



РОССИЙСКИЙ КНИЖНЫЙ СОЮЗ

Мониторинг состояния московского книжного рынка

МОСКВА – 2014

Аннотация

Настоящий Мониторинг выполнялся по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы Правительства Москвы (Приказ № 0255161114 от 29.07.2014г.) и ставил своей задачей подробный анализ уровня соответствия текущего книжного предложения структуре спроса и базовым потребностям читающих групп москвичей в целях роста конкурентоспособности книги в культурном и информационном пространстве Москвы, сохранения и поддержания книжных традиций мегаполиса.

В рамках мониторинга дана оценка текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив в Московском регионе, подробно рассмотрена динамика цен на книжные издания в 2012-2014 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя. Определены текущая инфраструктура, ценовая политика и базовые условия развития рынка электронных книг в Москве.

Особое внимание в рамках Мониторинга уделено анализу текущего состояния ритейл-карты АО Москвы в разрезе различных каналов, форматов и форм книжного предложения жителям столичного региона.

В результате проведенных исследований подготовлен аналитический отчет о текущем состоянии и динамике развития книгоиздания и книготорговли в Москве. Содержащаяся в нем информация позволит государственным органам управления вырабатывать обоснованные решения по поддержанию благоприятных условий для функционирования книжной отрасли в Москве, развития и получения, прогнозируемых положительных общественно-значимых результатов.

Настоящий Мониторинг построен на результатах инициативного опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в сентябре 2014 года, экспертной оценке книжного рынка, полученной в ходе Мониторинга от московских издателей и книготорговых организаций, а также на аналитических материалах отраслевого проекта «Книжный рынок России: 2010-2015» и статистических данных Российской книжной палаты.

Мониторинг проведен в сентябре-октябре 2014 года.

Объем отчета о Мониторинге – 150 страниц;
включает 38 таблиц и 37 диаграмм.

Язык отчета – русский.

Оглавление

Аннотация

1. Мониторинг состояния печатного и цифрового книгоиздания в Москве

- 1.1. Оценка текущей структуры книжного выпуска в Москве по количественным и качественным параметрам
 - 1.2. Анализ операторов книгоиздания в городе Москве
 - 1.3. Основные тренды в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2012-2014гг. Динамика перераспределения издательских активов
 - 1.4. Анализ динамики перераспределения издательских активов и цен на книжные издания в 2012-2014 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя
 - 1.5. Расчет показателей уровня монополизации рынка и рейтинга ведущих книгоиздательских компаний РФ на территории города Москвы
 - 1.6. Оценка маркетинговой активности и работы с клиентом производителей на московском книжном рынке
 - 1.7. Рынок книжной аудио-продукции и электронных книг в разрезе B2C и B2B сегментов
 - 1.7.1. Потребительский рынок цифровой дистрибуции (Trade Market/B2C)
 - 1.7.1.1. Базовые условия развития рынка электронных книжных продуктов
 - 1.7.1.2. Текущая инфраструктура и ценовая политика (trade market) рынка электронных книг в городе Москве
 - 1.7.1.3. Ценовая политика (trade market) и маркетинговые инициативы
 - 1.7.2. Рынок электронно-библиотечных систем (B2B)
 - 1.8. Характеристика негативных и позитивных тенденций в развитии печатного и цифрового книгоиздания в Москве в 2012-2014 гг.
 - 1.9. Выявление основных проблем в различных сегментах рынка и пути их решения.
 - 1.10. Предложения по перспективам дальнейшего развития московского рынка печатного и цифрового книгоиздания.
- ### 2. Мониторинг обеспеченности населения города Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий
- 2.1. Обзор текущего состояния ритейл-карты административных округов города Москвы в разрезе различных каналов, форматов и форм книжного предложения жителям столичного региона

- 2.1.1. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины
- 2.1.2. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины
- 2.1.3. Ритейл-карта Москвы: FMCG-объекты и киосковые сети
- 2.2. Мониторинг обеспеченности населения административных округов Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий с указанием доли различных форматов по состоянию на 2014 год
 - 2.2.1. Северо-Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.2. Южный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.3. Юго-Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.4. Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.5. Северный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.6. Северо-Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.7. Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.8. Центральный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.9. Зеленоградский Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.10. Троицкий и Новомосковский Административные Округа. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
 - 2.2.11. Юго-Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»
- 2.3. Анализ динамики доли/особенностей московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ

Приложение 1. Сеть книжных магазинов «Новый книжный / Читай-город»: Предложения по перспективным местам открытия книжных магазинов/точек продаж

Приложение 2. Объединенный Центр «Московский Дом книги»: Предложения по перспективным местам открытия книжных магазинов/точек продаж

Список диаграмм

Диаграмма 1.1. Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в I полугодии 2011-2014 гг., %

Диаграмма 1.2. Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I полугодии 2011-2014гг.

Диаграмма 1.3. Структура издательской системы Москвы в I полугодии 2014/2013 гг. (SKU)

Диаграмма 1.4. Структура издательской системы Москвы в I полугодии 2014 года (суммарный тираж)

Диаграмма 1.5. Структура выпуска книг и брошюр по целевому назначению в I полугодии 2014 г. по Москве

Диаграмма 1.6. Позиции ведущих московских издательств (ТОП-20) на карте стоимости книжного рынка Москвы в I полугодии 2014 года

Диаграмма 1.7. Доли ведущих издательств Москвы в суммарном выпуске книг и брошюр РФ в I полугодии 2014 года

Диаграмма 1.8. Конкурентный ландшафт ТОП-20: Доли ключевых игроков (издательств) по суммарным продажам в обороте книжного рынка Москвы в I полугодии 2014/2013 гг.

Диаграмма 1.9. Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств* в Московском регионе в I полугодии 2014/2013гг.

Диаграмма 1.10. Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I полугодии 2014г.

Диаграмма 1.11. Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2012-2014 гг., млн. руб.

Диаграмма 1.12. Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2010-2014гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 18+)

Диаграмма 1.13. Уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания легального цифрового книжного контента в Московском регионе в I полугодии 2014/2013гг.

Диаграмма 1.14. Структура предпочтений устройств для чтения цифрового контента (книг) аудитории книжных магазинов Москвы в 2014г.

Диаграмма 1.15. Динамика предпочтений пользователей Москвы в отношении формата цифрового контента (книги) для скачивания. 2012-2014гг.

Диаграмма 1.16. Распределение долей игроков на рынке электронной книги РФ в 2013-2014 гг.

Диаграмма 1.17. Структура бизнес-моделей на рынке электронных книг в РФ в 2013-2014 гг.

Диаграмма 1.18. Приоритеты библиотеки вуза при закупке стороннего электронного контента, % голосов

Диаграмма 2.1. Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на 2014 год

Диаграмма 2.2. Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2014 (2013) гг.

Диаграмма 2.3. География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы

Диаграмма 2.4. Доля книг в торговом предложении книжных магазинов Москвы (средневзвешенный показатель, %)

Диаграмма 2.5. Распределение суммарной книжной выкладки (кв. м) книжных магазинов по административным округам Москвы

Диаграмма 2.6. Ассортиментная карта интернет-канала

Диаграмма 2.7. География распределения пунктов выдачи заказов интернет-магазинов по административным округам Москвы в 2014г.

Диаграмма 2.8. Ассортиментная карта категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на I полугодие 2014г.

Диаграмма 2.9. География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2014г.

Диаграмма 2.10. География распределения объектов киосковых сетей (исключая лотки и пресс/стенды) по административным округам Москвы в 2014г.

Диаграмма 2.11. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы

Диаграмма 2.12. Средний чек offline книжной розницы Москвы в I полугодии 2012-2014гг.

Диаграмма 2.13. Трафик книжной offline розницы Москвы в I полугодии 2012-2014гг. (доля предприятий, отметивших тренд, %)

Диаграмма 2.14. Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2014 (2013) гг.

Диаграмма 2.15. Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2014 (2013) гг.

Диаграмма 2.16. Частота покупки книг населением Москвы в 2014 (2013) гг.

Диаграмма 2.17. Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2014 (2013) гг.

Диаграмма 2.18. Ассортиментная карта offline книжного ритейла Москвы 2014 (2013) году

Диаграмма 2.19. Структура жанровых предпочтений москвичей в 2014 году

Список таблиц

Таблица 1.1. Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I полугодии 2014 года

Таблица 1.2. Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I полугодии 2014 г.

Таблица 1.3. Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I полугодие 2014 г.

Таблица 1.4. Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы

Таблица 1.5. Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I полугодие 2011-2014 гг.

Таблица 1.6. Выпуск учебных и методических изданий в I полугодии 2014г. по Москве

Таблица 1.7. Динамика средней цены реализованного издания на розничном рынке учебной литературы для школ в январе-июне 2014 года

Таблица 1.8. Индекс потребительских цен в московском регионе в июне 2013/2014 гг. по укрупненным тематическим разделам книжного ассортимента

Таблица 1.9. Средняя цена реализованного издания импринта (поставщика) в I полугодии 2014 года

Таблица 1.10. Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I полугодии 2014/2013/2012 гг.

Таблица 1.11. ТОП-10 бестселлеров книжного рынка Москвы: I полугодие 2014г.

Таблица 1.12. ТОП-5 партнеров-посредников в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта. I полугодие 2014г.

Таблица 1.13. ТОП-15 мероприятий издательства по продвижению книги и чтения на территории Москвы по количеству посетителей (участников). Январь-август 2014г.

Таблица 1.14. Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в I полугодии 2011-2014гг.

Таблица 1.15. ТОП-5 мероприятий «ЛитРес» по продвижению книги и чтения

Таблица 2.1. ТОП-15 мероприятий книжных магазинов по продвижению книги и чтения на территории Москвы по количеству посетителей (участников). Январь-август 2014г.

Таблица 2.2. Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.3. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северо-Западного АО Москвы

Таблица 2.4. Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.5. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Южного АО Москвы

Таблица 2.6. Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.7. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Юго-Западного АО Москвы

Таблица 2.8. Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.9. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Западного АО Москвы

Таблица 2.10. Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.11. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северного АО Москвы

Таблица 2.12. Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.13. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Северо-Восточного АО Москвы

Таблица 2.14. Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.15. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Восточного АО Москвы

Таблица 2.16. Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.17. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Центрального АО Москвы

Таблица 2.18. Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.19. Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.20. Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.21. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Юго-Восточного АО Москвы

Таблица 2.22. Средняя цена реализованного на территории Москвы книжного издания в I полугодии 2012-2014 гг.

Таблица 2.23. ТОП-10 книготорговых объектов Москвы по обороту книжных продаж в натуральном и денежном выражении

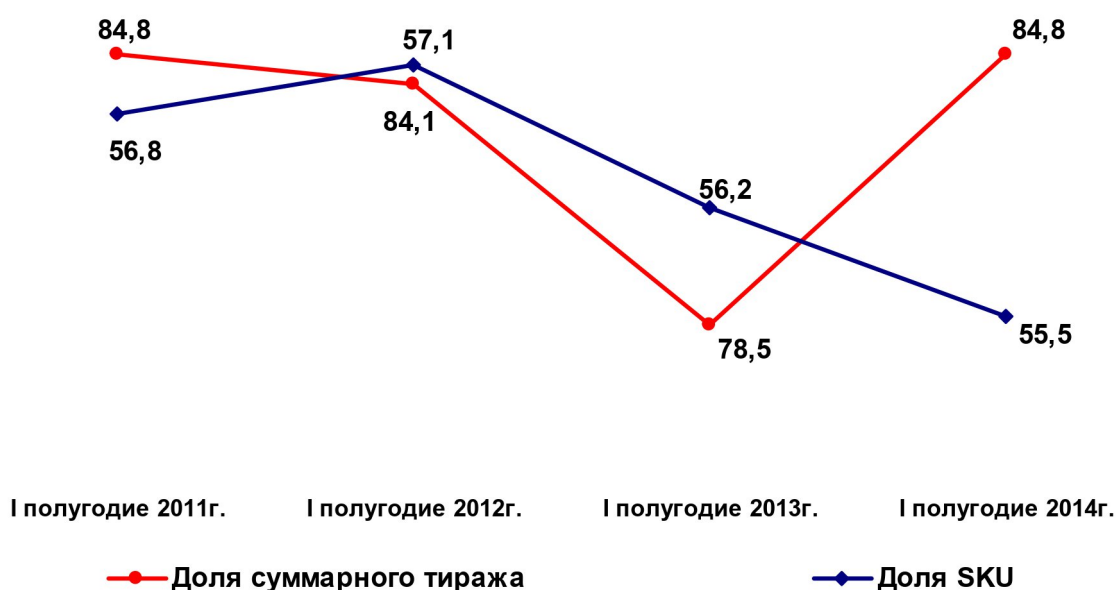
Мониторинг состояния печатного и цифрового книгоиздания в Москве

1.1. Оценка текущей структуры книжного выпуска в Москве по количественным и качественным параметрам

Согласно данным государственной статистики по состоянию на I полугодие 2014г. Москва остается центром книгоиздания Российской Федерации. Именно здесь выходит в свет 55,5% наименований (SKU) книг суммарного выпуска России. При этом доля московских импринтов в суммарном тираже составляет 84,8%, что во многом объясняется размещением в столице издательских структур, ориентированных на выпуск массовой книжной продукции и учебных изданий для общеобразовательной школы. После ощутимого (из-за проблем «АСТ») снижения доли московских издательств в тиражном выпуске РФ в I полугодии 2013 года, в текущем 2014-м всё вернулось к традиционным 84%, по крайней мере, в тиражной политике.

Диаграмма 1.1.

Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в I полугодии 2011-2014 гг., %



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

Необходимо отметить, что в структуре книжного выпуска Москвы порядка четверти (в 2014г. – 23,6%; в 2013г. – 22,5%; в 2012г. – 25,8%) составляют издания, выпущенные тиражом от 5000 экземпляров. В то время как в суммарном выпуске Российской Федерации доля таких изданий не превышает 15(14,9)%.

Средний тираж издания со столичным импринтом составил в I полугодии 2014 года 6265 экземпляров при среднеотраслевом показателе в 4100 экземпляров. Причем, в сравнении с I полугодием 2013 года столичный средний тираж подрос на 7,5%, в то время как в среднем по России мы имеем падение этого показателя на уровне 1,8%.

Таблица 1.1.

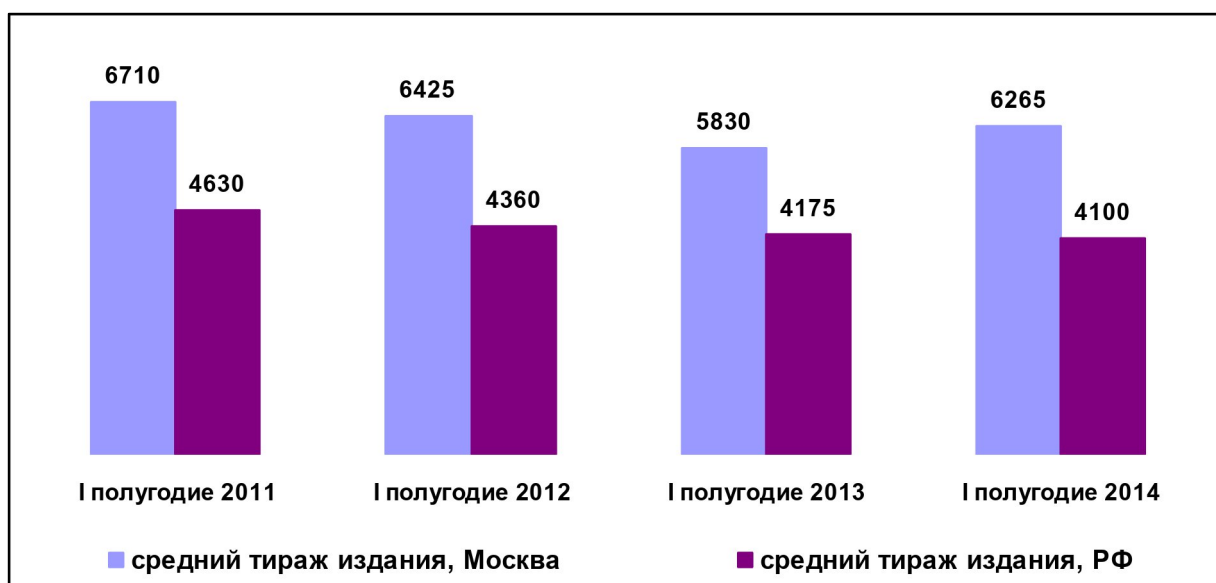
Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I полугодии 2014 года

	Число книг и брошюр, печ. ед.	В %% к I полугодию 2013 г.	Тираж, тыс. экз.	В %% к I полугодию 2013 г.	В %% к общему числу книг и брошюр	В %% к общему тиражу
Всего	32248	97,2	202026,4	104,5		
<i>в том числе:</i>						
Тиражом до 500 экз.	7492	100,6	1986,2	96,3	23,2	1,0
Тиражом до 1000 экз.	2452	70,0	2332,0	69,7	7,6	1,1
Тиражом до 5 тыс. экз.	12773	97,4	42755,2	97,2	39,6	21,2
Тиражом до 10 тыс. экз.	4116	98,2	34155,8	99,7	12,8	16,9
Тиражом до 50 тыс. экз.	3063	107,3	71244,7	107,6	9,5	35,3
Тиражом до 100 тыс. экз.	243	81,0	18262,3	76,9	0,8	9,0
Тиражом свыше 100 тыс. экз.	157	124,6	31290,2	158,1	0,5	15,5
Без указания тиража	1952	119,3			6,0	

Источник: Российская книжная палата

Диаграмма 1.2.

Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I полугодии 2011-2014гг.



Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

Меняются и приоритеты издательской активности в Москве. Мало того, что суммарный количественный показатель выпуска наименований в I полугодии 2014 года составил лишь 97,2% к аналогичному периоду 2013 года, так и в общем массиве значительно вырос (+18,5%) выпуск брошюр, доля которых составляет уже 21,2% от общего числа наименований (в I полугодии 2013 – 17,4%). В то время как число книг продолжает сокращаться (92,7% SKU к 2013 году) на фоне заметного в 2014 году роста (+2,8%) переводных проектов.

Таблица 1.2.

Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I полугодии 2014 г.

	Число книг и брошюр	В %% к данным I полугодия 2013 года	Тираж, тыс. экз.	В %% к данным I полугодия 2013 года	Печ. л.-отт., тыс.	В %% к общему числу книг и брошюр	В %% к общему тиражу
Всего	32248	97,2	202026,4	104,5	2226093,8		
<i>в том числе:</i>							
Книги	25413	92,7	146306	99,9	2118057,6	78,8	72,4
Брошюры	6835	118,5	55720,4	118,9	108036,2	21,2	27,6
В переплете	13176	96,1	68192,1	101,0	1261127,8	40,9	33,8
В обложке	19072	98,0	133834,3	106,3	964966,0	59,1	66,2

Новые издания	24573	98,1	110335,4	96,1	1187376,1	76,2	54,6
Переиздания	7675	94,6	91691	116,6	1038717,7	23,8	45,4
Сериальные издания	18837	101,6	148872,8	106,0	1532817,0	58,4	73,7
Переводные издания	5227	102,8	27541,2	108,1	434782,6	16,2	13,6

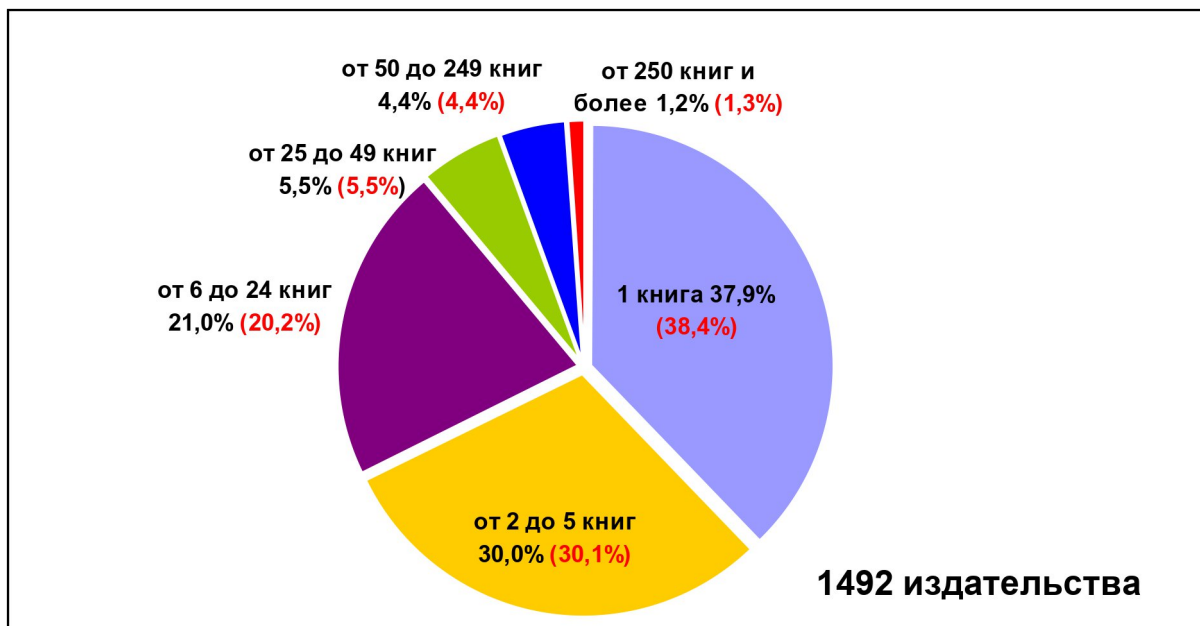
Источник: Российская книжная палата

1.2. Анализ операторов книгоиздания в городе Москве

Согласно данным Российской книжной палаты по состоянию на I полугодие 2014 года в издательской системе Москвы насчитывается 1492 действующих (выпустивших хотя бы 1 книгу) издательства, что на 8,9% меньше в сравнении с I полугодием 2013 года (1637).

Диаграмма 1.3.

Структура издательской системы Москвы в I полугодии 2014/**2013** гг. (SKU)



Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

Несмотря на сокращение количественного состава, структура столичного книгоиздания сохраняет свои контуры, где доля издательств, выпускающих хотя бы 1 книгу в неделю, не превышает 11%. При этом доля

маломощных издательских команд (1 книга за 6 месяцев) остается неизменной на уровне 38%, в то время как число по-настоящему крупных издательств (от 500 наименований книг в годовом исчислении) в I полугодии 2014 года сократилось до 18 компаний (в I полугодии 2013г. – 22). Потери связаны преимущественно со снижением издательской активности учебных и научных издательств («Вентана-Граф», «Либроком», «Юрайт»).

Согласно экспертному опросу, проведенному в рамках мониторинга (сентябрь 2014), самым важным для работы книжного издательства в Москве является:

Д.Н.Иванов, генеральный директор компании «Олма Медиа Групп»

Для любого издательства, независимо от того, в каком городе или даже стране оно расположено, самое важное – найти своего читателя и предложить ему ту продукцию, в которой он нуждается и за которую готов платить. Особенность работы в столице, в условиях огромной конкуренции, собственно говоря, всего одна – планка качества существенно выше. Что до проблем, то в данный момент в столице их намного меньше, чем в регионах (на которых сегодня мы, собственно, и сосредоточили особое внимание). Московский рынок достаточно стабилен, и каких-то серьезных прорывов, на мой взгляд, здесь ждать не стоит. Если же говорить об общих для всей отрасли вопросах, то едва ли не главный из них – дефицит качественных кадров. Не так уж много на рынке людей, способных, с одной стороны, чувствовать и понимать книгу, а с другой – обладать современным мышлением и знанием бизнес-процессов в нашей области.

Л.В. Шкурович, генеральный директор ИГ «Азбука-Аттикус»

С точки зрения глобальных проблем я не вижу никаких принципиальных различий между работой книжного издательства и любого другого бизнеса. Полагаю, что на всех влияет и всех беспокоит общее состояние российской экономики, несовершенство законодательства и правоприменительной практики в различных сферах жизни и деятельности. Снижение реальных доходов населения негативно отражается на нас так же, как и на других. Усиление государственного контроля над всеми видами контента накладывает множество дополнительных ограничений, отнюдь не всегда отвечающих интересам общества и государства. Плюс - ряд специфических новых, и уже не очень, проблем: тяжелейший и не очевидный закон о защите детей от вредной информации, введение довольно

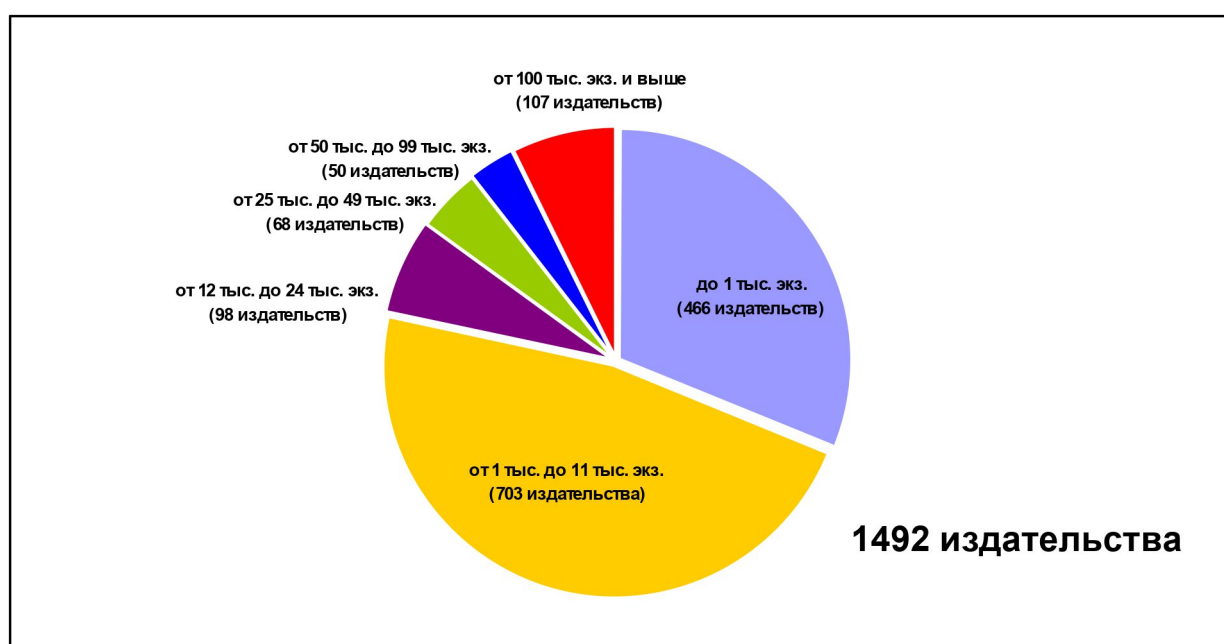
бесполезных норм и правил, связанных с пребыванием России в Таможенном союзе, полный запрет на обсценную лексику, хотя она иногда бывает очень даже ценной.

