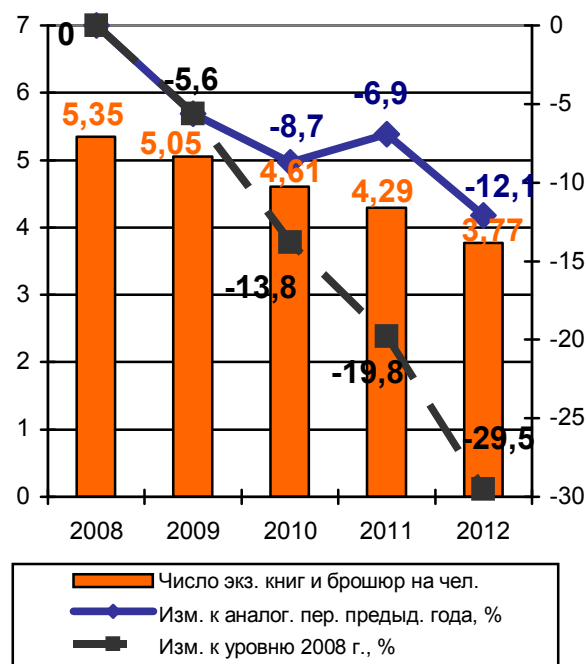


Рис. 4.

Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в 2008-2012 гг.



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

За последний год в общем массиве издаваемой книжной продукции несколько выросла доля переизданий – **15,7%** против 13,7% в 2011 г. По тиражам доля переизданий за последний год выросла более заметно – **35,6%** против 28,6% в 2011 году и ещё более заметно на фоне 2008-2009 гг. (26,2% и 25,1% соответственно). В сравнении с первым кризисным 2009-м годом доля переизданий в общем объёме издаваемой книжной продукции увеличилась на 2,4 процентных пункта (п.п.) по числу выпускаемых названий и более чем на 10 п.п. по тиражу.

Несколько снизилась за прошедший год доля переводных изданий в общем числе выпущенных названий. В 2012 году она составила по количеству названий **10,7%** (против 11,7% в 2011 г. и 11,5% в 2008 г.), а по тиражам сохранилась на уровне 2011 года – **12,5%**, почти не изменившись по отношению к уровню 2008 г. (12,2%).

За последний год также выросло число изданий, выходящих в сериях. В серийном оформлении вышло 36,5% названий и более 65% всех тиражей. Примечательно, что за годы кризиса число названий книг, выходящих в сериях, уменьшилось на 5,2 п.п., но при этом их совокупный тираж вырос на 6,7 п.п.

Табл. 1.

Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2012 гг. (число выпущенных названий)

	Число выпущенных названий					Изменение числа выпущенных названий				Доля в числе названий, %					Изменение доли в числе названий, п.п.	
						названий		%								
	2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008	2012/ 2011	2012/ 2008	2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008
Всего	123336	127596	121738	122915	116888	-6027	-6448	-4,9	-5,2	100	100	100	100	100	—	—
Книги	105093	106848	102790	103151	97996	-5155	-7097	-5,0	-6,8	85,2	83,7	84,4	83,9	83,8	-0,1	-1,4
Брошюры	18243	20748	18948	19764	18892	-872	+649	-4,4	+3,6	14,8	16,3	15,6	16,1	16,2	+0,1	+1,4

	Число выпущенных названий					Изменение числа выпущенных названий				Доля в числе названий, %					Изменение доли в числе названий, п.п.	
						названий		%								
	2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008	2012/ 2011	2012/ 2008	2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008
В переплете	42608	40444	40113	38328	35827	-2501	-6781	-6,5	-15,9	34,5	31,7	33,0	31,2	30,7	-0,5	-3,8
В обложке	80728	87152	81625	84587	81061	-3526	+333	-4,2	+0,4	65,5	68,3	67,0	68,8	69,3	+0,5	+3,8
Новые издания	106382	111221	104083	106058	99071	-6987	-7311	-6,6	-6,9	86,3	87,2	85,5	86,3	84,8	-1,5	-1,5
Переиздания	16954	16375	17655	16857	17817	+960	+863	+5,7	+5,1	13,7	12,8	14,5	13,7	15,2	+1,5	+1,5
Сериальные издания	51397	48306	46945	43894	42656	-1238	-8741	-2,8	-17,0	41,7	37,9	38,6	35,7	36,5	+0,8	-5,2
Переводные издания	14197	14078	14268	14333	12515	-1818	-1682	-12,7	-11,8	11,5	11,0	11,7	11,7	10,7	-1,0	-0,8

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

Табл. 2.

Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2012 гг. (тираж)

	Тираж, млн экз.					Изменение совокупного тиража				Доля в совокупном тираже, %					Изменение доли в тираже, п.п.	
						Млн экз.		%								
	2008	2009	2010	2011	2012	2012/2011	2012/2008	2012/2011	2012/2008	2008	2009	2010	2011	2012	2012/2011	2012/2008
Всего	760,4	716,6	653,8	612,5	540,5	-72,0	-219,9	-11,8	-28,9	100	100	100	100	100	—	—
Книги	590,4	496,8	494,6	473,0	412,1	-60,9	-178,3	-12,9	-30,2	77,6	69,3	75,6	77,2	76,2	-1,0	-1,4
Брошюры	170,1	219,8	159,3	139,5	128,4	-11,1	-41,7	-8,0	-24,5	22,4	30,7	24,4	22,8	23,8	+1,0	+1,4
В переплете	286,1	240,7	243,6	215,6	178,2	-37,4	-107,9	-17,3	-37,7	37,6	33,6	37,3	35,2	33,0	-2,2	-4,6
В обложке	474,4	475,8	410,3	397,0	362,2	-34,8	-112,2	-8,8	-23,7	62,4	66,4	62,7	64,8	67,0	2,2	+4,6
Новые издания	561,1	536,7	462,0	437,1	348,1	-89,0	-213,0	-20,4	-38,0	73,8	74,9	70,7	71,4	64,4	-7,0	-9,4
Переиздания	199,3	179,9	191,8	175,4	192,3	+16,9	-7,0	+9,6	-3,5	26,2	25,1	29,3	28,6	35,6	+7,0	+9,4
Сериальные издания	446,2	405,4	406,3	375,9	353,5	-22,4	-92,7	-6,0	-20,8	58,7	56,6	62,1	61,4	65,4	+4,0	+6,7
Переводные издания	93,0	84,7	86,8	76,7	67,3	-9,4	-25,7	-12,3	-27,6	12,2	11,8	13,3	12,5	12,5	0	+0,3

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

Табл. 3.

Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2012 гг. (листаж)

	Листаж, млн печ. л.-отт.					Изменение листажа				Доля в совокупном листаже, %					Изменение доли в листеже, п.п.	
						Печ. л.-отт., млн		%								
	2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008	2012/ 2011	2012/ 2008	2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008
Всего	9729,8	8042,2	7889,0	7009,5	6186,2	-823,3	-3543,6	-11,7	-36,4	100	100	100	100	100	—	—
Книги	9470,1	7756,4	7568,3	6697,7	5923,8	-773,9	-3546,3	-11,6	-37,4	97,3	96,4	95,9	95,6	95,8	+0,2	-1,5
Брошюры	259,7	285,9	320,7	311,8	262,4	-49,4	+2,7	-15,8	+1,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,2	-0,2	+1,5
В переплете	5821,1	4761,5	4724,3	3850,8	3276,1	-574,7	-2545	-14,9	-43,7	59,8	59,2	59,9	54,9	53,0	-1,9	-6,8
В обложке	3908,7	3280,7	3164,6	3158,7	2910,1	-248,6	-998,6	-7,9	-25,5	40,2	40,8	40,1	45,1	47,0	+1,9	+6,8

	Листаж, млн печ. л.-отт.					Изменение листажа				Доля в совокупном листаже, %					Изменение доли в листаже, п.п.	
						Печ. л.-отт., млн		%								
	2008	2009	2010	2011	2012	2012/2011	2012/2008	2012/2011	2012/2008	2008	2009	2010	2011	2012	2012/2011	2012/2008
Новые издания	6922,3	5622,0	5491,2	4832,9	3982,1	-850,8	-2940,2	-17,6	-42,5	71,2	69,9	69,6	69,0	64,4	-4,6	-6,8
Переиздания	2807,6	2420,2	2397,8	2176,6	2204,0	+27,4	-603,6	+1,3	-21,5	28,8	30,1	30,4	31,0	35,6	+4,6	+6,8
Сериальные издания	5174,9	4257,0	4441,8	3973,3	3681,5	-291,8	-1493,4	-7,3	-28,9	53,2	52,9	56,3	56,7	59,5	+2,8	+6,3
Переводные издания	1577,6	1371,8	1385,5	1267,9	1057,4	-210,5	-520,2	-16,6	-33,0	16,2	17,1	17,6	18,1	17,1	-1,0	+0,9

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

Анализ динамики числа экземпляров выпущенных книг и брошюр *в расчёте на душу населения* показывает, что после своего максимума в 2008 г., составлявшего 5,35 экз. на человека, данный показатель все последующие годы планомерно снижался и к 2012 г. сократился почти на 30% к уровню 2008 г., составив 3,77 экз. (см. рис 4). При этом темпы падения данного показателя неравномерны и имеют тенденцию к нарастанию.

Средний тираж одного издания по итогам 2012 г. сократился в сравнении с 2011 г. на 7,2% (такое же снижение отмечено в 2011 г. в сравнении с 2010 г.). Средний объём одного экземпляра издания за 2012 год практически не изменился (см. рис. 5). За период с 2008 по 2012 гг. *средний тираж одной книги сократился на четверть, а средний объём одного экземпляра издания упал на 10,6%.*

Для специалистов всегда представляет интерес анализ соотношения выпущенных *книг* и *брошюр*.

В первом, как принято считать, «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. выпуск обоих видов издательской продукции продемонстрировал снижение. В 2011 г. количество наименований выпущенных книг сократилось почти на 2%, а число наименований брошюр – увеличилось на 8,3%. Наконец, по итогам 2012 г. оба вида издательской продукции вновь продемонстрировали снижение: число наименований выпущенных книг сократилось на 5%, а число наименований выпущенных брошюр – на 4,4% (см. табл. 1). В сравнении с предкризисным 2008-м в 2012 г. в стране было выпущено почти на 7% меньше названий книг, но на 3,6% больше названий брошюр.

По тиражам ситуация иная. За прошедший год совокупные тиражи выпущенных *книг* (согласно инструкции ЮНЕСКО по статистическому учёту выпуска книг и брошюр – изданий объёмом более 48 полос) сократились почти на 13%, в то время как тиражи *брошюр* (изданий объёмом до 48 полос) – только на 8%. В сравнении с предкризисным 2008 годом сегодня в России печатается на 30% меньше книг и на четверть меньше брошюр. В натуральных показателях совокупный тираж *брошюр* сократился за годы кризиса более чем на 40 млн экз., а совокупный тираж *книг* за этот же период упал почти на 180 млн экз. (см. табл. 2).

Говоря о **печатных объёмах** выпущенной издательской продукции, следует отметить, что за последний год совокупный листаж выпущенных книг сократился на 11,6%, или 773,9 млн л.-отт., а совокупный листаж брошюр – упал на 15,8%, или 49,4 млн л.-отт. (см. табл. 3). В сравнении с 2008 г. печатная масса выпускаемых *книг*

сократилась почти на 40%, при этом листаж выпускаемых *брошюр* практически не изменился. Таким образом, за пять лет загрузка типографий, выпускающих книжную продукцию, существенно снизилась.

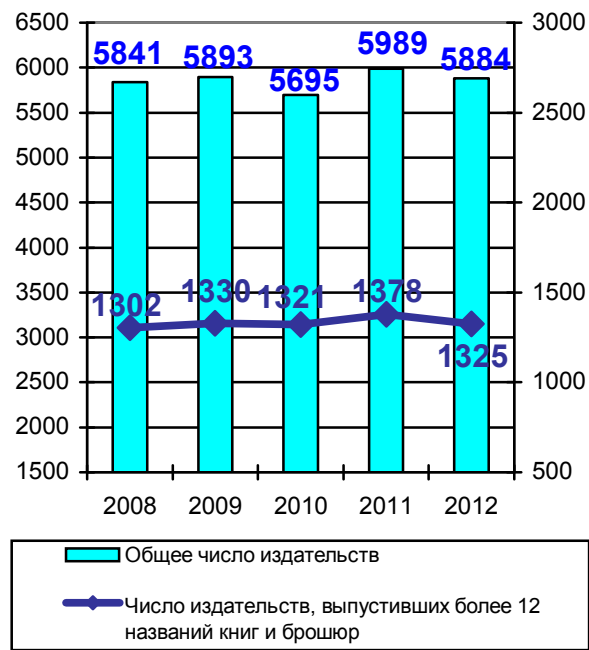
Рис. 5.

Средние тиражи издаваемой в России книжной продукции в 2008-2012 гг., экз.



Рис. 6.

Число действующих издательств в России в 2008-2012 гг.



Источник: Российская книжная палата.

Анализ распределения выпуска книг и брошюр *по тиражным группам* (см. табл. 4) показывает, что наибольшее снижение числа выпущенных названий и тиражей в 2012 г. произошло в сегменте изданий, выходящих 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, начиная с 2011 г., самыми быстрыми темпами начинает сокращаться «массовый» сегмент художественной литературы. Это отнюдь не означает, что люди стали меньше читать. Именно на рубеже 2010-2011 гг. фиксируется массовый переход читателей от приобретения книг на традиционном бумажном «носителе» в пользу скачивания книг в электронном формате. Однако к замещению потерь издателей от снижения тиражей печатных книг это не ведёт: книги, главным образом, скачиваются потребителями пиратским способом.

В целом за годы кризиса выпуск изданий, выходящих тиражом от 5 до 50 тыс. экз., т. е. составляющих основу массового книгоиздания, сократился почти на 36% по числу выпущенных названий и почти на 40% — по тиражам. За эти же годы значительно увеличился выпуск малотиражной (до 500 экз.) печатной продукции — более чем на 20% по числу названий и почти на 14% — по тиражам (см. табл. 4).

Табл. 4.

Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2012 гг.

Тиражная группа	Число выпущенных названий						Совокупный тираж, млн экз.							
	2008	2009	2010	2011	2012	2012 в % к 2011	2012 в % к 2008	2008	2009	2010	2011	2012	2012 в % к 2011	2012 в % к 2008
Всего	123336	127596	121738	122915	116888	-4,9	-5,2	760,4	716,6	653,8	612,5	540,5	-11,8	-28,9
В том числе тиражом:														
до 500 экз.	41542	51430	49665	54861	50447	-8,0	+21,4	10,7	12,9	12,4	13,3	12,2	-8,3	+14,0
от 500 до 1000 экз.	9860	10966	10432	11332	10986	-3,1	+11,4	9,4	10,4	9,9	10,8	10,5	-2,8	+11,7
от 1000 до 5000 экз.	40156	38102	35350	33946	31489	-7,2	-21,6	138,2	126,5	117,2	112,7	102,3	-9,2	-26,0
от 5000 до 10000 экз.	17076	13503	13750	11983	11249	-6,1	-34,1	140,6	111,0	112,8	96,7	91,1	-5,8	-35,2
от 10000 до 50000 экз.	12314	11069	10563	8933	7609	-14,8	-38,2	277,1	254,3	235,6	195,8	167,5	-14,5	-39,6
от 50000 до 100000 экз.	938	1010	997	897	843	-6,0	-10,1	69,6	75,6	71,4	66,2	62,7	-5,3	-9,9
свыше 100000 экз.	552	494	462	522	461	-11,7	-16,5	115,0	125,9	94,4	117,0	94,3	-19,4	-18,0
Без указания тиража	898	1022	519	441	3804	+762,6	+323,6							

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

В предыдущих докладах Роспечати неоднократно подчеркивалась необходимость учета соотношений между показателями различных тиражных групп выпускаемых изданий при оценке некоторых расчётных статистических показателей книжного выпуска. 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 53%. В то же время значительный объём тиражей (около 30%) дает только 1% наименований изданий, выходящих в тиражной группе свыше 100 тыс. экз. Если уйти от традиционного порядка подсчета, когда общий тираж делится на общее количество изданий, и принимать в расчёт только те издания, которые выпускаются тиражом свыше 1000 экз., то средний тираж выпускаемых в стране и поступающих в каналы книгораспространения рыночных изданий возрастет более чем вдвое – с 4624 экз. до 10 тыс. экз.

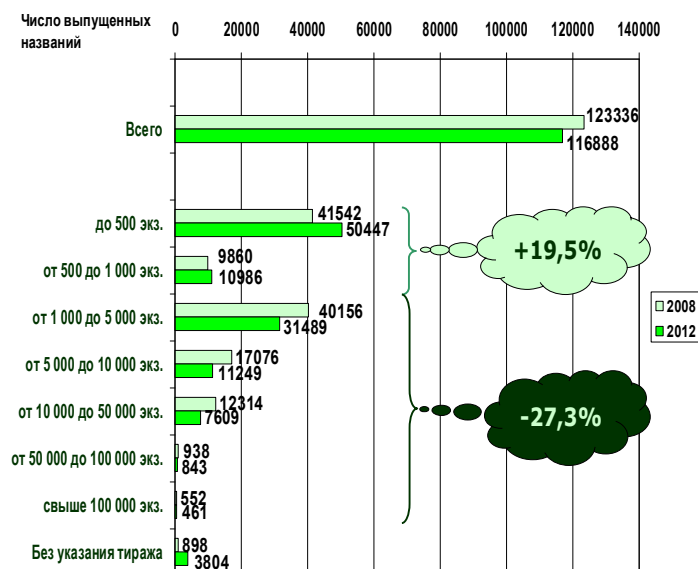
За пять кризисных лет число изданий, выходящих тиражом менее 1 тыс. экз., увеличилась почти на 20%, а выходящих тиражом свыше 1 тыс. экз. – сократилась почти на 30% (см. рис. 7).

Если говорить о **рыночной составляющей** национального издательского репертуара, то под ней, очевидно, следует понимать не всю выпускаемую в России издательскую продукцию, а только те издания, которые поступают к конечному потребителю через каналы книгораспространения.

Большую часть изданий, представленных в ассортименте книготорговых предприятий, составляют книги, выпущенные тиражом от 1000 экземпляров и выше (в настоящее время прослеживается отчётливая тенденция к тому, что ликвидными становятся многие книги, выпущенные тиражом и менее 1000 экз.). Определённую часть ассортимента книготорговых предприятий составляют также брошюры, выпускаемые большими тиражами (учебная, детская, юридическая, справочная и некоторые другие виды литературы). Именно эти издания, по сути, составляют **национальный книготорговый ассортимент**. На рис. 8-9 показана структура национального издательского репертуара России.

Рис. 7.

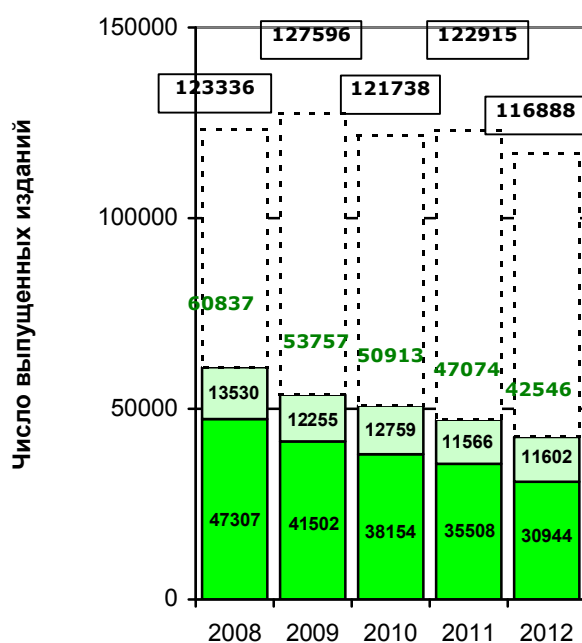
Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008 и 2012 гг.



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

Рис. 8.

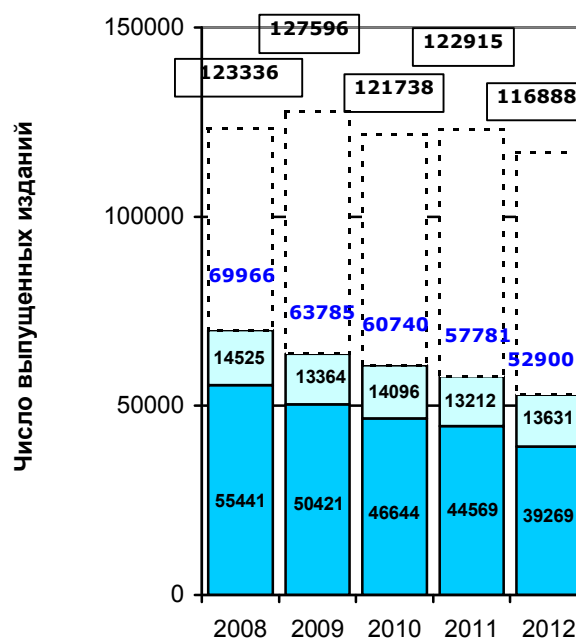
Структура национального издательского репертуара России в 2008-2012 гг. (из расчёта числа книг, выпущенных тиражом свыше 1000 экз.)



□ Общее число выпущенных книг и брошюр
 □ Число переизданий книг (без брошюр), выпущенных тиражом более 1000 экз.
 ■ Число новых изданий книг (без брошюр), выпущенных тиражом более 1000 экз.

Рис. 9.

Структура национального издательского репертуара России в 2008-2012 гг. (из расчёта числа книг, выпущенных тиражом свыше 500 экз.)



□ Общее число выпущенных книг и брошюр
 □ Число переизданий книг (без брошюр), выпущенных тиражом более 500 экз.
 ■ Число новых изданий книг (без брошюр), выпущенных тиражом более 500 экз.

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

На рис. 10-13 приведены данные о выпуске отдельных видов изданий по целевому назначению. За 2008-2012 гг. в стране вырос выпуск изданий научной и учебной литературы, а выпуск детской и художественной литературы – сократился. Научные издания прибавили почти 23% по числу выпущенных названий (но не прибавили ничего по совокупному тиражу), учебные выросли по числу издаваемых титулов чуть более чем на 5% также при отсутствии роста тиражей.

В сегменте художественной литературы в 2008-2012 гг. число выпущенных названий сократилось на 17,5%, а в сегменте детской – на 7,8%. Однако гораздо хуже обстоит дело с динамикой тиражных показателей указанных видов литературы. Так, за последние 5 лет совокупные тиражи выпускаемой художественной литературы сократились почти в половину (на 46%), а детской – на 34%. Очевидно, что на сокращение выпуска тиражей художественной и детской литературы оказал влияние целый комплекс факторов: падение интереса к чтению, финансово-экономический кризис, а также увеличение продаж электронных книг и устройств для их чтения.

Рис. 10.
Выпуск научной литературы в 2008-2012 гг.

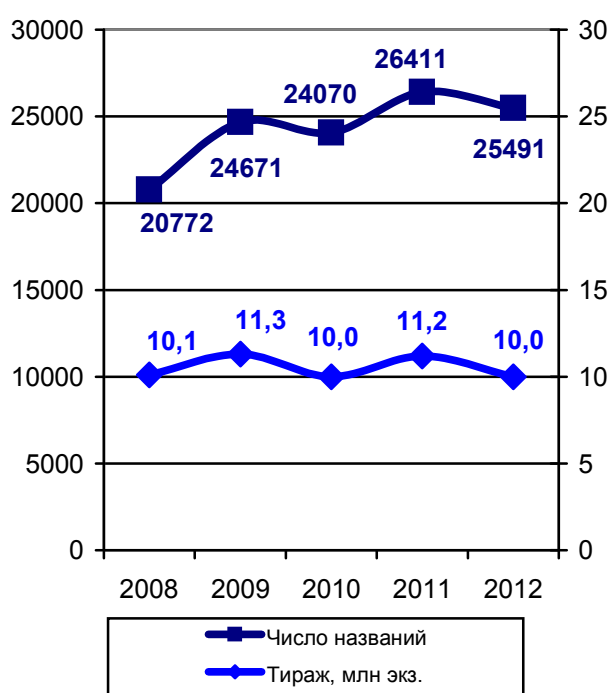
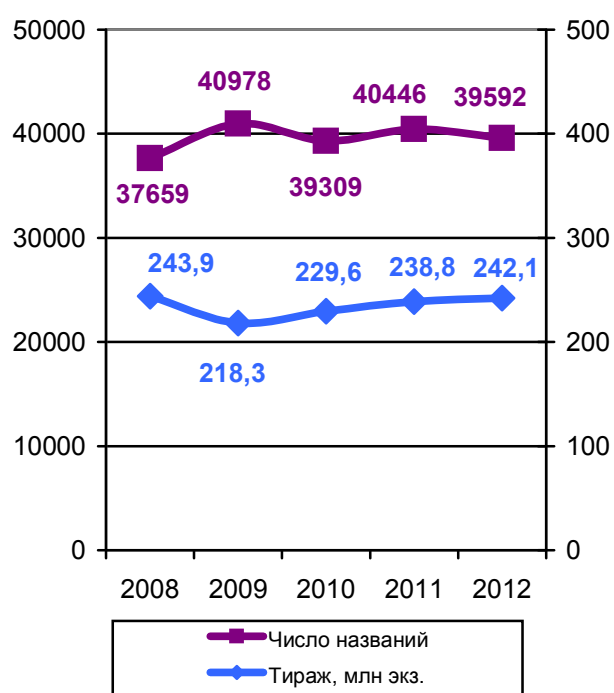


Рис. 11.
Выпуск учебной литературы в 2008-2012 гг.



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

На сегодняшний день соотношение долей различных видов литературы в общем выпуске книг и брошюр выглядит следующим образом (см. рис. 14).

Рис. 12.
Выпуск художественной литературы
в 2008-2012 гг.

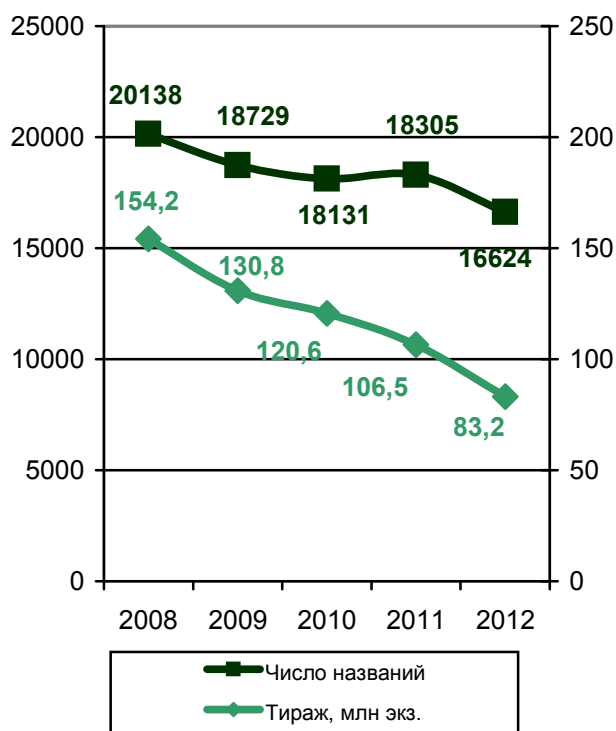
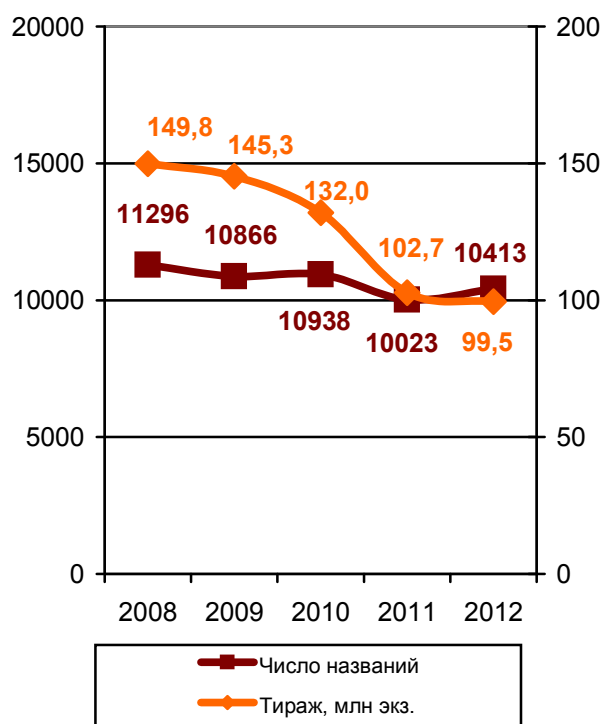


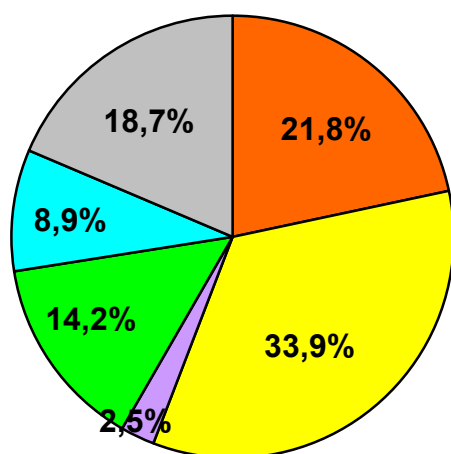
Рис. 13.
Выпуск литературы для детей и юношества
в 2008-2012 гг.



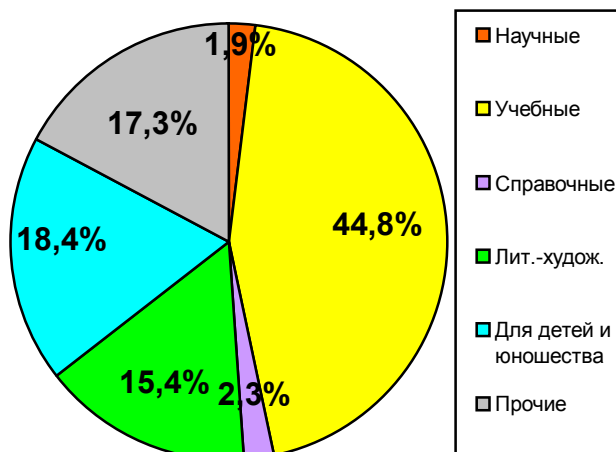
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Рис. 14.
Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2012 г., %

**По числу
выпущенных названий**



**По совокупному
тиражу**



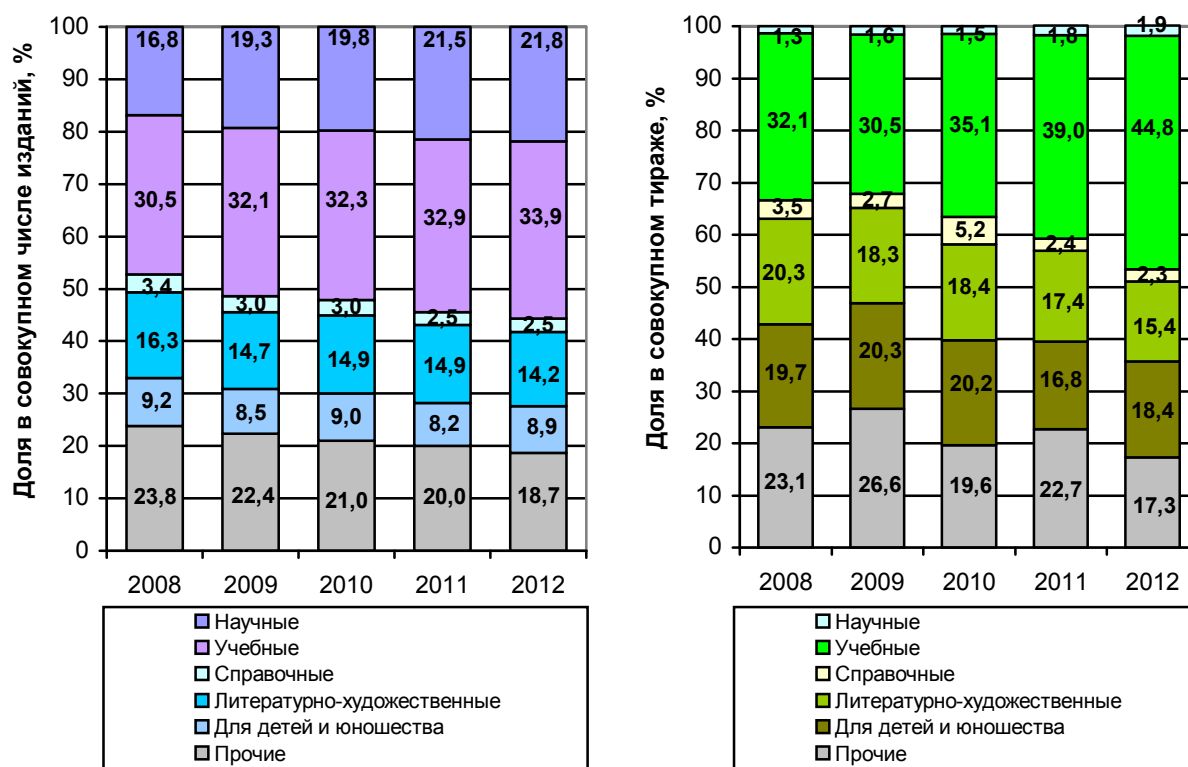
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

На рис. 15 можно видеть, что за 2008-2012 гг. 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 5 п.п.) и учебных (на 3,4 п.п.) изданий, а доли изданий художественной (на 2,1 п.п.), детской (на 0,3 п.п.) и справочной литературы (на 0,9 п.п.) сократились.

По тиражным показателям отмечается сильное увеличение доли учебной (на 12,7 п.п.) и научной (на 0,6 п.п.) литературы на фоне снижения доли тиражей изданий для детей (на 1,5 п.п.), литературно-художественных (на 4,9 п.п.) и справочных (на 1,2 п.п.) изданий. Таким образом, чтение из досуговой сферы постепенно перемещается в сферу образовательную и профессиональную.

Рис. 15.

Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008-2012 гг., %



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

Как указывалось выше, важная характеристика состояния книгоиздания в стране – показатель среднего тиража. Однако очевидно, что средние тиражи книг в различных сегментах книжной продукции различны. На примере основных тематических разделов литературы проследим динамику изменения среднего тиража изданий в 2008-2012 гг.

Из рис. 16 видно, что наибольший **средний тираж** – у изданий детско-юношеской литературы, наименьший – у научных изданий. При этом за годы кризиса наибольшее сокращение средних тиражей произошло в сегментах справочной (-36%), художественной (-35%) и детской (-28%) литературы.

Интересна также динамика показателя количества экземпляров выпущенных книг и брошюр в различных тематических разделах **в расчёте на душу населения**.

Рис. 16.

Средние тиражи издаваемой в России книжной продукции в различных тематических разделах в 2008-2012 гг., экз.

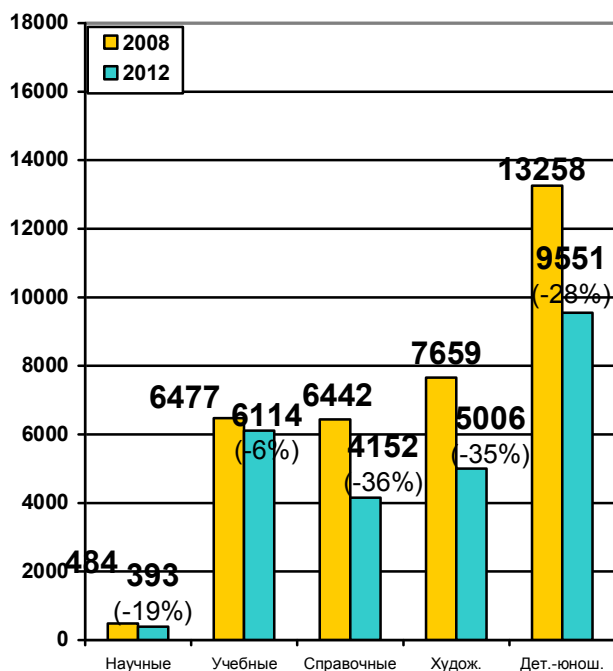
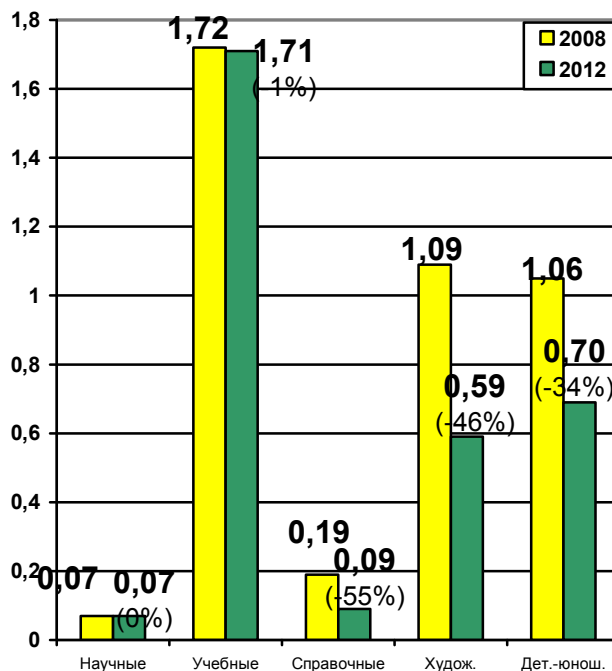


Рис. 17.

Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в различных тематических разделах в 2008-2012 гг.