С.М. Макаренков, генеральный директор издательства «РИПОЛ Классик»

Самое важное для работы книжного издательства в Москве – это возможность использования культурных площадок для продвижения своих проектов. Наиболее актуальными проблемами являются стоимость коммерческой аренды, ограниченность современных книоторговых площадей, дорогие кредиты, высокая стоимость малотиражных проектов.

Диаграмма 1.4.

**Структура издательской системы Москвы в I полугодии 2014 года
(суммарный тираж)**



Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

По данным Книжной палаты тренд снижения издательской активности в 2014 году характерен фактически для половины компаний, входящих в ТОП-15 московского книгоиздания. Благополучно себя чувствуют «РИПОЛ

Классик», ИГ «Аттикус», «Просвещение», «ОЛМА», «Фламинго» и «АСТ». У всех остальных очевидно проседание одного или двух параметров выпуска.

Таблица 1.3.

Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I полугодие 2014 г.

	Издательство (импринт)	Число книг и брошюр, печ. ед.	Общий тираж, тыс. экз.	В %% к I полугодию 2013г.	
				По числу книг и брошюр	По тиражу
1	Эксмо	4266	22985,3	-14,2	-20,9
2	АСТ	3170	16046,2	+11,3	+8,3
3	ИГ Азбука-Аттикус	1188	8268	+32,1	+30,1
4	Просвещение	1038	40740,5	+67,1	+95,2
5	РИПОЛ классик	734	5836,2	+58,5	+82,5
6	Эгмонт Россия Лтд	594	5833	+9,6	-8,3
7	ОЛМА Медиа Групп	551	5020,9	+10,6	+33,3
8	Росмэн	479	5499,8	-10,5	-5,5
9	Дрофа	477	6155,8	-27,8	-7,0
10	Центрполиграф	438	2164,5	+4,3	-14,5
11	Вече	393	1403,6	-17,8	-16,8
12	ИНФРА-М	389	161,2	+2,6	-30,7
13	Фламинго	352	11031,0	+40,2	+35,6
14	Экзамен	326	4433,2	-30,3	-31,6
15	Вентана-Граф	233	3544,2	-44,8	-20,7

Источник: Российская книжная палата

Тем не менее, ситуация со средним тиражом выглядит более оптимистично. В 2014 году рыночные индикаторы свидетельствуют об относительной стабильности потребительской аудитории бумажной книги, она прекратила сжиматься галопирующими темпами, что позволило издателям быть более уверенными в отношении стартового тиража, а также тиражей переизданий и допечаток. Да, отрицательная динамика среднего тиража в I полугодии 2014 характерна для многих устойчиво работающих крупных издательств Москвы (АСТ, Эксмо, Эгмонт, Альфа-книга), но тем не менее, серьезное снижение этого показателя в 2014 году продемонстрировало лишь учебное издательство «Баласс», продукция которого полностью не

вошла в новый Перечень учебников, рекомендованных (допущенных) Минобрнауки РФ для использования в общеобразовательной школе.

Таблица 1.4.

Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы

	I полугодие 2011	I полугодие 2012	I полугодие 2013	I полугодие 2014	2014 в % к 2013
Альфа-книга	10360	8770	7720	6360	-17,6
АСТ	7080	6711	5200	5060	-2,7
Баласс	45470	59405	58400	24340	-58,3
Вако	9400	10260	11610	12675	+9,2
Вентана-Граф	12650	14734	10600	15210	+43,5
Вече	4620	4225	3530	3570	+1,1
Дрофа	19700	10736	10000	12905	+29,1
ИГ Азбука-Аттикус	7640	7976	7070	6960	-1,6
ИЦ Академия	2050	1751	1755	1780	+1,4
Мозаика-Синтез	10670	24219	16570	21240	+28,2
ОЛМА Медиа Групп	6625	8776	7560	9110	+20,5
Просвещение	38860	46140	33600	39250	+16,8
РИПОЛ Классик	6980	7017	6900	7950	+15,2
Росмэн	7780	10029	10880	11480	+5,5
Русское слово	6981	6142	9200	7750	-15,8
Стрекоза-Пресс	6900	10030	7260	7795	+7,4
Фламинго	31700	31799	32400	31340	-3,3
Центрполиграф	7150	6411	6020	4945	-17,9
Эгмонт Россия Лтд	15505	10710	11740	9820	-16,4
Экзамен	15285	15706	13850	13600	-1,8
Эксмо	7185	6585	5850	5388	-7,9

Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

1.3. Основные тренды в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2012-2014гг. Динамика перераспределения издательских активов

По данным Российской книжной палаты, в I полугодии 2014 года основные инвестиции московских издательств были сосредоточены в трех традиционно лидирующих сегментах – литературно-художественная книга, детская и учебная книга. Именно эти разделы обеспечили 60,1% наименований и 82,2% тиража суммарного книжного выпуска Москвы в январе-июне 2014 года. При этом, несмотря на известную внешнеполитическую активность I полугодия 2014 года, московские издательства снизили производство по блоку «Политическая и социально-экономическая литература».

Таблица 1.5.

Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I полугодие 2011-2014 гг.

Доля раздела в суммарном тираже изданий, %						Доля раздела в общем количестве наименований книг и брошюр, %			
I полугодие						I полугодие			
2014	2013	2012	2011	2014		2013	2012	2011	
Политическая и социально-экономическая литература	9,0	11	11,5	11,7	22,1	25	24,8	27,5	
Естественнонаучная литература	0,5	0,8	1	0,9	3,9	4,5	4,7	7,3	
Техническая литература	3,1	4,3	3,9	6,0	12,2	9,6	10,1	12,6	
Сельскохозяйственная литература	1,7	1,8	1,7	1,7	1,4	1,2	1,5	2,8	
Медицинская и спортивная литература	3,0	3,1	2,9	3,8	4,7	4,2	4,7	5,3	
Литература по образованию, культуре и СМИ	44,1	40,6	37,8	35,0	17,2	17,5	14,8	14,5	
Художественная литература	14,2	16	19,6	19,6	18,5	18,9	20,8	15,7	
Детская литература	22,8	20,8	18,7	17,6	15,3	13,9	12,8	7,9	
Прочее	1,5	1,6	2,8	3,7	4,7	5,2	5,7	6,6	

Источник: данные – Российская книжная палата (РКП), аналитика – Мониторинг

Кроме того, на фоне роста количества наименований продолжается снижение суммарного тиража технической и сельскохозяйственной литературы, и заметно растет выпуск (наименования и тираж) литературы по медицине, спорту и здоровому образу жизни. И, напротив,

Диаграмма 1.5.

Структура выпуска книг и брошюр по целевому назначению в I полугодии 2014 г. по Москве



Источник: данные – Книжная палата (РКП), аналитика – Мониторинг

Для литературно-художественной книги «тиражные» проблемы начались еще в 2012-2013 гг. Поэтому отрицательный тренд базовых показателей (SKU и тираж) в 2014 году выглядит вполне логично. Однако доля двух других укрупненных тематических групп – «Литература по образованию» и «Детская литература» – в столичном книгоиздании стабильно росла и по тиражу, и по количеству наименований с 2011 года. И если для детской книги положительный тренд актуален и в 2014 году, то для образовательной литературы Книжная Палата констатирует отрицательную динамику в сравнении с аналогичным периодом 2013 года. И основные проблемы в данном случае связаны с группой изданий для общеобразовательной школы.

Еще в 2013 году эксперты предполагали, что государственный курс на снижение вариативности учебно-методических линий в школе обернется проблемами для многих издательств. Утвержденный в прошлогоднем августе ФГОС дошкольного образования и Приказ N 1047 Минобрнауки РФ от 5 сентября 2013 года, озвучивший обязательность электронного формата школьного учебника, заставили ведущие учебные издательства Москвы реинвестировать большую часть средств в дошкольный сектор и цифровые подразделения. Уже в 2014 году Московский Департамент образования приобретал учебники с обязательными электронными приложениями. Однако сами издатели придерживаются консервативной позиции в оценке перспектив электронного формата в школе (Книжная индустрия, октябрь, 2014):

Артём Симонович Соловейчик,

Вице-президент издательства «Просвещение» по новым технологиям

Пока мы предлагаем не электронный учебник, а электронную форму бумажного учебника. Требования к электронному учебнику на планшетах только вырабатываются. На наш взгляд, контент электронного учебника должен отличаться от контента его

бумажного аналога. Но все учебники из федерального перечня утверждены на 3 года, т.е. до 2017г. мы не имеем права поменять в них даже букву, так как учебники прошли научную, педагогическую, профессиональную экспертизу. Поэтому сегодня при выпуске электронного учебника у нас нет другого выхода, кроме как опираться на бумажное издание.

В настоящий момент «Просвещение» создает прототипы новых учебников, и на их основе в 6 школах Москвы проходит полномасштабный эксперимент по инициативе Департамента автоматизации и инновационных технологий Правительства Москвы. Нами сделано 4 электронных учебника для планшета. Планшет выдан каждому ученику, ученики и учителя прошли обучение по его использованию. В ходе эксперимента мы сможем оценить и методическую и контентную составляющую образовательного процесса, посмотрим, что будет происходить с самой техникой, будут ли сбои в работе, надежность аккумулятора, качество WI-FI связи и т.д. Здесь возникает очень много проблем...

Насколько мне известно, попытки наших зарубежных коллег полностью перейти на электронные учебники закончились возвратом к параллельному использованию в учебном процессе бумажной и электронной копии учебника.

Андрей Евгеньевич Косых,

директор по издательским процессам издательства «Дрофа»

В 2012 году были сформированы методические рекомендации по подготовке электронных учебников, а в 2013 году мы получили Приказ, оговаривающий обязательность с 1 января 2015 года электронной формы учебника. При этом все участники рынка решили, что это будет электронный учебник. Но электронная форма и электронный учебник – это не одно и то же. Электронная форма должна максимально соответствовать бумажному учебнику, который прошел все экспертизы. Поэтому к 1 января 2015 года готовятся учебники в электронной форме, которые максимально соответствуют содержанию бумажного учебника. В прошлом году «Дрофа» заключила 4 договора с дистрибьюторами электронных форм наших учебников. Цена была ниже, чем на бумажный учебник. Но как только мы начинаем говорить о создании интерактивных объектов, то цена вырастает многократно.

В этом году мы заключим договор с «ЛитРес» и попробуем рассмотреть схему распространения среди физических лиц. На

потребительском рынке есть схемы, к которым многие уже привыкли, например, магазин приложений AppStore. Все эти схемы в той или иной степени подходят и для учебников. Нужно лишь определиться с тем, как защитить наш контент. Сегодняшние модели его не защищают или, защищая, затрудняют его использование.

Таблица 1.6.

Выпуск учебных и методических изданий в I полугодии 2014г. по Москве

	Число книг и брошюр	В %% к данным I полугодия 2013 года	Тираж, тыс.экз.	В %% к данным I полугодия 2013 года
учебные и методические издания	8494	90,6	91420,2	111,4
<i>в том числе:</i>				
учебные и методические издания для дошкольников	1194	108,9	14333,4	132,7
учебные и методические издания для общеобразовательной школы	3383	89,7	72943,4	111,1
<i>в том числе:</i>				
учебные и методические издания для начальной школы	1512	87,2	41309,6	98,1
учебные и методические издания для средней школы	1440	91,2	28183	138,5
учебные и методические издания для старшей школы	431	93,7	3450,8	107,4
учебные и методические издания для высшей школы	3063	85,1	1680	68,8
учебные и методические издания для среднего специального образования	402	120,4	601,8	120,2
учебные и методические издания для прочих видов обучения	349	79,9	1235,9	69,6
учебные словари, справочники	103	76,9	625,7	70,4

Источник: данные – Российская Книжная палата

Все же снижение выпуска (SKU) учебных и методических изданий для общеобразовательной школы связано с обстоятельствами, развернувшимися вокруг основного документа, регламентирующего конкурентный фон в этом векторе книгоиздания.

28 февраля 2014 г. на заседании Научно-методического совета Минобрнауки РФ был сформирован Проект Федерального перечня учебников на 2014/2015 учебный год, представленный 7 марта на открытое обсуждение. В Проекте – 1377 наименований вместо 2985 прошлогодних. Из Федерального перечня исключены учебники московских издательств:

комплекс учебных материалов «Школа-2100» («Баласс»), учебники математики Л.Г. Петерсон («Ювента»), учебники предметно-методических линий по русскому языку С.И. Львовой («Мнемозина») и другие.

Сокращение количества наименований связано с обоснованным желанием Министерства образования и науки улучшить качество учебников за счет совершенствования процедуры экспертизы. И, безусловно, для каждого исключения из Перечня была представлена вполне внятная причина. Так, причиной отказа издательству «Мнемозина» названо несвоевременное предоставление учебников и поддельные (!) подписи экспертов на заключениях. Несвоевременная подача документов стала причиной исчезновения из Перечня и полной линейки учебников «Школа 2100». А учебники по математике для начальной школы Л.Г. Петерсон не вошли в Федеральный перечень по причине отрицательного экспертного заключения Российской академии образования.

Смущает лишь то, что указанные выше замечания касаются не новичков школьного рынка учебников, а издателей, неоднократно проходивших аналогичные процедуры. Более того, в числе нарушителей экспертизы преимущественно значимые игроки рынка школьных учебников с долей в 5-8%, а также безусловные лидеры ТОПов продаж – линейки учебников русского языка и литературного чтения Р.Н. Бунеева и математика Л.Г. Петерсон, ставшая символом «продвинутого» начального образования.

Именно это обстоятельство создало невероятную эмоциональную перегрузку в педагогическом и издательском сообществе, которая в итоге... не изменила ситуации. Приказ № 253 Минобрнауки РФ от 31 марта утвердил новый Федеральный перечень учебников, не внося корректив, лишь в пункте 3 оговорив право школ *«в течение пяти лет использовать в образовательной деятельности учебники, приобретенные до вступления в силу настоящего приказа»*. Согласно новым правилам следующий перечень рекомендованных учебников будет утвержден лишь через три года.

С точки зрения государственной статистики (Книжная палата) учебное книгоиздание Москвы в I полугодии 2014 года имело незначительные проблемы. Доля учебных и методических изданий для школы в суммарном столичном книгопроизводстве немного снизилась по количеству наименований (с 11,4% в 2013г. до 10,5% в 2014г.) и, напротив, выросла по суммарному тиражу (с 33,9% в 2013г. до 36,1% в 2014г.).

В абсолютно выражении это означает, что только за январь-июнь 2014 года московскими издательствами было выпущено 3383 наименований учебных изданий для школ суммарным тиражом 72,9 млн. экземпляров. Средний же тираж сегмента выравнился после неожиданного прошлогоднего падения, и достиг по итогам первой половины 2014 года традиционного для себя уровня в 20.000+ экземпляров. Действительно, ряд ведущих московских издателей школьных пособий («Дрофа», «Вентана-Граф», «Экзамен») сократили выпуск наименований на 28-44% при параллельном росте среднего тиража издания. Но сокращение линейки SKU в сегменте по данным Книжной палаты во многом было компенсировано за счет издательства «Просвещение», которое нарастило выпуск на 400 (!) наименований при росте среднего тиража с 33600 до 39250 экземпляров. Таким образом, по итогам I полугодия 2014г. на долю этого издателя приходится 24% наименований и 52% (40,7 млн. экз.) суммарного тиража от общего выпуска учебной и методической литературы для школ в РФ. Последняя цифра может вызвать определенные вопросы не только у коллег из книжной отрасли, но и у экспертов ФАС. Впрочем, само издательство «Просвещение» сообщает о выпуске в I полугодии 2014г. лишь 649 новинок и переизданий (без допечаток) суммарным тиражом чуть более 8 млн. экземпляров, видимо не учитывая поставку учебной литературы в школы Крыма на сумму 3 млрд. рублей.

В отличие от книгоиздания, статистика продаж в I полугодии 2014 года менее оптимистична и однозначно свидетельствует об определенных проблемах в учебном сегменте, прежде всего для стационарной книжной

розницы. В наименьшей степени пострадали книготорговые предприятия уже привыкшие к тому, что в мае-июне мелкий опт учебной литературы оттягивают на себя интернет-магазины. На площадках ведущих книжных магазинов Москвы падение оборота по школьному сегменту по итогам I полугодия 2014г. находится в диапазоне 2-7%.

Очевидное снижение спроса на учебные пособия в книжной рознице не сумел закрыть даже рост цен. В I-II кварталах 2014 года средняя цена реализации на розничном рынке учебной литературы в Москве составила 238,33 руб. (РФ – 196,09 руб.). Вопреки существенному росту отпускных цен со стороны ряда издательств, на фоне аналогичного периода 2013 года рост средневзвешенного показателя цены реализации в учебном блоке составил лишь 5,4% или (+ 10 рублей).

Таблица 1.7.

Динамика средней цены реализованного издания на розничном рынке учебной литературы для школ в январе-июне 2014 года

Период	Средняя цена реализованного учебного издания						
	I полугодие 2011	I полугодие 2012	Динамика к 2011, %	I полугодие 2013	Динамика к 2012, %	I полугодие 2014	Динамика к 2013, %
январь-февраль	137,01р.	149,87р.	+9,4	156,28р.	+4,3	178,74р.	+14,4
февраль-март	146,72р.	153,01р.	+4,3	178,87р.	+16,9	179,13р.	+0,1
март-апрель	167,95р.	167,07р.	-0,5	191,92р.	+14,9	183,28р.	-4,5
апрель-май	170,42р.	187,76р.	+10,2	181,21р.	-3,5	201,65р.	+11,3
май-июнь	163,63р.	176,31р.	+7,8	199,91р.	+13,4	203,49р.	+1,8
июнь-июль	187,78р.	179,26р.	-4,5	207,87р.	+16,0	230,26р.	+10,8

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

Однако следует помнить, что это именно средневзвешенный показатель. Кроме того, динамика цен в ежемесячной раскладке учебного сегмента рынка во многом определяется сезонностью спроса на тот или иной учебный продукт, а не только инфляционным индексом и ценовым решением поставщика или книготорговца. Так, если мы говорим о стационарной

рознице, то январь-март – это преимущественно продажи пособий ЕГЭ и ГИА, итоговых тестирований начальной школы и пособий для подготовки к школе. В апреле-мае в игру вступают рабочие тетради и атласы (в комплекте с контурными картами), а со второй половины мая начинаются мелкооптовые истории, которые сегодня всё чаще уходят в специализированный на учебной книге формат и интернет-магазины, активно практикующие демпинг, в том числе скрытый.

И хотя по итогам продаж I полугодия 2014г. вырос в цене продукт с импринтом «Вентана-Граф», «Дрофа», «Бином», «Ювента», «Просвещение» в большинстве устойчиво работающих универсальных книжных магазинов Москвы существенно подорожавшие учебники скорректировали рублевые продажи лишь в школьную кампанию.

Елена Леонидовна Низиенко,

первый вице-президент издательства «Просвещение»

Сегодня учебная литература становится частью единого комплексного запроса современной школы. Школа хочет получить не просто учебник, или рабочую тетрадь, или методичку для учителя. Наш потребитель хочет получить комплексный продукт, в который входит и игровое учебное оборудование, и учебно-методическая и художественная литература, и мебель, которая является частью общей развивающей среды в дошкольном, например, учреждении. В этот комплексный продукт должны быть включены и контрольно-диагностические материалы, которые позволили бы в каждый момент времени диагностировать образовательные результаты, и повышение квалификации, и дистант. Так что в ближайшие годы конкурентное преимущество, бесспорно, будут иметь те издатели, которые смогут такой комплексный продукт собрать и оперативно поставить по заказу образовательных организаций.

(Книжная Индустрия, октябрь, 2014)

1.4. Анализ динамики перераспределения издательских активов и цен на книжные издания в 2012-2014 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя

Очевидно, что «проблемы» в большинстве ранее благополучных тематических ниш бумажного книжного рынка, толкают издательства РФ к экспериментам. И на текущий момент большая часть московских издательств так или иначе экспериментируют с каталогом, хотя до полной диверсификации издательского портфеля конечно еще далеко. В большинстве случаев это лишь попытки работать с новым форматом изданий в привычной для издательства нише рынка или расширение каталога в пограничные тематики. При этом специально для московской аудитории не работает фактически ни одно издательство (экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014):

Л.В. Шкурович,

генеральный директор ИГ «Азбука-Аттикус»

Никакой особой специфики у московского читателя нет. Это всё – мифы и легенды. Полная чушь, что москвичи или питерцы читают исключительно авангардную высоко интеллектуальную прозу, а провинция – сплошь бандитские и любовные романы. Об интересных новинках сегодня благодаря интернету все узнают одновременно, и когда нам удастся подготовить действительно стоящую книгу, то она сразу начинает бойко продаваться по всей России. А еще в Украине, в Казахстане...

У москвичей доход повыше – это правда, и соответственно, средний чек в московских книжных солиднее. И магазинов, умеющих работать с большим и разнообразным ассортиментом, как следствие, больше. Но в плане качества магазинов тот же Питер от Москвы особо не отстает, и во многих регионах все чаще появляются объекты, ничуть не уступающие столичным по качеству предложения и трафику. И отлично себя чувствуют.

С.М. Макаренков,

генеральный директор издательства «РИПОЛ Классик»

Московский читатель разный в разных районах Москвы. На первый план выходит качество продукта, цена продукта, продвижение и мода, или тренд, сформированный спецификой московской жизни. Большое количество «белых воротничков», чиновников, «золотой» и «серебряной» молодежи и продвинутого студенчества.

Д.Н.Иванов,

генеральный директор компании «Олма Медиа Групп»:

Меня несколько удивляют разговоры о том, что, мол, читатели остались только в Москве и Петербурге, а всем остальным не до чтения. В этом есть доля истины: бизнес-литература или дорогие подарочные издания лучше продаются именно в Москве. Уровень доходов в столице выше, это правда. Однако ценовой фактор – существенный, но не единственный, влияющий на сбыт: для рынка не менее важно состояние сбытовых каналов и в особенности уровень информационной поддержки. Для того, чтобы купить книгу, читателю надо еще о ней узнать и найти, где она продается – вот тут и возникает то «бутылочное горлышко», которое не дает большей части тиражей покинуть пределы МКАД. Нам удавалось пробить его с рядом книг, которые разошлись тиражом в полмиллиона экземпляров и выше – а это уже практически тиражи советских времен. Не стоит недооценивать культурный уровень и потребность в чтении в регионах. Я объездил все города, где есть наши представительства, а их более двадцати, много общался с людьми. Хорошая литература востребована везде. Москва тоже не монолитна: крупнейшие книжные магазины сосредоточены в центре, и их рейтинги могут кардинально отличаться от хит-парада гипермаркета за МКАД. Если раньше и можно было определить некую «среднемосковскую» аудиторию, то сейчас столичное население в спальных районах сильно размыто мигрантами. Так что нередки случаи, когда интеллектуальная литература, которая еще недавно считалась «столичной», более востребована, скажем, в Новосибирске, чем на московской окраине. Конечно, у столицы есть свои особые зоны: наша историческая литература у нас всегда в хитах в центральных магазинах, а практическая и кулинарная литература среднего ценового диапазона лучше продается поближе к МКАД.

Согласно результатам проведенного в рамках Мониторинга (сентябрь 2014) опроса ведущих издательств Московского региона, с января по июнь 2014 года:

- ♦ у 17,6% (2013 – 39,8%; 2012 – 57,14%) компаний отпускная цена, по их данным, выросла от 5 до 10%;
- ♦ у 42,9% (2013 – 20,2%; 2012 – 0,0%) издателей рост отпускных цен превысил барьер в плюс 10%;
- ♦ 28,6% (2013 – 13,3%) издательств снизили на 10-15% отпускные цены на фоне декабря 2013 года;
- ♦ 10,3% (2013 – 26,7%; 2012 – 14,3%) издательств постарались уложиться в официальный инфляционный индекс по I полугодию.

Таким образом, две трети (60,5%) московских издательств по итогам I полугодия 2014 года существенно превысили средний индекс потребительских цен по группе «непродовольственные товары», который согласно расчетам Росстата в июне 2014 года составил 102,9% (к декабрю 2013 года). Впрочем, аналогичную ситуацию можно было наблюдать и в I полугодии 2013 года.

Средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в Московском регионе в I полугодии 2014 года находится на уровне 111,81 руб. (+3,01% к I полугодию 2013 года).

Инфляция в московском регионе с декабря 2013 года (без учета рождественского всплеска продаж) по июнь 2014 года составила 103,84% в целом по книжному массиву.

Таблица 1.8.

Индекс потребительских цен в московском регионе в июне 2013/2014 гг. по укрупненным тематическим разделам книжного ассортимента (в %% к декабрю предыдущего года без учета рождественского всплеска продаж)
Канал: розничные стационарные книготорговые предприятия

Тематический раздел	Июнь 2014	Июнь 2013
профессиональная/деловая литература	98,06	105,92
образование и наука	107,86	107,48
дом/досуг, кулинария, популярная психология, здоровье, эзотерика, красота, спорт	106,66	110,56

художественная литература для взрослых	102,43	106,37
детская литература	104,81	105,99
искусство, культура	105,64	109,66

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

Несмотря на рост цен, крупные поставщики учебного продукта для школ по традиции разместились в нижней части карты стоимости московского книжного рынка.

Таблица 1.9.

Средняя цена реализованного издания импринта (поставщика) в I полугодии 2014 года

Регион: Москва

Канал: розничные стационарные книоторговые предприятия

Период: январь-июнь 2014г.