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

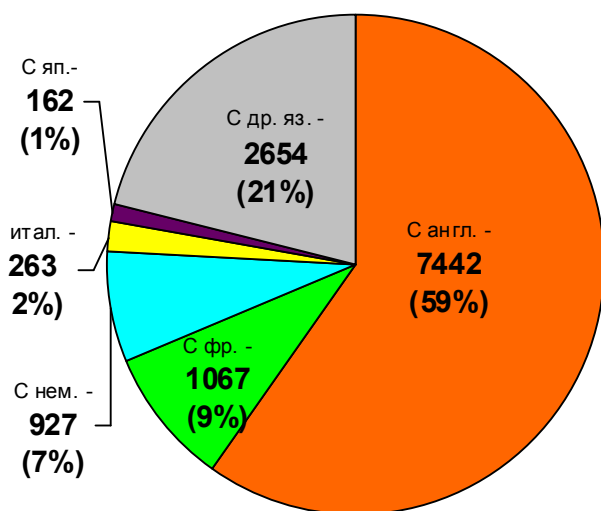
Из рис. 17 видно, что наибольшее количество экземпляров книг и брошюр на душу населения выпускается в сегменте учебной литературы. Этот сегмент и меньше всего «пострадал» за годы кризиса – его сокращение составило всего 1%. В значительной степени сократилось за годы кризиса число выпускаемых на душу населения экземпляров изданий художественной (-46%) и детской литературы (-34%).

В прошедшем году количество языков, с которых были сделаны переводы книг на русский по сравнению с 2011 г. не изменилось. В 2012 г. книги выпускались в переводе с 94 языков стран ближнего и дальнего зарубежья и народов России. Из общего числа 12515 переводных изданий (см. рис. 18) 7442 названия (59% всех переводов) – это переводы с английского языка, выпущенные тиражом 42310,0 тыс. экз. (в 2011 г. – 8756 названий, выпущенных тиражом 48865,3 тыс. экз.); 1067 названий – переводы с французского (9% от всех переведенных изданий), которые вышли тиражом 7427,0 тыс. экз. (в 2011 г. – 1285 названий тиражом 9084,1 тыс. экз.); 927 названий, вышедшие тиражом 3513,3 тыс. экз. (в 2011 г. – 919 названий, вышедшие тиражом 4132,4 тыс. экз.), – переводы с немецкого (7% от числа всех переведенных изданий).

Кроме того, в 2012 г. в России было издано 1242 наименования книг в переводе с русского на другие языки общим тиражом 3554,5 тыс. экз. (в 2011 г. – 1185 названий общим тиражом 2256,6 тыс. экз.). В истекшем году также было выпущено 2249 издания на 64 языках народов России и зарубежных стран (в 2011 г. – 3023 издания на 70 языках). Здесь также лидируют издания на английском языке (811 названий общим тиражом 2764,0 тыс. экз.). По отношению к 2011 г. (817 названий общим тиражом 1884,2 тыс. экз.) число изданий, выпущенных на английском, уменьшилось незначительно – на 6 позиций, или на 0,7%, а совокупный тираж, напротив, увеличился почти на 50%.

Рис. 18.

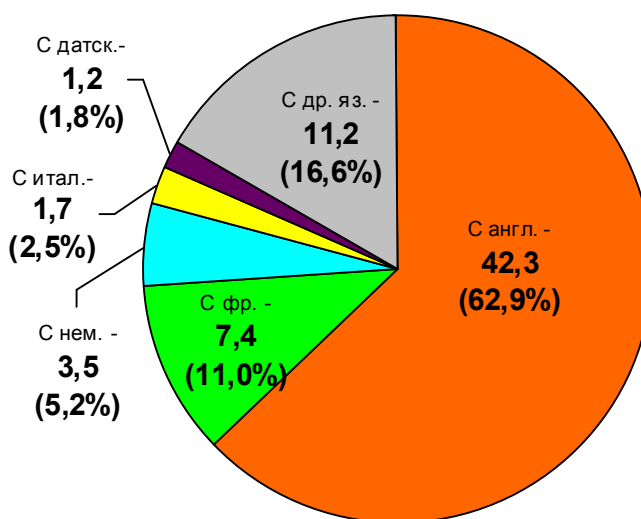
Число выпущенных названий переводной литературы в 2012 г.



Общее число названий переводной литературы - **12515**
(10,7% от общего числа выпущенных названий)

Рис. 19.

Совокупный тираж выпущенных названий переводной литературы в 2012 г., млн экз.

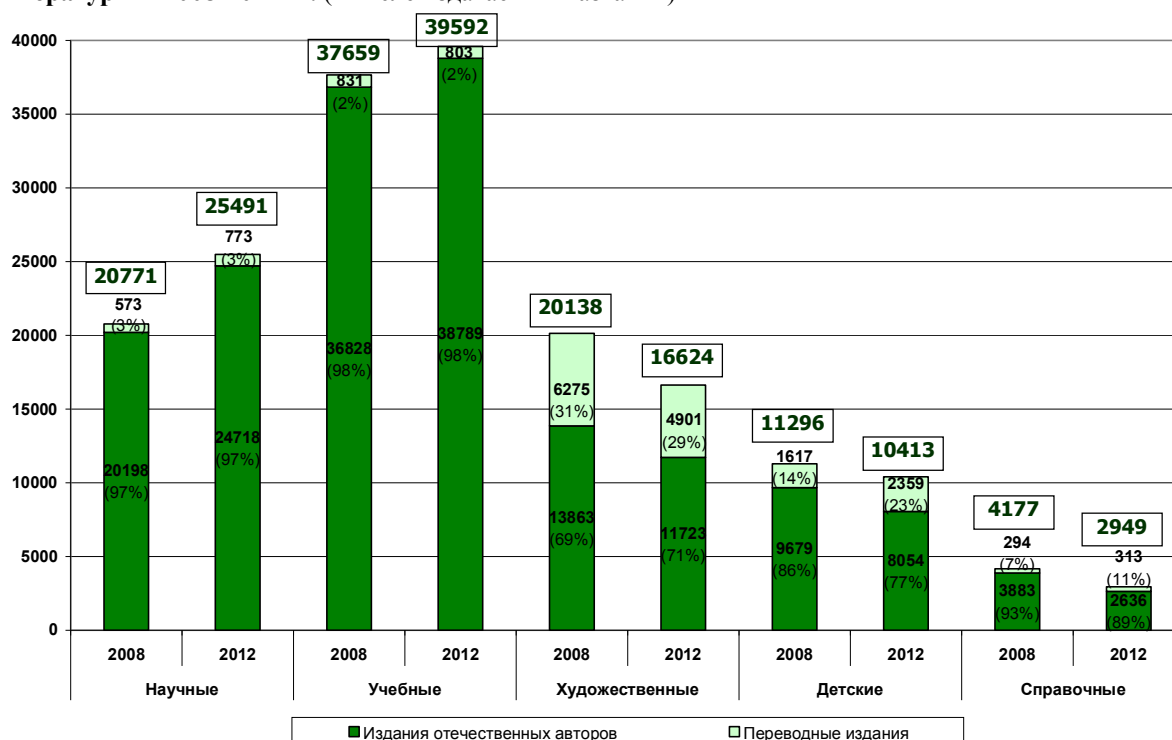


Общий тираж изданий переводной литературы - **67,3 млн экз.**
(12,5% от совокупного тиража)

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

Рис. 20.

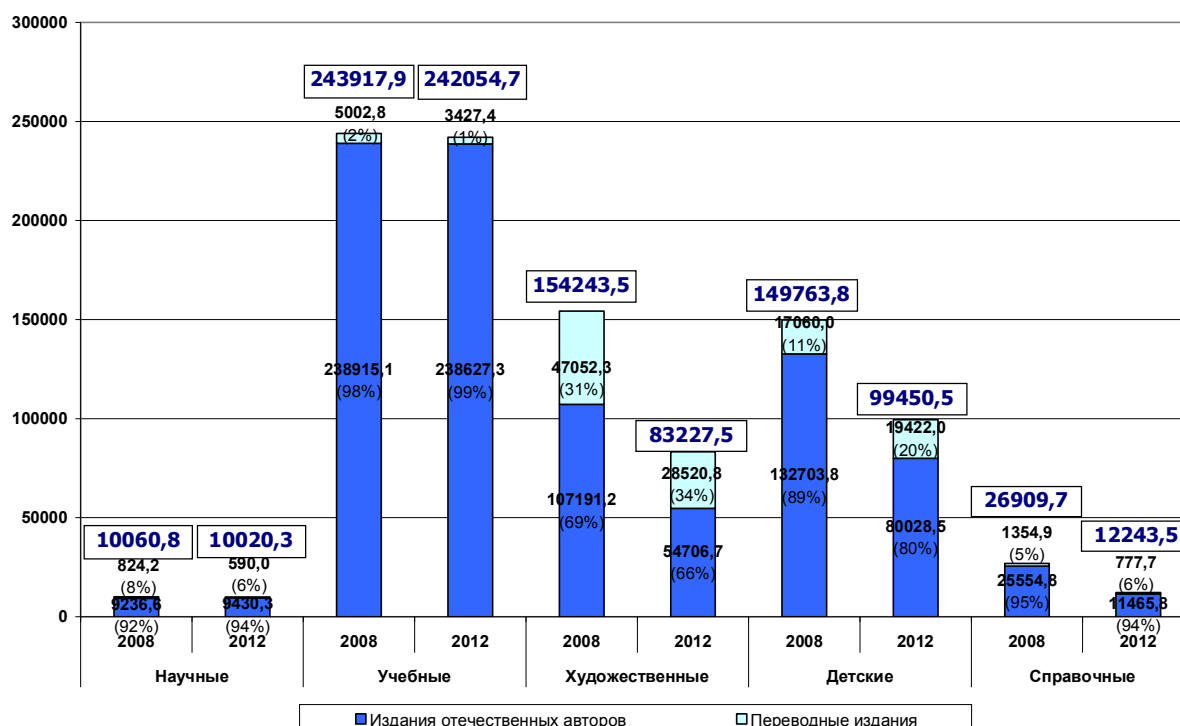
Изменение доли изданий отечественных и зарубежных авторов (переводы) в различных видах литературы в 2008-2012 гг. (в числе издаваемых названий)



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

Рис. 21.

Изменение доли изданий отечественных и зарубежных авторов (переводы) в различных видах литературы в 2008-2012 гг. (в совокупном тираже)



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

Из рис. 18 и 19 может показаться, что доля переводных изданий в национальном издательском репертуаре России сравнительно невелика – всего 10,7% от общего числа выпущенных названий и 12,5% в совокупной массе всех тиражей. Однако эти цифры характеризуют лишь общую картину выпуска переводных изданий. В различных же сегментах литературы доля переводных изданий различна. Достаточно посмотреть доли изданий отечественных и зарубежных авторов в различных видах литературы в 2008-2012 гг. Как видно из диаграмм на рис. 20 и 21, доля переводных изданий в сегментах художественной (около 30% по названиями и по тиражам) и детской (свыше 20% по названиями и по тиражам) литературы достаточно велика. При этом за прошедшие пять лет доля переводных изданий в сегменте детской литературы заметно выросла – с 14% до 23% в числе выпускаемых названий и с 11% до 20% в тиражах. Увеличилась доля переводных изданий и в тиражах художественной литературы – с 31 до 34%.

1.2. Издательская система России

В 2012 году, по данным Российской книжной палаты, в стране действовали 5884 издающие организации. В это число входят все издающие организации, приславшие в течение года хотя бы один экземпляр выпущенной ими книги в традиционной печатной форме в Российскую книжную палату. Среди них к активно действующим издательским структурам мы относим издательства, выпускающие не менее 12 книг в год (в среднем по одной книге в месяц), или издательства, совокупный годовой тираж которых составляет не менее 12 000 экз. (в среднем 1000 экз. в месяц). Издательств, выпустивших в 2012 г. 12 и более наименований книг и брошюр, насчитывалось 1324, а издательств, чей совокупный годовой тираж в 2012 г. превысил 12 000 экз. – 1167 (см. табл. 5).

Табл. 5.

Число действующих издательств в России в 2008-2012 гг.

	2008	2009	2010	2011	2012	2012 к 2011, %	2012 к 2008, %
Общее число издательств, деятельность которых зарегистрирована в России	5841	5893	5695	5989	5884	-1,8	0,7
Число издательств, выпустивших 12 и более книг в год	1302	1330	1321	1378	1324	-3,9	1,7
Число издательств, совокупный годовой тираж книг которых превысил 12000 экз.	1441	1374	817	1266	1167	-9,8	-20,7

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

По сравнению с 2011 годом число издающих организаций в России сократилось на 1,8%. При этом число издательств, выпустивших в 2012 г. 12 и более книг и брошюр, сократилось по сравнению с 2011 г. на 3,8%, а число издательств, совокупный тираж которых в 2012 г. превысил 12 000 экз., сократилось по сравнению с 2011 г. на 9,8%. При этом в сравнении с 2008 г. число издательств, совокупный тираж которых в 2012 г. превысил 12 000 экз., сократилось к настоящему времени более чем на 20%.

Сегодняшняя издательская система России представлена, в подавляющем большинстве, мелкими и средними компаниями. Так, из 5884 действующих в России издательств, более трети (35,2%) – это издающие организации, выпустившие в 2012 г. всего лишь одну книгу (см. рис. 22). Издательства, выпустившие меньше 12 книг за год (т. е. в среднем менее одной книги в месяц), составляют более 3/4 (77,5%) всех издающих организаций России. И лишь менее одного процента издательств выпускают более 500 названий книг в год.

Если из общего числа издательств, выпускающих больше 12 названий книг и брошюр в год (1324 издательства), вычесть издательства высших учебных заведений (университетские), то останется всего 855 издательств. Кроме того, если из этого общего числа также вычесть издательства научных центров, музеев, библиотек, религиозных организаций – т. е. издающие организации, не являющиеся самостоятельными хозяйствующими субъектами, а находящиеся в составе более крупных организаций, то останется всего 701 независимое издательство, формирующее современный издательский рыночный продукт.

Анализ структуры сегмента активно действующих издательств (по числу выпускаемых названий) показывает, что подавляющее большинство (около 70%) здесь составляют издательства, выпускающие от 12 до 49 книг (см. рис. 23). Издательства, выпускающие от 50 до 499 названий книг и брошюр, занимают 30% от общего числа активно действующих компаний, и лишь около 2% – это издательства, выпускающие более 500 названий ежегодно.

На рис. 24 можно видеть, что почти треть издательств страны за год выпускают книги совокупным тиражом, не превышающим 1 тыс. экз., а годовой тираж более 3/4 (80,2%) существующих в России издательств не превышает 12 000 экз. Только у двух процентов издательств совокупный годовой тираж превышает 500 тыс. экз.

Рис. 22.

Число издательств, выпустивших в 2012 г. различное количество названий книг и брошюр, и их доля в общем числе издающих организаций

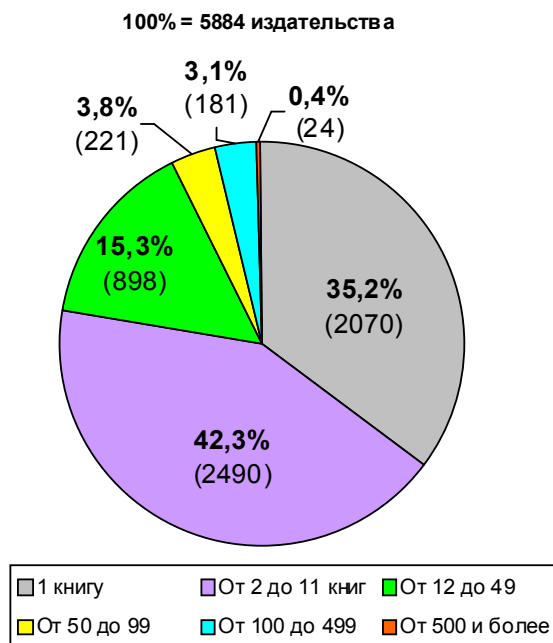
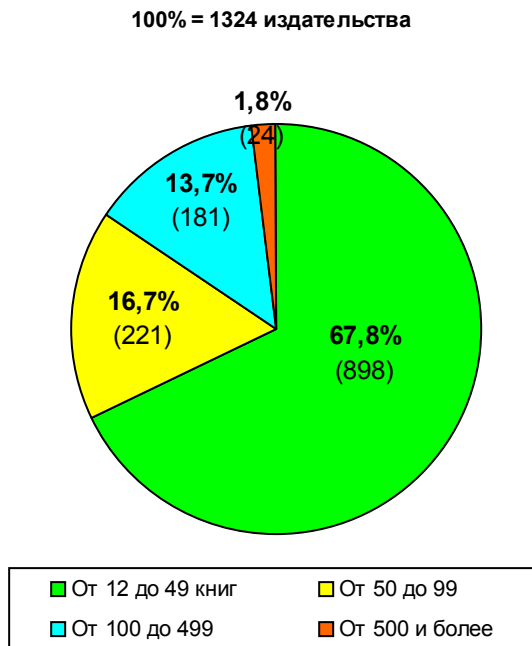


Рис. 23.

Число издательств, выпустивших в 2012 г. различное количество названий книг и брошюр, и их доля в общем числе активно действующих издательств



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

Рис. 24.

Число издательств, отпечатавших в 2012 г. книги и брошюры различным тиражом, и их доля в общем числе издающих организаций

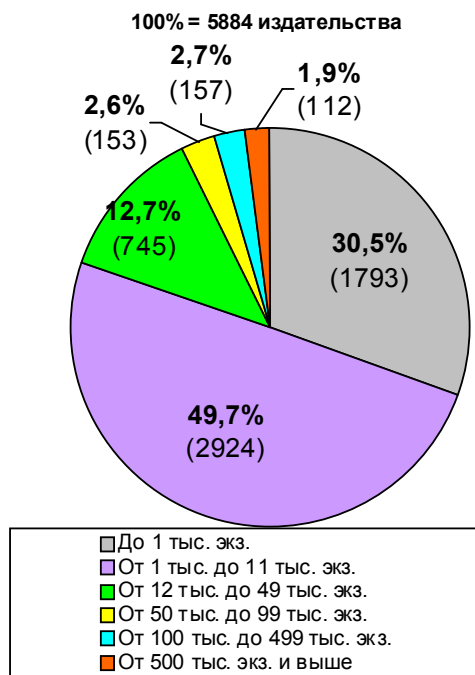
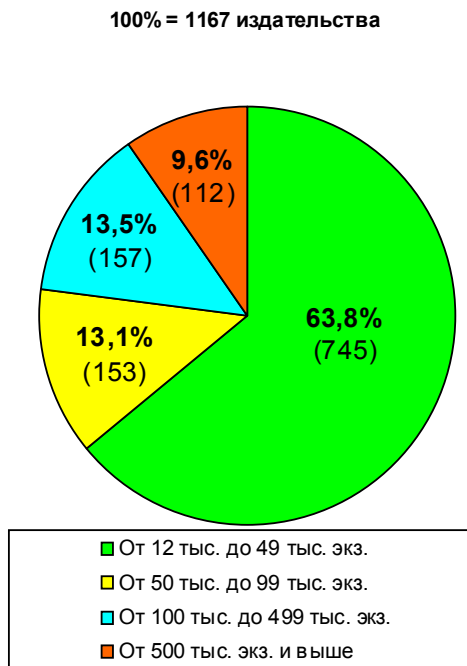


Рис. 25.

Число издательств, отпечатавших в 2012 г. книги и брошюры различным тиражом, и их доля в общем числе активно действующих издательств



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

Из числа активно действующих (по тиражным показателям) издательств у более чем 60% годовой тираж составляет от 12 000 до 49 000 экз. (см. рис. 25). И только у 10% активно функционирующих издательств годовой тираж превышает 500 000 экз. На рис. 26-27 представлены доли ключевых игроков на книжном рынке России в 2012 г. по числу выпущенных названий книг (в традиционной форме) и по совокупному отпечатанному тиражу.

Рис. 26.

Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по числу выпущенных в 2012 г. названий книг)

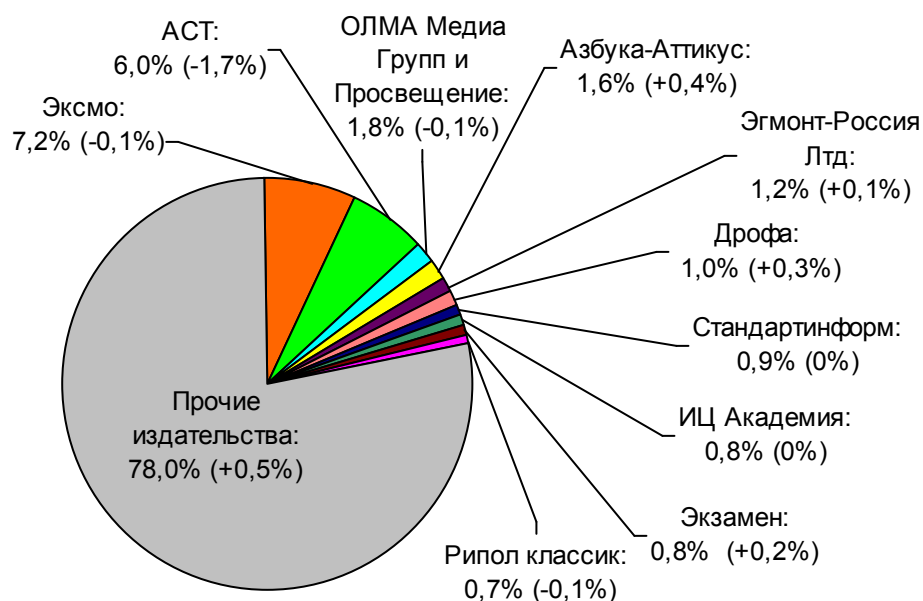
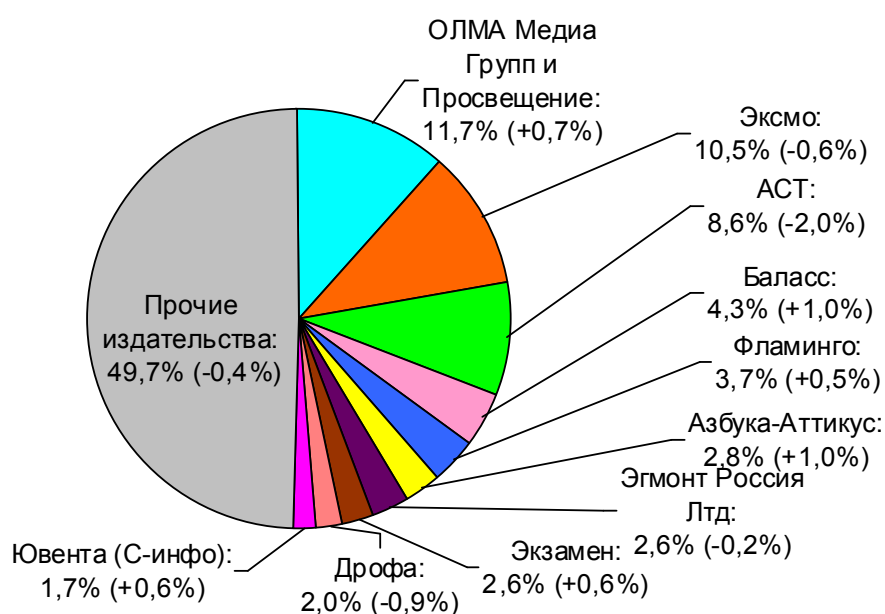


Рис. 27.

Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по отпечатанному в 2012 г. тиражу)



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

Показатели первой двадцатки издательств по числу выпущенных в 2012 г. наименований книг и брошюр и совокупным тиражам представлены в табл. 6 и 7.

В рейтинге издательств по числу выпущенных названий не произошло ничего экстраординарного: в очередной раз сменился лидер из «большой двойки» – на первую строчку рейтинга вышло издательство «Эксмо», выпустившее в 2012 г. 8423 книг и брошюр, второе место досталось издательству «АСТ», для которого 2012 год был не из лёгких, с показателем 7032 названия. При этом за прошедший год число выпущенных изданий в «Эксмо» сократилось на 6,3%, в то время как у «АСТ» – более чем на четверть. Третье место (по-прежнему с большим отставанием от лидеров) заняло издательство «ОЛМА Медиа Групп», включающее в себя с 2011 г. издательство «Просвещение» (2129 названий книг и брошюр).

Что же касается рейтинга российских издательств по тиражным показателям, то здесь впервые за много лет произошла сенсация, а именно – смена лидера. На первое место по совокупному годовому тиражу вышел не один из представителей «большой двойки» – «АСТ» или «Эксмо», на протяжении многих лет оспаривавших друг у друга первую строчку рейтинга, а третий игрок – компания «ОЛМА Медиа Групп», тираж книг и брошюр которой превысил в 2012 г. 63 млн экз. Следует отметить, что за год совокупный тираж объединённой с «Просвещением» «ОЛМЫ», занимавшей по итогам 2011 г. третью строчку в рейтинге, сократился примерно на 6,5%, в то время как показатели других лидеров рынка – «Эксмо» и «АСТ» «просели» более существенно – на 16% и 28% соответственно. Именно это, пожалуй, и привело к тому, что многолетние фавориты рейтинга оказались в 2012 г. на второй и третьей позициях соответственно. Однако если суммировать показатели формально объединённых «Эксмо» и «АСТ», то их совместный итог, даже с учётом 22%-ного сокращения по отношению к 2011 году, будет более чем в 1,5 раза выше, чем у «ОЛМЫ».

В целом же, как видно из таблиц, за 2008-2012 гг. доля ведущей двадцатки издательств в совокупном книгоиздательском репертуаре страны несколько снизилась, а по тиражу – заметно выросла.

Табл. 6.

Топ-20 издательств по числу выпущенных названий

№ п/п	Издательство	Число выпущенных названий, место в рейтинге					Изменение (абсол.)		Изменение (%)	
		2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008	2012/ 2011	2012/ 2008
1.	«Эксмо»	10439 (1)	9178 (2)	9663 (1)	8988 (2)	8423 (1)	-565	-2016	-6,3	-19,3
2.	«АСТ»	9884 (2)	10163 (1)	9333 (2)	9466 (1)	7032 (2)	-2434	-2852	-25,7	-28,9
	«Эксмо» и «АСТ» вместе	20323	19341	18996	18454	15455	-2999	-4868	-16,3	-24,0
3.	«ОЛМА Медиа Групп»	676 (17)	1058 (5)	1099 (7)	901 (9)	2129 (3)	+1228	+1453	+136,3	+214,9
	«Просвещение»	1078(7)	1444 (3)	1646 (3)	1468 (4)	-	-	-	-	-
	«ОЛМА Медиа Групп» и «Просвещение» вместе	1754	2502	2745	2369	2129	-240	+375	-10,1	+21,4
4.	«Азбука-Аттикус»	1367 (14/20)	1241 (13/28)	1481 (4)	1496 (3)	1852 (4)	+356	+485	+23,8	+35,5
5.	«Эгмонт Россия Лтд»	1047 (10)	1355 (4)	1266 (5)	1311 (5)	1365 (5)	+54	+318	+4,1	+30,4
6.	«Дрофа»	1222 (4)	976 (8)	1115 (7)	879 (10)	1132 (6)	+253	-90	+28,8	-7,4
7.	«Стандартинформ»	614 (18)	932 (10)	994 (10)	1162 (6)	1065 (7)	-97	+451	-8,3	+73,5
8.	ИЦ «Академия»	1129 (6)	548 (20)	873 (14)	938 (8)	983 (8)	+45	-146	+4,8	-12,9
9.	«Экзамен»	1065 (8)	697 (16)	894 (12)	741 (14)	949 (9)	+208	-116	+28,1	-10,9
10.	«Рипол классик»	1056 (9)	826 (11)	979 (11)	1019 (7)	822 (10)	-197	-234	-19,3	-22,2
11.	ЛИБРОКОМ (Книжный дом)	45 (462)	1000 (7)	466 (24)	672 (17)	815 (11)	+143	+770	+21,3	+1711,1
12.	«Вече»	582 (19)	736 (16)	894 (13)	787 (12)	795 (12)	+8	+213	+1,0	+36,6

№ п/п	Издательство	Число выпущенных названий, место в рейтинге					Изменение (абсол.)		Изменение (%)	
		2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008	2012/ 2011	2012/ 2008
13.	Мордовский гос. ун-т им. Н.П.Огарева	210 (83)	159 (127)	32 (641)	11 (1384)	766 (13)	+755	+556	+6863,6	+264,8
14.	«Феникс»	1261 (3)	1004 (6)	1016 (9)	721 (15)	727 (14)	+6	-534	+0,8	-42,3
15.	«Центрполиграф»	710 (16)	654 (17)	732 (15)	825 (11)	699 (15)	-126	-11	-15,3	-1,5
16.	«Росмэн»	1154 (5)	960 (9)	1146 (6)	786 (13)	675 (16)	-111	-479	-14,1	-41,5
17.	«Питер»	813 (13)	422 (29)	622 (16)	697 (16)	664 (17)	-33	-149	-4,7	-18,3
18.	«Русское слово»	239 (70)	225 (78)	235 (68)	333 (42)	580 (18)	+247	+341	+74,2	+142,7
19.	«Инфра-М»	418 (31)	381 (34)	408 (31)	405 (30)	563 (19)	+158	+145	+39,0	+34,7
20.	«Юрайт»	68 (312)	109 (207)	276 (59)	525 (22)	552 (20)	+27	+484	+5,1	+711,8
	Всего:	35077	34068	35170	34131	32588	-1543	-2489	-4,5	-7,1
	В % от общего числа выпущенных названий	28,4	26,7	28,9	27,8	27,9				

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

Табл. 7.

Топ-20 издательств по тиражам

№ п/п	Издательство	Тираж, тыс. экз., место в рейтинге					Изменение (абсол.)		Изменение (%)	
		2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008	2012/ 2011	2012/ 2008
1.	«ОЛМА Медиа Групп»	5994,8 (20)	13562,4 (7)	10632,2 (12)	7529,8 (15)	63013,4 (1)	+55483,6	+57018,6	+736,9	+951,1
	«Просвещение»	45661,1 (3)	45900,4 (3)	48791,0 (3)	59811,0 (3)	-	-	-	-	-
	«ОЛМА Медиа Групп» и «Просвещение вместе»	51655,9	59462,8	59423,2	67340,8	63013,4	-4327,4	+11357,5	-6,4	+22,0
2.	«Эксмо»	99680,7 (1)	80851,0 (1)	78804,9 (1)	67548,6 (1)	56616,7 (2)	-10931,9	-43064	-16,2	-43,2
3.	«АСТ»	71417,7 (2)	76928,8 (2)	72255,2 (2)	64847,2 (2)	46488,4 (3)	-18358,8	-24929,3	-28,3	-34,9
	«Эксмо» и «АСТ» вместе	171098,4	157779,8	151060,1	132395,8	103105,1	-29290,7	-67993,3	-22,1	-39,7
4.	«Баласс»	16343,8 (7)	9766,6 (10)	15257,7 (7)	19778,9 (5)	23060,1 (4)	+3281,2	+6716,3	+16,6	+41,1
5.	«Фламинго»	29880,0 (4)	32173,0 (5)	21811,0 (5)	19810,0 (4)	20137,0 (5)	+327	-9743	+1,7	-32,6
6.	«Азбука-Аттикус»	17222,3 (12/15)	14463,0 (16/17)	14913,2 (8)	11216,5 (11)	15244,3 (6)	+4027,8	-1978	+35,9	-11,5
7.	«Эгмонт Россия Лтд»	20359,9 (6)	32421,4 (4)	24939,4 (4)	17476,6 (8)	14306,8 (7)	-3169,8	-6053,1	-18,1	-29,7
8.	«Экзамен»	16065,7 (8)	11863,5 (9)	14556,0 (9)	12099,0 (10)	14084,0 (8)	+1985	-1981,7	+16,4	-12,3
9.	«Дрофа»	21972,6 (5)	16512,2 (6)	17122,7 (6)	18071,9 (7)	10892,7 (9)	-7179,2	-11079,9	-39,7	-50,4
10.	«Ювента» (С-инфо)	6815,5 (16)	6105,5 (18)	7483,0 (15)	6966,0 (17)	9370,0 (10)	+2404	+1447,8	+34,5	+21,2
11.	«Росмэн»	11634,2 (9)	8116,5 (13)	12317,5 (11)	7313,6 (16)	8263,3 (11)	+949,7	-3370,9	+13,0	-29,0
12.	«Вентана-Граф»	8863,0 (14)	8177,6 (12)	6916,5 (16)	8253,8 (13)	8263,3 (12)	+9,5	-1539	+0,1	-17,4
13.	«Мозаика-Синтез»	3034,0 (46)	2656,0 (40)	5488,0 (22)	4855,0 (23)	7324,0 (13)	+2469	+3156,4	+50,9	+104,0
14.	«Ассоциация XXI век»	6793,1 (17)	5735,4 (22)	5613,3 (20)	10819,0 (12)	6963,0 (14)	-3856	-1508	-35,6	-22,2
15.	«Академкнига/Учебник»	1907,8 (64)	2403,3 (43)	3086,9 (35)	6298,3 (19)	6494,3 (15)	+196	+2815	+3,1	+147,6
16.	«Рипол классик»	11176,0 (10)	7585,6 (15)	8194,5 (14)	8088,3 (14)	6190,4 (16)	-1897,9	-6660,9	-23,5	-59,6
17.	ИД «Федоров» (Корпорация Федоров)	134,0 (324)	25,0 (841)	1496,5 (66)	4366,8 (24)	5297,0 (17)	+930,2	+3583,1	+21,3	+2674,0
18.	«Мнемозина»	4926,4 (24)	4968,5 (25)	4552,4 (26)	2601,4 (34)	5285,1 (18)	+2683,7	-1282,4	+103,2	-26,0

№ п/п	Издательство	Тираж, тыс. экз., место в рейтинге					Изменение (абсол.)		Изменение (%)	
		2008	2009	2010	2011	2012	2012/ 2011	2012/ 2008	2012/ 2011	2012/ 2008
19.	«Титул»	4770,0 (26)	6009,4 (19)	6056,3 (18)	4077,4 (25)	5184,5 (19)	+1107,1	-1232	+27,2	-25,8
20.	«Самовар»	5784,0 (22)	5544,0 (23)	5604,0 (21)	3757,3 (26)	4875,0 (20)	+1117,7	-2421	+29,7	-41,9
	Всего:	410436,6	391769,1	385892,2	365586,4	337353,3	-28233,1	-73083,3	-7,7	-17,8
	В % от общего числа выпущенных названий	54,0	54,7	59,0	59,7	62,4				

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

В докладе по итогам 2011 г. отмечалось, что одновременно с крупными книжными издательствами практику выпуска и продажи книг начали осуществлять издатели прессы. По итогам 2010-2011 гг. в список двадцати крупнейших издателей России по совокупному тиражу входил Издательский дом «Комсомольская правда», запустивший в последние годы ряд книгоиздательских проектов. Однако в 2012 г. по совокупным тиражам Издательский дом «Комсомольская правда» не вошёл в двадцатку крупнейших издательств России, оказавшись лишь на 69-й строчке рейтинга с совокупным тиражом около 1 млн экз.

В 2012 г. 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 (см. табл. 8).

Табл. 8.

Состав отдельных издательских групп России

Импринты		Показатели деятельности издательской группы / объединения	
«АСТ»			
2008	2012	2008	2012
«АСТ»	«АСТ»	Совокупное число названий – 10485	Совокупное число названий – 7101
«Астрель»	«Времена»		
«Астрель СПб»	«Жанры»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 8,5%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 6,1%
«Восток-Запад»	«Кладезь»		
«Мир энциклопедий Аванта+»	«Мир энциклопедий Аванта+»	Совокупный тираж – 74940,0 тыс. экз.	Совокупный тираж – 46817,0 тыс. экз.
«Прайм-Еврознак»	«ОГИЗ»		
«Сова»	«Планета Детства»	Совокупная доля на рынке по тиражу – 9,9%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 8,7%
«Издательский дом Наталии Правдиной»	«Планета Знаний»		
«М-Пресс»	Редакция Елены Шубиной		
«НТ Пресс»	Corpus		
«У-Фактория»	Lingua		
	Mainstream		
	NeoClassic		
«Азбука-Аттикус»			
2008	2012	2008	2012
«Аттикус»	«Азбука-Аттикус»	Совокупное число названий – 1399	Совокупное число названий – 1852
«Азбука-классика»	«Махаон»		
«Махаон»	«Иностранка»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,1%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,6%
«Иностранка»	«КоЛибри»		
«КоЛибри»		Совокупный тираж – 17459,3 тыс. экз.	Совокупный тираж – 15244,3 тыс. экз.
«Веды»			
«Фантастика»			
		Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,3%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,8%

Импринты		Показатели деятельности издательской группы / объединения	
«Дрофа»			
2008	2012	2008	2012
«Дрофа»	«Дрофа»	Совокупное число названий – 1357 Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,1% Совокупный тираж – 23271,9 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 3,1%	Совокупное число названий – 1200 Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,0% Совокупный тираж – 12990,5 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,4%
«Дрофа-Плюс»	«Дрофа-Плюс»		
«ДИК»	«Дрофа-Медиа»		
«Инфра-М»			
2008	2012	2008	2012
«Инфра-М»	«Инфра-М»	Совокупное число названий – 1035 Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,8% Совокупный тираж – 3727,6 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,5%	Совокупное число названий – 1171 Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,0% Совокупный тираж – 981,4 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,2%
«Норма»	«Норма»		
«Весь Мир»	«Норма» (юридическое изд-во)		
«Форум»	«Форум»	Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,5%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,2%
«Альфа-М»	ИД «Форум»		
«Вузовский учебник»	«Альфа-М»		
«Энциклопедия»	«Вузовский учебник»		
«Риор»	«Энциклопедия»		
«Магистр»	«Риор»		
«Вадим-синема»	«Магистр»		
	«Курс»		
Корпорация «Федоров»			
2008	2012	2008	2012
«Федоров»	«Федоров»	Совокупное число названий – 176 Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,1% Совокупный тираж – 3782,3 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,5%	Совокупное число названий – 184 Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,2% Совокупный тираж – 5329,5 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 1,0%
«Учебная литература»	«Учебная литература»		

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

Главной темой обсуждения для участников книжного рынка в 2012 г. стала возможная сделка по слиянию двух ведущих издательств страны – «Эксмо» и «АСТ». Новость о грядущем объединении двух крупнейших издательств страны вызвала широкий резонанс в профессиональном сообществе.

Официальное признание ООО «Издательство «АСТ» банкротом произошло в конце ноября 2012 г. Во время проведения процедуры банкротства выяснилось, что дистрибуторские компании, входившие в издательскую группу «АСТ», вели свой бизнес с использованием фирм-однодневок.

Объём сделки по слиянию двух компаний оценить трудно, поскольку стороны сумм не раскрывают. Эксперты оценивают её в **400 млн долл. США** без учёта предъявленных «АСТ» налоговых претензий, которые составляют около **8 млрд. руб.** (не включая налоговый период 2011-2012 гг.), что превышает годовой оборот «АСТ». Сделка по слиянию «Эксмо» и «АСТ» оформлена в виде трёхлетнего опциона на 100%-ный контроль издающих организаций, входящих в состав «АСТ»; магазины «Буква» при этом в сделку не входят.

Несмотря на то, что опцион оформлен ни три года, «Эксмо» рассчитывает исполнить его в течение одного. При этом генеральный директор издательства О.Новиков подчёркивает, что завершение сделки зависит от того, удастся ли спасти бизнес «АСТ», который находится в критическом состоянии после предъявленных

компании налоговых претензий. «АСТ» пытается оспорить эти претензии, одновременно запустив процедуру банкротства своих основных дистрибуционных компаний – «Полимикс-центр» и «Пятый океан». Судьба книготорговой сети «Буква» пока не ясна. Во многих магазинах сети идут распродажи ассортимента, ряд торговых точек в регионах был закрыт, а для распространения книжной продукции «АСТ» создала новую компанию «Билония». Вместе с тем, «Эксмо» планирует самостоятельно заняться налоговыми проблемами «АСТ». Однако «Эксмо» пока не обращалось в Федеральную антимонопольную службу для одобрения сделки, так как это потребуется только на этапе реализации опциона.

По словам О.Новикова, его издательство осуществляет управление издательским бизнесом «АСТ» с согласия акционеров издательской группы с начала июня 2012 г.. На ключевые позиции в компаниях группы назначены менеджеры «Эксмо», но при этом об объединении групп речи пока не идёт, «АСТ» сохраняет за собой собственные бренды и редакции с собственной редакционной и экономической политикой. Из бывшей издательской группы выделены четыре тематических направления (художественная, детская, прикладная и учебная литература), в каждом из которых будет работать несколько импринтов. Например, в сегменте художественной литературы выпуском книг теперь занимаются издательство Согрус, редакция Елены Шубиной, а также два новых импринта – «Неоклассик» и «Жанры». Каждому из них дана определённая свобода в формировании авторского портфеля, определения размеров тиражей и т.д. При этом бывшие импринты «АСТ» теперь могут централизованно пользоваться структурными подразделениями «Эксмо» – правовой, финансовой, маркетинговой и другими службами. Таким образом издательства смогут сократить издержки на производство и распространение книжной продукции, им будет легче работать в условиях непрекращающегося кризиса на книжном рынке. По мнению экспертов, это также позволит повысить рентабельность обеих компаний и создаст стимулы для развития новых технологий продвижения и продажи книг.

В случае исполнения указанного опциона приобретение «АСТ» позволит «Эксмо» увеличить долю на книгоиздательском рынке почти вдвое, до **20%**. Если опираться на данные Российской книжной палаты по итогам 2012 г., то объединенная компания будет занимать **19,1%** рынка по совокупному тиражу (**103,1 млн экз.**) и **13,2%** рынка по числу выпущенных наименований (**15455 наименований**). По данным исследования «Global Ranking of the Publishing Industry» (см. табл. 12), годовая выручка (доходы) «Эксмо» составила в 2011 г. **195 млн долл. США**, а у «АСТ» этот показатель оценивается в **330 млн долл. США**.

Похожая ситуация происходит и на книжном рынке в США. В конце октября 2012 г. появились подробности сделки по слиянию двух крупных компаний Random House, принадлежащую немецкому транснациональному концерну Bertelsmann AG, и Penguin (издательская группа, входящая в английский медиаконцерн Pearson, который в последние годы занимает первую строчку в рейтинге ведущих издательств мира).

Представители этих медиаконцернов официально подтвердили информацию о том, что ведут переговоры о слиянии своих издательских активов. Новая структура будет носить название Penguin Random House. Random House и Penguin вместе контролируют четверть рынка бумажных и электронных изданий на книжном рынке США и Великобритании. Bertelsmann, по условиям соглашения, получит **53%** объединенной компании, а Pearson – **47%**.

Слияние двух крупных англоязычных книгоиздателей приведёт к образованию крупнейшей в мире издательской корпорации. Обе компании были пионерами в электронном книгоиздательстве и дистрибуции, но у Random House наиболее сильные позиции в США и Великобритании, а Penguin – самый известный мировой издательский бренд с сильным присутствием на рынках США и развивающихся стран. По итогам 2011 г. выручка Random House составила **1,7 млрд евро**, а операционная прибыль – **185 млн евро**. Соответствующие показатели издательской группы Penguin составили около **1,25 млрд евро** и **140 млн евро**. Активы Penguin оценены также в **1,25 млрд евро**.

По условиям соглашения, в совместное предприятие не войдут издательский бизнес Bertelsmann в Германии и права Pearson на использование бренда Penguin для учебной литературы по всему миру. Председателем совета директоров Penguin Random House станет генеральный директор Penguin Джон Макинсон, Bertelsmann получит пять мест в Совете директоров объединённой компании, а Pearson будет иметь право на четыре кресла. Завершение сделки запланировано на вторую половину 2013 г., после одобрения её регуляторами всех стран, где оперируют компании.

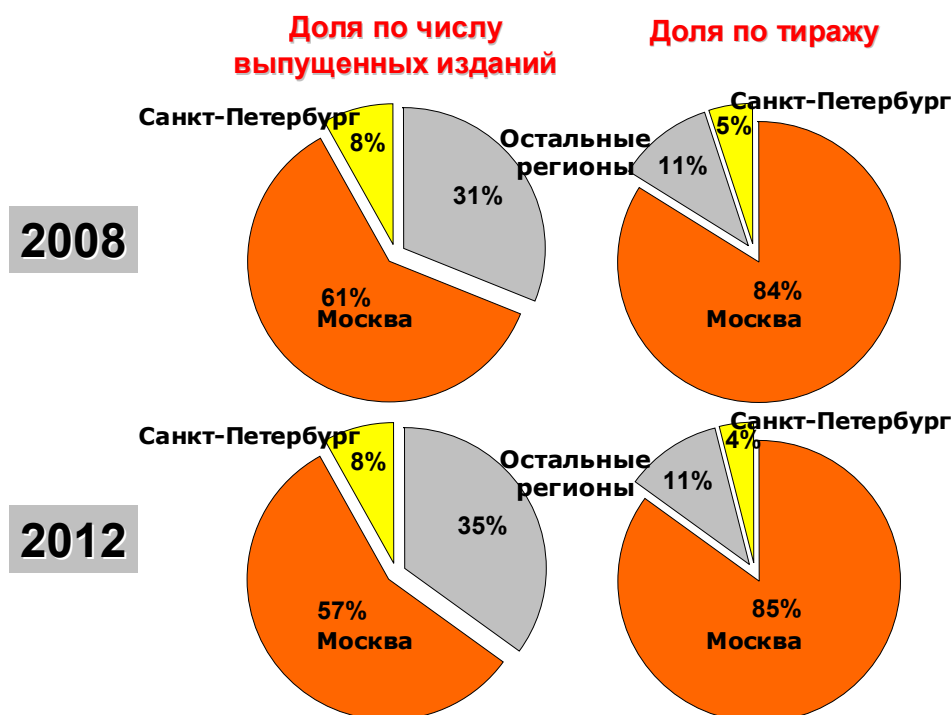
Возвращаясь к российским проблемам, следует отметить, что соотношение долей регионов в географии отечественного книгоиздания в 2012 г. по сравнению с прошлым, 2011 г., практически не изменилось. Доля издательств, действующих в Москве и Санкт-Петербурге, составляет 65% по количеству выпускаемых названий 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 4% и составила в 2012 г. 57%. По тиражам показатели столицы практически не изменились – на долю Москвы сегодня приходится 85% тиражей. Доля Санкт-Петербурга составляет сегодня 8% выпускаемых названий и 4% общенациональных тиражей (см. рис. 28).

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 общенациональном уровне. Как следствие – присутствие в сетевых магазинах книг средних и малых издательств (особенно, региональных) невелико.

В российских регионах сейчас действует более 2,5 тыс. разных по своей форме и структуре издательств. Среди них основное место занимают университетские издательства (см. табл. 9-10).

Рис. 28.

Доли регионов в географии российского книгоиздания, %



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

Табл. 9.

Топ-10 региональных издательств в 2008-2012 гг. по количеству выпущенных названий

№ п/п	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008			
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1261	5062,0
2.	Тюменский государственный университет	407	157,3
3.	Сибирское университетское издательство	371	2559,1
4.	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	347	3219,0
5.	Южно-Уральский государственный университет	315	38,8
6.	Саратовский государственный технический университет	307	46,4
7.	Учитель (Волгоград)	286	2197,1
8.	Китап (Уфа)	268	1204,2
9.	Чувашский государственный университет	249	74,9
10.	Донской государственный технический университет	244	43,0
2009			
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1004	3331,8
2.	Саратовский государственный технический университет	517	75,4
3.	Учитель (Волгоград)	511	1850,6
4.	Тюменский государственный университет	507	166,1

Табл. 10.

Топ-10 региональных издательств в 2008-2012 гг. по тиражам

Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
2008		
Ассоциация XXI век (Смоленск)	168	6793,1
Феникс (Ростов-на-Дону)	1261	5062,0
Титул (Калужская обл.)	78	4770,0
Лицей (Саратов)	128	4633,1
Клуб семейного досуга (книжный клуб) (Белгород)	218	3764,0
Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	171	3648,3
Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	347	3219,0
Сибирское университетское издательство	371	2559,1
Владис (Ростов-на-Дону)	227	2250,0
Учитель (Волгоград)	286	2197,1
2009		
Титул (Калужская обл.)	101	6009,4
Ассоциация XXI век (Смоленск)	147	5735,4
Лицей (Саратов)	102	3766,5
Феникс (Ростов-на-Дону)	1004	3331,8

№ п/п	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
5.	Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса	377	40,3	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	168	3094,7
6.	Воронежский государственный технический университет	377	108,6	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	316	2409,0
7.	Уфимский государственный авиационный технический университет	370	41,5	Учитель (Волгоград)	511	1850,6
8.	Магнитогорский государственный университет	345	156,6	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	183	1327,5
9.	Сибирское университетское издательство	316	2409,0	Китап (Башкирия)	296	1286,7
10.	Казанский государственный технологический университет	315	43,9	Клуб семейного досуга (книжный клуб) (Белгород)	40	1071,0
2010				2010		
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1016	3058,3	Ассоциация XXI век (Смоленск)	140	5613,3
2.	Учитель (Волгоград)	561	1740,0	Лицей (Саратов)	116	3808,0
3.	Сибирский федеральный университет	441	167,0	Феникс (Ростов-на-Дону)	1016	3058,3
4.	Южно-Уральский государственный университет	432	58,4	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	333	2579,3
5.	Магнитогорский государственный университет	384	205,0	Учитель (Волгоград)	561	1740,0
6.	Уфимский государственный авиационный технический университет	348	42,1	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	114	1701,4
7.	Саратовский государственный технический университет	348	49,4	ИД «Федоров» (Корпорация Федоров) (Самара)	55	1496,5
8.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	333	2579,3	Легион (Ростов-на-Дону)	90	1429,6
9.	Новосибирский государственный технический университет	333	67,6	РАННУР (Казань)	24	1203,0
10.	Тамбовский государственный университет	314	76,5	Проф-Пресс (Ростовская обл.)	115	1088,0
2011				2011		
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	721	2199,3	Ассоциация XXI век (Смоленск)	197	10819,0
2.	Тихоокеанский государственный университет	553	99,5	Клуб семейного досуга (книжный клуб) (Белгород)	366	6911,7
3.	Южно-Уральский государственный университет	473	61,2	ИД «Федоров» (Корпорация Федоров) (Самара)	163	4366,8
4.	Новосибирский государственный технический университет	466	111,1	Титул (Калужская обл.)	82	4077,4
5.	Саратовский государственный технический университет	452	60,5	Лицей (Саратов)	122	3517,0
6.	Учитель (Волгоград)	443	1470,1	Феникс (Ростов-на-Дону)	721	2199,3
7.	Дальневосточный федеральный университет	303	70,1	Газетный мир (Нижний Новгород)	69	1524,7
8.	Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова	289	63,2	Учитель (Волгоград)	443	1470,1
9.	Магнитогорский государственный университет	263	139,8	ЛИТУР (Екатеринбург)	69	1089,5
10.	Донской государственный технический университет	245	44,1	РАННУР (Казань)	22	1000,0
2012				2012		
1.	Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева	766	186,1	Ассоциация XXI век (Смоленск)	179	6963,0
2.	Феникс (Ростов-на-Дону)	727	2162,5	ИД «Федоров» (Корпорация Федоров) (Самара)	179	5297,0
3.	Учитель (Волгоград)	466	1750,8	Титул (Калужская область)	132	5184,5
4.	Донской государственный технический университет	424	63,0	Лицей (Саратов)	128	3818,1
5.	Южно-Уральский государственный университет	367	43,0	Легион (Ростов-на-Дону)	179	2236,5

№ п/п	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
6.	Новосибирский государственный технический университет	365	88,2	Феникс (Ростов-на-Дону)	727	2162,5
7.	Тамбовский государственный университет	333	78,4	Учитель (Волгоград)	561	1740,0
8.	Уфимский государственный нефтяной технический университет	327	73,1	Китап (Уфа)	224	1244,8
9.	Бичик (Якутия)	286	535,8	Лада (Смоленск)	116	1095,5
10.	Казанский национальный исследовательский технологический университет	265	30,9	Литру (Екатеринбург)	70	923,5

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

По традиции в докладе приводятся рейтинги мировой книгоиздательской индустрии, что дает возможность определить место России в глобальном издательском сообществе. Указанные рейтинги характеризуют состояние мирового книгоиздания, уровень глобализации и степень концентрации книгоиздательского бизнеса. Составителем рейтингов является австрийский консультант в издательской области, специализирующийся на анализе международных рынков, Рюдигер Вишенбарт (Rüdiger Wischenbart). Он является автором исследования «Global Ranking of the Publishing Industry», проводимого по инициативе профессионального журнала Livres Hebdo (Франция). Исследование, помимо Livres Hebdo, также публикуется в профессиональных журналах Publishers Weekly (США), The Bookseller (Великобритания), Buchreport (Германия).

Мировой рейтинг издательских рынков (см. табл. 11) подготовлен Р. Вишенбартом по инициативе Международной ассоциации издателей (International Publishers Association). Проведенное исследование «Drawing the Global Map of Publishing Markets 2012» является частью более широких исследований Международной ассоциации издателей по созданию глобальной статистической базы издательской индустрии.

Табл. 11.

Мировой рейтинг издательских рынков, 2011 г.

№	Страна	Объем рынка (чистые доходы издателей, млн евро)	Объем рынка исходя из потребительских цен, млн евро	Число новых названий и переизданий в расчете на 1 млн жителей	ВВП в расчете на одного чел., долл. (данные Всемирного банка)	Население
	В целом в мире		105 614		10 034	6 894 377 794
1.	США	21 500	31 000	1080	48 442	311 591 917
2.	Китай		10 602	245	5430	1 344 130 000
3.	Германия	6 350	9 734	1172	43 689	81 726 000
4.	Япония		7 129		45 903	127 817 277
5.	Франция	2 804	4 587	1242	42 377	65 436 552
6.	Великобритания	3 738	4 080	2459	38 818	62 641 000
7.	Италия	1 900	3 417	956	36 116	60 770 000
8.	Испания	1 820	2 890	1692	32 244	46 235 000
9.	Бразилия	2 027	2 546	285	12 594	196 655 014
10.	Индия	1 675	2 500		1489	1 241 491 960
11.	Канада	1 535	2 342		50 345	34 482 779
12.	Южная Корея	1 408	2 013	849	22 424	49 779 000
13.	Россия		1 875	859	13 089	141 930 000
14.	Австралия		1 520	877	60 642	22 620 600
15.	Турция		1 150	474	10 498	73 639 596
16.	Нидерланды		1 126	1412	50 087	16 696 000

№	Страна	Объём рынка (чистые доходы издателей, млн евро)	Объём рынка исходя из потребительских цен, млн евро	Число новых названий и переизданий в расчёте на 1 млн жителей	ВВП в расчёте на одного чел., долл. (данные Всемирного банка)	Население
17.	Польша	697	1 123	775	13 463	38 216 000
18.	Бельгия	519	850		46 469	11 008 000
19.	Норвегия	304	808	9227	98 102	4 952 000
20.	Швейцария		806		80 391	7 907 000

Источник: Publishers Weekly.

В июне 2012 г. появился очередной мировой рейтинг издательств за 2011 г., подготовленный в рамках исследования «Global Ranking of the Publishing Industry». Примечательно, что в данный рейтинг уже во второй раз попали две отечественные компании – издательства «АСТ» и «Эксмо».

Табл. 12.

Рейтинг ведущих издательских домов мира

Место 2011	Место 2010	Издательская компания (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	2011 Доходы (млн долл. США)	2010 Доходы (млн долл. США)
1	1	Pearson	Pearson Corp.	Великобритания	8 411	8 097
2	2	Reed Elsevier	Reed Elsevier Corp.	Великобритания/ Нидерланды/США	5 686	7 149
3	3	Thomson Reuters	The Woodbridge Co. Ltd	Канада	5 435	5 637
4	4	Wolters Kluwer	Wolters Kluwer	Нидерланды	4 360	4 719
5	6	Hachette Livre	Lagardère	Франция	2 649	2 873
6	8	Grupo Planeta	Grupo Planeta	Испания	2 304	2 427
7	7	McGraw-Hill Education	The McGraw-Hill Companies	США	2 292	2 433
8	5	Random House	Bertelsmann AG	Германия	2 274	3 844
9	11	Holtzbrinck	Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	Германия	1 952	1 512
10	10	Scholastic	Scholastic Corp.	США	1 906	1 912
11	9	Cengage Learning	Apax Partners et al.	США/ Канада	1 876	2 007
12	13	Wiley	Wiley	США	1 743	1 699
13	12	De Agostini Editore	Gruppo De Agostini	Италия	1 724	1 843
14	15	Shueisha	Hitotsubashi Group	Япония	1 714	1 597
15	16	Kodansha	Kodansha	Япония	1 551	1 498
16	17	Shogakukan	Hitotsubashi Group	Япония	1 444	1 441
17	33	Reader's Digest	RDA Holding	США	1 438	582
18	14	Houghton Mifflin Harcourt	Education Media and Publishing Group Ltd.	США/ Каймановы острова	1 295	1 673
19	19	Springer Science and Business Media	EQT and GIC Investors	Швеция/ Сингапур	1 138	1 149
20	18	HarperCollins	News Corp.	США	1 100	1 269
21	20	Informa	Informa plc	Великобритания	1 069	1 039
22	21	Gakken (Япония)	Gakken Co. Ltd	Япония	1 043	956
23	22	Oxford University Press (Великобритания)	Oxford University	Великобритания	1 004	941
24	24	Grupo Santillana	PRISA	Испания	936	852
25	23	Bonnier	The Bonnier Group	Швеция	909	927
26	26	Kadokawa Publishing	Kadokawa Holdings Inc.	Япония	904	794
27	27	Simon & Schuster	CBS	США	787	791
28	28	Egmont Group	Egmont International Holding A/S	Дания	703	792
29	29	Woongjin ThinkBig	Woongjin Holding	Корея	685	723
30	25	RCS Libri	RCS Media Group	Италия	667	805
31	31	Klett	Klett Gruppe	Германия	594	617
32	32	Cornelsen	Cornelsen	Германия	558	584
33	34	Mondadori	The Mondadori Group	Италия	506	549

Место 2011	Место 2010	Издательская компания (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	2011 Доходы (млн долл. США)	2010 Доходы (млн долл. США)
34	35	GeMS-Gruppo editoriale Mauri Spagnol	Messagerie Italiane	Италия	494	525
35	39	Lefebvre-Sarrut	Frojal	Франция	467	430
36	36	Harlequin	Torstar Corp.	Канада	450	468
37	37	Sanoma	Sanoma WSOY	Финляндия	446	464
38	40	China Education and Media Group (ранее Higher Education Press)	China Education and Media Group	Китай	445	393
39	38	Média Participations	Média Participations	Бельгия	442	434
40	46	Abril Educação	Abril Group	Бразилия	411	308
41	47	Perseus Book Group	Perseus	США	350	300
42	43	Westermann Verlagsgroupe	Medien Union (Rheinland-Pfalz Gruppe)	Германия	339	342
43	41	La Martinière Groupe	La Martinière Groupe	Франция	335	377
44	44	Bungeishunju	Данные отсутствуют	Япония	331	337
45	55	AST	Частная компания	Россия	330	215
46	45	Groupe Gallimard	Madrigall	Франция	329	320
47	42	Shinchosha	Данные отсутствуют (частная компания)	Япония	319	364
48	49	Kyowon	Kyowon	Корея	298	273
49	48	Weka	Weka Firmengruppe	Германия	282	300,81
50	52	Saraiva	Saraiva	Бразилия	269	249
51	51	Haufe Gruppe	Частная компания	Германия	267	256
52	56	Editora FTD	Editora FTD	Бразилия	226	214
53	54	Groupe Albin Michel	Groupe Albin Michel	Франция	216	219
54	58	Eksmo	Частная компания	Россия	195	200

Данные основываются на продажах в 2011 году и включают продажи книг, научных журналов и цифровых продуктов.
Источник: «Global Ranking of the Publishing Industry», 2012.

1.3. Российские издательства в 2008-2012 гг.

В рамках подготовки настоящего доклада в январе-феврале 2013 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), «Вита Нова» (г. Санкт-Петербург), «Время», «Дашков и Ко», «Детская литература», «Дмитрий Буланин» (Санкт-Петербург), «Дрофа», «Китап» (г. Уфа), ИД «Мещерякова», «О-краткое» (г. Киров), «Оренбургское книжное издательство» (г. Оренбург), «Петербургское Востоковедение» (г. Санкт-Петербург), «Правда Севера» (г. Архангельск), «ПРОЗАиК», «Розовый жираф», «Русский путь», «Русское слово», «Русский язык. Курсы», «Сократ» (г. Екатеринбург), «Учитель» (Волгоград), «Художественная литература», «Эгмонт Россия Лтд».

Спектр деятельности и география опрошенных издательств позволяют, основываясь на представленных ими показателях, оценить общие тенденции деятельности издательств в 2008-2012 гг.

В кризисный период многие издательские структуры были вынуждены пойти на оптимизацию своего штатного расписания. Больше всего это коснулось крупных издательств, имевших до кризиса в своём штате свыше 50 чел. Число сотрудников в таких издательствах сократилось на 5-10%, в отдельных случаях – до 30-40%. Средние издательства, штат которых до кризиса насчитывал 20-50 чел., преимущественно сохранили свой численный состав, или же сокращение было

небольшим – 2-3%. Что же касается мелких издательств (численностью до 20 чел.), то эти издательства также сохранили свой штат, а некоторые его даже нарастили на 10% и более. Что касается специализации сотрудников, то в числе сокращаемых – как редакционно-издательские работники, так и сотрудники других отделов. В то же время в последние годы в издательствах появляются новые специалисты, прежде всего, в области IT-технологий.

В разделе 1.1 уже отмечалось, что в последние годы в целом в репертуаре российских издательств выросло число переизданий. Данные проведенного анкетного опроса подтверждают эту тенденцию. Увеличение в ассортименте издательств доли переизданий стало характерной чертой всех кризисных лет, но в особенности – последнего, 2012 года. Увеличение доли переизданий в своём репертуаре отметили 60% обследованных издательств. Если в 2008 г. в среднем доля переизданий в их ассортименте составляла около 40%, то сегодня она приближается к отметке 45%. При этом доля переводных изданий в репертуаре опрошенных издательств практически не изменилась.

Общая тенденция для издательского рынка 2012 года – сокращение числа выпущенных названий. Однако, если анализировать прайс-листы, то здесь ситуация обратная: с каждым годом число изданий, представленных в ассортименте компаний, растёт. Увеличение предлагаемого ассортимента за 2008-2012 годы в своих прайс-листах отметили 75% обследованных компаний. Однако вряд ли этот факт можно считать положительным явлением: скорее он свидетельствует о длинном нереализованном издательском «хвосте». И, что характерно, «раздувается» он во многом за счёт нераспроданных остатков прошлых лет выпуска.

Очевидно, что во многом причиной затоваривания издательств является неразвитость и, что особенно тревожно, непрекращающееся сужение традиционных каналов сбыта издательской продукции. Характерная черта в поведении издательств в последние годы – поиск новых возможностей реализации товаров и постоянные попытки наращивания числа контрагентов (закупщиков издательской продукции). Однако у ряда издательств, сильно «просевших» за последние годы по числу выпущенных наименований и тиражей, соответственно сокращается и число закупочных партнёров. При этом в отсутствие отстроенных логистических цепочек книгораспространения издательства зачастую ограничиваются обращением к партнёрам из своего и близлежащих к нему регионов и заметно меньше работают с партнёрами из удалённых от них субъектов Российской Федерации. В своих планах на 2013 год чуть менее 30% опрошенных издательств ответили, что будут и дальше расширять свою клиентскую базу, около трети отметили, что будут стремиться сохранить число закупщиков на существующем уровне, и 40% затруднились с ответом. При этом ни одно из издательств-респондентов сознательно не планирует сокращать число своих партнёров по реализации.

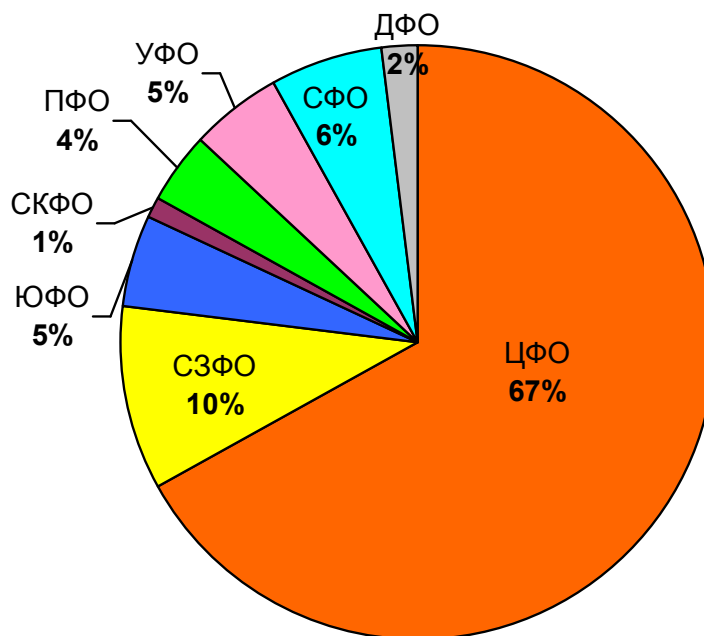
В рамках опроса у издательств спрашивали, в каких регионах преимущественно распространяется их продукция. Географию распространения издаваемых преимущественно в центре книг по федеральным округам, исходя из полученных ответов, можно представить следующей диаграммой (см. рис. 29).

Говоря о книгораспространении (см. рис. 30), следует отметить, что продукция московских издательств чаще всего распространяется в традиционных точках книжной торговли – независимых (32%) или сетевых (29%) книжных магазинах. Иная схема распространения книг у региональных издательств: около 30% выпускаемых ими книг реализуется собственными силами (напр., через магазин издательства),

примерно столько же направляется в библиотеки (в т. ч. вузовские). На долю независимых книжных магазинов и книготорговых сетей приходится примерно 20% и 10% соответственно.

Рис. 29.

География распространения издаваемых книг по федеральным округам России, %

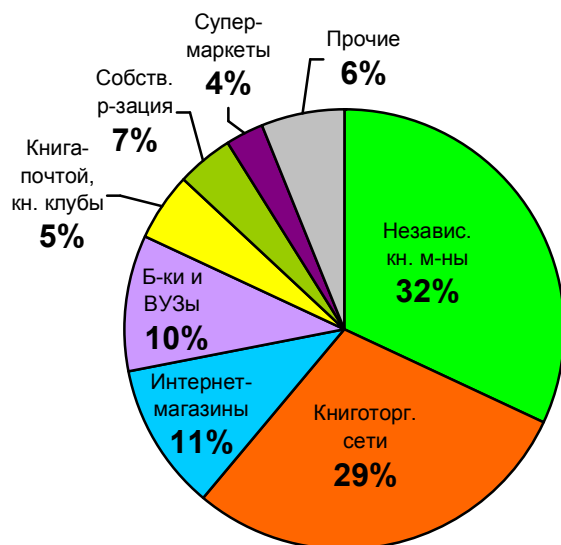


Источник: данные компаний.

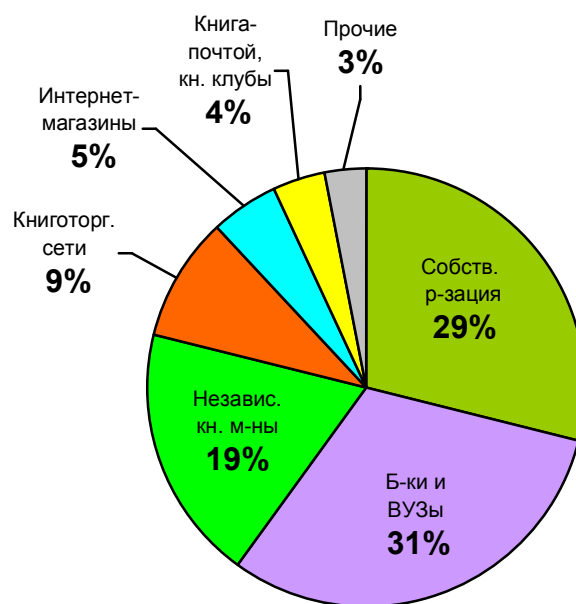
Рис. 30.

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

Модель распространения книг центрального издательства



Модель распространения книг регионального издательства



Источник: данные компаний.

На протяжении последних пяти лет в издательствах наблюдается непрерывный рост отпускной цены на книгу. Этот факт отметили практически все опрошенные издательства (см. рис. 31). Если средняя отпускная цена книги в центральных издательствах в 2008 г. составляла 189 руб., то в 2012 г. она составляла уже 255 руб., т.е. за пять лет рост составил около 35%. В региональных издательствах средняя отпускная цена книги в среднем меньше, чем в столицах, однако ее рост был более заметным – за пять лет отпускная цена увеличилась в два раза. При этом следует учитывать, что в ассортименте опрошенных издательств практически отсутствуют дешёвые малообъёмные брошюры, невысокая цена которых обычно занижает среднюю цену книги, продающейся в рознице.

Что касается маркетинга, то большинство издателей уверено, что следует активнее заниматься репутационной поддержкой собственной торговой марки (почти 70% опрошенных). 65% опрошенных издательств считают, что отдачу от вложенных средств принесёт продвижение «топовых» книг издательства. 42% опрошенных издательств отмечают, что эффективным маркетинговым инструментом также является продвижение собственных серий. Вкладываться в продвижение своих авторских брендов готовы менее трети опрошенных издательств (см. рис. 32).

Рис. 31.

Средняя отпускная цена издательств на книги в 2008-2012 гг., руб.

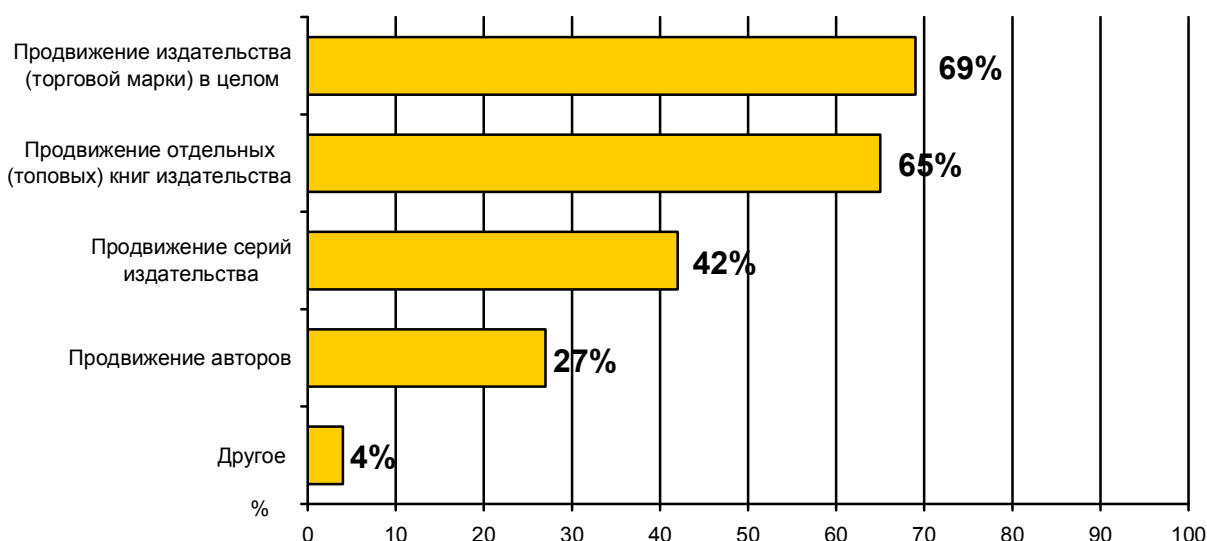


Источник: данные компаний.

Всё более активно используется компаниями для продвижения книжной продукции Интернет. Наиболее часто используемой издательствами формой продвижения книжной продукции в сети сегодня является поддержка собственного сайта (см. рис. 33). На втором месте по популярности – продвижение книжной продукции в социальных сетях. Третье и четвёртое место, согласно ответам издателей, заняли такие формы продвижения книг как «ведение блогов» и «участие в форумах». Контекстная и прямая реклама в Интернете с точки зрения эффективности продвижения книжной продукции заняли соответственно пятую и шестую строчки рейтинга.

Рис. 32.

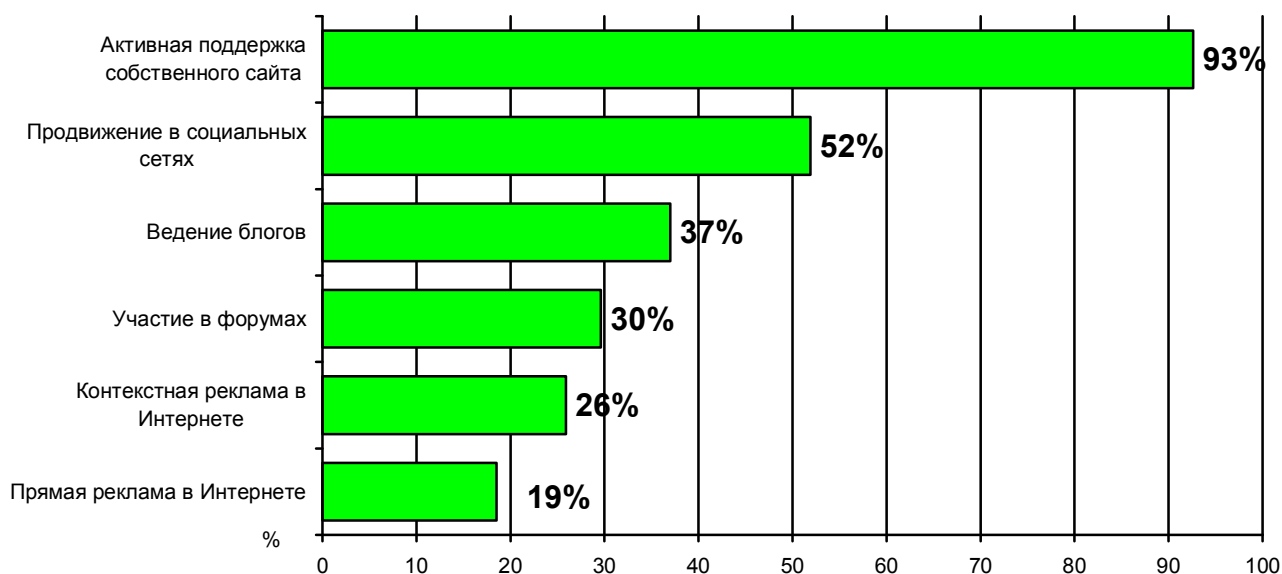
Наиболее эффективные методы продвижения издательского бренда (% отметивших издательств)



Источник: данные компаний.

Рис. 33.