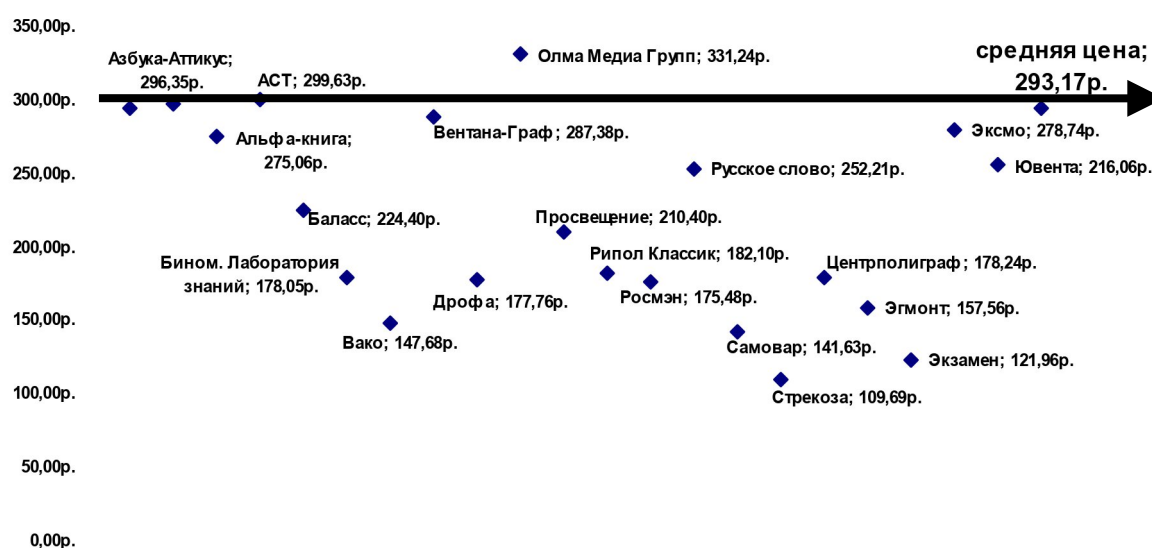
Издательство	Средняя цена реализации в I полугодии 2014	Отклонение от средней по региону, %	СПРАВОЧНО: Средняя цена реализации в I полугодии 2013
Азбука-Аттикус	296,35р.	1,08	275,81р.
Альфа-книга	275,06р.	-6,18	215,80р.
АСТ	299,63р.	2,20	274,95р.
Баласс	224,40р.	-23,46	211,84р.
Бином. Лаборатория знаний	178,05р.	-39,27	129,56р.
Вако	147,68р.	-49,63	131,62р.
Вентана-Граф	287,38р.	-1,97	214,73р.
Дрофа	177,76р.	-39,37	182,97р.
Олма Медиа Групп	331,24р.	12,99	269,58р.
Просвещение	210,40р.	-28,23	203,08р.
Рипол Классик	182,10р.	-37,89	190,85р.
Росмэн	175,48р.	-40,14	206,96р.
Русское слово	252,21р.	-13,97	199,12р.
Самовар	141,63р.	-51,69	110,84р.
Стрекоза	109,69р.	-62,58	135,74р.
Центрполиграф	178,24р.	-39,20	184,91р.
Эгмонт	157,56р.	-46,26	107,36р.
Экзамен	121,96р.	-58,40	124,97р.
Эксмо	278,74р.	-4,92	269,90р.
Ювента	256,06р.	-12,66	278,51р.

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

В 2014 году ценовая политика на общедоступном книжном рынке Москвы во многом определяется альянсом «Эксмо/АСТ» и группой «Олма-пресс / Просвещение», которые заинтересованы в сохранении текущего уровня маржинальности издательского бизнеса. Соответственно, снижение отпускных цен продемонстрировало лишь «Эксмо», отчасти скорректировав отрицательную динамику за счет дочерних предприятий, а «Олма-пресс / Просвещение» отчитались о 12-15% росте цен на позиции прайса.

Диаграмма 1.6.

Позиции ведущих московских издательств (ТОП-20) на карте стоимости книжного рынка Москвы в I полугодии 2014 года



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

1.5. Расчет показателей уровня монополизации рынка и рейтинга ведущих книгоиздательских компаний РФ на территории города Москвы

В целом государственная статистика выпуска печатных изданий (РКП) за I полугодие 2014 года свидетельствует об определенном нарастании монопольных тенденций в книгоиздании Москвы, отводя пятерке ведущих

издательств 32,24% по числу выпущенных названий и 49,04% суммарного тиража общего московского выпуска (в аналогичный период 2013 года – 30,15% и 41,47% соответственно). Тем не менее, эти цифры можно рассматривать и как определенное возвращение к ситуации 2012 года, когда доля лидеров составляла 32,56% от числа названий и 46,79% суммарного тиража книгоиздания Москвы. Принципиальных изменений в составе ведущих издательств также не произошло.

Таблица 1.10.

Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I полугодии 2014/2013/2012 гг.

Параметр: количество наименований, %				Параметр: суммарный тираж, %			
	— полугодие 2014г.	— полугодие 2013г.	— полугодие 2012г.		— полугодие 2014г.	— полугодие 2013г.	— полугодие 2012г.
Эксмо	13,23	15,00	13,87	Эксмо	11,38	15,04	13,32
АСТ	9,83	8,58	12,16	АСТ	7,94	7,66	12,49
ИГ Азбука-Аттикус	3,68	2,71	3,2	Просвещение	20,17	10,79	11,63
Просвещение	3,22	1,87	1,52	Баласс	0,49	3,78	5,56
Рипол классик	2,28	1,4	1,14	ИГ Азбука-Аттикус	4,09	3,29	3,8
Эгмонт Россия Лтд	1,84	1,63	1,26	Фламинго	5,46	4,21	3,78
ОЛМА Медиа Групп	1,71	1,5	0,97	Экзамен	2,19	3,35	2,21
Росмэн	1,49	1,61	1,05	Дрофа	3,05	3,42	1,96
Дрофа	1,48	1,99	1,23	Эгмонт Россия Лтд	2,89	3,29	1,94
Центрполиграф	1,36	1,27	1,16	Мозаика-Синтез	1,53	1,23	1,83
Вече	1,22	1,44	1,26	Росмэн	2,72	3,01	1,37
ИНФРА-М	1,21	1,14	0,86	Рипол Классик	2,89	1,65	1,16
Фламинго	1,09	0,76	0,77	Центрполиграф	1,07	1,31	1,15
Экзамен	1,01	1,41	0,96	ОЛМА Медиа Групп	2,49	1,95	1,14
ИЦ Академия	0,99	1,12	1,35	Вентана-Граф	1,75	2,31	0,88
Вентана-Граф	0,72	1,27	0,62	Вече	0,69	0,87	0,83
ВАКО	0,67	0,53	0,29	Бином. Лаборатория знаний	0,73	0,8	0,7
Юрайт	0,62	1,09	0,81	Альфа-книга	0,45	0,57	0,5

Стрекоза-Пресс	0,61	1,01	0,57	ВАКО	1,36	1,06	0,42
Проспект	0,59	0,75	0,39	Проспект	0,35	0,41	0,41
Русское слово	0,29	0,7	0,42	ИЦ Академия	0,28	0,34	0,33
Мозаика-Синтез	0,45	0,43	0,6	Русское слово	0,36	1,1	0,25
Альфа-книга	0,44	0,43	0,37	Ювента	1,55	2,64	н/д
Баласс	0,13	0,38	0,62	Стрекоза-Пресс	0,76	1,26	н/д
Бином. Лаборатория знаний	0,25	0,38	0,37	Самовар	0,84	1,04	н/д

Источник: данные – Российская книжная палата, аналитика – Мониторинг

В I полугодии 2014 года Книжная Палата отмечает существенное снижение инвестиций у издательств «Эксмо», «Баласс», «Вентана-Граф», «Вече». И, напротив, значительные вложения в выпуск новых проектов и наращивание тиража очевидны для издательств «Просвещение», «ОЛМА Медиа Групп», ИГ «Азбука-Аттикус».

Диаграмма 1.7.

Доли ведущих издательств Москвы в суммарном выпуске книг и брошюр РФ в I полугодии 2014 года

Параметр: количество названий (SKU)



Параметр: суммарный тираж



Источник: данные – Российская книжная палата, аналитика – Мониторинг

Данные о продажах на территории Москвы в I полугодии 2014 года свидетельствуют об умеренном нарастании напряженности в конкурентном ландшафте, прежде всего, благодаря росту ликвидности каталогов издательских групп «Эксмо/АСТ» и «Азбука-Аттикус». Если в январе-июне 2013 года на ТОП-20 издательств приходилось 53,3% оборота московской книжной розницы, то в январе-июне 2014 года их доля подросла до 60,4%.

В прогнозных значениях по итогам 2014 года суммарная доля столичного рынка у пятерки ведущих игроков составит 47,6% (в 2013 – 38,8%; в 2012 – 40,4%). И это не предел. В полной мере результаты процессов слияния, которые сегодня мы наблюдаем в издательском бизнесе, проявятся лишь к 2017-2020гг. Пока же жесткого давления на рынок со стороны новообразованной группы «ЭКСМО/АСТ/Дрофа/Вентана-Граф» не наблюдается.

О.Е.Новиков,

генеральный директор издательской группы «ЭКСМО/АСТ»

Основным приоритетом для объединенной группы «ЭКСМО/АСТ/Дрофа/Вентана-Граф» является повышение интереса к чтению и развитие рынка, потому что только на развивающемся рынке мы сможем успешно расти. И это наша

основная задача, основное направление усилий. Соответственно, в приоритете – работа по оцифровке и продвижению в Интернете легального цифрового контента, развитие товаропроводящих сетей, поддержка тех партнеров, которые заинтересованы в развитии своей инфраструктуры, внедрении новых логистических и технологических решений по управлению товарными категориями. Мы рассчитываем, что наши партнеры, в рамках стабильной ситуации на рынке, найдут в себе решимость и желание развивать свой бизнес, свои технологии, сервисы, количество розничных точек, и здесь мы будем оказывать им всемерную поддержку и, безусловно, настаивать на повышении прозрачности и ответственности друг перед другом в рамках нашего взаимодействия.

(Книжная Индустрия, октябрь 2014)

И, тем не менее, списки бестселлеров книжного рынка Москвы по-прежнему плотно занимают книги объединенной издательской группы.

Таблица 1.11.

ТОП-10 бестселлеров книжного рынка Москвы: I полугодие 2014г.

№	Автор	Название	Издатель	Год издания	Цена 1 экз., руб.
1	Рубина Д.	Русская канарейка. Желтухин	Эксмо	2014	346-549
2	Акунин Б.	История Российского государства. От истоков до монгольского нашествия. Часть Европы	АСТ	2014	699-719
3	Рубина Д.	Русская канарейка. Голос	Эксмо	2014	346-549
4	Прилепин З.	Обитель	АСТ: Редакция Е. Шубиной	2014	505-550
5	Акунин Б.	Огненный перст: повесть	АСТ	2014	380-419
6	Устинова Т. В.	Сто лет пути	Эксмо	2014	315-320
7	Гэлбрейт Р.	Зов кукушки	Азбука	2014	421-470
8	Джеймс Э.	Пятьдесят оттенков серого	Эксмо	2013	298-459
9	Гарсиа Маркес Г.	Сто лет одиночества	АСТ	2014	442-475
10	Мясников А.Л.	О самом главном с доктором Мясниковым	Эксмо	2014	421-455

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

Диаграмма 1.8.

Конкурентный ландшафт ТОП-20: Доли ключевых игроков (издательств) по суммарным продажам в обороте книжного рынка Москвы в I полугодии 2014/2013 гг.

Территория продаж: **Московский регион**

Канал: **розничные стационарные книготорговые предприятия**

Период: **январь-июнь 2014 г.**



№	Издательство	доля книжного рынка Москвы, I-II кв. 2014г., %	доля книжного рынка Москвы, I-II кв. 2013г., %
1	Эксмо	18,43	16,77
2	АСТ	16,08	12,87
3	Азбука-Аттикус ИГ	5,47	4,01
4	Просвещение	1,89	2,03
5	Экзамен	1,74	1,05
6	Феникс	1,71	1,44
7	ОЛМА Медиа Групп	1,68	1,78
8	Айрис-пресс	1,53	1,64
9	Рипол Классик	1,42	1,29
10	Вако	1,25	1,07
11	Дрофа	1,19	0,80
12	Питер	1,08	1,09
13	Эгмонт Россия Лтд.	0,96	1,11
14	Ювента	0,94	1,19
15	Центрполиграф	0,91	0,93
16	Интеллект-центр	0,87	0,91
17	Альпина Пабlishер	0,85	0,74
18	Самовар	0,83	0,91
19	Росмэн-пресс	0,79	0,84
20	Проспект	0,79	0,86

Источник: данные проекта «Книжный рынок России 2010-2015», аналитика Мониторинг

Наиболее реалистичный сценарий развития событий в 2015-2016 гг. предполагает усиление монополистических трендов рынка, а также постепенное переключение на альтернативные классическим магазинам каналы сбыта. И Московский книжный рынок как органичная часть российской книжной отрасли фактически продублирует эти тренды.

1.6. Оценка маркетинговой активности и работы с клиентом производителей на московском книжном рынке

Согласно данным ведущих издательств, в I полугодии 2014г. на книжный рынок Москвы приходится от 17,0 до 55,1% общего объема их реализации при средневзвешенном показателе в 34,3% (в 2013 – 28,37%; в 2012 – 29,33%). При этом 87,5% участников экспертного опроса сообщили о росте доли Московского региона в суммарных продажах за истекшее I полугодие текущего года (средневзвешенный показатель – плюс 3,86%). Можно говорить о заметном росте (плюс 6,7-13%) доли московских продаж в суммарной реализации издательств «Просвещение», «Олма Медиа Групп» и «Рипол Классик», незначительной, но всё же положительной динамике этого показателя для «Эксмо» и «АСТ» (плюс 1,2% и плюс 4,0%) и стабильности для ИГ «Азбука-Аттикус», чей каталог в наибольшей степени ориентирован на столичного клиента. Впрочем, следует иметь в виду, что ликвидность предложения издательства во многом корректируется условиями его партнерства с тем или иным книготорговцем.

Таблица 1.12.

ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта. I полугодие 2014г.