Формы продвижения книг в Интернете, использовавшиеся издательствами в 2012 гг. (% отметивших издательств)

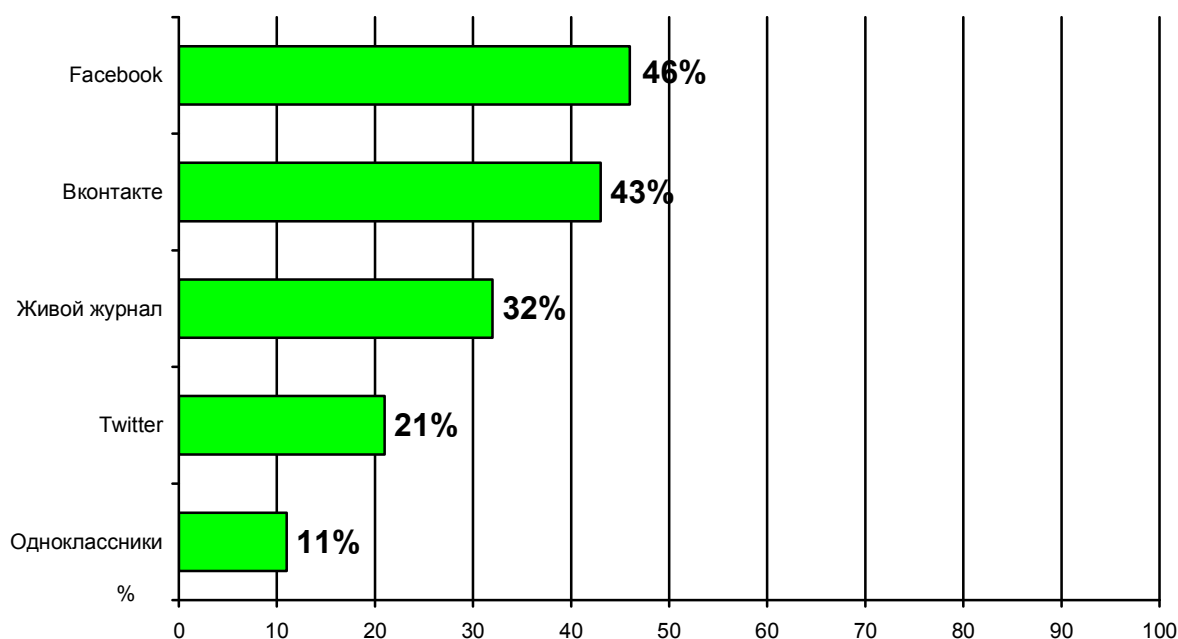


Источник: данные компаний.

Среди социальных медиа, в которых издательства ведут активную деятельность по продвижению своей продукции (см. рис. 34), чаще всего назывались сети «Facebook» (46% опрошенных издательств) и «ВКонтакте» (43% опрошенных издательств). Чуть менее популярны с точки зрения продвижения и PR – «Живой журнал» (32% опрошенных издательств) и микро-блог «Twitter» (21% опрошенных издательств). Сетью «Одноклассники» пользуются в маркетинговых целях около 10% опрошенных издательств. Такие ресурсы, как «LiveInternet», «Google+» и «BlogPost» набрали единичные ответы.

Рис. 34.

Социальные медиа, в которых издательства осуществляют PR-активность (% отметивших издательств)

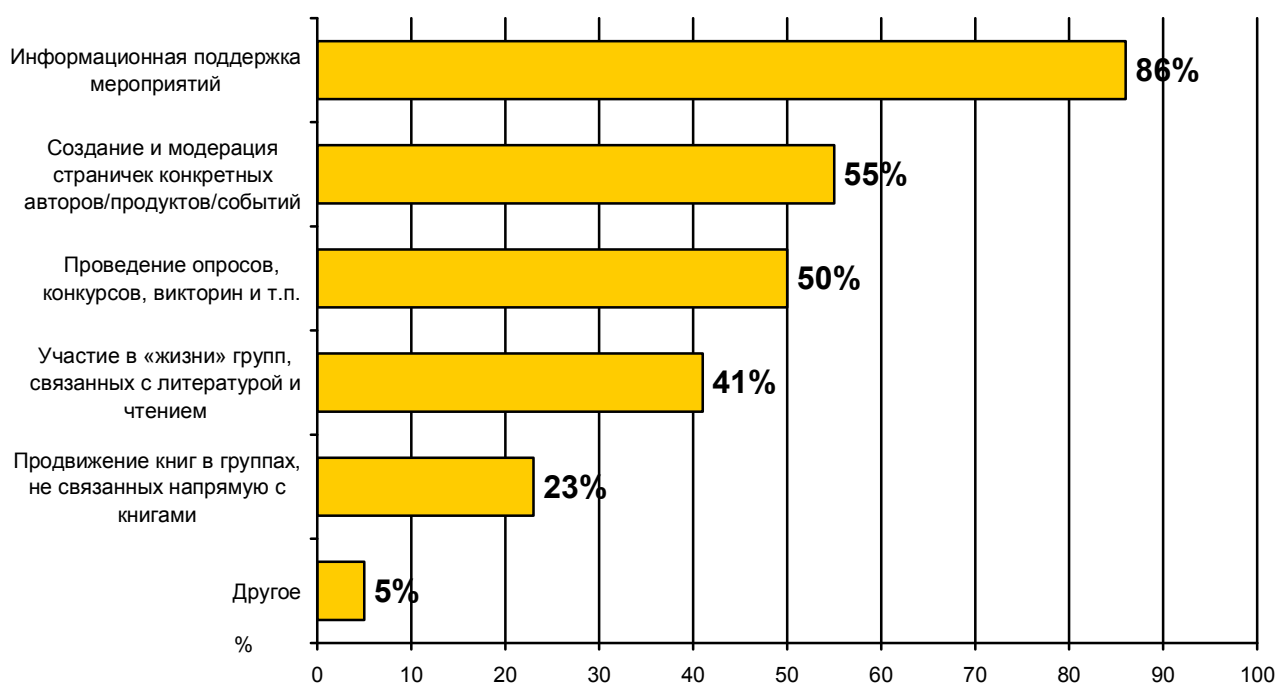


Источник: данные компаний.

Ввиду всё более возрастающего интереса российских издательств к социальным медиа интересно посмотреть на те виды активности, которые они там осуществляют в целях формирования своего имиджа и продвижения своей продукции (см. рис. 35).

Рис. 35.

Виды PR-активности издательств в социальных медиа (% отметивших издательств)



Источник: данные компаний.

Как видно из рисунка 35, большинство издательств осуществляет в социальных медиа информационную поддержку своих мероприятий, а именно – публикацию рекламных сообщений, анонсов, пресс-релизов и т.д. На втором месте по популярности – создание и модерация страничек (групп) собственных авторов, продуктов, услуг, идей, событий. Далее следуют такие виды активности, как проведение опросов, конкурсов, викторин и т.п. Следует обратить внимание также и на то, что более 40% издательств, ведущих энергичную деятельность в социальных медиа, в целях продвижения своего имени и своей продукции активно участвуют в жизни групп, связанных с литературой и чтением (например, любителей чтения, поклонников конкретных авторов, литературных героев, книг, серий), и совсем немного компаний (23%) – в жизни групп, напрямую не связанных с книгами (например, по спорту, автомобилям, искусству, театру, кино и т.п.).

В последние годы всё большую долю в ассортименте и в продажах издательств занимают электронные книги. Однако доли электронных изданий в репертуаре и в продажах столичных и региональных издательств пока ещё серьезно разнятся (см. рис. 36-37). В московских и петербургских издательствах, выпускающих электронные книги, их доля занимает в среднем 15-17% в репертуаре и около 3% в продажах. По мнению генерального директора издательства «Эксмо» О.Новикова, в течение 3-4 лет электронные книги займут более 5% от объема книжного рынка.

Рис. 36.

Доля электронных книг в репертуаре российских издательств, % (среди издательств, выпускающих электронные книги)

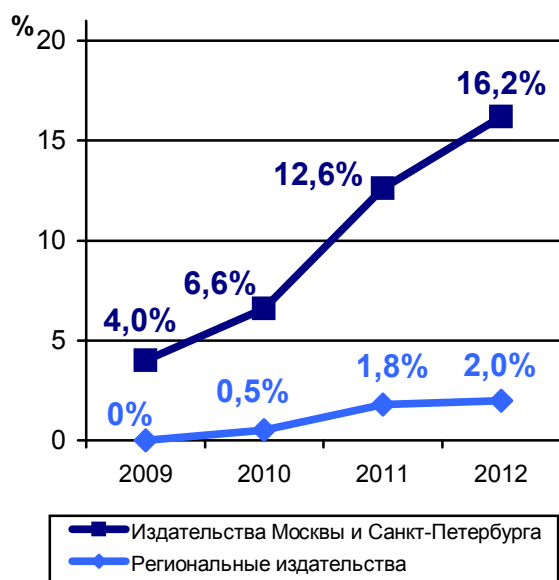


Рис. 37.

Доля электронных книг в продажах российских издательств, % (среди издательств, выпускающих электронные книги)



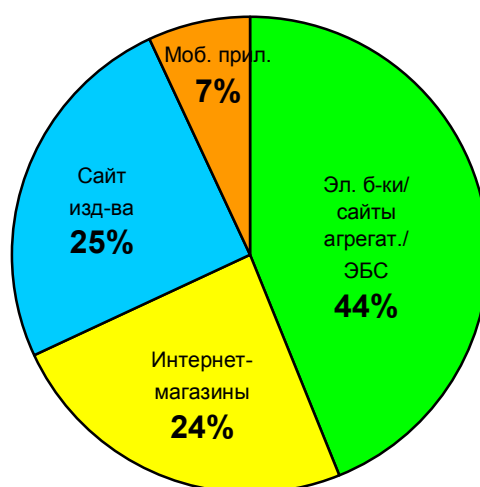
Источник: данные компаний.

На вопрос о том, через какой промежуток времени после публикации печатной книги издательства обычно выводят на рынок её электронную версию, 60% респондентов ответило «сразу», а 40% – «через какое-то время» (назывались промежутки от месяца до трёх). Среди наиболее распространённых форматов электронных публикаций назывались PDF (75% опрошенных) и E-pub (50% опрошенных). Реже назывался формат Fb2 (около 20% опрошенных).

Распределение долей различных каналов в общем объёме продаж электронных книг-файлов издательствами конечному потребителю показано на рис. 38. Из рисунка видно, что примерно половину продаж (в рублях) издательствам обеспечивают легальные электронные библиотеки, электронно-библиотечные системы и другие агрегаторы электронных ресурсов. Интернет-магазины («ЛитРес» и др.) генерируют издательствам около четверти продаж электронных книг; примерно столько же составляют продажи через собственный сайт издательства. В последние годы издательства (речь пока идёт лишь о московских и петербургских) всё больше начинают осваивать в качестве канала продажи электронных книг-файлов мобильные приложения. На долю данного канала приходится сегодня примерно 7% продаж.

Рис. 38.

Доли различных каналов в общем объёме продаж электронных книг российских издательств конечному потребителю, % (среди издательств, выпускающих электронные книги)



Источник: данные компаний.

Что касается условий, на которых издательства предпочитают отдавать агрегаторам (интернет-магазинам) электронные книги на реализацию, то здесь невозможно привести данные в процентных соотношениях ввиду малого количества компаний, ответивших на данный вопрос, а также из-за того, что ответы были неоднородными по своему смыслу. Тем не менее, среди наиболее интересных ответов, дающих общее представление о взаимоотношениях издательств с агрегаторами, были:

- «Не менее 60% роялти издательству».
- «Из расчёта, что доход, получаемый агрегаторами или магазинами, делится в пропорции 60% – издательству, 40% – агрегатору».
- «Отчисления от продаж».
- «Неисключительная лицензия на 2-3 года».
- «100% предоплата, частичная предоплата (50/50), при участии продукции издательства в акциях и сезонных распродажах – дополнительная скидка и отсрочка платежа до 45 дней».

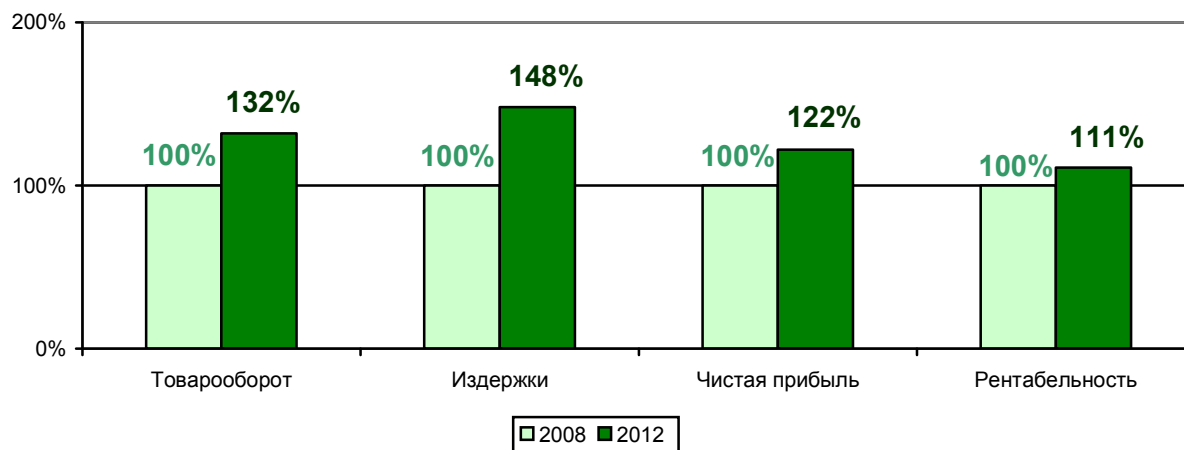
При анализе хозяйственной деятельности издательств выявляется парадоксальная картина: в годы кризиса отмечается рост ряда важнейших экономических показателей – товарооборота, прибыли, рентабельности (см. рис. 39).

Объяснением этому может служить только одно: постоянное повышение цен на книги, опережающее рост инфляции. Характерной чертой этого процесса является сокращение разрыва между средними отпускными ценами у центральных и региональных издательств: если в 2008 г. он составлял 174%, то в 2012-м – всего 19%.

На рис. 39 выявляется ещё одна интересная деталь: наряду с «доходными» показателями растут и издержки, что также свидетельствует о повышении цен поставщиками и ставок арендодателями.

Рис. 39.

Динамика основных экономических показателей деятельности российских издательств в 2008-2012 гг.



Источник: данные компаний.

Если говорить о структуре издательских издержек, то уровень и характер их в столичных и региональных издательствах различаются. Львиную долю затрат и у центральных, и у региональных предприятий занимают зарплата и социальные отчисления. Центральные издательства в среднем больше, чем региональные, платят за аренду помещений и выплачивают более высокие авторские гонорары (см. рис. 40).

Рис. 40.

Доли различных статей в издержках издающих организаций, %

Издательства Москвы и Санкт-Петербурга



Региональные издательства



Источник: данные компаний.

Таким образом, за последние пять лет в деятельности издательств наметился ряд изменений. Прежде всего, за последние годы издатели почувствовали интерес к электронной книге – её доля в издательском репертуаре с каждым годом неуклонно растёт. Сегодня в московских и петербургских издательствах, выпускающих электронные книги, их доля занимает в среднем 15-17% в репертуаре и около 3% в продажах.

Среди каналов распространения электронного контента всё большую долю начинают занимать мобильные приложения. В общем объёме реализации электронных изданий данный канал составляет уже около 7% (в основном, за счёт московских и петербургских издательств, выпускающих электронные книги). Думается, что в ближайшие годы данный канал будет набирать всё большую популярность и у региональных издательств.

Всё большую активность начинают проявлять издательства в социальных медиа. Более половины опрошенных издательств осуществляют продвижение своей продукции в социальных сетях, а более трети ведут собственные блоги и участвуют в дискуссиях на различных форумах. Продвижение книжной продукции в социальных медиа сегодня уже заметно опережает по популярности простое размещение в Интернете издательской рекламы. Между тем, продвижение своей продукции в блогах, форумах и группах социальных сетей, не связанных напрямую с литературой и чтением, издательствам только предстоит по-настоящему освоить.

II. КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ

2.1. Основные тенденции развития системы книгораспространения

После достаточно сложных 2009-2011 годов эксперты не питали больших иллюзий по поводу того, что ситуация в книжной отрасли в 2012 году будет улучшаться. Проблемы одного из крупнейших игроков книжного рынка, закрытие и перепрофилирование большого числа книжных магазинов в течение всего года, а также ставшее уже привычным снижение покупательской активности привели к дальнейшему сокращению объёма рынка.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, объём розничной продажи книг, газет и журналов в России в 2011 году составил 126,6 млрд руб. (см. табл. 13). К сожалению, официальных данных по объёму розничных продаж только книг в 2011 г. (данные за 2012 г. должны появиться в мае 2013 г.) получить не удалось.

Табл. 13.

Розничная продажа книг, газет и журналов в 2011 г.

Регион	Тыс. руб.	2011 в % к 2010 (в сопоставимых ценах)
Российская Федерация в целом	126601572	103,7
Центральный федеральный округ	48282310	105,0
в т.ч. г. Москва	26954624	95,7
Северо-Западный федеральный округ	11234054	100,9
в т.ч. г. Санкт-Петербург	6477677	100,6
Южный федеральный округ	12723378	100,5
Северо-Кавказский федеральный округ	3824155	108,2
Приволжский федеральный округ	18061158	104,5
Уральский федеральный округ	12110476	113,5
Сибирский федеральный округ	15096023	94,4
Дальневосточный федеральный округ	5270019	104,1

Источник: Росстат.

У специалистов отрасли по-прежнему не существует единой точки зрения в отношении объёма книжного рынка в денежном исчислении. По мнению генерального директора издательства «Эксмо» О.Новикова, в 2012 г. объём рынка книжной продукции в стране в денежном выражении сократился по отношению к 2011 г. примерно на 5% и составил около **60 млрд руб.** Согласно данным отраслевого журнала «Книжная индустрия», в 2012 году падение книжного рынка в денежном (рублёвом) выражении ограничилось 3,7%, и его объём, по мнению экспертов журнала, составил около 79 млрд руб.

По оценкам издательства «Эксмо», падение объёма продаж за период с 2008 по 2012 гг. в денежном выражении составило порядка **22%** (см. рис. 41). Что касается продаж в экземплярах, то, по мнению О.Новикова, в 2012 г. вследствие ликвидации большого числа книжных магазинов и усилившегося в последний год перехода покупателей бумажных книг (особенно книг в обложке карманного формата) к чтению электронных, объём продаж книг в экземплярах сократился на **7-9%**. В то же время, по данным журнала «Книжная индустрия» падение продаж в экземплярах в 2012 г. было не столь значительным – минус 2,1% к итогам 2011 г.

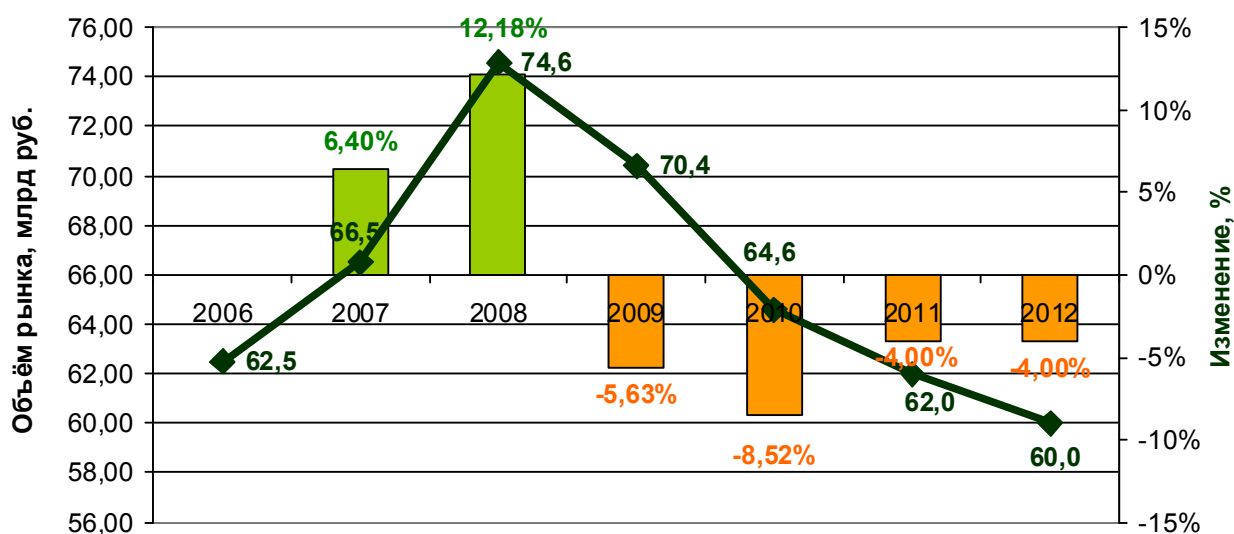
Эксперты сходятся во мнении, что фактически единственным драйвером активности книжного рынка в 2012 г. стала учебная литература, которая не дала ему упасть ещё сильнее.

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

- глобальное падение интереса к чтению;
- сокращение числа специализированных книжных магазинов и неспособность альтернативных каналов сбыта заместить возникшие в связи с этим потери в полном объёме;
- рост цен на книги;
- замещение бумажных книг электронными;
- пиратство в Интернете.

Рис. 41.

Динамика объёма книжного рынка России в 2006-2012 гг.



Источник: оценка издательства «Эксмо».

В 2011 г. после банкротства «Топ-книги» рынок сократился приблизительно на **8%**. Крупнейшими книготорговыми сетями в России остались магазины «Буква» и «От А до Я», принадлежавшие издательской группе «АСТ», и объединенная сеть «Новый книжный – Буквоед», принадлежащая издательству «Эксмо». В совокупности обе сети насчитывали почти 700 магазинов, расположенных в большинстве регионов России. Однако уже в начале 2012 г. у магазинов сети «Буква» сложилось тяжёлое положение, и её фактический уход с рынка предположительно сократил его объём ещё на **5%**.

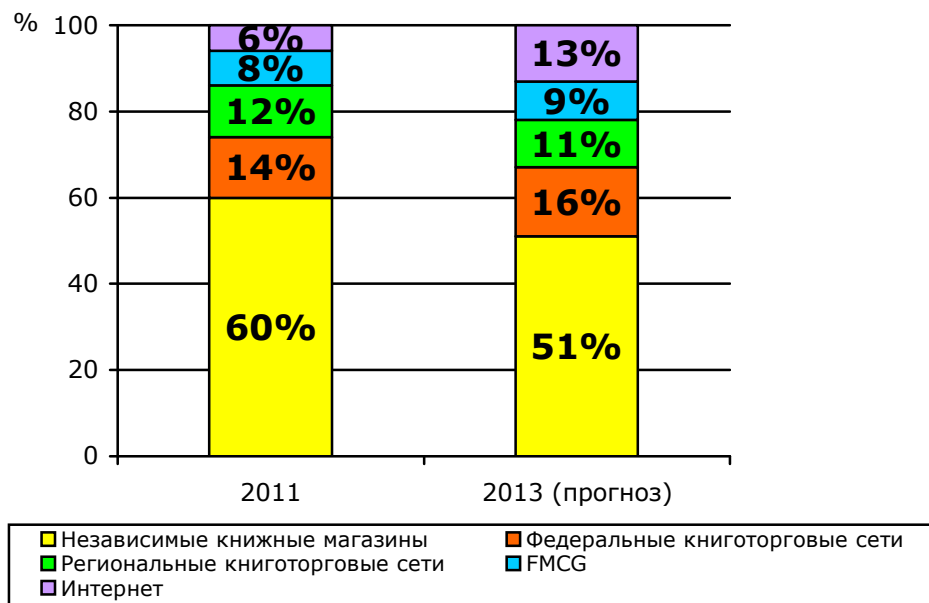
Более половины торгового оборота отрасли приходится сегодня на независимые книжные магазины, а также на городские и региональные книготорговые сети. Доли интернет-торговли книгами и продажи в супермаркетах не превышают 10% каждая. Роль обычного книжного магазина важна не просто для всей отрасли книгоиздания в целом, но в особой степени – для малых и средних издательств.

По прогнозам издательства «Эксмо», в 2013 г. наибольший рост покажет канал интернет-продаж – его доля увеличится по сравнению с 2011 г. в два раза: с **6%** до **13%** (см. рис. 42). Рост сетей FMCG будет не столь заметен: с **8%** в 2011 г. до **9%** в 2013 г. В целом же, доля нетрадиционных каналов вырастет с **14%** до **22%**. Книжные магазины, в том числе и сети, продолжают сокращать свои объёмы и соответственно долю в общих объёмах продаж. Ожидается сокращение доли книжных магазинов – с **60%** рынка в 2011 г. до **50%** к 2013 г., региональных сетей, которые в последние

четыре года показывали устойчивый рост, а сейчас демонстрируют тенденцию к сокращению – с **12%** до **11%** (здесь интересна причина – уменьшение площадей под экспозицию книг и замещение другими группами товаров). Доля же федеральных книготорговых сетей может увеличиться за тот же период с **14%** до **16%**.

Рис. 42.

Структура каналов книгораспространения в России в 2011-2013 гг.



Источник: оценка издательства «Эксмо».

Отдельные финансовые показатели организаций, осуществляющих деятельность в розничной торговле книгами, журналами, газетами, писчебумажными и другими канцелярскими товарами (без субъектов малого предпринимательства) в 2011 г., представлены в табл. 14.

Табл. 14.

Финансовые показатели деятельности организаций розничной торговли печатной продукцией и канцтоварами (без субъектов малого предпринимательства) в 2010-2011 гг., млн руб.

	Розничная торговля книгами, журналами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами		в том числе: розничная торговля книгами	
	2010	2011	2010	2011
Сальдированный финансовый результат	521	530	-206	-445
в % к соответствующему периоду предыдущего года	91,7	45,9	-	-
Сумма прибыли	1218	1467	265	350
Удельный вес прибыльных организаций в общем числе организаций, %	75,5	65,9	83,6	72,1
Сумма убытка	697	937	471	795
Удельный вес убыточных организаций в общем числе организаций, %	24,5	34,1	16,4	27,9
Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, %	3,1	-0,1	1,4	-7,2
Кредиторская задолженность	8761	8501	4864	4988
в том числе просроченная	42	41	19	23
Дебиторская задолженность	3474	4162	1359	1339
в том числе просроченная	38	43	8	13

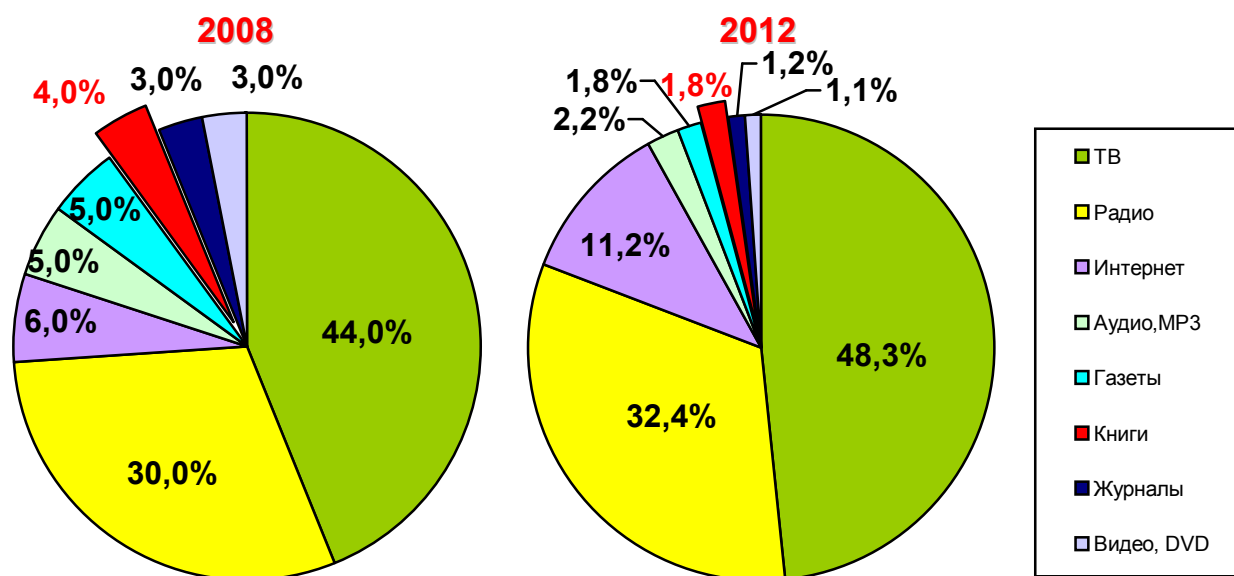
Источник: Росстат.

Одним из важнейших показателей оценки положения в книгораспространении является число покупателей в книжных магазинах. Из всех крупных книжных магазинов и некоторых розничных сетей страны на протяжении последних трех лет наблюдается отток покупателей. И это при том, что до 2008 г. такого 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 словам генерального директора муниципальной сети магазинов «Московский дом книги» Н.Михайловой, в последние годы число посетителей в магазинах сети сократилось на 15-20%, 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 п.п., в т. ч. книг – на 2,2 п.п., газет – на 3,2 п.п. и журналов – на 1,8 п.п. При этом в структуре медиапотребления российского гражданина за последние пять лет выросла доля телевидения, радио и особенно – Интернета (см. рис. 43).

Рис. 43.

Структура медиапотребления россиян, %



Источник: TNS Россия.

Одновременно нельзя не отметить увеличения числа читателей, использующих для чтения возможности современных электронных гаджетов. Серьезной причиной, тормозящей развитие электронного книгоиздания и книгораспространения, является пиратство: сегодня доля контрафактных электронных книг достигает 80-90% 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 школ (7,4%).

По данным Госкомиздата СССР, в 1989 г. в РСФСР насчитывалось **8455 книжных магазинов**. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, на начало 2012 года в России функционировало **3817 субъектов, осуществлявших розничную торговлю книгами, из которых более 75% имели статус индивидуальных предпринимателей** (см. табл. 15). Точных данных о количестве **стационарных розничных книготорговых точек** из этого числа нет, однако, по экспертным оценкам, в России в 2012 г. их количество составляло **менее 3 тысяч** (см. рис. 44). Некоторые эксперты дают оценку в 2,5 тыс. стационарных магазинов. Это почти в два раза меньше, чем существовало в Российской Империи в конце XIX века (в 1898 г. – около 5 тыс. книжных магазинов).

Табл. 15.

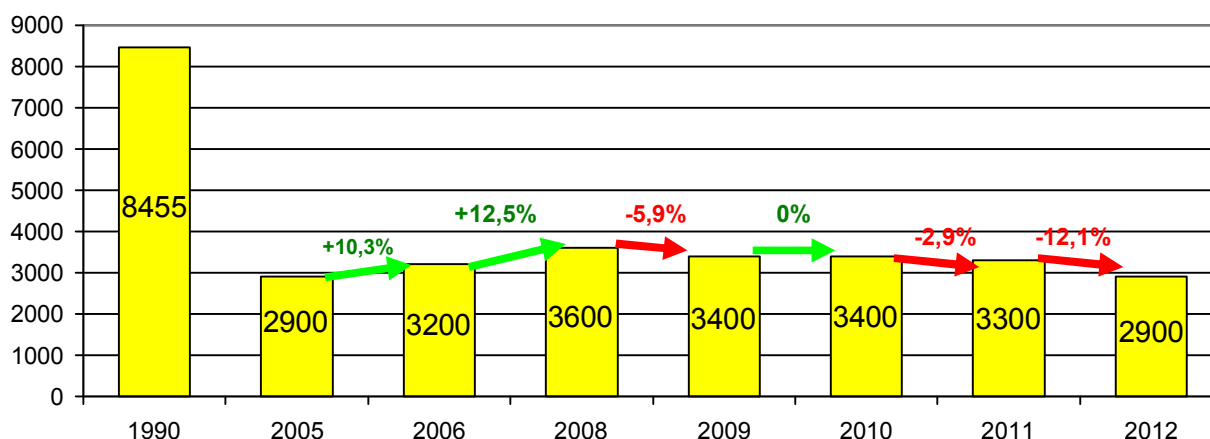
Число хозяйствующих субъектов торговли в 2012 г. (на начало года)

Организации, осуществляющие розничную торговлю книгами, журналами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами	3744
в том числе розничную торговлю книгами	946
Индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в розничной торговле книгами, журналами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами, человек	20928
в том числе розничную торговлю книгами, человек	2871

Источник: Росстат.

Рис. 44.

Динамика числа стационарных розничных книготорговых точек в России в 1990-2012 гг.



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

В настоящее время в европейских странах **один книжный магазин** приходится на **5-6 тыс. жителей**, в России – **один на 50-55 тыс. жителей**, то есть меньше на порядок. За годы кризиса в результате финансовых трудностей в стране было **закрыто около 600 книжных магазинов**, прежде всего, в регионах. Только за последний год, по мнению некоторых экспертов, ввиду окончательной ликвидации магазинов сети «Топ-книга» и закрытия большей части магазинов сети «Буква» число магазинов сократилось примерно на 400. По мнению ведущих экспертов отрасли, в

ближайший год на российском рынке закроется еще не менее 200 книжных магазинов. Так, сеть книжных магазинов «Буква», принадлежащая издательской группе «АСТ» и не вошедшая в сделку по слиянию с «Эксмо», будет реструктурирована, в результате чего число торговых точек может сократиться вдвое.

Книжная интернет-торговля, а также продажа электронных книг в Интернете (где порядка 80-90% книжной продукции – пиратские) не компенсируют потери отрасли от сокращения числа стационарных книготорговых точек.

В 2012 г., наконец, завершилась история, связанная с банкротством некогда крупнейшего книжного ритейлера страны «Топ-книга». В середине июля 2012 г. арбитражный суд Новосибирской области признал банкротом ЗАО «Книгомир» – формального владельца части книжных магазинов, принадлежавших компании «Топ-книга». Объявлена банкротом и самая крупная в Кургане книжная сеть «Курганкнига», основным акционером которой является издательская группа «АСТ». В настоящий момент помещения, принадлежащие магазинам сети, распродают без сохранения книжного профиля торговых площадей.

Для независимых книжных магазинов также настало непростое время. Один из старейших петербургских книжных магазинов – «Дом военной книги», два года назад отметивший 90-летие, закрылся, поскольку ставка арендной платы за площадь в самом центре города оказалась слишком высока для книжной торговли. В начале апреля 2012 г. в Санкт-Петербурге прекратила свою работу еще одна легендарная книготорговая точка – магазин-клуб «Книги и кофе» на Васильевском острове, основанный петербургским писателем и издателем Александром Житинским.

В начале января 2013 г. под угрозой закрытия оказался один из лучших региональных книжных магазинов «Пиотровский» (г. Пермь) – новые владельцы помещения, которое с 2010 г. по льготной цене арендует магазин, потребовали его освободить. На месте книжного магазина арендодатели планируют открыть бутик модной одежды, детский развивающий центр или аптеку.

В Москве ситуация с независимыми книжными магазинами также крайне непростая. Так, магазины «Гилея» и «Набоков & Ко» после нескольких переездов были вынуждены приостановить свою деятельность. Чтобы выжить, книжным магазинам приходится диверсифицировать свой бизнес. И процесс этот идет крайне активно. Диверсификация захватила почти все книготорговые сети. На книжных полках теперь можно встретить даже напитки и шоколад.

В табл. 16 представлен состав ведущих книготорговых сетей России, а в табл. 17 – состав ведущих книжных оптовиков и библиотечных коллекторов России.

Табл. 16.

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	Январь 2013
1.	«Книгомир» (до 2011 г. – «Топ-книга»)	«Книгомир»	602	548	523	350	Банкротство
2.	АСТ	«Буква», «От А до Я»	314	310	365	ок. 450	178
		«Букбастер»	5	5	8	4	Банкротство
3.	Эксмо	ОРС «Новый книжный – Буквоед»	132	162	167	220	212

№ п/п	Сеть (владелец)	Название (торговая марка)	Кол-во магазинов				
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012	Январь 2013
		«Новый книжный»	66	63	61	54	49
		«Буквоед»	36	44	48	53	55
		«Читай-город»	30	55	58	78	86
		Небрендовые магазины	—	—	—	35	22
4.	Инфра-М	«Библиосфера»	50	1	Банкрот- ство	Сеть ликвиди- рована	Сеть ликвиди- рована
5.	Правительство Москвы	ОЦ «Московский Дом книги»	38	41	41	41	38
6.	Учредитель Вадим Дымов	«Республика»	8-9	10	10	13	14
7.	Азбука-Аттикус	«Снарк»	24	н/д	Реоргани- зация сети	Сеть ликвиди- рована	Сеть ликвиди- рована
8.	Амитель (Воронеж)	«Амитель»	34	36	35	36	35
9.	Магистр (Ростов-на-Дону)	«Магистр»	20	21	22	20	18
10.	ДОМО (Казань)	«Книжный Двор»	7	6	5	5	Банкротство
11.	Чакон (Самара)	«Чакон»	12	17	18	20	20
12.	Люмна (Екатеринбург)	«Живое слово»	10	9	11	11	12
13.	Аристотель (Новосибирск)	«BOOK-LOOK», «BOOK`ля»; «Иван Фёдоров», «Марк Аврелий»; «Платон»; «Плиний Младший»; «Плиний Старший»; «Сократ»; «Цицерон»; «Декарт»	4	5	7	10	23
14.	ПродаЛитЪ (Иркутск)	«ПродаЛитЪ»	37	40	39	45	44
15.	Мирс (Хабаровск)	«Мирс», «Знание», «Пиши-Читай»	38	44	44	46	44

Источник: данные компаний.

Табл. 17.

Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России по величине ассортимента

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований				
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012	Январь 2013
Москва	«Пятый океан» («АСТ»)	Розница, опт	36000***	более 50000**	н/д	Банкротство	Банкрот- ство
	«Амадеос» («РИПОЛ-классик»)	Розница, опт	20000***	25719*	28495*	22062*	22397*
	Книжный клуб «36.6»	Опт	21500***	20000**	ок.28000*	более 30000*	более 30000*
	«КноРус»	Опт, бибколлектор, интернет- магазин	55546*	24575* более 50000**	более 100000*	более 200000*	более 200000*
	Книготорг «Инфра-М»	Опт, бибколлектор	50547*	57704*	35539*	152428*	174498*
	«Лабиринт»	Опт, розница	143635*	н/д	более 100000**	более 100000**	более 100000**

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований				
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012	Январь 2013
	«Омега-Л»	Опт, библиотектор, интернет-магазин	48594*	56744* 68462**	129035*	155293*	155277*
	«Гранд-Фаир»	Библиотектор	40000***	ок. 30000**	100000- 150000**	ок. 170000**	ок. 100000**
	«Библиком»	Библиотектор	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**
	Центр учебной и профессиональной литературы (ЦУПЛ)	Опт	37514*	38692*	40857**	ок. 30000**	н/д
	«Абрис»	Опт	30000***	30000**	более 25000*	более 25000*	более 25000*
	«Юрайт»	Опт	15070*	42178*	40898*	более 50000*	более 50000*
Санкт-Петербург	«Бизнес-Пресса»	Опт, розница, библиотектор	80000***	ок. 80000**	ок. 80000*	ок. 80000*	ок. 120000*
Архангельск	«АВФ-книга»	Опт	80000***	ок. 80000**	ок. 80000**	более 80000*	более 80000*
Ростов-на-Дону	«Ростовкнига»	Опт	50000***	более 60000**	до 55000**	более 60000**	более 50000***
	«Магистр»	Розница	94789**	96063**	97451**	92046**	99227**
Воронеж	«Амитель»	Розница, опт	50000***	50000**	более 70000**	47000**	187000**
Самара	«Киви» («Чакон»)	Розница, опт	80000***	357576*	394881*	263759*	41291*
	«Метид»	Розница, опт	54278*	ок. 80000**	ок. 80000**	ок. 70000**	ок. 70000**
Челябинск	«Интерсервис»	Розница, опт	55791*	ок. 60000**	ок. 60000**	ок. 100000**	ок. 100000**
Екатеринбург	«Люмна»	Розница, опт	60000***	34152*	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**
Новосибирск	«Топ-книга» (в 2011 г. активы переведены на ООО «Книгомир»)	Розница, опт	85210*	ок. 100000**	более 100000*	ок. 100000**	Банкрот- ство
	«Экор-книга»	Розница, опт	54832*	52048*	более 50000*	более 50000*	более 50000*
	«Новосибирсккнига»	Розница, опт	31720*	более 30000**	более 25000*	сменила вид деят-ти	сменила вид деят-ти
Иркутск	«ПродаЛитЪ»	Розница, опт	90000***	150000** (в рознице) 200000** (в опте)	150000*	150000*	200000*
Хабаровск	«Мирс»	Розница, опт	30000***	35000***	36000**	40000**	40000**
Петропавловск-Камчатский	ЧП «Кожан С.П.»	Розница, опт	60000**	60000**	60000**	63000**	59000**

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

** – собственная оценка компаний;

*** – экспертная оценка специалистов;

Источники: данные компаний, экспертная оценка.

Данные о среднесписочной численности работников организаций, осуществляющих розничную торговлю книгами, журналами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, за 2011 год представлены в табл. 18.

Табл. 18.

Среднесписочная численность работников организаций розничной торговли печатной продукцией и канцтоварами (без субъектов малого предпринимательства) в 2011 г., чел.

Наименование	Розничная торговля книгами, журналами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами	Из неё розничная торговля книгами
Российская Федерация в целом	33747	8636
Центральный федеральный округ	12322	3871
в т.ч. г. Москва	4816	2763
Северо-Западный федеральный округ	3759	1449
в т.ч. г. Санкт-Петербург	2854	1055
Южный федеральный округ	4064	359
Северо-Кавказский федеральный округ	896	365
Приволжский федеральный округ	6011	894
Уральский федеральный округ	3014	453
Сибирский федеральный округ	2610	742
Дальневосточный федеральный округ	1071	503

Источник: Росстат.

На фоне продолжающегося кризиса реализации «бумажной» книги по традиционным каналам сбыта обращает на себя внимание рост книжной интернет-торговли. Из табл. 19 видно, что большинство игроков книжной онлайн-торговли за последние пять лет существенно расширили свой ассортимент. Между тем некоторые книжные интернет-проекты вынуждены были закрыться – «Bookean» (компания-владелец – «Топ-книга») и «Soyuzkniga» (компания-владелец – холдинг «Терра-ИПК»).

Табл. 19.

Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете

Название магазина	Адрес в Интернете	Число наименований книг в ассортименте					Владелец	Год создания
		2009	2010	2011	2012	Январь 2013		
«OZON.ru»	www.ozon.ru	335 000	453 000	790 000	1 800 000	1 800 000	Baring Vostok Private Equity Fund	1998
«Books.ru»	www.books.ru	314 471	160 501	128 906	3 508 036	4 779 189	ООО «Символ-Плюс»	1996
«Библион»	www.biblion.ru	140 864	180 000	220 000	ок. 250 000	ок. 250 000	ЗАО «Библион – Русская книга»	1999
«Библио-Глобус»	www.bgshop.ru	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	Холдинг «Библио-Глобус»	2000
«Лабиринт»	www.labirint-shop.ru	143 635	н/д	84 090	117 070	119 813	ООО «Лабиринт»	2005
«Болеро»	www.bolero.ru	125 308	140 474	143 785	436 085	436 067	Интернет-холдинг «eHouse»	1999
«Read.ru»	www.read.ru	–	100 000	более 200 000	337 587	2 609 781	Группа компаний «Логос»	2009
«Co@Libri»	www.colibri.ru	35 184	более 100 000	108 117	117 712	13 020	«Внебиржевые системы»	1999
«Soyuzkniga»	www.soyuzkniga.ru	–	100 000	40 000	Магазин закрыт	Магазин закрыт	Холдинг «Терра-ИПК»	2009
«Bookean»	www.bookean.ru	–	100 000	170 000	В стадии закрытия	Магазин закрыт	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 её представителей, компания не испытывает влияния кризиса, и её бизнес растет как в натуральных показателях, так и в денежном

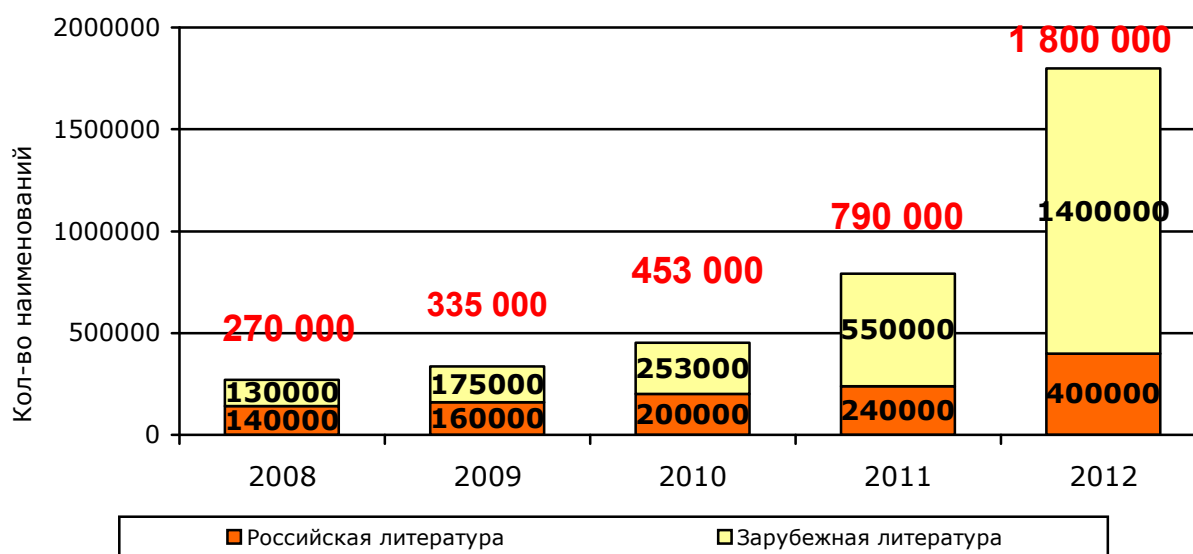
выражении. Основным направлением для OZON.ru, как и прежде, является продажа книг. По состоянию на конец 2012 – начало 2013 г. в ассортименте компании было представлено около 1,8 млн наименований книг, из них 0,4 млн составляют книги на русском языке, а 1,4 млн – книги на иностранных языках (см. рис. 45). Вместе с тем, несмотря на рост числа наименований, представленных в книжном ассортименте OZON.ru, доля книг в общих продажах компании с каждым годом снижается: если в 2009-2010 гг. она составляла примерно 36%, то в начале 2013 г. – около 30%. По словам представителей компании, доля книг в её продажах будет снижаться и дальше, и OZON постепенно начинает позиционировать себя не как «крупнейший книжный интернет-магазин в Рунете», а как «крупнейший онлайн-мегамаркет в Рунете с самым большим книжным ассортиментом».

В 2012 г. OZON.ru расширил сеть по доставке и выдаче заказов в регионах России и Казахстана до 255 городов, где располагается около 2100 пунктов выдачи заказов, включая места выдачи, организованные предприятиями-партнерами. Между тем в последний год участились жалобы клиентов на неоперативность доставки книг и на «некондиционность» товаров, содержащихся в закрытых посылках, в связи с чем книги, покупаемые в подарок, «просто неприлично дарить». В середине 2012 г. средняя посещаемость сайта компании выросла до 700 тыс. человек в день, и в «горячие» сезоны сотрудники магазина с трудом справляются с потоком заказов. Вместе с тем, большинство пользователей всё же мирится с указанными неудобствами, поскольку, как отмечают сами клиенты, «по ассортименту и удобству сайта OZON.ru просто нет равных».

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 снискал 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.

Рис. 45.

Динамика развития книжного ассортимента OZON.ru в 2008-2012 гг.



Источник: интернет-магазин OZON.ru.

Что касается других представителей рынка 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 которых разыгрываются подарки из его ассортимента (книги, фильмы, музыка, софт, игрушки и др.).

Несмотря на развитие интернет-торговли, по мнению ведущих издателей и книгораспространителей, книжное дело России ждут не самые радостные перспективы, поскольку сегодня отрасль снова стоит на пороге существенного сокращения традиционного канала книгораспространения – стационарных 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 – сокращения числа читающих россиян или книжного электронного пиратства.

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

По традиции в доклад включается рейтинг *ведущих мировых книготорговых компаний*, который составлен по итогам 2011 г. и который даёт возможность сравнить развитие российского книжного ритейла с мировым книгораспространением (см. табл. 20). Рейтинг возглавляют американский гигант Amazon.com (онлайн-продажи электронных и традиционных книг), американская сеть Barnes&Noble и французская корпорация Fnac, работающая на франкоязычных рынках Европы, Африки и Азии. Далее следуют крупнейшие сети Великобритании, Японии и Германии. В рейтинги 2009-2010 гг. также вошли российские сети «Топ-книга» и «Новый книжный – Буквоед». Между тем следует учитывать, что уже в 2011 г. американская сеть Borders, австралийская Redgroup, как и российская «Топ-книга» прошли через процедуру банкротства.

Табл. 20.

Рейтинг ведущих книготорговых компаний мира

Место 2011	Место 2010	Название	Страна	Филиалы	2011 Выручка (млн евро.)	2010 Выручка (млн евро.)
1	1	Amazon.com (book & e-book sales)	США		5 714	5 121
2	3	Barnes & Noble	США	1341	5 026	4 304
3	2	Fnac	Франция	154	4 165	4 375
4	5	WH Smith	Великобритания	1173	1 468	1 637
5	6	Kinokuniya Company	Япония	88	993	990
6	7	Thalia (Douglas Holding)	Германия	296	915	910
7	8	Mondadori	Италия	551	794	802
8	10	Indigo Books & Music	Канада	246	731	727
9	9	DBH Deutsche Buch Handels GmbH & Co	Германия	450	720	743
10	11	Waterstone's	Великобритания	296	576	625
11	13	MG Giunti & Messagerie	Италия	214	496	470
12	14	Books-A-Million	США	257	336	371
13	15	Librerie Feltrinelli	Италия	106	330	332
14	16	Empik	Польша	180	294	276

Место 2011	Место 2010	Название	Страна	Филиалы	2011 Выручка (млн евро.)	2010 Выручка (млн евро)
15	17	Eason's	Ирландия	60	266	248
16	–	Norli Libris	Норвегия	173	232	-
17	19	CNA	ЮАР	202	196	198
18	18	Indeks Retail	Дания	177	193	210
19	20	Mayersche	Германия	51	176	170
20	23	Exclusive Books	ЮАР	89	144	121
21	24	Ark Bokhandel	Норвегия	102	115	110
22	27	OZON.ru	Россия		114	84
23	19	Akademi-bokhandeln	Швеция	66	111	148
24	25	Новый книжный – Буквоед	Россия	212	н/д	94
	4	Borders Inc	США		банкрот	2 210
	11	Redgroup	Австралия		банкрот	479
	18	Топ-книга	Россия		банкрот	164

Источник: издательство «Белый город», АСКИ.

Подводя итоги, можно с высокой долей вероятности утверждать, что в прогнозных значениях на 2013 г. российский книжный рынок будет характеризоваться следующими трендами:

- расчётные показатели падения объёмов продаж печатной книги составят до 5% в денежном и натуральном выражении;
- возрастет значимость нетрадиционных торговых площадок – интернет-магазинов различного профиля, супермаркетов потребительского (и прежде всего «детского») ритейла – на фоне снижения пропускной способности стационарной книготорговой розницы;
- ключевым фактором, определяющим динамику рынка, остается цена. Активная роль переходит к укрупненным издательским и книготорговым маркам, которые способны обеспечить большие объёмы при снижении прибыльности бизнеса;
- более явным станет тренд движения книжного рынка в направлении специализации: и по издательским программам, и в плане адаптации издательского предложения под соответствующий канал сбыта.

2.2. Книготорговые предприятия в 2008-2012 гг.

В январе-феврале 2013 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 «Библио-Глобус», Торговый Дом книги «Москва», Дом книги «Молодая гвардия», книжный магазин «Фаланстер». Среди книготорговых сетей: Объединённая розничная сеть «Новый книжный – Буквоед» (212 магазинов), компания «АВФ-книга» (г. Архангельск, Архангельская обл., 20 магазинов), книготорговая сеть «Амиталь» (г. Воронеж, 35 магазинов), группа компаний «Аристотель» (г. Новосибирск, 23 магазина), торговая сеть «Ростовкнига» (г. Ростов-на-Дону, 15 магазинов), сеть книжных магазинов «Магистр» (г. Ростов-на-Дону, 18 магазинов), «Московский дом книги» (38 магазинов) книготорговая фирма «Мирс» (г. Хабаровск, 44 магазина), книготорговая группа «ПродаЛитЪ» (г. Иркутск, 44 магазина).

Анализ деятельности книготорговых компаний за 2008-2012 гг. показал, что на фоне банкротства отдельных книготорговых сетей и закрытия целого ряда магазинов, устоявшие на ногах книготорговые предприятия в кризисные годы вынуждены были приспосабливаться к меняющимся обстоятельствам, но при этом вели себя по-разному. Ряд предприятий выбрал стратегию сокращения площадей, отведённых под книжную продукцию и, соответственно, снижения числа книг, представленных в торговых залах – за счёт увеличения ассортимента некнижных товаров. Ряд других предприятий, напротив, в кризис стремился наращивать площади, отведённые под книги и, соответственно, расширять свой книжный ассортимент.

Так, в центральных регионах (Москва и Петербург) сетевые книготорговые структуры, сохранившие свою деятельность («Новый книжный», «Читай город», «Буквоед»), за пять лет увеличили свой ассортимент в среднем на 30%, либо сохранили его приблизительно на том же уровне (ОЦ «МДК»), а независимые магазины либо несколько увеличили количество представленных наименований книг в своих торговых залах («Молодая гвардия»), либо немного его снизили (ТД «Москва», ТД «Библио-Глобус»).

Похожим образом ситуация складывалась и в регионах. Ряд предприятий сократил число изданий, представленных в торговых залах: «Мирс» (Хабаровск) и «Ростовкнига» (Ростов-на-Дону) – на 30%, «Амиталь» (Воронеж) – на 7%; а другие, напротив, за кризисные годы свой ассортимент нарастили: «Магистр» (Ростов-на-Дону) – на 3%, «Аристотель» (Новосибирск) – на 19%, «ПродаЛитЪ» (Иркутск) – на 29%. Книготорговая сеть «АВФ-книга» (Архангельск) заявила, что за пять лет число книг, представленных в торговых залах её магазинов, практически не изменилось.

В целом на «выживших» в годы кризиса независимых предприятиях книжной торговли Москвы и Санкт-Петербурга и в федеральных книготорговых сетях число названий, представленных в торговых залах, увеличилось примерно на 22%, а в региональных сетях, напротив, сократилось примерно на 4,5%, причём это сокращение идёт, начиная с 2011 г.

Если говорить о книготорговых площадях, то в целом по стране с закрытием сначала магазинов «Топ-книги», а потом и магазинов сети «Буква», а также ряда независимых книжных магазинов в 2008-2012 гг. они существенно сократились (примерно на 20-30%).

С другой стороны, выстоявшие в кризис книготорговые сети старались площади расширить. Данные, полученные в результате опроса 2013 года, позволили уточнить сделанные в 2012 году расчёты за 2008-2011 гг. и показали, что в среднем книготорговые сети, находящиеся в Москве и Санкт-Петербурге, прибавили за три года более 40% торговых площадей, а находящиеся в регионах – около 20% (см. рис. 47). Приращение площадей книготорговых сетей шло в основном за счёт открытия новых книжных магазинов. Лидером роста числа магазинов и торговых площадей стали компании «Новый книжный» и «Читай-город» (рост числа магазинов – в 1,4 раза, рост торговых площадей – в 2,7 раза), «Буквоед» (рост числа магазинов – в 1,6 раза, рост торговых площадей – в 2,1 раза). В регионах лидером роста стала группа компаний «Аристотель» (Новосибирск), которая за пять лет увеличила число своих магазинов почти в 6 раз (с 4-х до 23-х), что дало ей прирост торговых площадей более чем в пять раз. Торговые площади независимых книжных магазинов за 2008-2012 гг. практически не изменились.

При этом рост площадей, занятых под не книжные товары, шёл в книготорговых предприятиях (как в сетевых, так и в независимых) в 2008-2012 гг. заметно быстрее, чем рост площадей отданных под книги (см. рис. 48-49).

Рис. 46.

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

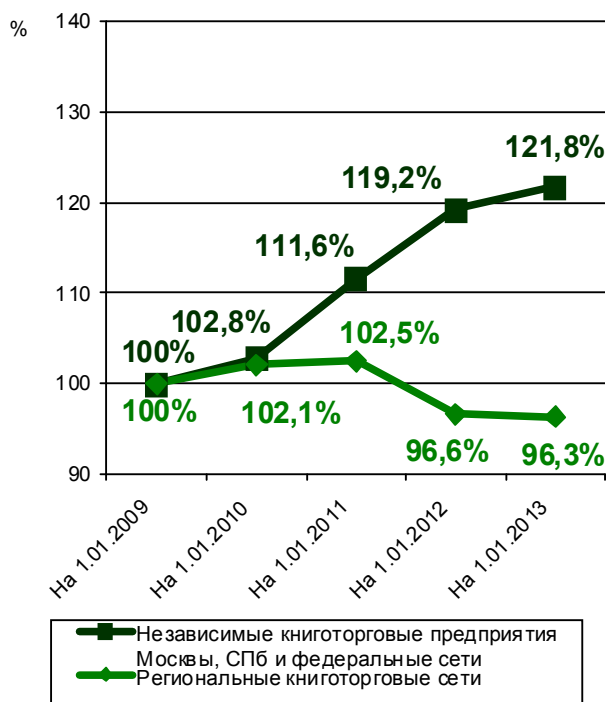
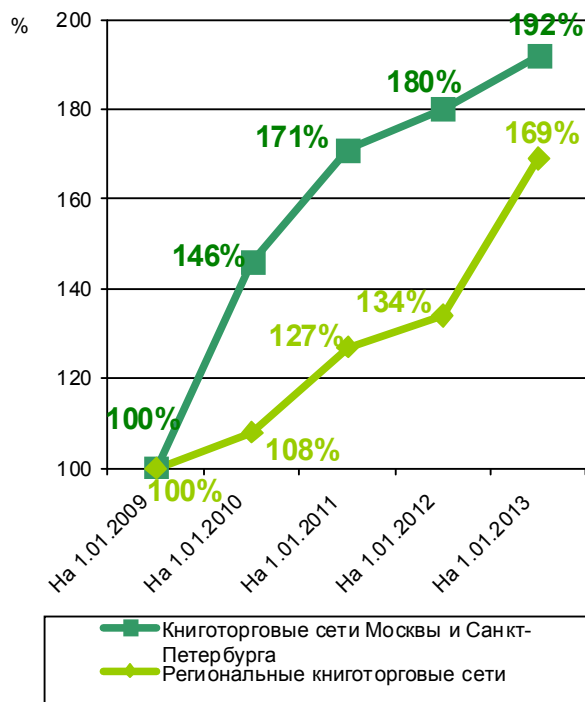


Рис. 47.

Общая динамика изменения торговой площади книготорговых сетей в 2008-2012 гг., %



Источник: данные компаний.

Рис. 48.

Динамика изменения торговой площади предприятий, выделенной под книжные товары, в 2008-2012 гг., %

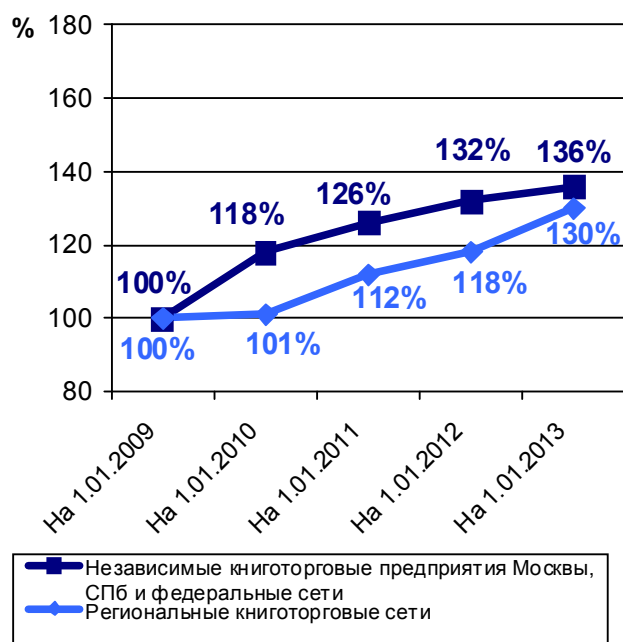
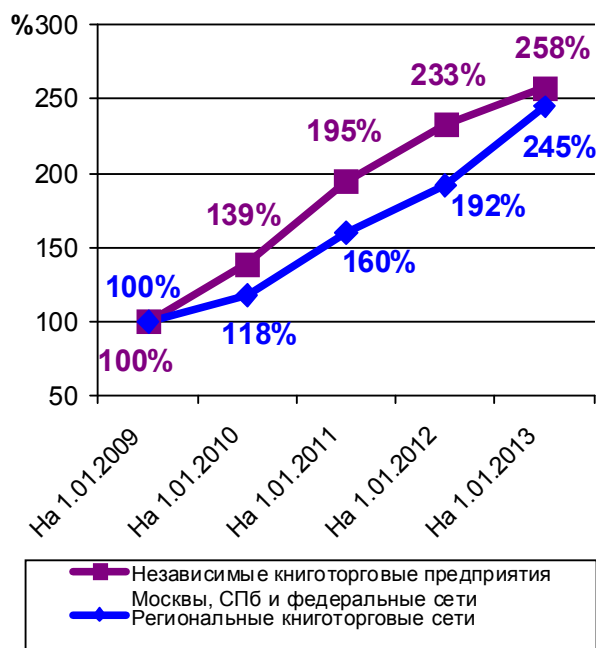


Рис. 49.

Динамика изменения торговой площади предприятий, выделенной под не книжные товары, в 2008-2012 гг., %



Источник: данные компаний.

Рис. 50.

Динамика числа покупателей книжных магазинов в 2008-2012 гг., %

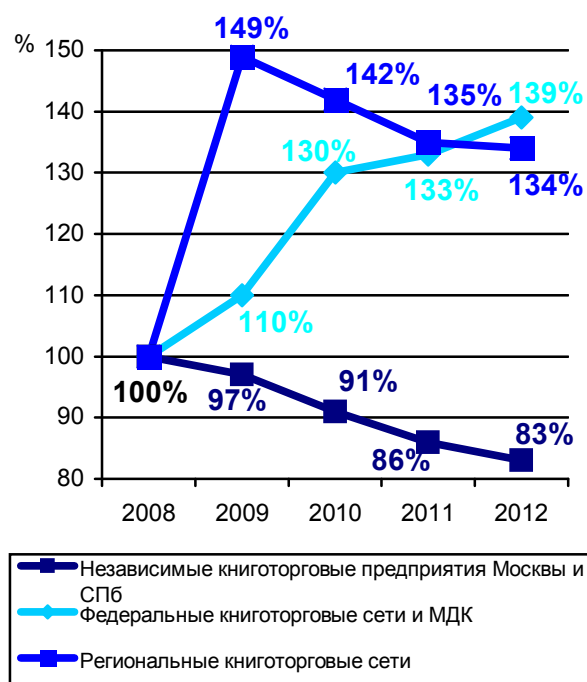


Рис. 51.

Динамика книжных продаж в 2008-2012 гг., %



Источник: данные компаний.

Любопытная картина складывается при анализе динамики числа посетителей центральных и региональных книготорговых предприятий. В то время как крупные независимые московские книжные магазины, а также региональные сети и сеть «МДК» говорят о сокращении в последние годы числа покупателей, федеральные книготорговые сети утверждают, что число посетителей их магазинов растёт (см. рис. 50). Очевидно, это связано с открытием этими сетями новых книжных магазинов, что даёт абсолютный прирост числа новых покупателей в новые магазины.

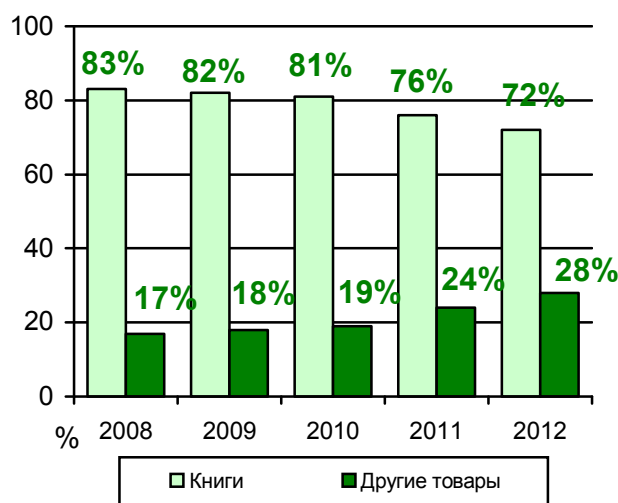
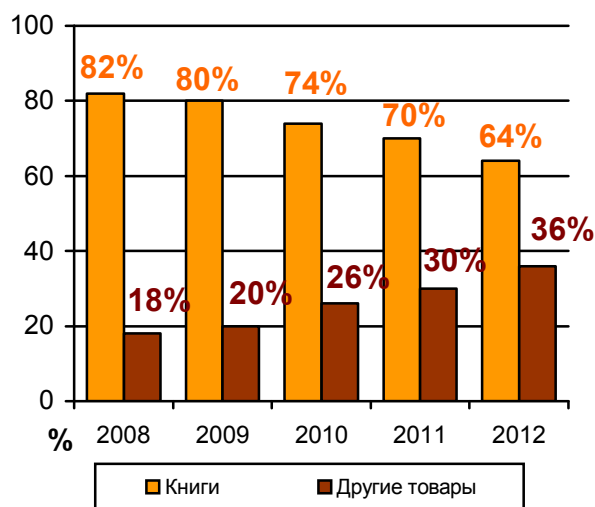
Анализ динамики продаж книжной продукции на предприятиях книжной торговли за 2008-2012 г. демонстрирует некоторый рост продаж в рублёвом эквиваленте, но при этом падение по количеству проданных наименований и ещё сильнее – в экземплярах (см. рис. 51).

На протяжении четырёх лет росла доля не книжных товаров и в общем объёме продаж (см. рис. 52). Если до начала кризиса соотношение выручки от книжной и не книжной продукции составляло в центральных независимых книготорговых предприятиях и федеральных книготорговых сетях примерно 85/15, а в региональных сетях – 80/20, то сегодня эти соотношения выглядят соответственно 75/25 и 65/35.

Анализируя состав книготоргового ассортимента независимых книготорговых предприятий, а также федеральных и региональных книготорговых сетей, можно сделать вывод, что в настоящее время ассортиментная матрица этих предприятий несколько различаются (см. рис. 53). Наибольшую долю в ассортименте и федеральных, и региональных предприятий составляют произведения художественной литературы. Однако далее начинаются различия. На втором месте в ассортименте центральных независимых магазинов и федеральных сетей – учебная литература, а региональных сетей – детская. При этом довольно большую долю в ассортименте центральных книготорговых предприятий составляет общественно-политическая литература, чего не отмечается в региональных магазинах.

Рис. 52.

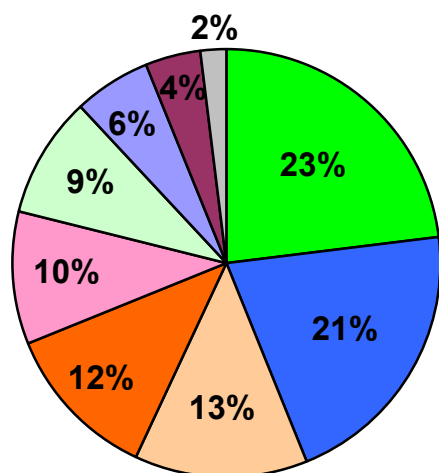
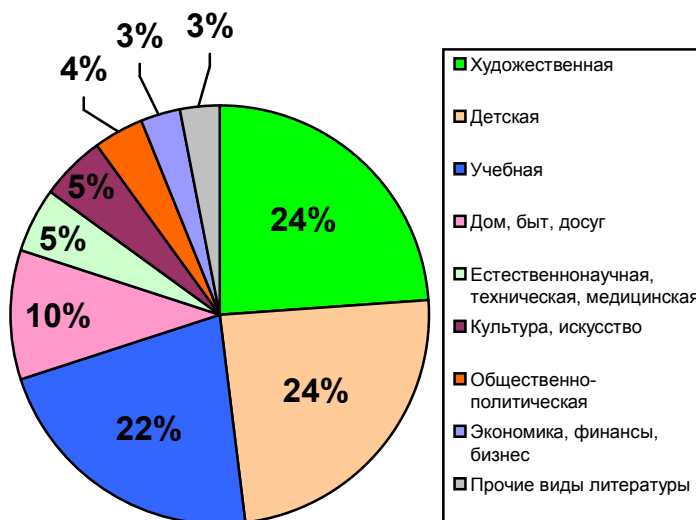
Доля книжной продукции в общем объеме продаж, %

Независимые магазины Москвы и СПб, федеральные сети и МДК**Региональные книготорговые сети**

Источник: данные компаний.

Рис. 53.

Ассортиментная матрица книготоргового предприятия в 2012 г., %

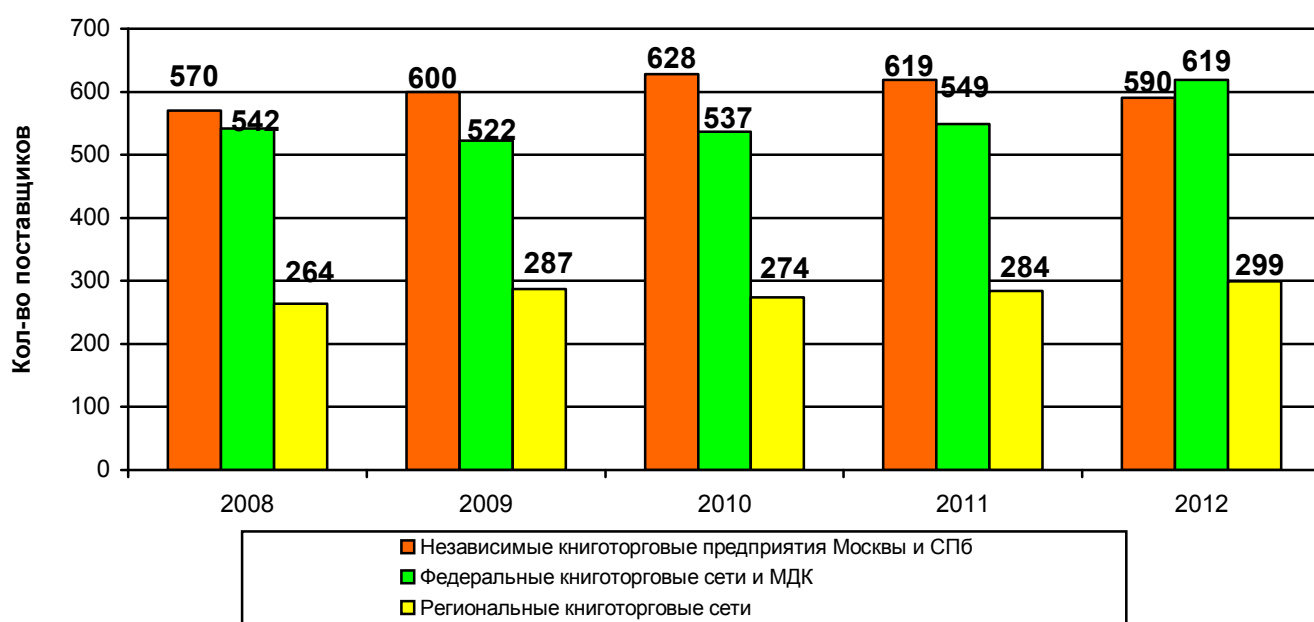
Независимые магазины Москвы и СПб, федеральные сети и МДК**Региональные книготорговые сети**

Источник: данные компаний.

Большинство книготорговых предприятий говорит о расширении в годы кризиса числа своих контрагентов (поставщиков). При этом у центральных независимых магазинов и федеральных сетей количество поставщиков примерно в два раза больше, чем у региональных книготорговых сетей. Стоит отметить также, что в последний год существенно увеличила число поставщиков книготорговая сеть «Буквоед».

Рис. 54.

Динамика изменения числа поставщиков книготорговых предприятий в 2012 г.



Источник: данные компаний.

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 Российским книжным союзом на основе данных Российской книжной палаты.

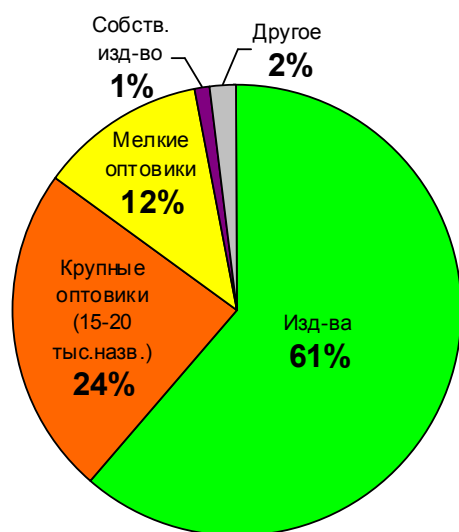
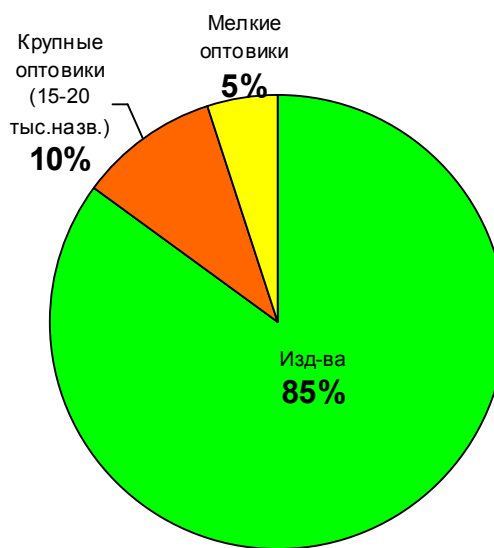
Как показало исследование, сегодня основным поставщиком книжной продукции в магазины являются сами издательства. Они формируют ассортимент центральных книготорговых предприятий на 61% и региональных – на 85%. Крупные и мелкие оптовики поставляют 24% продукции центральным предприятиям книжной торговли и 10% – региональным (см. рис. 55).

При этом как в центральных независимых магазинах, так и в федеральных и региональных сетях подавляющую долю ассортимента занимает продукция московских издателей. В регионах чуть большую долю, чем в центре имеет продукция тех же регионов, где расположено предприятие, либо близлежащих регионов (см. рис. 56).

Практически все книготорговые предприятия отмечают, что в 2012 г. их поставщики подняли отпускную цену на свою продукцию (см. рис. 57). При этом книжные магазины Москвы и Петербурга, а также федеральных сетей сообщили, что отпускная цена была поднята их поставщиками в среднем на 8%, а региональные сетевые магазины зафиксировали рост на 12%.

Рис. 55.

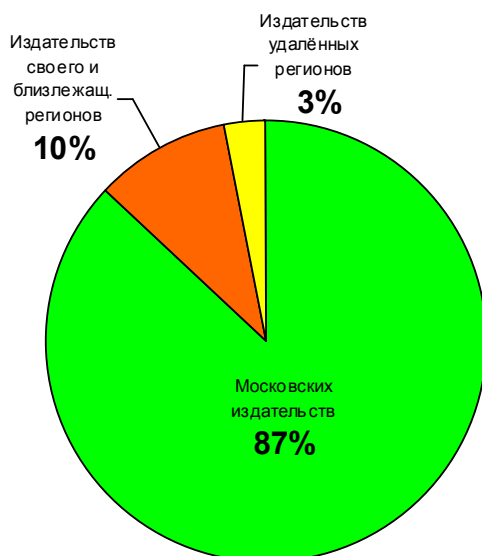
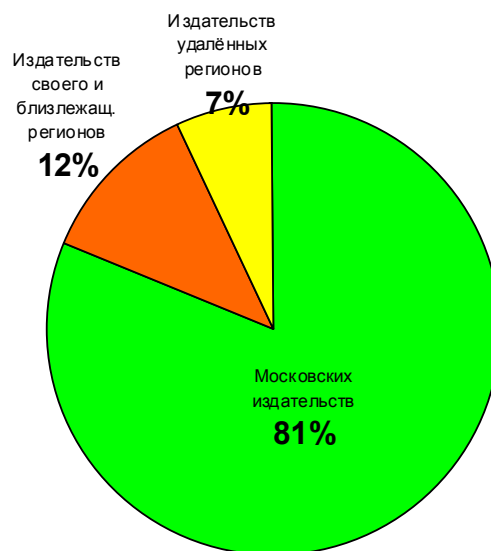
Доли различных поставщиков, формирующих ассортимент книготорговых предприятий, %

**Независимые магазины Москвы и СПб,
федеральные сети и МДК****Региональные
книготорговые сети**

Источник: данные компаний.

Рис. 56.

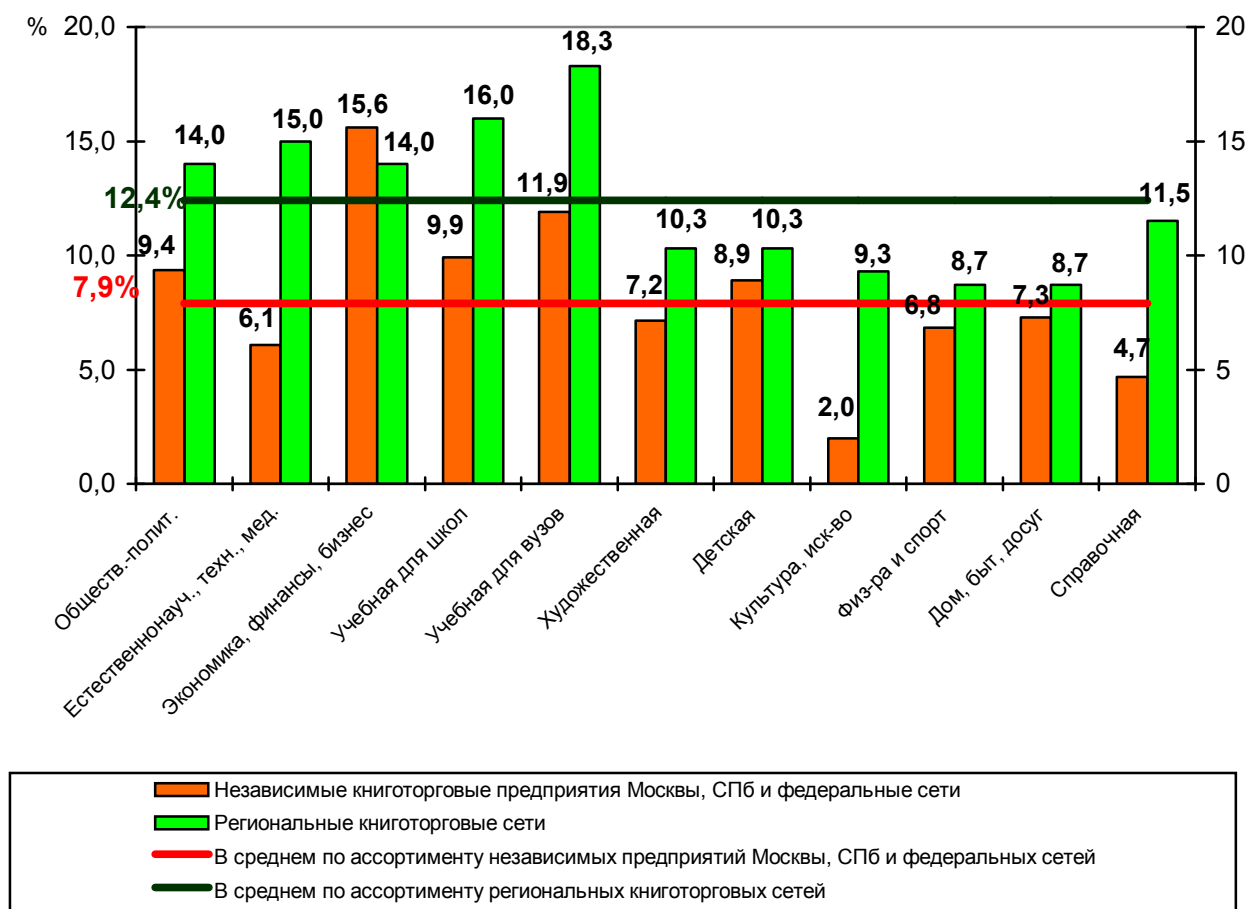
Доля продукции издательств различных регионов в ассортименте книготорговых предприятий в 2012 г.

**Независимые магазины Москвы и СПб,
федеральные сети и МДК****Региональные
книготорговые сети**

Источник: данные компаний.

Рис. 57.

Динамика средней отпускной цены издательств на книги (2012 г. к 2011 г.), %

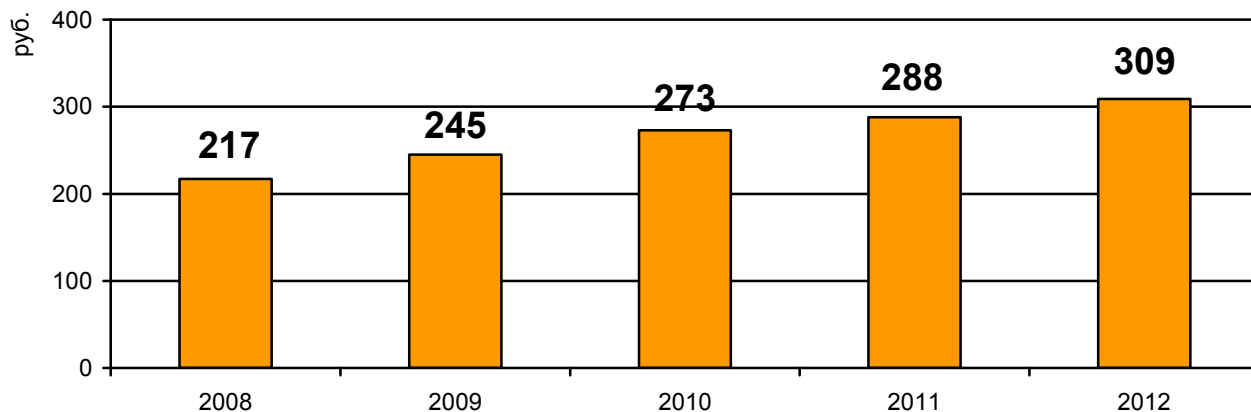


Источник: данные компаний.

Вслед за повышением отпускной цены в годы кризиса росла и средняя розничная цена изданий. С 2008 по 2012 год средняя цена книги поднялась примерно на 40% (см. рис. 58). Средняя цена книги в России все больше приближается к цене книги в странах Западной Европы, но дальнейшее её повышение может привести к резкому снижению посещаемости книжных магазинов и существенному падению объёмов продаж.

Рис. 58.

Средняя розничная цена на книги в 2008-2012 гг., руб.

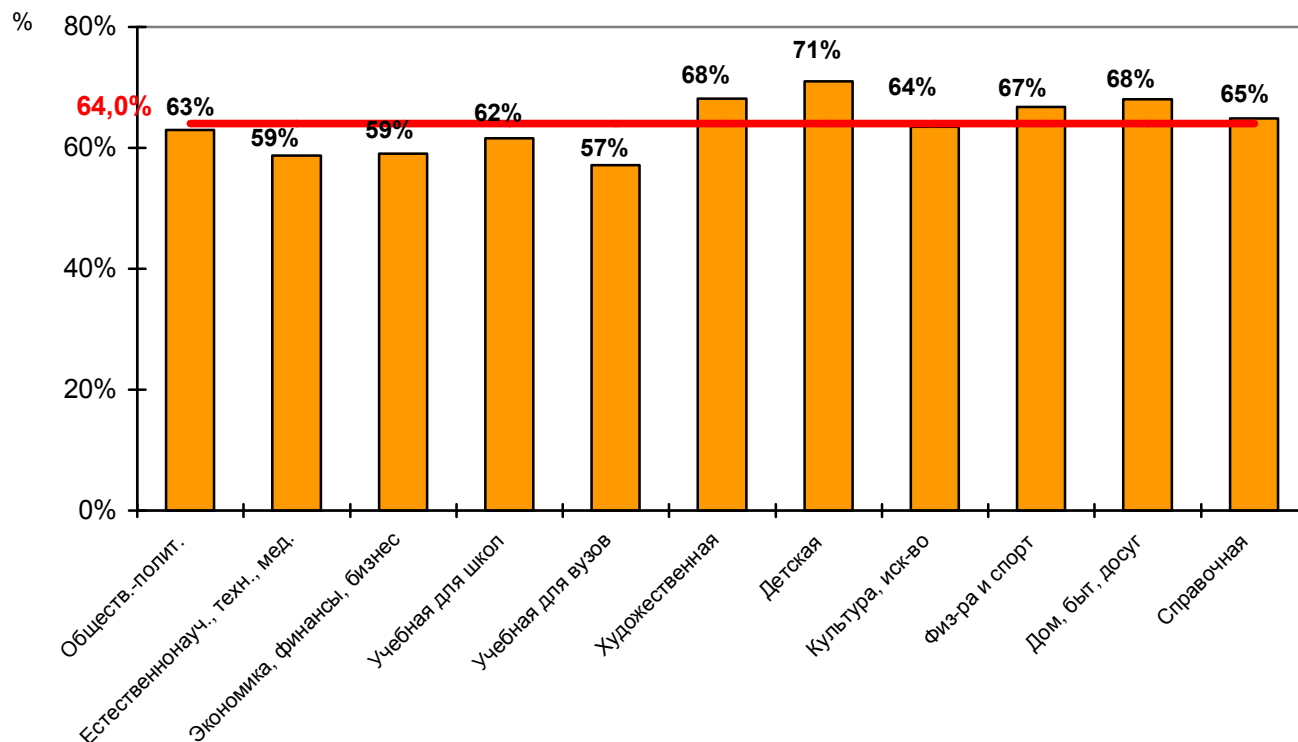


Источник: данные компаний.

Величины средней наценки, устанавливавшиеся книготорговыми предприятиями на издания различных разделов ассортимента и различных ценовых сегментах в 2012 г., представлены соответственно на рис. 59 и 60.

Рис. 59.

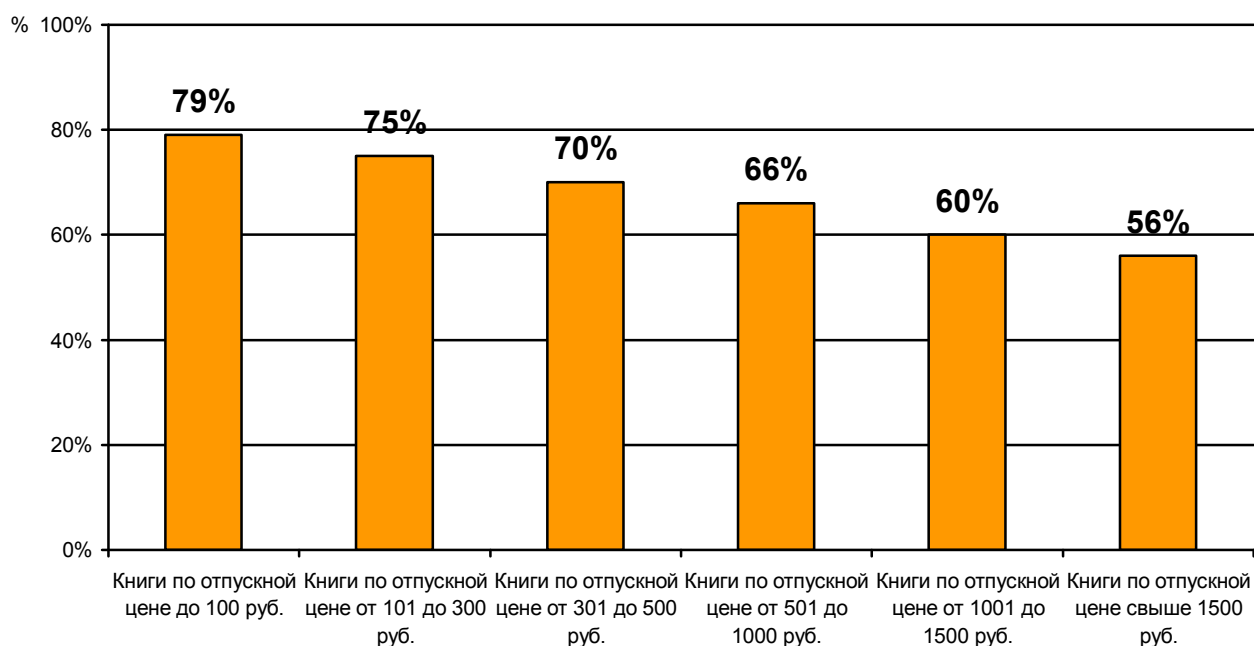
Величина средней наценки в различных разделах ассортимента книготорговых предприятий в 2012 г., %



Источник: данные компаний.

Рис. 60.

Величина средней наценки на книги различных ценовых сегментов в 2012 г., %



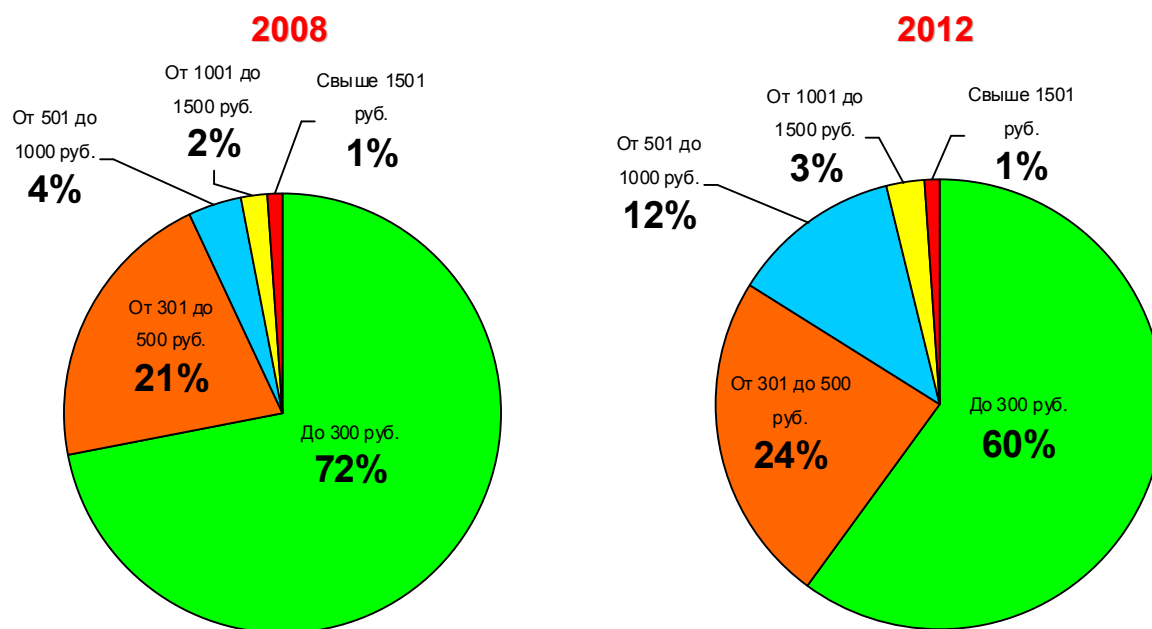
Источник: данные компаний.

Интересно взглянуть на изменение соотношения изданий различных ценовых сегментов в ассортименте и в продажах центральных и региональных книготорговых предприятий. Как видно из рис. 61 и 63, доля изданий низшего ценового диапазона (до 300 руб.), составлявшая в 2008 г. более 70% ассортимента и около 60% продаж московских и петербургских книготорговых предприятий, к 2012 году сократилась до 60% в ассортименте и до 43% в продажах. Доля изданий среднего ценового диапазона (от 301 до 500 руб.) за пять лет в центральных книготорговых предприятиях увеличилась с 21% до 24% в ассортименте и с 14% до 17% в продажах.

Также заметные сдвиги ассортимента в сторону более дорогих изданий произошли и в высоком сегменте ценового диапазона (от 501 до 1000 руб.). Если в 2008 г. эти издания занимали в независимых московских и петербургских книжных магазинах, а также магазинах федеральных книготорговых сетей только 4% наличного ассортимента и 12% продаж, то в 2012 г. – уже 12% и 17% соответственно.

Рис. 61.

Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте независимых магазинов Москвы и СПб, федеральных книготорговых сетей и МДК, %

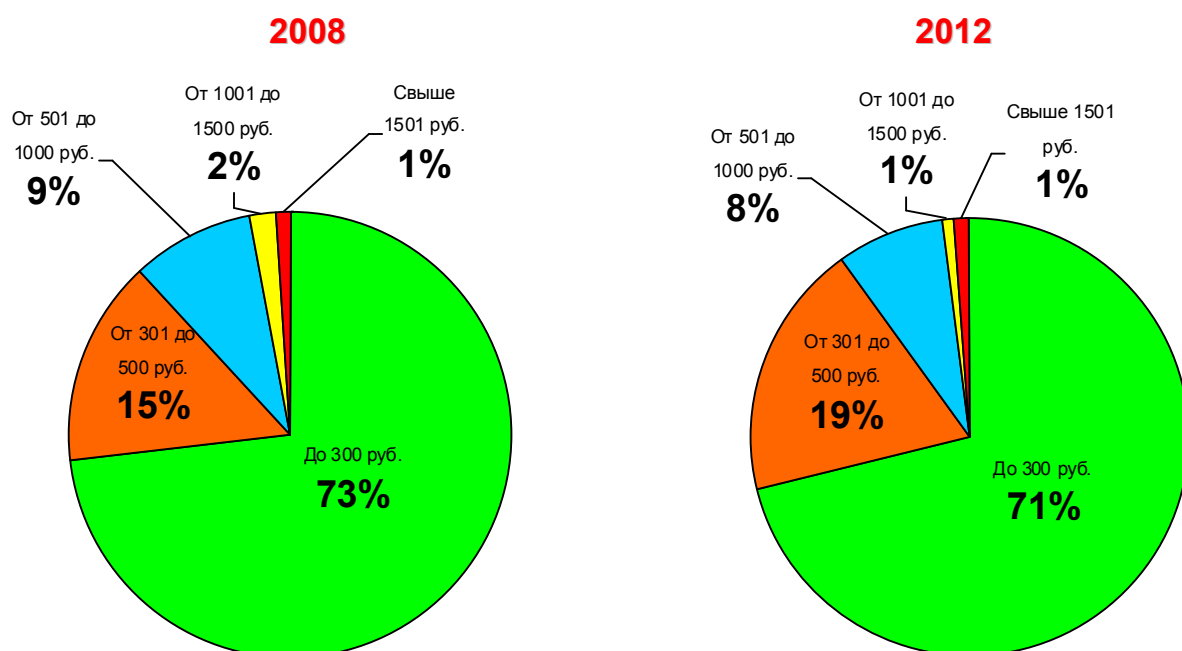


Источник: данные компаний.

В региональных книготорговых сетях изменения ценовой структуры ассортимента и продаж за 2008-2012 гг. менее существенны. Так, практически не изменилась ни в ассортименте, ни в продажах региональных сетей доля изданий низшего ценового диапазона: и пять лет назад, и сегодня издания этого ценового сегмента составляют примерно 70% ассортимента и около 60% продаж (см. рис. 62 и 64). Менее выражены, чем в федеральных книготорговых сетях и независимых магазинах двух столиц, изменения в ассортименте и в продажах региональных сетей изданий и других ценовых сегментов.

Рис. 62.

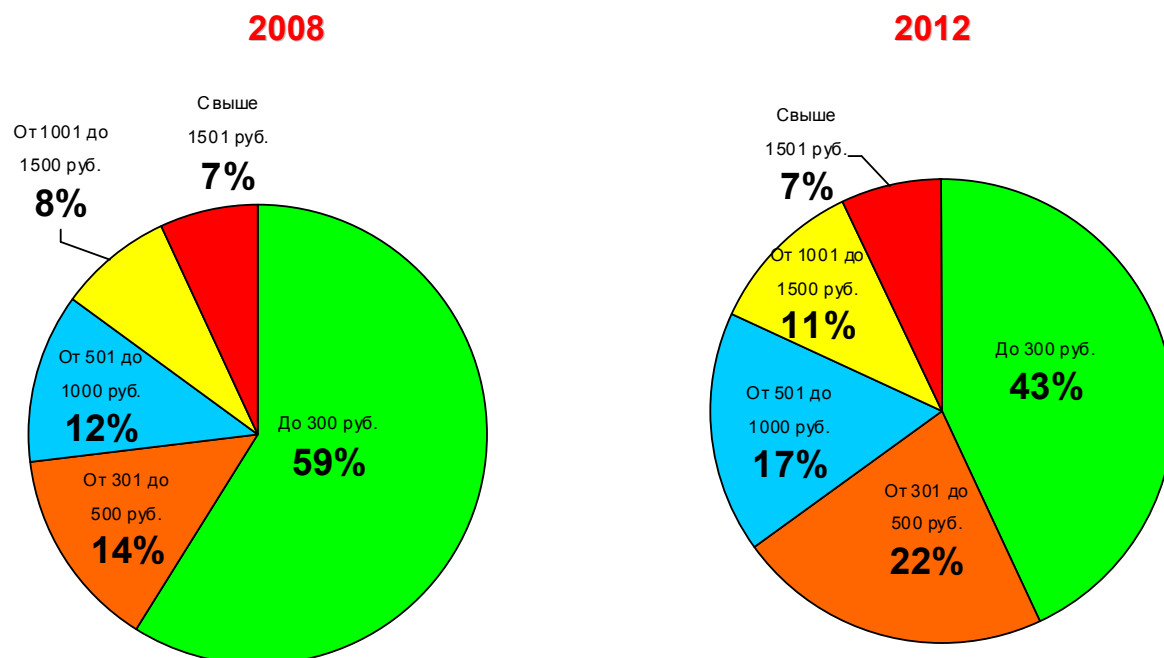
Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте региональных книготорговых сетей, %



Источник: данные компаний.

Рис. 63.

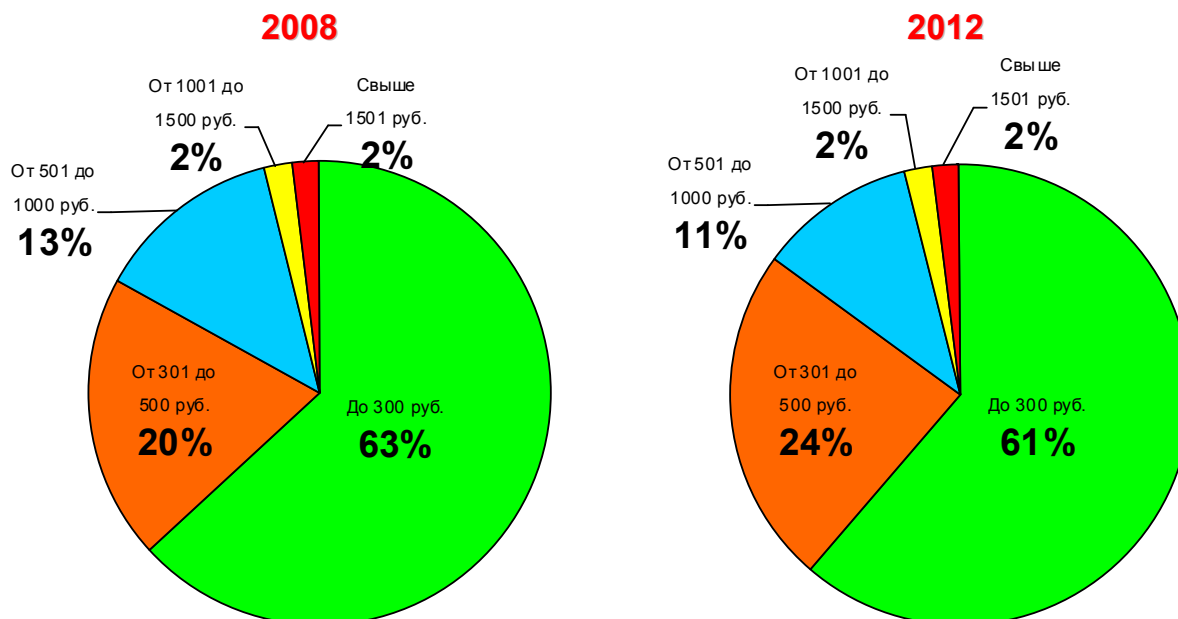
Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах независимых магазинов Москвы и СПб, федеральных книготорговых сетей и МДК, %



Источник: данные компаний.

Рис. 64.

Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах региональных книготорговых сетей, %



Источник: данные компаний.

В последние годы стоимость среднего чека в центральных и региональных книготорговых предприятиях неуклонно росла: в центральных независимых магазинах и магазинах федеральных сетей примерно на 5-7% в год, в региональных сетях – на 7-9% в год. При этом число позиций в чеке федеральных книготорговых сетей за 5 лет несколько снизилось, а в региональных – несколько выросло (см. рис. 65-66).

Рис. 65.

Средний чек в 2008-2012 гг., руб.

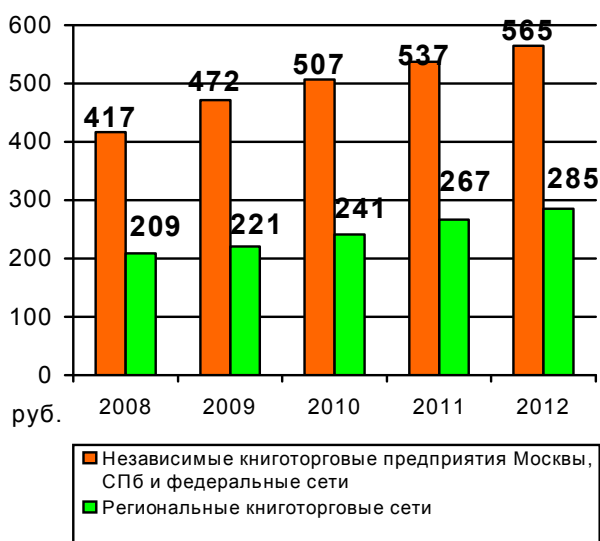
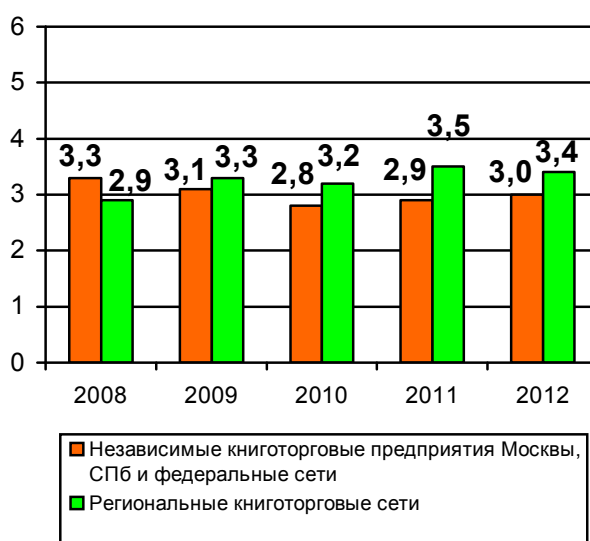


Рис. 66.

Среднее число позиций в чеке в 2008-2012 гг.



Источник: данные компаний.

Рис. 67.

Средний срок реализации книжной продукции в книготорговых предприятиях России, дней



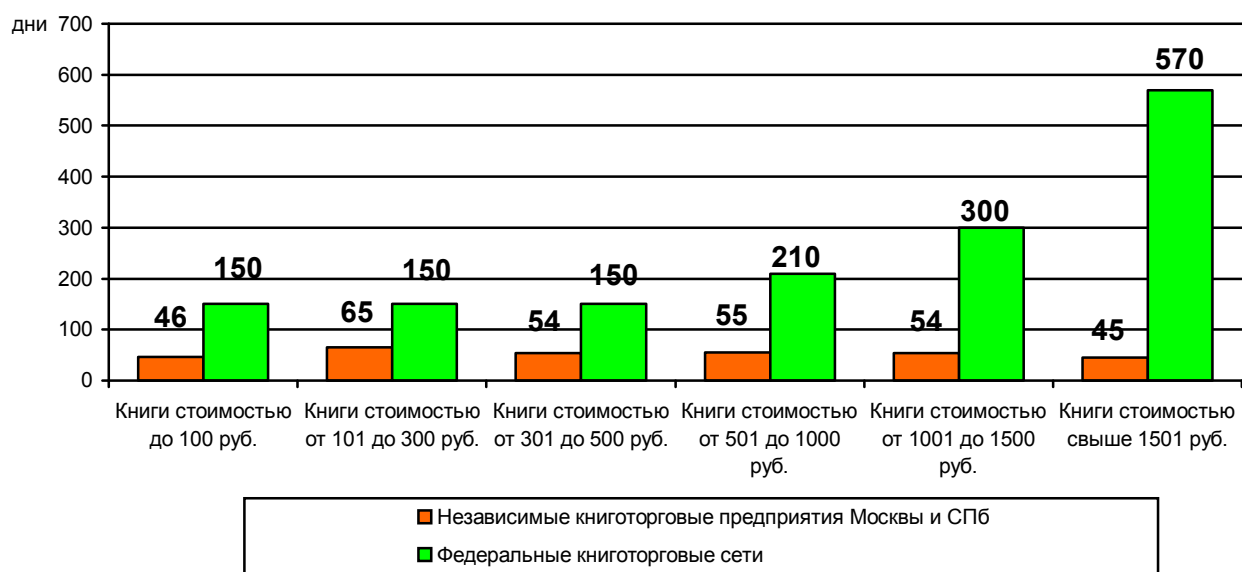
Источник: данные компаний.

Средний срок реализации книжной продукции на протяжении последних пяти лет медленно возрастает. При этом в независимых книготорговых предприятиях Москвы и Санкт-Петербурга он заметно ниже, чем в целом по федеральным и региональным книготорговым сетям (см. рис. 67). Очевидно, во многом это связано с доступностью крупных независимых книжных магазинов. При этом данные по сетям отражают средние показатели как по удачно расположенным, так и по менее доступным для покупателей (и менее рентабельным) магазинам.

На рис. 68 представлен средний срок реализации книжной продукции различных ценовых сегментов на предприятиях московской книжной торговли и федеральных книготорговых сетей. Ввиду недостаточности данных, представленных предприятиями региональных сетей, данный показатель по этой группе книготорговых предприятий мы не рассматриваем.

Рис. 68.

Средний срок реализации книжной продукции различных ценовых сегментов в 2012 г., дней



Источник: данные компаний.

В целях оптимизации своих издержек, многие предприятия книжной торговли были вынуждены сократить своё штатное расписание. Так, за пять лет крупные независимые книжные магазины Москвы и Санкт-Петербурга сократили своё штатное расписание (в т.ч. штат своих продавцов) примерно на 10%, региональные книготорговые сети – от 5% до 25-30%. Напротив, расширение федеральных книготорговых сетей сопровождалось расширением и числа работающих на вновь открываемых предприятиях. Так, за 2008-2012 гг. число работников в книготорговых сетях «Новый книжный – Буквояд», «Читай-город» выросло примерно на 40%, в т.ч. продавцов – на 25%.

Как видно из рис. 69, среди затрат книготорговых предприятий наибольший вес имеют зарплата и социальные отчисления, а также аренда помещения. В этой связи особую актуальность приобретает формирование законодательных инициатив, связанных с установлением для предприятий книжной торговли специальных пониженных ставок арендной платы.

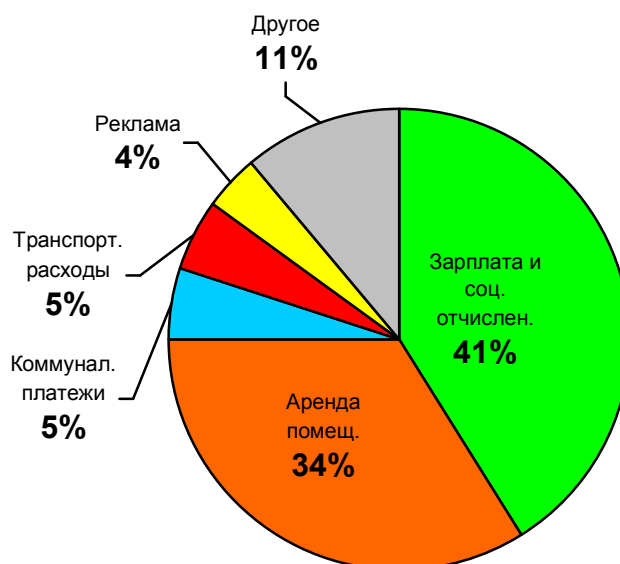
Рис. 69.

Доля различных расходов в издержках предприятия, %

Независимые магазины Москвы и СПб, федеральные сети и МДК



Региональные книготорговые сети



Источник: данные компаний.

III. ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ

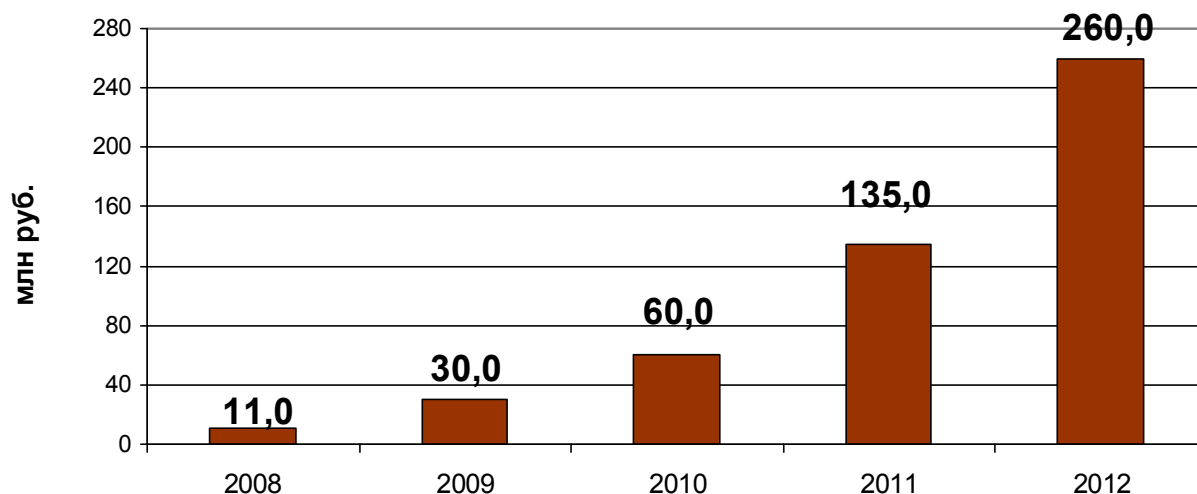
3.1. Тенденции и перспективы развития рынка электронных книг

В течение последних пяти лет рынок электронных книг в России динамично растёт. По мнению президента Ассоциации интернет-издателей В.Харитонов, объём легального рынка электронных книг в России в 2012 г. составил порядка **250-260 млн руб.** (см. рис. 70).

Легальный рынок электронной книги по-прежнему не оказывает серьёзного влияния на базовые показатели развития отрасли. Доля легальной цифровой дистрибуции в 2012 году составляла около 0,5% книжного рынка России. Тем не менее, по оценкам компании «ЛитРес», при сохранении сегодняшних темпов роста доля продаж легальной электронной книги к 2015-2017 гг. может составить уже 5% и более от общего объёма книжного рынка.

Рис. 70.

Динамика роста легального рынка электронных книг в России в 2008-2012 гг., млн руб.



Источник: компания «ЛитРес».

Интересно сравнить рост легального рынка электронных книг России с динамикой рынка электронных книг США. По итогам 2011 г. объём продаж электронных книг в США составил почти 970 млн долл., что составляло примерно 9,5% от общего объёма книжного рынка США. По данным Ассоциации американских издателей, в 2012 г. рынок электронных книг в США (без учёта продаж в библиотеки, а также продаж профессиональной и учебной литературы) вырос на 36% и составил около 1,3 млрд долл. При этом падение продаж традиционных книг в мягкой обложке в 2012 г. составило 17%, а в твёрдом переплёте – 4%.

К середине 2012 г. доля продаж электронных книг в общей выручке ведущих мировых издательств составляла около 20%: у Penguin – 19%, у Simon&Shuster – 21%, у Hachette – 26%.

Рис. 71.

Объём продаж электронных книг в США в 2006-2012 гг., млн долл.