Стационарный книжный магазин (сеть)	Киосковая сеть	Интернет-магазин	Непрофильный ритейл (FMCG)
-------------------------------------	----------------	------------------	----------------------------

1	ГУП ОЦ МДК	1	Горпечать	1	OZON	1	Ашан
2	Новый книжный / Читай-город	2	Сейлс	2	Лабиринт	2	Детский мир
3	Библио-Глобус ТД	3	Роспечать	3	My Shop	3	Метро
4	Молодая Гвардия ДК	4	Блумфилд	4	Read ru	4	О`кей
5	Москва ТДК	5	АРИА-АиФ	5	Книга ру	5	Магнит

* расчет по сумме мест (объем продаж), указанных участниками опроса

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2014

По состоянию на I полугодие 2014г. основными каналами продаж книжной продукции в Московском регионе остаются традиционные книжные магазины. На них приходится от 30% до 57% суммарной реализации ведущих издательств Москвы. Причем, несмотря на квартет так называемых VIP-магазинов и значительное количество клубных кулуарных форматов («Чук и Гик», «Гоголь Books», «Dodo Magic Bookroom»), offline книготорговля Москвы – это преимущественно сетевой ритейл. На крупные сетки – ОЦ МДК, «Новый книжный / Читай-город», «Книжный Лабиринт», «Буква», «Республика» приходится основной трафик клиентов и 66,8% от общего числа книготорговых объектов столицы. Именно эти игроки определяют книжный климат Московского региона.

Впрочем, достаточно значимую роль в продаже книг в столичном регионе сохраняют и непрофильные для книжников каналы сбыта – торговые площадки FMCG-сетей (включая сетевой ритейл товаров для детей) и киосковые сети. Традиционными партнерами книжников в этом случае являются московские филиалы ООО «Ашан», «Метро», ОАО «Детский мир-Центр», «О`кей», сеть универсамов «Лента», а также киосковые сети «АРИА АиФ», «Горпечать», ООО «Пресс Логистик», ЗАО «Сейлс» и пр. Пропускная способность этих каналов по состоянию на июль 2014 года колеблется в диапазоне 1-6% объема реализации издательств Москвы по киосковым сетям и 4-60% – по FMCG-ритейлу.

Следует также отметить и плотное сотрудничество с интернет-магазинами. В 2014 году пропускная способность этого канала в Московском регионе находится на уровне 2-20% или в среднем 10,87% суммарной реализации столичных издательств (2013 году – 18,7%; в 2012 – 11,2%). В группе интернет-магазинов ведущими партнерами издательств являются Labirint.ru, OZON.ru, Логос-интернет (Read ru), Мой магазин (My Shop), МТ Клик (My Toys), Книга.ру и др. Впрочем, в данном случае, это не столько чистые (розничные) продажи москвичам, сколько отгрузки издательств московским интернет-магазинам с федеральным покрытием. Значительна доля online партнеров и у издателей, специализированных на выпуске учебных и учебно-методических изданий для общеобразовательной школы – «Просвещение», «Дрофа», «Мнемозина» и др. Хотя в целом структура их реализации в Московском регионе в значительной степени (до 80%) ориентирована на Департамент образования Правительства Москвы в качестве организатора аукционных продаж по закупкам учебников.

Диаграмма 1.9.

Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств* в Московском регионе в I полугодии 2014г. (I полугодие 2013г.)



* Исключая издательства, специализированные на выпуске учебных и учебно-методических изданий для общеобразовательной школы

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2013-2014гг.

В отличие от взаимовыгодного сотрудничества с интернет-посредниками по бумажной книге, доля продаж электронного контента (e-book) находится в июле 2014 года в пределах 0,05-2,5% от среднемесячного объема реализации ведущих книгоиздательств Москвы, что сопоставимо с данными июля 2012 и 2013 годов. Более того, продажи электронного контента демонстрируют сегодня снижение темпов годового прироста – лишь плюс 0,9-20% к июлю 2013 года. Основными партнерами московских издательств, как и в прошлом году, являются ЛитРес, Bookmate и Google.

И всё же Москва по-прежнему лидер книжной отрасли в одном очень важном аспекте – масштабной поддержке авторов, книг и чтения, к которой пока не готовы ни в одном регионе РФ. В столице же в I полугодии 2014г. только на территории книжных магазинов было проведено более 500 мероприятий, что на 10-40% больше прошлогоднего итога. В их числе и встречи с авторами, и благотворительные акции, и публичные лекции, и тематические вечера. Только бюджет издательства «Эксмо» на продвижение книг и участие в культурных проектах Москвы составил в январе-августе 2014 года 47,5 млн. рублей. Самыми заметными мероприятиями лидера книжной отрасли в столице стала Программа на радио Коммерсант FM «Корпоративная библиотека», выходящая в эфир в январе-августе 2014 года, партнерство с сетью кофеен «Кофе Хауз» (бесплатные купоны на кофе при покупке книг) и городской фестиваль фантастики (РОСКОН 2014), прошедший в Москве 29 марта 2014 года.

Бюджет ИГ Атткус в январе-августе 2014г. на собственные мероприятия по продвижению книг и на участие в культурных проектах Москвы составил 8 млн. рублей (+20% в сравнении с январем-августом 2013г.); бюджет издательства «РИПОЛ Классик» – 3,7 млн. рублей (+32% в

сравнении с январем-августом 2013г.); бюджет «ОЛМА Медиа Групп» – 2,4 млн. рублей (+5% в сравнении с январем-августом 2013г.).

Но самое главное, что на вопрос «нуждаются ли москвичи в поддержке чтения как таковой?» безусловное большинство издательств Москвы отвечает однозначным «ДА», вкладывая в этот ответ значительные собственные ресурсы (экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014г.):

С.М. Макаренков,

генеральный директор издательства «РИПОЛ Классик»

Нуждаются и очень. Вопрос, что такое поддержка чтения? Как правильно его поддерживать? Сколько на это надо денег? Одно из серьезных направлений, на мой взгляд, это литературные премии с более или менее серьезными суммами для молодых писателей, а также питчинги, литературные лотереи, литературные стипендии, серьезные социологические исследования.

Д.Н.Иванов,

генеральный директор компании «Олма Медиа Групп»

В Москве востребованы и открытые книжные ярмарки («Дни книги»), которые должны прийти на смену традиционному и уже безнадежно устаревшему формату выставок, и буккроссинг, потенциал которого для продвижения новых проектов, на мой взгляд, еще совершенно не задействован. Это, разумеется, и наружная реклама, отлично показавшая свою эффективность, и телепроекты – вспомните, какую волну интереса к Достоевскому породили сериалы «Идиот» и недавние «Бесы»... Но самое главное (и тут мы мыслим уже не в московских, а в общероссийских масштабах) – серьезная работа со школами, кардинальное изменение школьной программы. Читателей сегодня надо выращивать, воспитывать, они не придут к нам готовенькими, как это было в прошлые годы. Участие "ОЛМЫ" в программе «100 книг для внеклассного чтения», созданной по поручению Минобрнауки по инициативе Президента - важный шаг в этом направлении.

Разумеется, мы проводим и встречи с читателями, и другие акции в магазинах (около 20 ежегодно), участвуем в общегородских

праздниках и выставках. Однако уже давно более серьезную ставку мы делаем на работу в соцсетях – скажем, по детской литературе у нас одно из лучших коммьюнити на рынке. Активная работа с существующими читательскими группами позволяет не только сохранять лояльность к уже запущенным проектам, но и продвигать новые. Один из наших проектов именно благодаря такому подходу востребован на рынке вот уже более десяти лет. В нашем сегменте «продвижение» уже давно не сводится к банальному пиару или прямой рекламе, а уж тем более – публичным акциям, которые затрагивают в лучшем случае сотни читателей. Это каждодневная, кропотливая работа, не агитация, а информирование – на всех уровнях, от наших крупнооптовых клиентов до читателей. Но это специфика именно «ОЛМЫ» с ее устойчивым и стабильным положением на рынке.

Л.В. Шкурович,

генеральный директор ИГ «Азбука-Аттикус»

На мой взгляд, мероприятия, которые декларируют поддержку книги и чтения, никакой реальной пользы не оказывают, а проводятся формально, для галочки. Хотя порой и обходятся не дешево. Если и поддерживать, то бизнес и конкуренцию, и не спорадически, а системно. А он сам вырулит. Те же ярмарки, ММКВЯ и Non/fiction, которые привлекают самое большое количество любителей книги, - вполне себе даже коммерческие предприятия, генерирующие прибыль на сборах с аренды и на продаже билетов. Финансовые инвестиции в эти мероприятия со стороны Федерального агентства ничтожны по сравнению с их общим бюджетом.

Самая лучшая поддержка чтения со стороны участников рынка – это большое количество ярких, творческих идей, интересных, разнообразных и неожиданных книг. А со стороны власти - взвешенная и гибкая налоговая политика в отношении участников отрасли, разумное последовательное законотворчество, поддержание конкуренции и недопущение монополизации рынка или его отдельных сегментов.

ИГ «Аттикус» фокусируется на продвижении конкретных проектов и книг. Самыми удачными для нас в этом году были рекламные кампании книг Роберта Гэлбрайта, Джоджо Моейс, Виктории Токаревой, Марии Семеновой, Лианы Мориарти. По ним всем найдены и уточнены новые идеи и информационные носители, достигнуты и перевыполнены целевые показатели, которые мы закладывали.

Таблица 1.13.

ТОП-15 мероприятий издательства по продвижению книги и чтения на территории Москвы по количеству посетителей (участников). Январь-август 2014г.

№	Название мероприятия	Инициатор/ Издательство	Дата проведения	Кол-во посетителей
1	Рекламная кампания против пиратства	Эксмо	апрель-июль.2014г.	15000000
2	Программа на радио Коммерсант FM. Корпоративная библиотека	Эксмо	01.01 -01.09.2014г.	800000
3	Партнерство с сетью кофеен «Кофе Хауз» - бесплатные купоны на кофе при покупке книг	Эксмо	01.03.-01.06.2014г.	10000
4	РОСКОН 2014 (городской фестиваль фантастики). Эксмо – организатор фестиваля (при участии АСТ)	Эксмо	29 марта 2014г.	6000
5	Пикник-Афиша 2014	АСТ	19 июля 2014	5000
6	Онлайн-акция «Промокод «Озона» за участие в вебинаре по новинкам издательства «Просвещение»	Просвещение	20-21 августа, 26-28 августа 2014г.	3000
7	Дошкольное образование - практическая реализация новелл Закона и требований Стандарта	Просвещение	20-21 марта 2014г.	1000
8	Научно-практическая конференция-выставка ИТО-Троицк-2014	Просвещение	25-26 июня 2014г.	1000
9	Сбор кадетских ОУ РФ	Просвещение	24-28 марта 2014г.	520
10	Встречи с авторами Новой детской книги в магазинах и библиотеках	Росмэн	март-апрель.2014г.	500
11	I-я Августовская конференция «Сетевое образовательное пространство района Некрасовка как ресурс успешного культурно-образовательного развития всех субъектов района»	Просвещение	26 августа 2014г.	500
12	Выставка «Послевоенное детство»	АСТ	17.06 - 30.09 2014	500
13	Издательство АСТ в Парках	АСТ	май-август 2014	500
14	Афтограф-сессия Н. Щербы в Московских магазинах	Росмэн	август. 2014г.	400
15	Презентация книги Илзе Лиепа в Большом театре	Рипол Классик	февраль. 2014 г.	400
16	Акция «Поймай книгу» по проекту «Пилигримы»	Росмэн	август. 2014г.	300
17	Презентация книги «Российская империя. Железные дороги» на Рижском вокзале	Рипол Классик	июнь. 2014г.	280
18	Сходка Часодеев	Росмэн	август. 2014г.	250
19	Алеников Презентация книги «Богатырская история» в Ашане	Рипол Классик	август. 2014г.	230
20	Проект «Книги моей жизни»	АСТ	январь-апрель 2014	200

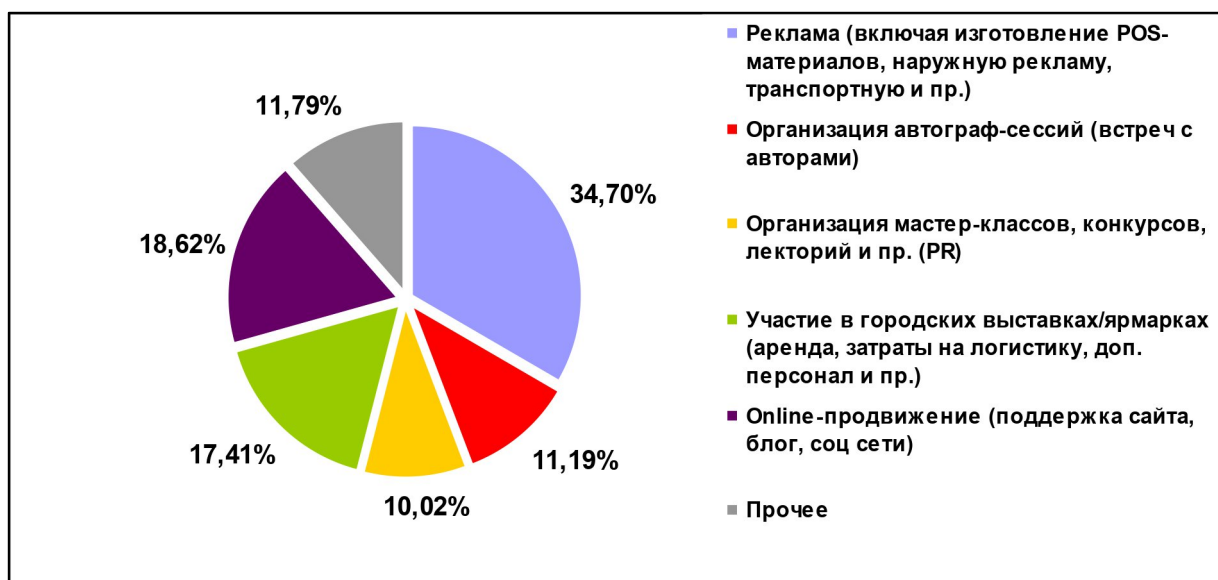
Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2014гг.