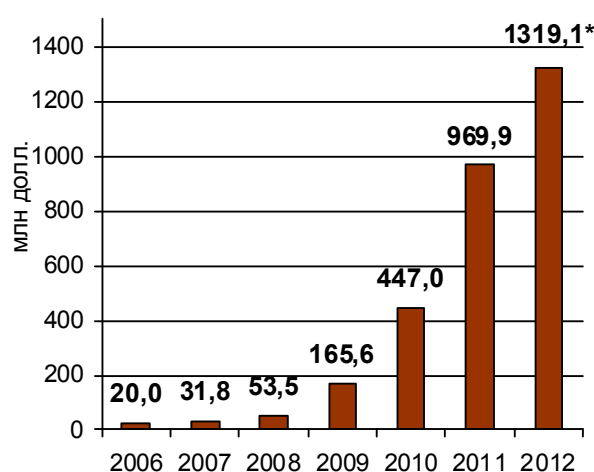
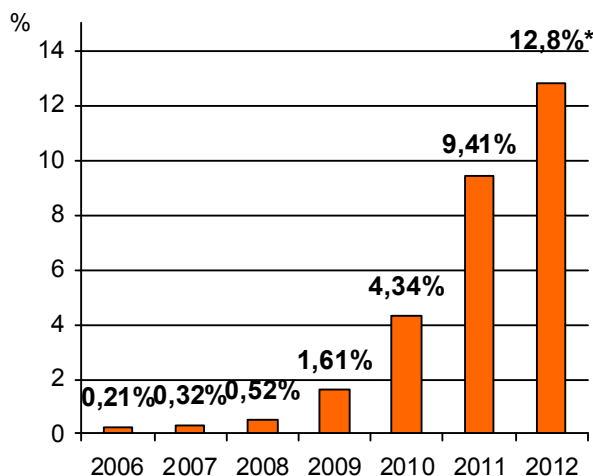


Рис. 72.

Доля электронных книг в общем объёме книжных продаж в США в 2006-2012 гг., %



Примечания:

- данные отражают продажи только развлекательной литературы;
- приведённые данные отражают продажи только 12-15 ключевых издательств США;
- приведённые данные не включают продажи в библиотеки, а также продажу профессиональной и учебной литературы;
- под термином «электронные книги» подразумеваются все книги, которые были доставлены потребителю в электронном виде через интернет или на портативные устройства для чтения.

* – Предварительная оценка.

Источник: Ассоциация американских издателей.

Среди основных тенденций развития рынка электронных книг в России в 2012 г. можно выделить следующие:

- расширение ассортимента книг, представленных в электронном виде;
- рост продаж электронных книг в мобильных каналах (Apple Appstore, Google Play и др.);
- опережающий рост продаж планшетных компьютеров по сравнению с ридерами;
- снижение стоимости устройств для чтения.

Наряду с этим, нельзя не отметить и факторы, тормозящие развитие рынка электронных книг:

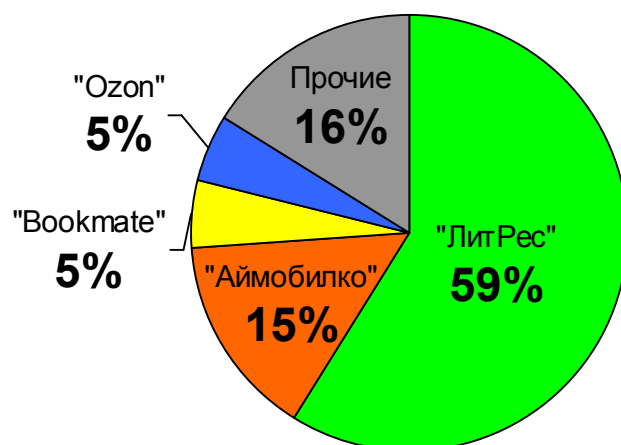
- граждане России (не считая жителей российских городов-миллионников в возрасте от 18 до 35 лет) пока предпочитают чтение печатных книг электронным;
- средняя цена электронной книги в России (около 3 долл. США) в два-четыре раза ниже цены печатного аналога (6 – 12 долл. США), что не компенсирует издателям убытков от падения продаж этих же книг в бумажном виде;
- уровень пиратства в Рунете достигает 80-90%.

Основными игроками на рынке легальной электронной книги в России являются компании «ЛитРес» (59% рынка), «Аймобилко» (15%), «Bookmate» и «OZON» (по 5%) (см. рис. 73).

Сетевой ресурс «ЛитРес» по-прежнему остается самым большим держателем пакета авторских прав на распространение русскоязычных книг в Рунете. Средняя цена реализации одного экземпляра книги по всему проданному ассортименту «ЛитРеса» в конце 2012 г. равнялась примерно 87 руб., что на 34% выше цены реализации среднего издания по состоянию на конец 2011 г. Для продвижения своего ассортимента «ЛитРес» использует различные интересные маркетинговые подходы к увеличению числа своих пользователей.

Рис. 73.

Основные игроки на рынке торговли электронными книгами в России и СНГ в 2012 г., %



Источник: компания «ЛитРес».

Продавцы электронного контента используют различные модели его распространения. К примеру, популярный портал «Аймобилко» предлагает своим покупателям не только обычную литературу, но также аудиозаписи и специальные киноколлекции. Электронные продукты можно приобретать по отдельности, а можно – по месячному абонементу. Стоимость месячного абонемента составляет приблизительно 25 евро. Абонемент дает возможность читателю ежедневно скачивать одну книгу, аудиоальбом или фильм. Интересно, что подобную абонементную модель используют и пиратские сайты, которые в связи с растущим экономическим, юридическим и техническим давлением вынуждены идти на компромиссы. Теперь на «Либрусеке» можно приобрести месячный абонемент, оплатив его деньгами или услугами. По утверждению администрации сайта, доля полученной выручки отправляется издательствам и авторам.

Несколько иначе выглядит абонементная модель у книжного клуба Bookmate.ru, организованного по принципу «коллективной библиотеки 2.0». Уплатив взнос в размере примерно 2,50 евро в месяц – что в десять раз меньше, чем у конкурента «Аймобилко» – пользователь получает право читать все книги библиотеки на всех своих устройствах для чтения электронных книг. По утверждению администрации, и авторы и издательства получают справедливые отчисления от заработанной сайтом прибыли.

В связи с быстрым развитием рынка электронных книг всё более остро встаёт перед книжным сообществом вопрос борьбы с интернет-пиратством. Одну из основных проблем борьбы с пиратством издатели видят в том, что действующее российское законодательство в сфере защиты авторского права плохо адаптировано к инновационным методам продаж через Интернет. Компания «ЛитРес», например,

одним из эффективных способов борьбы с пиратами считает переговоры, цель которых – убедить пиратские сайты перейти на легальную модель работы. Компания обращалась к представителям таких сайтов с предложением отказаться от пиратской схемы работы, поставить на «ЛитРес» реферральные ссылки и давать пользователям возможность покупать книги на легальных основаниях. Также «ЛитРес» развивает ещё одно направление борьбы с электронными пиратами – а именно снимает ссылки на пиратские ресурсы с поисковых запросов в Google.

Сложнее обстоят дела с пиратскими сайтами, которые находятся за рубежом. Здесь правообладатели сталкиваются с серьёзными проблемами, особенно когда имеют дело с серверами, на которых размещаются практически любые материалы, при этом хостинговая компания не удаляет их по сторонним жалобам. В данном случае следует отметить непростые коммуникации российских правообладателей с властями и правоохранителями зарубежных стран.

По мнению генерального директора «ЛитРес» С.Анурьева есть две модели борьбы с нелегальными электронными ресурсами. Первая модель – «day to day», когда ежедневно происходит мониторинг нелегальных сайтов, структуризация их контента, отправляются запросы на удаление ссылок на скачивание конкретных произведений и осуществляет контроль за исполнением этих запросов. Вторая модель борьбы с пиратами – это отдельные конкретные случаи, которые принципиальны для правообладателей, и по которым они полностью выкладываются, доводя дело до суда и наказывая пиратов.

Эксперты сходятся во мнении, что для достижения максимального эффекта в борьбе с пиратством необходимо более тесное взаимодействие госорганов с правообладателями, а также проведение работы по разъяснению правообладателям возможностей, которые предоставляет им закон для борьбы за их интеллектуальную собственность.

3.2. Новые бизнес-модели на рынке электронных книг

В настоящее время мировой рынок электронного книгоиздания столкнулся со значительными переменами, касающимися ценообразования, моделей ведения бизнеса, каналов дистрибуции. Данные факторы способны привести к кардинальным трансформациям этого важнейшего сегмента медиаиндустрии.

Так, с октября 2012 г. На мировом рынке наблюдается стремительное падение цен на электронные книги, вызванное, главным образом, двумя причинами:

- переходом контроля над ценообразованием е-книг от крупнейших издательств к розничным ритейлерам, которые делают покупателям значительные скидки (с 12,99-14,99 долл. до 10 долл. и ниже);
- бурным развитием «самиздата» электронных книг, цена на которые обычно не превышает 2,99 долл.

Лидером на рынке электронных книг по-прежнему остается Amazon. Для Google, который получает основной доход от продажи рекламы, Windows, зарабатывающего на софте, и Apple, сделавшего ставку на электронные «objects d'art», цифровые книги – вариант диверсификации основного бизнеса.

В 2012 г. 25% бестселлеров из актуального ассортимента «Амазона» составил самиздат. При этом четыре автора перешагнули миллионный рубеж по числу скачиваний, а у двадцати трёх в 2012 г. было более 250 тысяч скачиваний.

Как отмечалось в одном из предыдущих докладов Роспечати, изначальная стратегия Amazon базировалась на комбинации дорогого читающего устройства (первые модели стоили 399 долл.) и агрессивного дисконтирования контента. Сегодня специализированные ридеры продолжают дешеветь. Поэтому компании, подобно Amazon и Barnes&Noble, инвестировавшие в собственные экосистемы и крайне заинтересованные в поддержании своей доли рынка, будут постепенно снижать стоимость брендовых читающих устройств. Снижение их стоимости до 10 долларов (а по прогнозам отдельных экспертов, они и вовсе станут бесплатными) неизбежно приведет к изменению бизнес-модели продажи электронных книг.

Бесплатные читающие устройства – это серьезный вызов для Amazon. В ритейле агентской модели средняя цена электронной книги из года в год снижается: в 2012 году они продавались, в зависимости от канала дистрибуции, по цене в диапазоне 5,63-7,8 долл. Традиционный для торговли дисконт топовых наименований также успешно применяется и при продаже книжных файлов. Однако одновременно с тем, что средняя цена входящей в топ-100 американского «Амазона» книги неуклонно снижается: 8,21 долл. (декабрь 2010 года), 7,08 долл. (декабрь 2011 года) и 6,48 долл. (декабрь 2012 года), число книг в топе стоимостью выше 10 долл. растёт (22%, 32%, 27% последовательно в 2010, 2011 и 2012 гг.). Очевидно, что, несмотря на решение Министерства юстиции США о неправомерности агентской модели ценообразования электронных книг, Amazon не спешит возвращаться к демпингу. Примечательно, что, по мнению британской Daily Mail, более трети наименований продаются по цене, сравнимой или выше цены бумажной книги.

Развитие «самиздата», установление цен розничными торговцами и внедрение многочисленных инноваций, которые учитывают интересы и потребности рынка, могут привести к потере издательствами роли посредников в схеме маркетинга электронных книг.

На рынке электронных книг наблюдается тенденция к исключению промежуточных звеньев цепи потребления между автором и читателем. На смену книжным гипермаркетам, таким, как Amazon, приходят принципиально новые сервисы, которые нивелируют роль торговых посредников. По данным интернет портала copyright.ru, основными из них являются:

1. Электронное издательство Smashwords. Было создано в 2008 г. и на сегодняшний день является лидирующей платформой публикации и дистрибуции е-книг независимых авторов и издателей. Продажа осуществляется как через собственный сайт (каталог насчитывает более 160 тыс. наименований), так и через премиальные каталоги партнерских ритейлеров (более 120 тыс. наименований), среди которых Amazon, Barnes&Noble, Apple iBookstore, Sony, Baker&Taylor, Diesel eBook Store и др. В системе зарегистрировано более 55 тыс. независимых авторов и издателей, которые зарабатывают 85% от цены книги при продаже на Smashwords.com и 60% при продаже через вышеупомянутые партнерские платформы. Создание аккаунта для правообладателей бесплатное, а выплаты осуществляются ежеквартально. Кроме того, сервис автоматически конвертирует загруженный файл Word в предусмотренные форматы (EPUB, MOBI, PDF и др.), а также предлагает дополнительные услуги за отдельную плату (например, форматирование текста под премиальный каталог обойдется в 30-60 долл., а создание обложки стоит 50-100 долл.).

2. Венчурный проект Zola Books. Был задуман как «книжный клуб онлайн», предназначенный для поиска, продажи и обсуждения электронных книг. Его бета-версия была запущена в июне 2012 г.

3. Облачный сервис Booki.sh. Предлагает пользователям создать собственную библиотеку из приобретенных е-книг. Среди преимуществ платформы стоит отметить дружелюбный интерфейс и удобное хранилище материалов, возможность читать книги без скачивания и разнообразие вариантов доступа (в т.ч. через веб-браузер). К недостаткам относятся не вполне удобная система нумерации страниц, ограниченное число подключённых ритейлеров и запрет на распечатку приобретенных изданий.

4. Проект BookSliced. Запущен в июне 2012 г., отслеживает электронные книги с установленным уровнем популярности, которые распространяются бесплатно или с существенными скидками. В настоящий момент BookSliced сложно конкурировать с аналогичными сервисами Goodreads и eReaderIQ, поскольку он осуществляет поиск изданий только для платформы Kindle Amazon, однако в будущем планируется добавить в регулярно обновляемую базу е-книги Nook, Sony и iBooks. Кроме того, привлекает реферральная программа, позволяющая заработать на привлечении новых пользователей.

5. Сервис Freebook Sifter. Открыт для доступа в январе 2013 г., также предназначен для поиска бесплатных е-книг для Kindle Amazon. Несмотря на ежедневно обновляемую базу данных, у Freebook Sifter также есть серьезные и более «опытные» конкуренты: Google Books, Project Gutenberg, Internet Archive и Online Books Page.

6. Сервис reKiosk. Открыт в августе 2012 г., представляет собой автономную электронную витрину, на которой независимые авторы, издатели и звукозаписывающие компании могут выставлять на продажу музыку и электронные книги, а пользователи – оставлять комментарии и рекомендации касательно приобретенных продуктов. После бесплатной регистрации участнику проекта предоставляется личный киоск, где он может продавать до 15 продуктов. Схема распределения прибыли довольно проста: при прямой продаже автор получает 95% от стоимости текстового или аудио файла, при перепродаже 70% отчисляется правообладателю, 25% зарабатывает посредник. Комиссия reKiosk в обоих случаях составляет 5%.

7. Компания Kobo расширила доступ к своему *каталогу kobobooks*, который насчитывает более 2,5 млн цифровых книг и работает в 170 странах мира для обладателей всех существующих ридеров (ранее электронные издания из каталога Kobo могли приобрести только обладатели фирменного гаджета Kobo eReader). Такая стратегия не только подтверждает стремление компании к инновациям и заботу о клиентах, но и обещает стать огромным конкурентным преимуществом.

8. Бесплатный сервис txtr. Каталог данного сервиса насчитывает более 700 тыс. наименований книг. Кроме того сервис даёт возможность делиться отзывами о приобретенных книгах через социальную сеть Facebook. Компания с главным офисом в Германии произвела настоящий фурор в индустрии электронного чтения: уже в конце 2013 г. она планирует запустить в производство самый дешёвый ридер в мире стоимостью всего 13 долл.. Кроме того, в начале 2013 года компания заключила партнерское соглашение с ReaderLink и вышла на американский рынок цифровых книг.

9. Виджет EZBuyButton. Упрощает поиск, покупку и использование изданий. Авторам и издателям предлагается абсолютно бесплатно встроить EZBuyButton в интерфейс собственного сайта или блога, что позволит моментально увеличить объём продаж.

По мнению экспертов copyright.ru, в 2013 г. главным фокусом внимания лидирующих продавцов е-книг (особенно Apple и Kobo) станут такие многообещающие рынки сбыта, как Китай, Индия, Япония и Россия. Однако успех их бизнеса во многом определяется характерными особенностями экономики, политики и культуры этих стран.

По имеющимся прогнозам, к 2015 г. число интернет-пользователей в Китае достигнет 800 млн человек, а амбициозный проект по предоставлению широкополосного доступа каждому жителю страны лишь подогревает интерес крупнейших компаний.

Рынок Индии является более легкой «добычей» для крупных издателей и агрегаторов: здесь уже с успехом работают такие мегамаркеты е-книг, как India Ebooks – на их виртуальных полках представлены как продукты местных издательских домов и «самиздат», так и книги авторитетных зарубежных компаний (Penguin, Pearson и др.)

В 2013 г. электронные книги в Японии начнет продавать корпорация Apple: изначально каталог iBookstore будет насчитывать около 80 тыс. изданий на японском языке. Несмотря на передовую позицию Японии в плане технологий, местные издатели не спешат оцифровывать свою продукцию, т.к. опасаются, что бумажное книгопечатание не выдержит конкуренции с цифровыми издательствами.

Выход на рынок России и других русскоговорящих стран СНГ является ключевой стратегией многих продавцов электронных книг. Однако сложность работы на рынке России крупнейшие зарубежные компании видят в том, что 80% электронных книг продаётся в Москве и Санкт-Петербурге, и только 20% – в регионах.

3.3. Рынок электронных читающих устройств в России и за рубежом

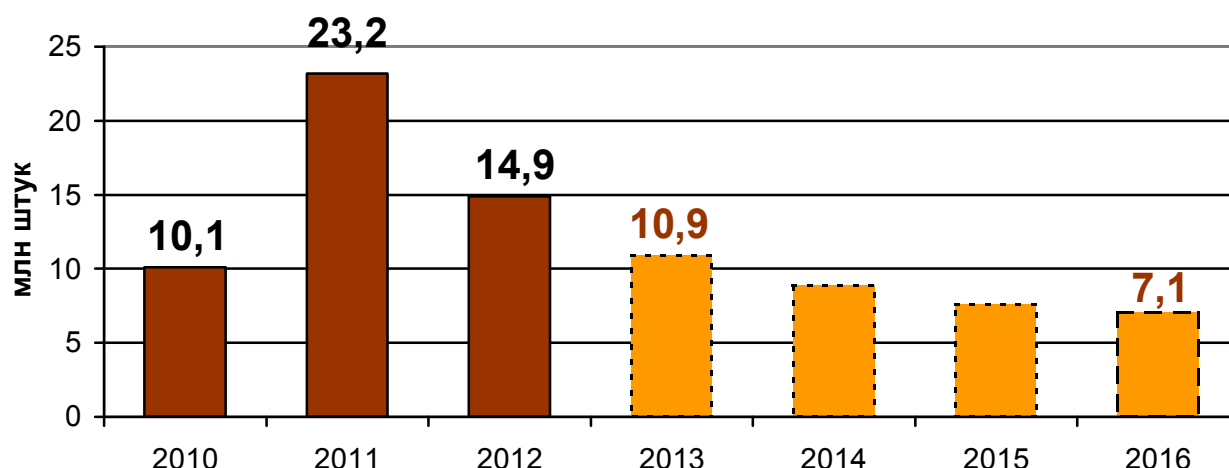
После впечатляющего роста в течение нескольких последних лет мировой рынок ридеров электронных книг, согласно данным аналитической компании IHS iSuppli, начал быстро сокращаться. Продажи ридеров в период с 2008 по 2010 гг. выросли в 10 раз, с 1,0 до 10,1 млн шт. и в 2011 г. достигли своего максимального значения в 23,2 млн шт.

Однако в 2012 году продажи ридеров, по данным упомянутого исследования, сократились до 14,9 млн шт., что ниже уровня 2011 г. на 36%. В 2013 году прогнозируется снижение продаж ещё на 27%, до уровня 10,9 млн шт. Согласно прогнозам, к 2016 г. рынок потеряет более 2/3 пикового объёма 2011 г. в результате чего продажи составят всего 7,1 млн шт. (см. рис. 74).

По мнению экспертов IHS, столь короткая жизнь ридеров объясняется их направленностью лишь на одну задачу – чтение. В результате потребители очень быстро начали отдавать свои предпочтения многофункциональным медиапланшетам.

Рис. 74.

Динамика и прогноз развития мирового рынка ридеров, млн шт.



Источник: IHS iSuppli, декабрь 2012 г.

В то же время, согласно данным компании IHS iSuppli, в Восточной Европе и в России рынок ридеров пока не подает признаков сокращения. Хороший потенциал у ридеров остается также в Африке и в Индии. Снижение цен может также способствовать поддержке данного рынка.

Многие компании намерены в будущем продавать ридеры по ценам производителя или даже ниже. Политика низких цен может продлить жизнь рынка ридеров, однако в целом этим устройствам уже не удастся вернуть свою былую популярность. Производители это прекрасно понимают и предпринимают в этом отношении определенные действия – к примеру, удерживают цены на абсолютном минимуме, особенно если они одновременно не являются провайдерами контента. В этом смысле положение Amazon немногим лучше, чем у других вендоров: потери от продаж устройств чтения компания компенсирует огромным объемом продаж самих электронных книг и другого контента, имеющегося в её онлайн-магазине.

Спасение читающих устройств на электронных чернилах будет связано, прежде всего, с перестройкой бизнеса. Очевидные преимущества экрана на e-Ink перед LCD-экраном по удобству чтения и длительности зарядки найдут новое применение: к примеру, компания popSLATE уже создала чехол для iPhone 5 с экраном на e-ink и предлагает разработчикам открытый код для создания приложений, среди которых могут оказаться и книги. Чуть дальше по этому пути продвинулась российская Yota: в 2013 году компания планирует выпустить 4,3-дюймовый смартфон с двумя экранами, один из которых использует технологию электронных чернил.

Ещё одна разработка 2012 года, немецкое устройство Txtr Beagle, может появиться в продаже по цене в 10-12 евро (450-500 рублей). Компания показала прототип ридера с 5-дюймовым экраном и вполне приличным разрешением — 800x600 пикселей. Дело только за выбором партнёра, которым станет мобильный оператор, – устройство будет продаваться только «в связке» с контрактом. А это значит, что мобильные операторы увеличат присутствие на рынке контента.

Что касается объема продаж планшетных устройств, то, по данным ресурса DIGITIMES, в 2012 г. на мировой рынок было поставлено порядка 130 млн планшетов. Согласно прогнозам в 2013 г. объем продаж планшетных устройств достигнет уровня 170-180 млн штук. Самыми быстрыми темпами будут расти продажи 7-дюймовых моделей.

В сегменте устройств с диагональю 9-11 дюймов в 2013 г. будут превалировать планшеты на платформе iOS, а среди 7-дюймовых планшетов будут доминировать модели на базе Android, несмотря на то, что существенно вырастут продажи iPad mini.

Согласно данным компании IHS iSuppli, в 2012 году поставки 9-дюймовых планшетов увеличились на 35% до уровня 73,4 млн шт., что составило 59% мирового рынка. В то же время удвоились продажи 7-дюймовых моделей в 2012 г. и всего по итогам года было поставлено 41,1 млн шт., что соответствует доле рынка в 32%.

В соответствии с прогнозами аналитической компании IDC, в 2013 г. на долю планшетов с диагональю от 7 до 8 дюймов придётся более 60% всех продаж планшетных устройств, в то время как в 2012 г. их доля составляла лишь 33%.

Ожидается, что компании Google и Amazon в 2013 г. поставят на рынок по 10 млн 7-дюймовых планшетов каждая. Поставки недавно выпущенной компанией Acer 7-дюймовой модели B1-A71 со стартовой ценой менее 150 долл. также окажут заметное влияние на рынок читающих устройств.

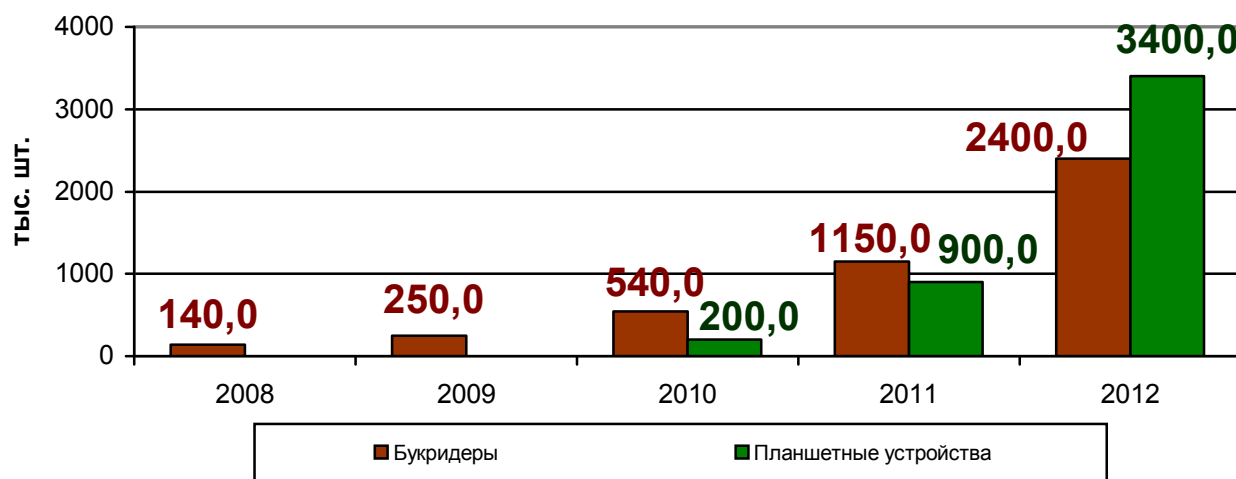
Компания Samsung Electronics планирует удвоить поставки своих планшетов, в связи с чем отраслевые эксперты ожидают, что компания в текущем году сможет продать более 30 млн единиц этой продукции.

В результате, несмотря на то, что все основные медийные игроки выпустили собственные планшеты, на рынке электронных устройств доля Amazon несколько сдаст позиции, а основная битва развернётся между платформами IOS, Android и Windows RT, так как покупатель, в конечном счёте, выбирает не устройство от конкретного производителя, а доступ к библиотеке мультимедийного контента, предлагаемого каждым из конкурентов. Учитывая серьезные амбиции Google и популярность устройств на базе Android, компания Apple рискует уступить свои рыночные позиции несмотря на грамотный маркетинг и абсолютную лояльность своих покупателей.

Если говорить об объёмах продаж устройств для чтения электронных книг в России, то по оценкам компании «WEXLER» – производителя цифровой электроники и компьютерной техники, всего в нашей стране за 2012 г. было реализовано почти 2,5 млн. устройств для чтения электронных книг на базе «электронных чернил» и чуть менее 3,5 млн планшетных устройств (см. рис. 75).

Рис. 75.

Объём продаж устройств для чтения электронных книг в России в 2008-2012 гг., тыс. штук



Источник: компания Wexler.ru.

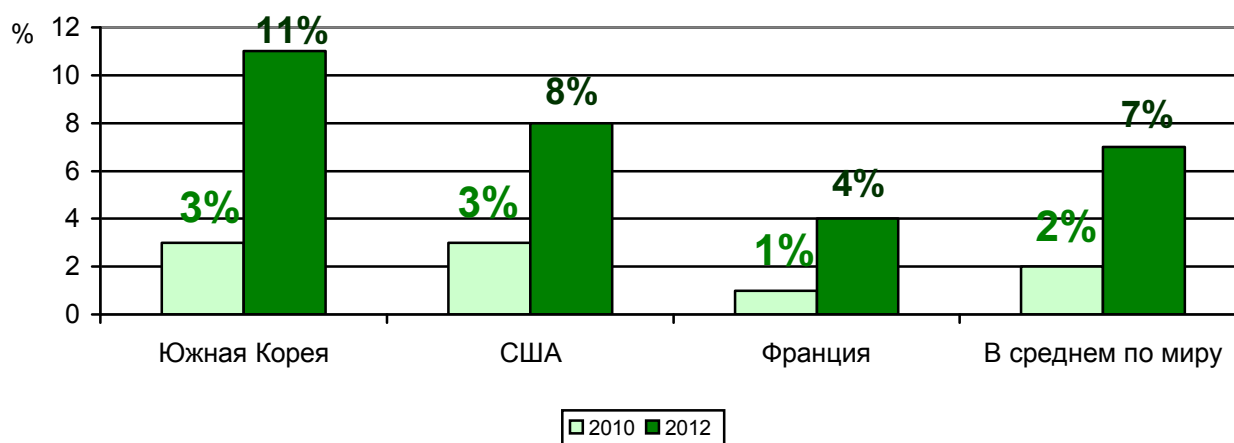
Аналитическая компания ITResearch представила свой прогноз на 2013 г. по российскому рынку планшетных компьютеров. Аналитики прогнозируют дальнейший уверенный рост рынка, однако с более умеренной динамикой по сравнению с темпами роста в 2012 г. По оценкам ITResearch, в 2012 г. было продано около 3,5 млн планшетов, что более чем в 3 раза превышает итоги 2011 г. По мнению экспертов, в 2013 г. ожидается 50%-й рост этого рынка, то есть суммарные продажи за год составят порядка 5-5,2 млн планшетных устройств. С высокой долей вероятности может реализоваться и более «оптимистичный» сценарий – вплоть до продажи 7 млн устройств. Однако данный сценарий одновременно будет иметь и негативный оттенок, поскольку его осуществление приведёт к резкому обострению конкуренции на рынке и, соответственно, снижению прибыльности.

Очевидными лидерами рынка планшетных ПК в 2013 г. будут, как и прежде, Apple и Samsung. Локальные и малоизвестные китайские бренды, с одной стороны, расширят базу потенциальных производителей, с другой – их ждет тяжелый период, связанный с сервисными проблемами, возвратами из розницы, давлением со стороны таких производителей, как Acer, Asus, Lenovo и др., цены на модели которых будут крайне демократичны. Что касается уровня проникновения устройств для чтения электронных книг в странах мира, то он все еще относительно невысок (см. рис. 76).

Ещё одним видом устройств для чтения электронных книг являются мобильные телефоны, в особенности – смартфоны. По данным федеральной сети по продаже услуг сотовых операторов, персональных средств связи и цифровых устройств «Связной» в России в 2012 г. продано 40 млн телефонов, 12 млн из них – смартфоны. Продажи телефонов в денежном выражении составили 195 млрд руб., причем на смартфоны приходится 67% от этой суммы, или 130,6 млрд руб. 57% от всех проданных смартфонов – это устройства на операционной системе Android, 17% – устройства с ОС Symbian от Nokia, 12% – смартфоны на ОС Bada от Samsung. Еще 14% от всех проданных смартфонов – это устройства на Windows Phone, ОС Asha от Nokia и iPhone. На конец 2012 года в 3322 салонах «Связного» реализовано 3 млн, или 28% от всех проданных смартфонов. Из них 18% были смартфонами Apple, а в декабре, после заключения прямого контракта с Apple на розничные продажи iPhone, доля Apple в продажах смартфонов в «Связном» выросла до 40%.

Рис. 76.

Уровень проникновения устройств для чтения электронных книг в отдельных странах и по всему миру в 2010-2012 гг., %



Источник: Bain&Company.

3.4. Чтение электронных книг и приобретение электронных читающих устройств

В конце 2012 г. исследовательский холдинг «Ромир» провел опрос на тему книг и чтения. В опросе приняли участие 1000 респондентов в возрасте от 18 до 60 лет, проживающих в городах с населением от 100 тысяч человек в 8 федеральных округах. Выборка репрезентирует взрослое экономически активное городское население России.

Результаты исследования показали, что только у 1% горожан нет дома библиотеки – то есть, нет обычных бумажных книг. А среднестатистическая домашняя библиотека россиян насчитывает порядка 105 книг. На вопрос о том, изменилось ли количество книг в доме за последние пять лет, трое из четырёх респондентов (73%) ответили, что оно осталось неизменным. О сокращении заявили 16% опрошенных, а об увеличении – 11%.

В ходе опроса две трети россиян (69%) признались, что в последние годы стали реже покупать бумажные книги. Четверть респондентов (24%) продолжают покупать обычные книги с прежней регулярностью, а 7% стали это делать даже чаще.

Тем участникам опроса, которые заявили о снижении своего интереса к бумажным книгам, был задан вопрос о причинах этого. Основных причин оказалось три: использование электронных книг (65%), рост цен на издания (27%) и уменьшение количества времени, уделяемого чтению (28%).

Исследование показало, что в целом семь из десяти жителей российских городов (70%) читают электронные книги (правда, пока наряду с традиционными книгами). Причем половина из них перешла на «электронное чтение» 1-3 года назад и еще почти четверть (23%) – в течение последнего года.

Наиболее популярными устройствами для «электронного чтения» среди россиян являются домашние компьютеры (42%), ноутбуки (38%). Специальными устройствами для чтения пользуются также 38% респондентов. На своих смартфонах электронные книги читают 28% опрошенных, в большей степени это молодёжь до 25 лет. Планшеты в качестве электронных книг используют 21% респондентов, причем значимую долю среди них занимают россияне 25-34 лет.

Чаще всего книги в электронном виде респонденты бесплатно скачивают в интернете – так поступают 92% россиян. В одном случае из трех (36%) респонденты копируют электронные книги у друзей и знакомых. Покупают электронный контент на специализированных сайтах лишь 15% россиян.

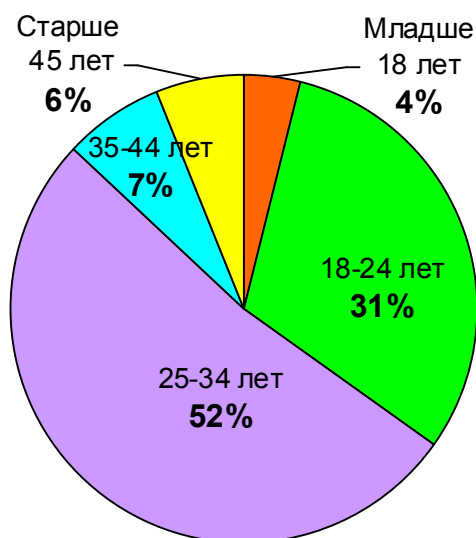
Что касается возрастной структуры читателей электронных книг, то здесь стоит отметить следующее: до 2007 г. электронные книги читали в основном люди в возрасте от 35 лет и старше. Однако в последнее время рынок стал заметно моложе. Сегодня средний возраст людей, читающих электронные книги – от 18 до 34 лет (см. рис. 77).

В 2012 г. Компания Bowker провела исследование «Bowker's Global e-book Monitor» среди интернет-пользователей 10 стран: Австралии, Бразилии, Великобритании, Германии, Индии, Испании, США, Франции, Южной Кореи, и Японии. В ходе исследования выяснилось, что ведущие позиции по темпам проникновения в повседневную жизнь устройств для чтения электронных книг занимают Австралия, Индия, Великобритания и США: более 20% респондентов из этих стран сообщили, что они приобрели такое устройство в течение полугода до проведения исследования. Меньше всего покупателей электронных читающих устройств оказалось среди респондентов Франции и Японии – 5% и 8%

соответственно. Несмотря на то, что поведение покупателей в этих странах различается, уровень осведомленности людей в целом относительно одинаковый: более 80% респондентов в каждой из этих стран знают, что можно скачивать книги в электронном формате.

Рис. 77.

Возрастная структура читателей электронных книг в 2012 г.



Источник: www.the-ebook.org.

Исследование показало, что наиболее перспективными в плане темпов роста являются рынки Бразилии и Индии. Более 50% опрошенных в этих странах сообщили, что планируют в ближайшие полгода купить то или иное устройство для чтения электронных книг. Отсюда следует, что в течение следующих шести месяцев число покупателей в Индии может вырасти в два раза, а в Бразилии – в три раза. Около трети респондентов в Великобритании и США утверждают, что они также планируют в скором времени приобрести такое устройство. Для сравнения, во Франции покупку электронного гаджета для чтения планирует лишь один человек из пяти, а в Японии – один из семи.

Возраст и пол также являются важнейшими факторами, определяющими покупательское поведение во всем мире. Например, в большинстве стран, где проводилось исследование, мужчины чаще покупают для чтения электронные гаджеты, чем женщины. В Германии эти различия наиболее заметны: за последние полгода электронное устройство для чтения книг приобрели 18% мужчин и всего 8% женщин. Практически на всех рынках наблюдается следующая тенденция: чем старше респондент, тем менее вероятно то, что он в недавнем времени приобрёл такое устройство. Самый высокий процент покупок в возрастной группе 25-34 наблюдается в Индии, Бразилии, Великобритании и США, а самые высокие показатели для возрастной группы 18-24 – в Австралии, Испании, Германии, Южной Корее и Японии.

Что касается жанров литературы, то число книг каждого жанра, закаченных за последние полгода, свидетельствует о существенных различиях между странами. В Великобритании и Австралии респонденты отдают предпочтение художественной литературе для взрослых, тогда как в Индии и Южной Корее пользователи чаще всего скачивают профессиональную и деловую литературу, а также учебники.

IV. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ КНИГОИЗДАНИЯ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЯ. РОССИЙСКИЙ ОПЫТ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА

4.1. Государственная политика в области книгоиздания и книгораспространения в 2012 г.

Поддержка чтения.

Как было отмечено выше, одной из ключевых проблем развития книжной отрасли является падение интереса к чтению. В этой связи Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям ведёт активную работу в области пропаганды и продвижения чтения, особенно среди детей и молодёжи.

Одним из наиболее масштабных мероприятий по пропаганде и популяризации чтения среди детей и подростков в 2012 г. стал *Первый Всероссийский конкурс юных чтецов «Живая классика»* – соревновательное мероприятие среди школьников по чтению вслух отрывков из прозаических произведений российских и зарубежных писателей. Конкурс проводился под патронатом Министерства образования и науки Российской Федерации, Министерства культуры Российской Федерации, Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и Правительства Москвы. Целями конкурса стали пропаганда чтения среди детей, расширение их читательского кругозора, возрождение традиций семейного чтения, развитие читательских навыков у детей.

В первом конкурсе юных чтецов 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 (место проведения – школы); районный (место проведения – библиотеки); республиканский / областной (место проведения – библиотеки, книжные магазины, культурные центры). Три победителя от каждого субъекта Российской Федерации были приглашены на Всероссийский финал, который состоялся в Москве в Международный день защиты детей 1 июня и широко освещался в электронных и печатных средствах массовой информации.

Победители разных этапов конкурса получили ценные призы: на школьном этапе – книги, на районном – букридеры и энциклопедии, на областном / республиканском – ноутбуки. Победители Всероссийского финала были награждены ценными призами и туристическими путёвками во Всероссийский детский центр «Орлёнок».

Опыт проведения конкурса в 2012 г. показал, что подобное состязание может стать действительно эффективным способом пропаганды чтения среди детей, способствовать расширению их читательского кругозора. В этой связи в 2013 г. Роспечатью намечено проведение *Второго Всероссийского конкурса юных чтецов «Живая классика»*, а также *Первого Международного конкурса юных чтецов «Живая классика»*, в котором, как ожидается, примут участие дети из зарубежных стран.

Говоря о продвижении чтения нельзя не отметить один из новых эффективных инструментов продвижения книжной продукции – *буктрейлеры*. Буктрейлер (Booktrailer) представляет собой «анонс» на ту или иную книгу в виде короткого видеоролика, визуализирующего содержание книги через её яркие и значимые эпизоды. Такие ролики создаются издателями для читателей или самими читателями

для других читателей и побуждают своих зрителей прочесть книгу, представив независимую и эмоциональную «видеорецензию», которая часто эффективнее масштабных рекламных кампаний. Во всём мире буктрейлеры стали самостоятельным жанром, находящимся на стыке книжного и киноискусства, и мода на него распространяется всё сильнее.

Говоря о пропаганде чтения среди более старшего поколения следует отметить, что в 2012 г. при поддержке Роспечати прошёл **Первый Всероссийский конкурс буктрейлеров**. Для участия в нём любой желающий должен был снять короткий (до 2-х минут) ролик о любой книге и отправить его через специальную форму на сайт www.booktrailers.ru. Аудитория конкурса – студенты творческих ВУЗов, социально активная молодежь, пользователи Интернета, а также профессионалы в области кино. За три месяца на конкурс коротких роликов, снятых по самым разным книгам, пришло более 300 работ со всей России и некоторых стран СНГ. Свои буктрейлеры прислали как профессиональные художники и мультипликаторы, так и обыкновенные школьники и библиотекари.

Авторы лучших роликов получили высокотехнологичные призы, а обладателю Гран-при было предоставлено право подписания контракта с издательством «Азбука-Аттикус» на съемку буктрейлера к выходу новой книги Джоан Роулинг «Случайная вакансия».

По мнению издателей и книгораспространителей, недорогие в производстве буктрейлеры могут вполне органично вписаться в экономику электронной книги. В ситуации, когда книга – за редким исключением – перестала сама по себе служить новостным событием, любой повод поговорить о чтении и литературе – безусловное благо. И в этом качестве буктрейлеры могут вернуть чтение в пространство общественного внимания и обсуждения.

Продвижение русской литературы на мировом книжном рынке.

В последние годы базовые принципы, приоритетные направления, а также цели и задачи внешней политики России претерпели существенные изменения. Переход от концепции наращивания вооружений к разумному применению «мягкой силы», развитию международного гуманитарного сотрудничества был закреплён в новой Концепции внешней политики Российской Федерации, утверждённой Президентом Российской Федерации 12.02.2013 г.

На протяжении 10 лет Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям ведёт активную работу по продвижению российской книги и творчества российских писателей на зарубежных книжных рынках. В 2003-2013 гг. Россия становилась почетным гостем и центральным экспонентом книжных ярмарок во Франкфурте (2003), Варшаве (2004), Париже (2005, 2010), Минске (2006, 2013), Пекине (2007), Нью-Дели (2008), Софии (2008), Праге (2009), Мадриде (2009), Каире (2010), Гаване (2010), Турине (2011), Лондоне (2011), Нью-Йорке (2012).

Учитывая тот факт, что самым распространённым по количеству выпускаемых в мире изданий является английский язык, в 2011-2012 гг. Роспечатью была начата работа по выводу российских авторов и издателей на англо-американский книжный рынок. После успешного участия России в Лондонской книжной ярмарке 2011 и 2012 гг. в июне 2012 г. состоялась ещё более масштабная презентация изданий современной российской литературы на книжной ярмарке «BookExpo America» (Нью-Йорк). Участие России в указанных международных книжных форумах явилось крайне важным и своевременным. Развёрнутая презентация российской книги в

Великобритании и США позволила фактически впервые за 20 лет системно представить англо-американскому книжному сообществу современную русскую литературу во всём её многообразии, что, несомненно, будет способствовать её интеграции в мировой литературный процесс.

В течение почти десяти лет работа по продвижению российской книги и творчества российских писателей на зарубежных книжных рынках ограничивалась участием России в зарубежных книжных выставках и ярмарках и точечной работой с крупными издательствами. Однако в последние годы спектр направлений указанной деятельности был серьёзно расширен.

Как указывалось в прошлогоднем докладе, в 2011 году Роспечатью при поддержке Минкультуры России, Минобрнауки России и Россотрудничества было инициировано создание автономной некоммерческой организации содействия развитию теории и практики литературного перевода **«Институт перевода»**, главной целью которой является содействие выпуску произведений российских авторов на языках народов мира и их продвижению в зарубежных странах.

Одной из важнейших задач, реализуемых Институтом перевода в настоящее время, является реализация проекта **«Русская библиотека»**, который включает переводы (как сделанные в прежние годы, так и новые) 100-125 произведений классической и современной русской литературы на различные языки мира. В настоящее время ведётся работа по организации выпуска «Русской библиотеки» в США и КНР; прорабатывается возможность её издания во Франции, Германии и Испании. Важной особенностью данного проекта является то, что права на перевод произведений планируется сохранить за Российской Федерацией. Это позволит не только моделировать процесс издания произведений классической и современной русской литературы в зарубежных странах, но и создать **интернет-ресурс «Русская библиотека»**, доступ к которому мог бы быть свободно открыт для национальных и университетских библиотек в различных странах.

Одним из наиболее значимых событий 2012 г. в области международного гуманитарного сотрудничества между Россией и зарубежными странами стало проведение в сентябре 2012 г. **II Международного конгресса литературных переводчиков**, в котором приняло участие более 150 участников из 20 стран мира. В рамках работы Конгресса впервые была вручена новая **ежегодная премия** за лучший перевод произведений русской литературы на языки мира **«Читай Россию/Read Russia»**, учреждённая АНО «Институт перевода» под эгидой Роспечати и организуемая при поддержке Фонда «Президентский центр Б.Н.Ельцина».

Выдвижение кандидатур на соискание премии могут осуществлять издательства, образовательные и научные центры, а также физические лица, включая самих переводчиков. В состав жюри премии вошли известные российские и зарубежные переводчики, лингвисты, слависты, издатели.

Премия присуждается в следующих номинациях:

- Классическая русская литература XIX века;
- Литература XX века (произведения, созданные до 1990 года);
- Современная русская литература (произведения, созданные после 1990 года);
- Поэзия.

Победителями премии в каждой номинации становятся переводчик (переводчики) и издательство, в котором была выпущена книга. Они получают денежное вознаграждение в размере: 5 000 евро – переводчику (переводчикам) и 3 000 евро в виде гранта – издательству на покрытие расходов на перевод следующего произведения русской литературы (по согласованию с учредителем премии).

В 2012 году премия присуждалась за опубликованные в течение последних двух лет переводы с русского языка на английский, арабский, испанский, итальянский, китайский, немецкий, французский и японский языки. В будущем перечень языков, на которые переводятся произведения, написанные на русском языке, может быть расширен.

Поддержка выпуска социально значимой литературы.

После завершения в 2011 г. действия Федеральной целевой программы «Культура России» (2006–2011 годы)», в рамках которой на протяжении шести лет осуществлялась государственная поддержка книгоиздания в России, в начале 2012 г. была утверждена новая Федеральная целевая программа «Культура России (2012–2018 годы)». В рамках реализации программы ФЦП «Культура России» в 2012 году работа Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям году была направлена на *поддержку выпуска социально значимой литературы*, выпускаемой российскими издательствами, а также – на *поддержку переводов произведений русской литературы на иностранные языки*.

В 2012 году в Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям поступило более 1800 заявок на предоставление субсидий в части поддержки выпуска социально значимой литературы от 452 издающих организаций. По итогам рассмотрения поданных заявок экспертным советом был поддержан выпуск 773 изданий.

В части *поддержки переводов на иностранные языки* произведений русской литературы был профинансирован перевод 172-х произведений на 15 иностранных языках.

4.2. Модели господдержки книжной отрасли за рубежом и возможность их применения в России

Несмотря на осуществляемую работу по поддержке отрасли книгоиздания и книгораспространения, в настоящее время перед ней стоит ряд серьёзных проблем, тормозящих её эффективное развитие и требующих неотложного решения. Как известно, в кризисный период книжная отрасль, в отличие от финансового сектора, не получила ощутимой государственной поддержки, тем не менее, ряд из существующих проблем требует, скорее, не финансовых «вливаний», а законодательного регулирования.

Одной из основных проблем книжной отрасли является её относительно низкая рентабельность и высокая налоговая нагрузка на издательские и книготорговые предприятия по сравнению с предприятиями других сфер деятельности. В 1995 г. был принят Федеральный закон «О государственной поддержке СМИ и книгоиздания в Российской Федерации», в соответствии с которым издатели и СМИ получали значительные льготы: были отменены НДС, налог на прибыль, таможенные пошлины и сборы, были предоставлены льготы по услугам транспорта и связи, а также по арендной плате за помещения, находящиеся в федеральной собственности. Эта мера

оказала благотворное влияние на книжную отрасль, которая динамично развивалась и устойчиво пережила кризис 1998 г. Через два года после кризиса книжная отрасль вышла на те же показатели производства книг, которые были до дефолта. Подобные льготы необходимы и в сегодняшней кризисной ситуации.

В настоящее время льготный НДС в размере 10% действует при ввозе в Российскую Федерацию непериодических печатных изданий (за исключением изданий рекламного и эротического характера), при их реализации НДС также по ставке 10%. Во всех других случаях издания облагаются НДС по ставке 18%.

Говоря о налоговой политике в отношении книжного бизнеса России, нельзя обойти вниманием практику налогообложения книжной продукции в зарубежных странах. В сентябре 2012 г. Международная ассоциация издателей совместно с компанией PricewaterhouseCoopers провела очередное исследование практики применения НДС (а также налога на товары и услуги или налога с продаж) по отношению к печатным книгам и электронным изданиям, включая аудиокниги. Исследование охватило 88 стран.

Как видно из таблиц 22 и 23, где представлены данные по ведущим странам мира, пониженные ставки НДС на книжную продукцию действуют в большинстве стран. Из 88 обследованных государств в 19 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 (так называемое «ограниченное применение» пониженной ставки НДС). Наконец, к четвертому типу налогообложения относится режим, при котором ставка НДС на книги равняется базовой ставке НДС, действующей в той или иной стране (см. табл. 21).

Основные результаты исследования сводятся к следующему:

- на всех крупных издательских рынках (Франция, Германия, Италия, Япония, Южная Корея, Испания, Великобритания) предусмотрены сниженные ставки НДС или налоговые освобождения, по крайней мере, для традиционных книг. Так же обстоит дело и на развивающихся рынках в Латинской Америке, Азии, на Ближнем Востоке;
- в мировом масштабе, и особенно в Европе, происходит увеличение базовых ставок НДС. 12 государств-членов ЕС (из 27) в последний год увеличили базовые ставки НДС. В то же время применение особых ставок НДС для изданий остается нормой практически для всех этих стран;
- наиболее применяемыми мерами налогового стимулирования книжной отрасли является установление нулевой ставки НДС или освобождение от налога. Более 20% стран применяют нулевую ставку НДС или освобождение от НДС для всех книг. Если к этому числу добавить страны, применяющие нулевую ставку НДС или освобождение от НДС для части книг («режим поддержки с ограничениями»), то доля стран, использующих налоговые инструменты поддержки книжной отрасли, превысит 50%;
- развиваются особые налоговые практики для электронных изданий. Однако для принятия одинаково льготного налогового режима и для традиционных,

и для электронных изданий, предстоит сделать ещё немало, поскольку более 40% стран, фигурирующих в исследовании, по-прежнему применяют для электронных изданий базовую ставку НДС.

Табл. 21.

Существующие режимы налогообложения печатной книжной продукции в мире

Налоговый режим	Характер налоговой практики	Число стран			
		Традиционные книги		Электронные издания	
I	Освобождение от налога, предусмотренное для всех книг	14	(-1/2011)	6	(-1/2011)
II	Сниженная ставка НДС для всех книг	30	(-2/2011)	3	(=2/2011)
III	Ограниченное применение сниженной ставки НДС или освобождения от налога	33	(+3/2011)	32	(+6/2011)
IV	Применение стандартной ставки НДС ко всем книгам	11	(+/2011)	40	(0/2011)
Всего		88		81	

Источник: Международная ассоциация издателей, компания PricewaterhouseCoopers

Табл. 22.

НДС на традиционные книги в различных странах мира

Страна	Стандартная ставка	Особое налогообложение для книг	Масштаб особого налогообложения	Категория
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% или 13%	Ограниченное применение	III
Дания	25%	Нет	Нет	IV
Ирландия	23%	Да, ставка 0%	Все книги	II
Исландия	25,5%	Да, ставка 7%	Все книги	II
Испания	18%	Да, ставка 4%	Все книги	II
Италия	21%	Да, ставка 4%	Все книги	II
Кипр	15%	Да, ставка 5%	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
Турция	18%	Да, ставка 8%	Все книги	II
Финляндия	23% (24% с 1.01.2013)	Да, ставка 9% (10% с 1.01.2013)	Все книги	II
Франция	19,6%	Да, ставка 7%	Все книги	II
Швейцария	8%	Да, ставка 2,5%	Ограниченное применение	III
Швеция	25%	Да, ставка 6%	Все книги	II
Центральная и Восточная Европа				
Болгария	20%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Босния	17%	Нет	Нет	IV
Венгрия	27%	Да, ставка 5%	Все книги	II
Македония	18%	Да, ставка 5%	Все книги	II
Польша	23%	Да, ставка 5%	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	25%	Да, ставка 0%	Ограниченное применение	III
Чехия	20%	Да, ставка 14%	Все книги	II
Страны бывшего СССР				
Азербайджан	18%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Армения	20%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Грузия	18%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Латвия	22%	Да, ставка 12%	Ограниченное применение	III

Страна	Стандартная ставка	Особое налогообложение для книг	Масштаб особого налогообложения	Категория
Литва	21%	Да, ставка 9%	Все книги	II
Россия	18%	Да, ставка 10%	Ограниченное применение	III
Украина	20%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Эстония	20%	Да, ставка 9% (или освобождение от налога)	Все книги	II
Ближний Восток и Африка				
Алжир	17%	Да, ставка 7%	Все книги	II
Египет	10%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Израиль	16%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
ЮАР	14%	Нет	Нет	IV
Латинская Америка				
Аргентина	21%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Бразилия	18%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Венесуэла	12%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Мексика	16%	Да, освобождение от налога или ставка 0%	Ограниченное применение	III
Северная Америка				
Канада*** (федеральный уровень)	5%	Нет	Нет	IV
Азиатско-Тихоокеанский регион				
Австралия	10%	Нет	Нет	IV
Индия	От 12,5% до 14,5%	Да, освобождение от налога (Дели)	Все книги	I
Китай	17%	Да, освобождение от налога или ставка от 4% до 13%	Ограниченное применение	III
Новая Зеландия	15%	Нет	Нет	IV
Тайвань	5%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Южная Корея	10%	Да, освобождение от налога	Все книги	I
Япония*	5%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III

* В Японии ставка налога на национальном уровне составляет 4%, на уровне префектуры – 1%. В начале августа 2012 г. японский парламент принял закон, предусматривающий увеличение размера НДС, применяемого к товарам и услугам, с 5% до 8% в апреле 2014 г. и до 10% в октябре 2015 г.

**Книги могут быть освобождены от НДС, если они продаются как составная часть образовательных услуг

***Во всех провинциях, где налог с продаж и налог на товары и услуги объединены в гармонизированный налог (HST), книги освобождены от налога с продаж и облагаются частью объединенного налога (налог на товары и услуги) в размере 5%

Источник: Международная ассоциация издателей, компания PricewaterhouseCoopers.

В Европейском Союзе налоговая директива ЕС (Council Directive 2006/112/EC of 28 November 2006) позволяет применять сниженные ставки НДС для книг на всех физических носителях («books on all physical means of support»), то есть к электронным изданиям, продаваемым на CD или USB-флеш-накопителях, тем самым частично отменяя дискриминационный режим. Однако другие электронные издания, распространяемые посредством загрузок/скачиваний, остаются исключёнными из действия налоговой директивы и не могут пользоваться сниженной ставкой НДС.

Законодательные разработки в ряде стран-членов ЕС, в особенности во Франции и Люксембурге, нацелены на отказ от нелогичного отделения электронных книг, продаваемых на физических носителях, от электронных книг, распространяемых посредством загрузок/скачиваний.

Различие в налогообложении между печатными и электронными книгами сдерживает развитие выпуска электронных книг в целом, особенно на неанглоязычных рынках и рынках малых языков. В новом цифровом окружении, когда потребители рассчитывают на более низкие цены, а авторы требуют увеличения размера роялти, применение стандартной ставки НДС увеличивает финансовую нагрузку на издателей. Кроме того, эта дискриминация приходит в прямое противоречие с многочисленными инициативами по развитию цифровой грамотности. Например, в ряде стран инициативы образовательных реформ часто

включают в себя использование цифровых технологий в учебных классах и учебном процессе в целом. Существование же дискриминационных условий взимания НДС с электронных изданий часто является для школ значимым финансовым аргументом в пользу дальнейшего использования печатных учебников.

Табл. 23.

НДС на электронные издания в различных 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	23%	Нет	Нет	IV
Исландия**	25,5%	Да, ставка 7%	Ограниченное применение	III
Испания	18%	Да, ставка 4%	Ограниченное применение	III
Италия	21%	Да, ставка 4%	Ограниченное применение	III
Кипр	15%	Нет	Нет	IV
Нидерланды	19%	Да, ставка 6%	Ограниченное применение	III
Норвегия	25%	Нет	Нет	IV
Португалия	23%	Да, ставка 6%	Ограниченное применение	III
Турция	18%	Да, ставка 8%	Ограниченное применение	III
Финляндия	23% (24% с 1.01.2013 г.)	Нет	Нет	IV
Франция	19,6%	Да, ставка 7%	Ограниченное применение	III
Швейцария	8%	Нет	Нет	IV
Швеция****	25%	Да, ставка 6%	Ограниченное применение	III
Центральная и Восточная Европа				
Болгария	20%	Нет	Нет	IV
Босния	17%	Нет	Нет	IV
Венгрия	27%	Да, ставка 5%	Ограниченное применение	III
Македония	18%	Нет	Нет	IV
Польша***	23%	Да, ставка 5%	Ограниченное применение	III
Румыния	24%	Да, ставка 9%	Ограниченное применение	III
Сербия	18%	Да, ставка 8%	Все электронные издания	II
Словакия	20%	Да, ставка 10%	Ограниченное применение	III
Словения	20%	Да, ставка 8,5%	Ограниченное применение	III
Хорватия	25%	Нет	Нет	IV
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	Ограниченное применение	III
Эстония	20%	Нет	Нет	IV
Ближний Восток и Африка				
Алжир	17%	Нет	Нет	IV
Египет	10%	Да, без охвата налогом	Все электронные издания	I
Израиль	16%	Нет	Нет	IV
ЮАР	14%	Нет	Нет	IV
Латинская Америка				
Аргентина	21%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Боливия	13%	Нет	Нет	IV
Колумбия	16%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Эквадор	12%	Да, ставка 0%	Ограниченное применение	III
Панама	7%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Перу	18%	Да, ставка 0%	Ограниченное применение	III
Уругвай	22%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III

Страна	Стандартная ставка	Особое налогообложение для книг	Масштаб особого налогообложения	Категория
Венесуэла	12%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Северная Америка				
Канада (федеральный уровень)	5%	Нет	Нет	IV
Азиатско-Тихоокеанский регион				
Австралия	10%	Нет	Нет	IV
Индия	От 12,5% до 14,5%	Да, освобождение от налога (Дели)	Все электронные издания (Дели)	I
Китай	17%	Да, 13%	Ограниченное применение	III
Новая Зеландия	15%	Нет	Нет	IV
Тайвань	5%	Да, освобождение от налога	Ограниченное применение	III
Южная Корея	10%	Да, освобождение от налога	Все электронные издания	I
Япония*	5%	Да, без охвата налогом	Ограниченное применение	III

Применяется при импорте электронных изданий без материальной поддержки

**Только для аудиокниг

***Сниженная ставка НДС не применяется по отношению к электронным книгам без материальной поддержки

****Только для аудиокниг и книг со шрифтом Брайля

*****Освобождение от налога предусмотрено в случае местного производства

Таким образом, в целом сниженные ставки НДС (налога на товары и услуги или налога с продаж) остаются нормой применительно к печатным книгам. Несмотря на мировой экономический кризис и последующие реформы НДС во многих странах, книги постоянно входят в число товаров и услуг, на которые распространяется сниженная ставка НДС или освобождение от налога.

Несмотря на сопротивление законодателей ряда стран, существует отчетливая тенденция включения электронных книг в специальные режимы НДС. Наиболее логичным путем обеспечения последовательного применения налогообложения всех типов книг является снижение НДС для электронных изданий. По мнению издателей и книготорговцев, ставка налога, применяемая ко всем электронным изданиям, независимо от физического носителя, должна быть сопоставима с размером налога на печатные книги, что создаст равные условия для всех изданий.

Исходя из вышеизложенного, в целях поддержки отечественного книжного дела было бы весьма целесообразно законодательно оформить следующие меры:

- установить ставку НДС 0% на весь цикл производства и распространения книжной продукции (за исключением изданий эротического и рекламного характера);
- приравнять ставку НДС на электронные и аудиокниги, а также учебные, методические, справочные материалы на небумажных носителях к ставкам НДС на печатную продукцию.

Кроме того, по мнению авторитетных экспертов книжного рынка, в целях поддержки деятельности российских издателей и книготорговцев необходимо принять следующие меры.

1) Внести изменения в ст. 58 Федерального закона «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» и ст. 33 Федерального закона «Об обязательном пенсионном страховании в РФ» в части установления для организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в области книгоиздания и распространения печатной продукции, в т.ч. через нестационарные торговые объекты по продаже печатной

продукции, сниженных тарифов страховых взносов на обязательное социальное страхование на период до 2014 г. с переходом на общий тариф в 2015 г.

2) Разработать и принять нормативный правовой акт, закрепляющий за книжными изданиями (за исключением рекламных и эротических) статус социально значимой продукции. В связи с приданием книжным изданиям статуса социально значимой продукции разработать и принять постановление Правительства Российской Федерации, закрепляющее фиксированные тарифы на газ и электроэнергию для предприятий книжной отрасли на сложившемся уровне.

3) Разработать и принять нормативный правовой акт, закрепляющий за книжными магазинами статус социально значимых объектов культуры. Также необходимо в качестве индикатора для глав регионов, по которому оценивается их деятельность, обозначить наличие в данных регионах приемлемого числа книжных магазинов.

При разработке мер поддержки российских книготорговых предприятий нельзя не обратить внимания на опыт зарубежных стран в этой области.

К примеру, во Франции независимым региональным книжным магазинам присваивают **сертификаты LIR** («Librairie Indépendante de Référence», «Эталонный независимый книжный магазин»). Этот своеобразный знак качества выдается Министерством культуры по ходатайству органов местной власти. Смысл инициативы заключается в том, чтобы снизить финансовое бремя региональных налогов, и таким образом сократить количество нерентабельных магазинов, выходящих из бизнеса.

Примерными условиями присвоения трехлетнего сертификата LIR являются:

1. Магазин должен относиться к категории малого и среднего бизнеса;
2. Не менее половины торгового оборота должно приходиться на открытую розничную продажу новых книг;
3. В течение года магазин должен предлагать своим посетителям интересную программу регулярных культурных мероприятий, встреч с писателями и др.

За четыре года действия программы знак отличия был присвоен более чем 500 книготорговым точкам во Франции.

Не менее серьезно подошли к поддержке системы книгораспространения в Австралии. В 2010 г. правительственной инициативой была создана **Стратегическая группа книжной индустрии** (BISG), которая в течение нескольких месяцев собирала мнения представителей книжного бизнеса о состоянии отрасли и возможных стратегиях её развития. Спустя год по результатам большого числа заседаний рабочих групп под эгидой PricewaterhouseCoopers был составлен авторитетный отчёт, в котором было представлено всестороннее аналитическое исследование положения дел на книжном рынке Австралии и даны рекомендации по его дальнейшему развитию. Летом 2012 г. австралийское правительство отреагировало на представленные рекомендации созданием **Совета по сотрудничеству в книжной индустрии**, в который вошли ведущие авторы, издатели, представители книготорговых предприятий и типографий.

Подобный опыт государственной поддержки книгораспространения – это, прежде всего, комплекс мер, который невозможно реализовать в одночасье и без серьёзной подготовки. Поэтому осуществление любых мер, подходящих для России, необходимо начинать уже сейчас.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итоги деятельности книгоиздателей и книгораспространителей России в 2012 г. свидетельствуют о непростой ситуации, сложившейся на книжном рынке страны. Снижение выпуска книг и брошюр и их реализации приводит к дальнейшему сокращению объёма книготоргового оборота в стране. Электронное книгоиздание пока серьёзного влияния на экономические показатели отрасли не оказывает. Во многом его развитие сдерживалось и будет сдерживаться проблемами пиратства.

Тем не менее, к настоящему времени книжный рынок России фактически готов к активной работе с электронной книгой. Этому в значительной степени способствует современная издательская практика, при которой в авторские договоры в большинстве случаев включается пункт о передаче издательству прав на распространение произведения в электронной форме.

В предыдущих докладах Роспечати уже отмечались проблемы книжной отрасли, такие как сокращение числа книжных магазинов, замещение в специализированной рознице книжного ассортимента сопутствующими товарами, снижение трафика покупателей и общее падение интереса к чтению, электронное пиратство. В 2012 году к этому добавились проблемы, возникшие у книготорговой сети «Буква» из-за банкротства издательства «АСТ». Вместе с тем, оснований для разговоров о монополизации рынка в 2012 г. не было.

Анализ конъюнктуры книжного рынка России показывает, что в течение кризисных лет (2008-2012 гг.) средняя розничная цена на книги поднялась примерно на 40%. В настоящее время она всё больше приближается к цене книги в странах Западной Европы, и дальнейшее её повышение может привести к резкому снижению посещаемости книжных магазинов и существенному падению объёмов продаж.

Уже отмечалось, что решение многих проблем, стоящих перед отраслью, можно осуществить только при государственной поддержке книжного рынка. В частности, можно выделить несколько ключевых направлений такой поддержки:

1) Законодательно оформить следующие меры:

- установить ставку НДС 0% на весь цикл производства и распространения книжной продукции (за исключением изданий эротического и рекламного характера);
- приравнять ставку НДС на издания, выпускаемые на небумажных носителях к ставкам НДС на печатную продукцию и др.

2) Разработать и принять нормативный правовой акт, закрепляющий за книжными изданиями статус социально значимой продукции, что даст возможность установить льготы по налогообложению прибыли от выпуска и реализации книжной продукции.

3) Разработать и принять нормативный правовой акт, закрепляющий за книжными магазинами статус социально значимых объектов культуры.

4) Осуществлять дальнейшую поддержку мероприятий в области пропаганды чтения – как на федеральном, так и на региональных уровнях;

5) Усилить борьбу с электронным книжным пиратством.

Однако даже эти меры смогут лишь стабилизировать положение на рынке. В целом же мы предполагаем, что в 2013 г. падение рынка – как в части выпуска книжной продукции (по тиражам), так и в части книгораспространения (в экземплярах) – продолжится. В то же время, по оптимистичным прогнозам отдельных экспертов книжного рынка, его падения в денежном выражении не произойдёт.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Табл. 1. Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2012 гг. (число выпущенных названий)	7
Табл. 2. Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2012 гг. (тираж)	8
Табл. 3. Основные показатели выпуска книг и брошюр в 2008-2012 гг. (листаж)	8
Табл. 4. Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2012 гг.	11
Табл. 5. Число действующих издательств в России в 2008-2012 гг.	19
Табл. 6. Топ-20 издательств по числу выпущенных названий	22
Табл. 7. Топ-20 издательств по тиражам.....	23
Табл. 8. Состав отдельных издательских групп России.....	24
Табл. 9. Топ-10 региональных издательств в 2008-2012 гг. по количеству выпущенных названий.....	28
Табл. 10. Топ-10 региональных издательств в 2008-2012 гг. по тиражам	28
Табл. 11. Мировой рейтинг издательских рынков, 2011 г.	30
Табл. 12. Рейтинг ведущих издательских домов мира.....	31
Табл. 13. Розничная продажа книг, газет и журналов в 2011 г.	42
Табл. 14. Финансовые показатели деятельности организаций розничной торговли печатной продукцией и канцтоварами (без субъектов малого предпринимательства) в 2010-2011 гг.	44
Табл. 15. Число хозяйствующих субъектов торговли в 2012 г. (на начало года)	46
Табл. 16. Ведущие книоторговые сети России по количеству книжных магазинов	47
Табл. 17. Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России по величине ассортимента.....	48
Табл. 18. Среднесписочная численность работников организаций розничной торговли печатной продукцией и канцтоварами (без субъектов малого предпринимательства) в 2011 г.	50
Табл. 19. Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете.....	50
Табл. 20. Рейтинг ведущих книоторговых компаний мира	52
Табл. 21. Существующие режимы налогообложения печатной книжной продукции в мире.....	84
Табл. 22. НДС на традиционные книги в различных странах мира	84
Табл. 23. НДС на электронные издания в различных странах мира	86

СПИСОК РИСУНКОВ

Рис. 1. Число книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2012 гг.	6
Рис. 2. Совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2012 гг.	6
Рис. 3. Совокупный листаж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2012 гг.	7
Рис. 4. Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в 2008-2012 гг.	7
Рис. 5. Средние тиражи издаваемой в России книжной продукции в 2008-2012 гг.	10
Рис. 6. Число действующих издательств в России в 2008-2012 гг.	10
Рис. 7. Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008 и 2012 гг.	12
Рис. 8. Структура национального издательского репертуара России в 2008-2012 гг. (из расчёта числа книг, выпущенных тиражом свыше 1000 экз.).....	12
Рис. 9. Структура национального издательского репертуара России в 2008-2012 гг. (из расчёта числа книг, выпущенных тиражом свыше 500 экз.).....	12
Рис. 10. Выпуск научной литературы в 2008-2012 гг.	13
Рис. 11. Выпуск учебной литературы в 2008-2012 гг.	13
Рис. 12. Выпуск художественной литературы в 2008-2012 гг.	14
Рис. 13. Выпуск литературы для детей и юношества в 2008-2012 гг.	14
Рис. 14. Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2012 г.	14
Рис. 15. Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008-2012 гг.	15
Рис. 16. Средние тиражи издаваемой в России книжной продукции в различных тематических разделах в 2008-2012 гг.	16
Рис. 17. Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в различных тематических разделах в 2008-2012 гг.	16
Рис. 18. Число выпущенных названий переводной литературы в 2012 г.	17
Рис. 19. Совокупный тираж выпущенных названий переводной литературы в 2012 г.	17
Рис. 20. Изменение доли изданий отечественных и зарубежных авторов (переводы) в различных видах литературы в 2008-2012 гг. (в числе издаваемых названий).....	17
Рис. 21. Изменение доли изданий отечественных и зарубежных авторов (переводы) в различных видах литературы в 2008-2012 гг. (в совокупном тираже)	18
Рис. 22. Число издательств, выпустивших в 2012 г. различное количество названий книг и брошюр, и их доля в общем числе издающих организаций	20
Рис. 23. Число издательств, выпустивших в 2012 г. различное количество названий книг и брошюр, и их доля в общем числе активно действующих издательств	20
Рис. 24. Число издательств, отпечатавших в 2012 г. книги и брошюры различным тиражом, и их доля в общем числе издающих организаций	20
Рис. 25. Число издательств, отпечатавших в 2012 г. книги и брошюры различным тиражом, и их доля в общем числе активно действующих издательств	20

Рис. 26. Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по числу выпущенных в 2012 г. названий книг).....	21
Рис. 27. Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по отпечатанному в 2012 г. тиражу).....	21
Рис. 28. Доли регионов в географии российского книгоиздания	28
Рис. 29. География распространения издаваемых книг по федеральным округам России.....	34
Рис. 30. Доли различных каналов книгораспространения в общем объеме розничной реализации книг издательств	34
Рис. 31. Средняя отпускная цена издательств на книги в 2008-2012 гг.	35
Рис. 32. Наиболее эффективные методы продвижения издательского бренда (% отметивших издательств)	36
Рис. 33. Формы продвижения книг в Интернете, использовавшиеся издательствами в 2012 г. (% отметивших издательств)	36
Рис. 34. Социальные медиа, в которых издательства осуществляют PR-активность (% отметивших издательств)	37
Рис. 35. Виды PR-активности издательств в социальных медиа (% отметивших издательств)	37
Рис. 36. Доля электронных книг в репертуаре российских издательств (среди издательств, выпускающих электронные книги).....	38
Рис. 37. Доля электронных книг в продажах российских издательств (среди издательств, выпускающих электронные книги).....	38
Рис. 38. Доли различных каналов в общем объеме продаж электронных книг российских издательств конечному потребителю (среди издательств, выпускающих электронные книги).....	39
Рис. 39. Динамика основных экономических показателей деятельности российских издательств в 2008-2012 гг.	40
Рис. 40. Доли различных статей в издержках издающих организаций.....	40
Рис. 41. Динамика объема книжного рынка России в 2006-2012 гг.	43
Рис. 42. Структура каналов книгораспространения в России в 2011-2013 гг.	44
Рис. 43. Структура медиапотребления россиян	45
Рис. 44. Динамика числа стационарных розничных книоторговых точек в России в 1990-2012 гг.	46
Рис. 45. Динамика развития книжного ассортимента OZON.ru в 2008-2012 гг.	51
Рис. 46. Динамика изменения числа книг, представленных в торговых залах книжных магазинов.....	55
Рис. 47. Общая динамика изменения торговой площади книоторговых сетей в 2008-2012 гг.	55
Рис. 48. Динамика изменения торговой площади предприятий, выделенной под книжные товары, в 2008-2012 гг.	55
Рис. 49. Динамика изменения торговой площади предприятий, выделенной под не книжные товары, в 2008-2012 гг.	55
Рис. 50. Динамика числа покупателей книжных магазинов в 2008-2012 гг.	56
Рис. 51. Динамика книжных продаж в 2008-2012 гг.	56
Рис. 52. Доля книжной продукции в общем объеме продаж	57
Рис. 53. Ассортиментная матрица книоторгового предприятия в 2012 г.	57
Рис. 54. Динамика изменения числа поставщиков книоторговых предприятий в 2012 г.	58
Рис. 55. Доли различных поставщиков, формирующих ассортимент книоторговых предприятий	59
Рис. 56. Доля продукции издательств различных регионов в ассортименте книоторговых предприятий в 2012 г.	59
Рис. 57. Динамика средней отпускной цены издательств на книги (2012 г. к 2011 г.)	60
Рис. 58. Средняя розничная цена на книги в 2008-2012 гг.	60
Рис. 59. Величина средней наценки в различных разделах ассортимента книоторговых предприятий в 2012 г.	61
Рис. 60. Величина средней наценки на книги различных ценовых сегментов в 2012 г.	61
Рис. 61. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте независимых магазинов Москвы и СПб, федеральных книоторговых сетей и МДК.....	62
Рис. 62. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте региональных книоторговых сетей	63
Рис. 63. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах независимых магазинов Москвы и СПб, федеральных книоторговых сетей и МДК.....	63
Рис. 64. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах региональных книоторговых сетей	64
Рис. 65. Средний чек в 2008-2012 гг.	64
Рис. 66. Среднее число позиций в чеке в 2008-2012 гг.	64
Рис. 67. Средний срок реализации книжной продукции в книоторговых предприятиях России	65
Рис. 68. Средний срок реализации книжной продукции различных ценовых сегментов в 2012 г.	65
Рис. 69. Доля различных расходов в издержках предприятия	66
Рис. 70. Динамика роста легального рынка электронных книг в России в 2008-2012 гг.	67
Рис. 71. Объем продаж электронных книг в США в 2006-2012 гг.	68
Рис. 72. Доля электронных книг в общем объеме книжных продаж в США в 2006-2012 гг.	68
Рис. 73. Основные игроки на рынке торговли электронными книгами в России и СНГ в 2012 г.	69
Рис. 74. Динамика и прогноз развития мирового рынка ридеров.	74
Рис. 75. Объем продаж устройств для чтения электронных книг в России в 2008-2012 гг.	75
Рис. 76. Уровень проникновения устройств для чтения электронных книг в отдельных странах и по всему миру в 2010-2012 гг.	76
Рис. 77. Возрастная структура читателей электронных книг в 2012 г.	78

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, 2013.
ISBN 978-5-904427-26-9

УДК 339.13:655.42(470)
ББК 65.422.5 + 76.18

ISBN 978-5-904427-26-9