В структуре затрат издательств на продвижение книги и чтения на территории Москвы основные расходы приходятся на прямую рекламу.

Изготовление POS-материалов, наружная, транспортная реклама могут занимать до 71% бюджета издательства на продвижение книг. Организация автограф-сессий авторов, а также мастер-классов, конкурсов, лекториев и прочих развлекательных мероприятий для читателей – это гораздо менее затратные инициативы. Как правило, издатели тратят на это 10-11% бюджета. Впрочем, это «средняя температура по больнице», а реальный разброс значений достаточно велик. Например, ИГ Азбука-Аттикус тратит лишь 1% на автограф-сессии из своего 8-млн. бюджета, в то время как эта статья расходов для ОЛМА Медиа Групп составляет 53% от 2,4-млн. бюджета. А для издательства «Росмэн» именно конкурсы являются наиболее затратной частью маркетинговых инициатив. Дорого обходятся издателям и online-продвижение (поддержка сайта, блог, социальные сети) – от 10% до 40%, при средневзвешенном показателе в 18,62%.

Диаграмма 1.10.

Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I полугодии 2014г.



Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2013-2014гг.

1.7. Рынок книжной аудио-продукции и электронных книг в разрезе B2C и B2B сегментов

1.7.1. Потребительский рынок цифровой дистрибуции (Trade Market/B2C)

Согласно экспертной оценке объем B2C-сегмента рынка электронных книг (контента) Москвы в I полугодии 2014 года составил 152 млн. руб. (I пол. 2013 года – 95 млн. рублей) при темпах роста к аналогичному периоду 2013 года в 160% (в 2013 – 135%). В годовом исчислении объем столичного рынка прогнозируется на уровне 320 млн. рублей (плюс 165% к итогам 2013 года). Доля продаж электронного книжного контента зарегистрированным пользователям Московского региона пока находится на уровне 35-40% от общего оборота российских дистрибьюторов e-book. Однако, в I полугодии 2014 (как и в аналогичном периоде 2013 года), согласно данным «ЛитРес», долю зарегистрированных в Москве покупателей этого магазина характеризует отрицательная динамика – до минус 7% (экспертный опрос, сентябрь 2014, Мониторинг). Иными словами, B2C-сегмент рынка электронных книг (контента) в России прирастает преимущественно за счет подключения аудитории регионов РФ и зарубежья.

В I полугодии 2014 года рынок аудиокниг в Москве существенно снизил темпы своего развития – эксперты отмечают скромную положительную (+5%) или даже нулевую (0%) динамику на фоне I полугодия 2013 года, причем, абсолютные суммы оборота рынка не превышают пока цифры в 30 млн. руб. при низкой маржинальности бизнеса. Доля продаж аудиокниг зарегистрированным пользователям Московского региона пока находится на уровне 40% от общего оборота российских дистрибьюторов аудиокниг. В годовом исчислении объем столичного рынка аудиокниг

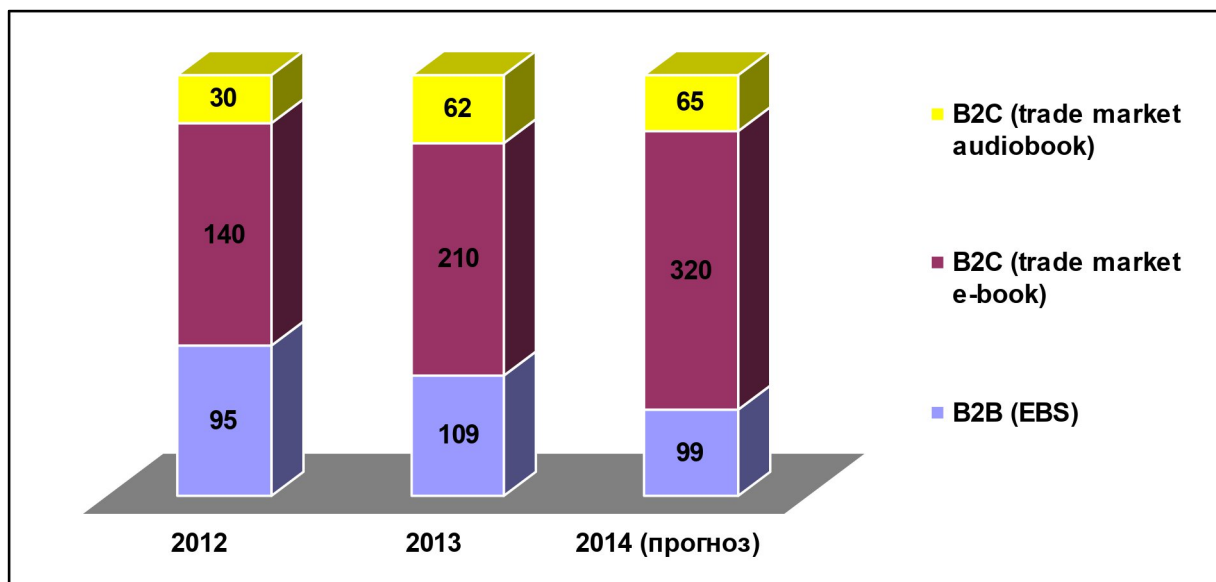
прогнозируется на уровне 65 млн. рублей (плюс 5% к итогам 2013 года). По словам Б.С. Макаренкова, руководителя проекта «Книга вслух», рынок цифровых аудиокниг только развивается, но уже в I полугодии 2014 года среднее число скачиваний аудиокниг в неделю через приложение «Книги вслух» превышает 6000 при средней цене аудиокниги в приложении на уровне 200 рублей, для «ЛитРес» этот показатель находится на уровне 7000-8000 скачиваний (экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014).

И, тем не менее, В2С рынок цифровой (электронной текстовой и аудио) книги в Москве пока слишком компактен и суммарно в годовом исчислении по итогам 2014 года не превысит 400 млн. рублей (или 1,7% книжного рынка Москвы). Хотя, безусловно, оптимизма добавляют результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в рамках Мониторинга. В сентябре 2014 года в скачивании электронных книг из интернета «сознались» 24,4% москвичей, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2013 года составляла лишь 5,2%. Аудитория читателей электронной книги в Москве растет, но всё же по словам О.Е.Новикова (ЭКСМО/АСТ) *«пока электронный формат является в большей степени активной маркетинговой акцией по возвращению людей к чтению, и слабо монетизируется...»* (Книжная Индустрия, октябрь 2014).

В целом же по РФ согласно оценке «ЛитРес» ожидается, что в 2014 году емкость рынка цифровой книги составит порядка 1 млрд. рублей, что даст практически 100%-ный прирост к 2013 году. Но в этой цифре присутствует определенная девиация, нужно понимать, что точность прогноза не абсолютна. В принципе, рынок электронной книги в России устойчиво растет в течение последних четырех лет в среднем на 99,4% в год. И при сохранении данных темпов роста доля электронной книги не позже 2017 года может составить 5% от всего книжного рынка или около 3 млрд. рублей.

Диаграмма 1.11.

Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2012-2014 гг., млн. руб.



Источник: экспертная оценка, опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2013/2014гг.

Безусловно, если проводить международные параллели, то доля дистрибуции электронных книг в США (21% книжного рынка в 2013г.) и Великобритании (16% книжного рынка в 2013г.), вынуждают к оптимистичным прогнозам динамики этого рынка в России. Однако, уже в 2013-2014 гг. в США темпы роста этого рынка снижаются, и 25% – это, вероятно, тот максимум, которого, по экспертным оценкам, может достичь сегмент электронных книг в перспективе. В целом, это совпадает и с результатами социологического опроса клиентов московских магазинов: приблизительно 25% читателей отчасти или полностью перешли на чтение электронных книг.

Доля электронных продаж в обороте ведущих мировых издательств колеблется на уровне 20-30% в зависимости от структуры редакционного портфеля, маркетинговой активности, бестселлеров и пр. У ведущих российских (в т.ч. московских) издательств этот показатель не превышает 2,5%. И хотя у многих мировых бестселлеров электронные продажи

превышают сегодня продажи бумажных копий, такие прецеденты есть и на российском рынке, правда, они касаются не основных, а нишевых бестселлеров, но до цифр западных дистрибуторов, российским еще далеко. Всё же для россиян, и москвичей в том числе, чтение с бумаги является привычным, фундаментальным навыком, а электронная книга лишь оттеняет это чтение, давая возможность читать с новых интересных устройств – например, с телефона, который всегда с собой.

Не следует забывать и о том, что существенный рост доли электронного формата в России происходит на фоне сжимания книжного (бумажного) рынка. А высокие темпы прироста цифрового рынка объясняются статистической обработкой исходно малых абсолютных величин. И, тем не менее,

А. Баев, исполнительный директор «Bookmate»

Думаю, что тренд экспоненциального роста рынка электронных книг, который наблюдается уже несколько лет, не прервется еще в течение нескольких лет. Если смотреть на самый развитый рынок, - англоязычный, - то признаки его стабилизации начали проявляться только на уровне 20-25%. При этом, что важно, для некоторых издателей, особенно массовой литературы, уровень стабилизации пришёлся на 40-50% от всех доходов, которые эти издатели получают от продажи электронных книг. При сохранении нынешних темпов роста в России аналогичный уровень будет достигнут примерно к 2018-2020 гг. И главным двигателем рынка развития рынка будут не столько реклама каких-то магазинов или маркетинг сервисов, но реальная потребность самих читателей, всё большее число которых стремятся читать книги в электронном виде.

(экспертный опрос в рамках Мониторинга, октябрь 2014)

К сдерживающим факторам развития рынка цифровой книжной дистрибуции в России (в т.ч. и в Московском регионе) можно отнести:

- ♦ очевидную монополию в сегменте B2C продаж (успех любой новой закрытой платформы в России зависит от поддержки

монополиста по объему портфеля электронных авторских прав – Эксмо/ЛитРес)

- ♦ сокращение инфраструктуры, уход с рынка в том числе и сильных игроков (в 2014 году прекратили заниматься электронными книгами компании Wexler и OZON)
- ♦ заниженная оценка бизнес-возможностей цифровой дистрибуции владельцами авторских прав

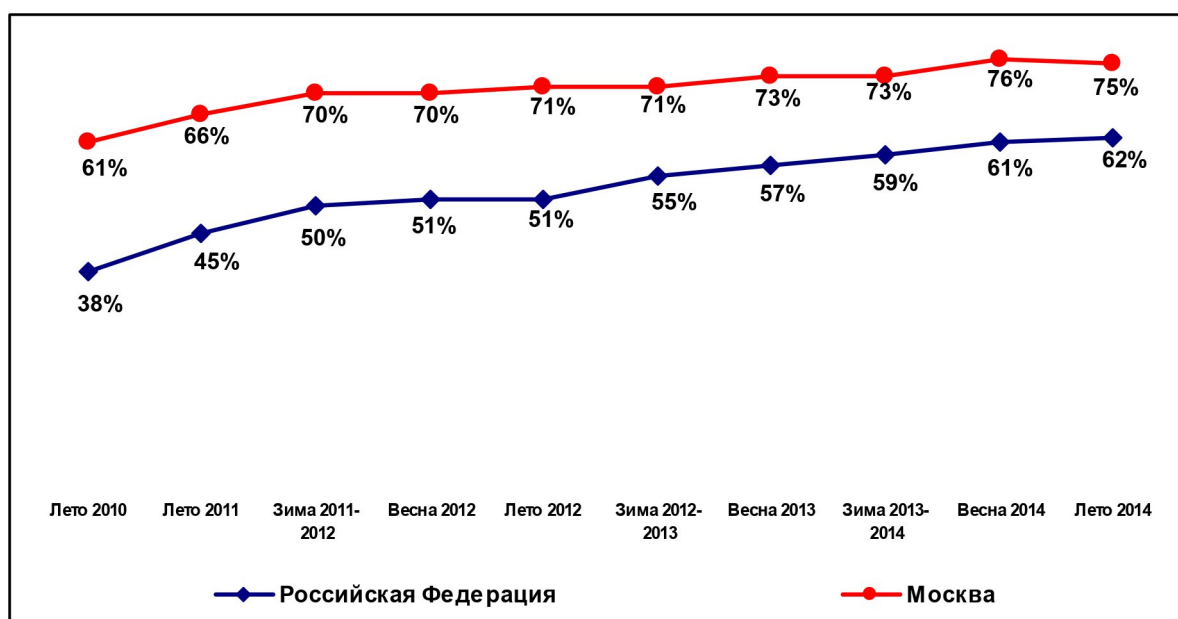
1.7.1.1. Базовые условия развития рынка электронных книжных продуктов

Уровень проникновение интернета /интернет-охват

В российской столице, которая является наиболее зрелым рынком с точки зрения проникновения услуги интернет-доступа, динамика роста проникновения Интернета давно не столь высока.

Диаграмма 1.12.

Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2010-2014гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 18+)



Источник: Институт фонда «Общественное мнение» (ФОМ)

Но, тем не менее, согласно данным фонда «Общественное мнение», месячная аудитория интернет-пользователей в Москве по состоянию на весну 2014 года составила 76% от общего числа жителей мегаполиса в возрасте старше 18 лет (или +3% к весне 2013гг.). Таким образом, взрослая (18+) интернет-аудитория Москвы в абсолютном выражении насчитывает сегодня 6,7 млн. человек.

Уровень правовой грамотности участников рынка цифровых продуктов

В конце 2013 года ведущими игроками рынка электронной книги по модели других контентных бизнесов (софт, музыка, видео) была создана Ассоциация по защите авторских прав в Интернете (АЗАПИ). И на текущий момент с начала работы АЗАПИ по её требованию прекращено свыше 400.000 случаев нарушения авторских прав в рунете. В основном это снятые ссылки с сайтов-нарушителей, с файлообменников, с результатов поиска в «Google». Получено более 3 млн. рублей от правонарушителей по судебным делам. И если в 2013 году были предъявлены требования о прекращении нарушения авторских прав более чем 200 сайтам, то в 2014 охват увеличился ещё примерно на 150 площадок. Заблокировано порядка 150 мобильных

приложений, нарушающих авторские права на платформах Windows, Android, iOS. И это очень чувствительный для рынка момент. Рейтинг мобильных приложений гораздо более прозрачный, чем поисковые выдачи в «Google» или «Яндекс», и поэтому ведущие игроки рынка за ним достаточно плотно следят и на него ориентируются. АЗАПИ помогает российским дистрибуторам электронного контента очищать эти рейтинги от пиратского предложения.

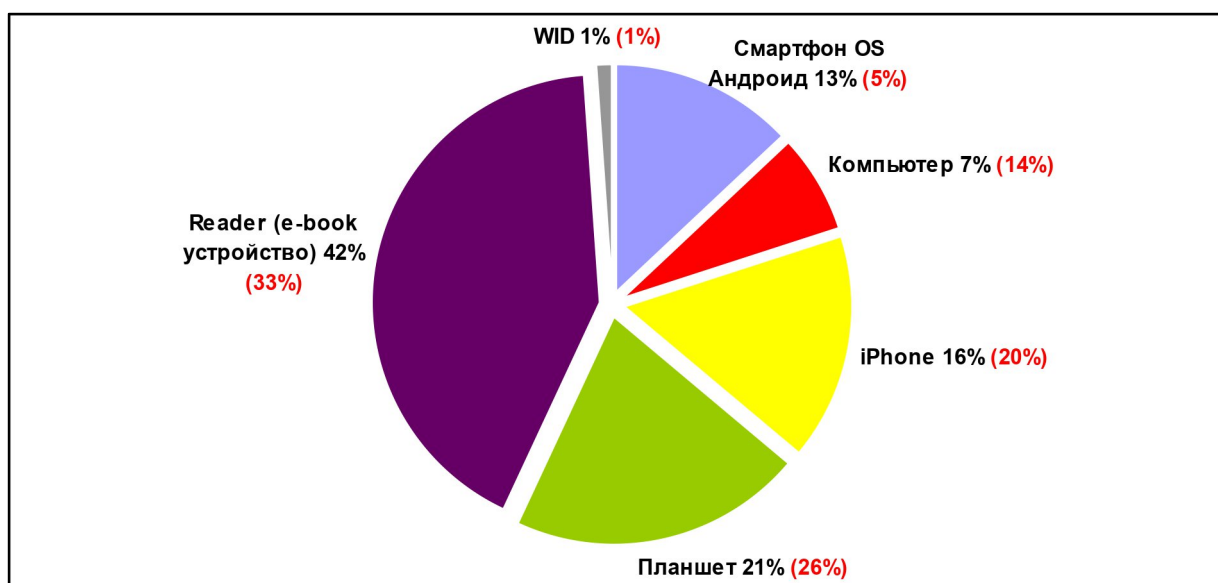
В 2013 году свыше 120 сайтов начали или продолжили сотрудничество с правообладателями, устранив нарушения авторских прав, включая крупнейшие «пиратские» книжные ресурсы (онлайн-библиотеки «Флибуста» и «Либрусек»). В 2014 их количество возросло ещё более чем на 100. В отношении сайтов, продолжающих нарушать права, были приняты и принимаются меры по прекращению их индексации поисковыми машинами. Готовится исковое заявление к Rutracker.org и дополнительные иски к «ВКонтакте».

Уровень осведомленности аудитории о продукте. Предпочтения и привычки

Удешевление и доступность мобильного интернета и активная динамика рынка мобильных устройств постоянно меняет и соотношение популярных операционных систем, доминирующих на рынке скачивания/чтения легального цифрового книжного контента.

Диаграмма 1.13.

Уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания легального цифрового книжного контента в Московском регионе в I полугодии 2014/2013 гг.



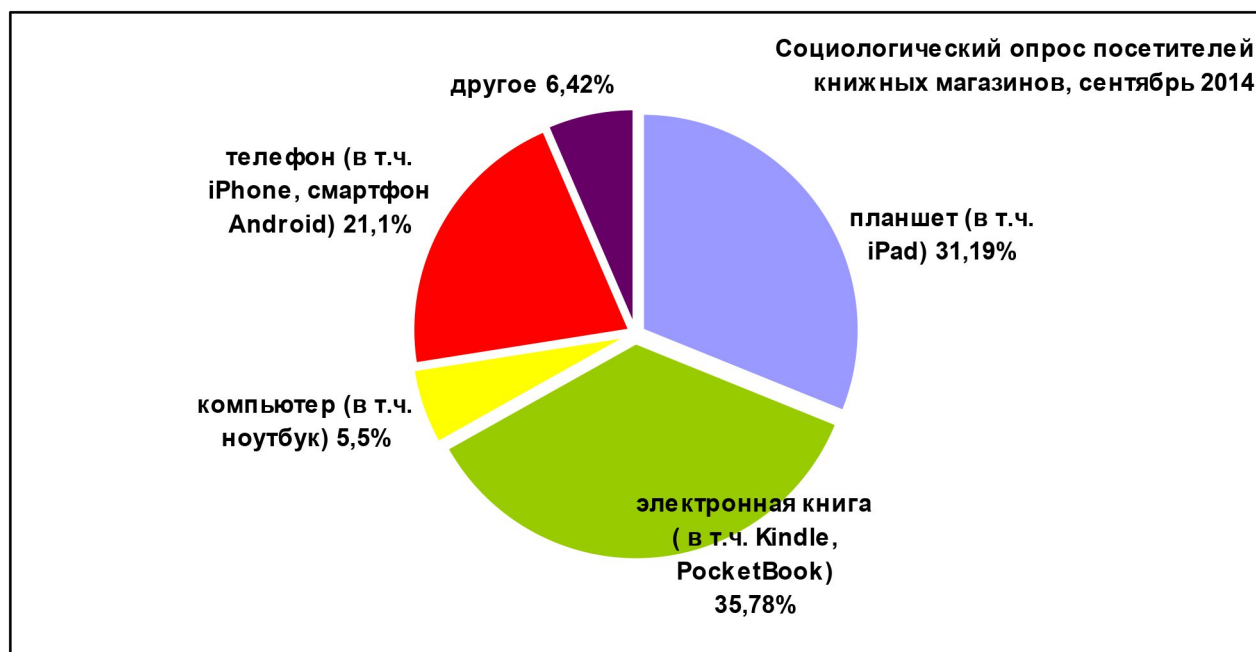
Источник: ЛитРес, январь-июнь 2013/2014гг.

Так, по итогам I полугодия 2013 года «ЛитРес» отмечал именно владельцев iPad/iPhone как основных покупателей легальной цифровой книги в Москве. По итогам I полугодия 2014 года рейтинг популярности устройств/операционных систем для скачивания (и чтения) легального цифрового книжного контента в Московском регионе выглядит несколько иначе – с доминированием специализированных устройств (ридеров – 42%) при существенном росте скачиваний на смартфоны с операционной системой Android.

Социологический опрос клиентов книжных магазинов Москвы, проведенный в сентябре 2014 года в рамках Мониторинга, продемонстрировал предпочтения москвичей в плане чтения электронных книг. Читающие москвичи примерно в равной степени «потребляют» электронный контент и с экрана специального устройства (преимущественно моделей Pocketbook), и с экрана планшета, при этом достаточно часто (21,1%) практикуя чтение книг с экрана телефона/смартфона.

Диаграмма 1.14.

Структура предпочтений устройств для чтения цифрового контента (книг) аудитории книжных магазинов Москвы в 2014г.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 17-25 сентября 2014г.)

На рынке аудиокниг и в 2014 году по-прежнему основные клиенты – владельцы iPad/iPhone (70% скачиваний), в то время как на устройства с OS Android приходится лишь 25% загрузок аудиофайлов приложения «Книги вслух» (экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014г.).

Существуют ли принципиальные отличия москвичей как клиентов магазинов цифровой дистрибуции? Какие сервисы предпочитают москвичи?

С. Анурьев,

генеральный директор «ЛитРес»

Согласно нашей статистике читательские предпочтения внутри Центрального ФО почти не отличаются, очень похожи. Однако чем дальше от центра, тем больше разброс данных, несмотря на единовременный выход у нас новинок по всей стране. Особенно интересно наблюдать за статистикой по бизнес-литературе. Но так как наша деятельность ориентирована на всю Россию и многие другие страны, мы стараемся не выделять Москву. Самые активные наши читатели используют устройства на Android, на втором месте – пользователи iOS, следом идут владельцы гаджетов на Windows. По нашим данным часто для посещения сайта, покупки и чтения книг пользователи пользуются Apple iPad, Apple iPhone, серия устройств Samsung Galaxy (вкл. S III, Tab, Note, SIV) и Google Nexus.

А. Негруца,

генеральный директор «Альпина Диджитал»

В целом, анализируя карту рынка, мы не делаем акцент на распределение продаж электронных книг по регионам, поэтому сложно судить о предпочтениях наших пользователей. Что касается использования устройств, в московском регионе чаще скачивают наше приложение на iOS платформе, в то время как в других регионах предпочитают телефоны на платформе Android.

А. Баев,

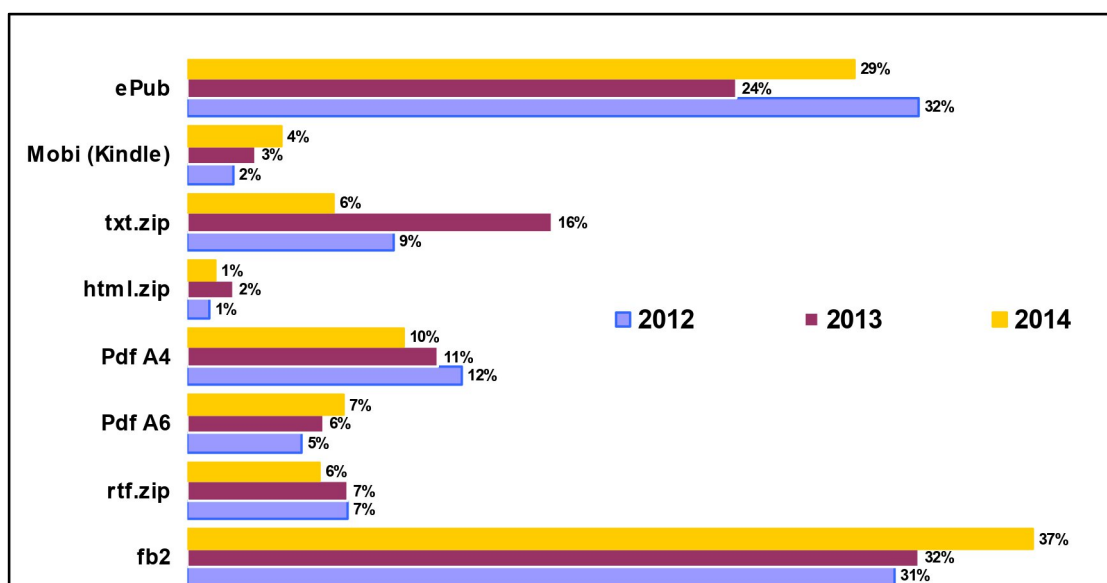
исполнительный директор «Bookmate»

Географическая стратификация пользователей онлайн-сервисов, конечно, есть. Но выражается она не столько в тематических, сколько в технических предпочтениях: чем больше город (особенно выделяются столицы – Москва и Санкт-Петербург), тем большее количество пользователей предпочитают использовать Bookmate не на компьютерах, а на смартфонах и планшетах (программы Bookmate есть практически для всех операционных систем и мобильных устройств). Это связано, очевидно, с тем, что, несмотря на высокое проникновение смартфонов, общее число которых на руках у пользователей в России в этом году превысило количество используемых обычных телефонов, их доля, безусловно, выше в более экономически благополучных регионах. Кроме того, пользователи из Москвы вообще составляют около 20% российских пользователей нашего сервиса. Для сравнения – 15% приходится на Санкт-Петербург, по 4% - на Новосибирскую область, Приморский и Хабаровский края. Разграничить пользователей сервиса по округам Москвы, к сожалению, пока сложно чисто технически. Что же касается предпочитаемого способа для чтения электронных книг, то на первом месте – мобильные устройства (смартфоны и планшеты), на втором – чтение книг с помощью веб-браузеров на компьютере.

(экспертный опрос в рамках Мониторинга, октябрь 2014)

Диаграмма 1.15.

Динамика предпочтений пользователей Москвы в отношении формата цифрового контента (книги) для скачивания. 2012-2014гг.



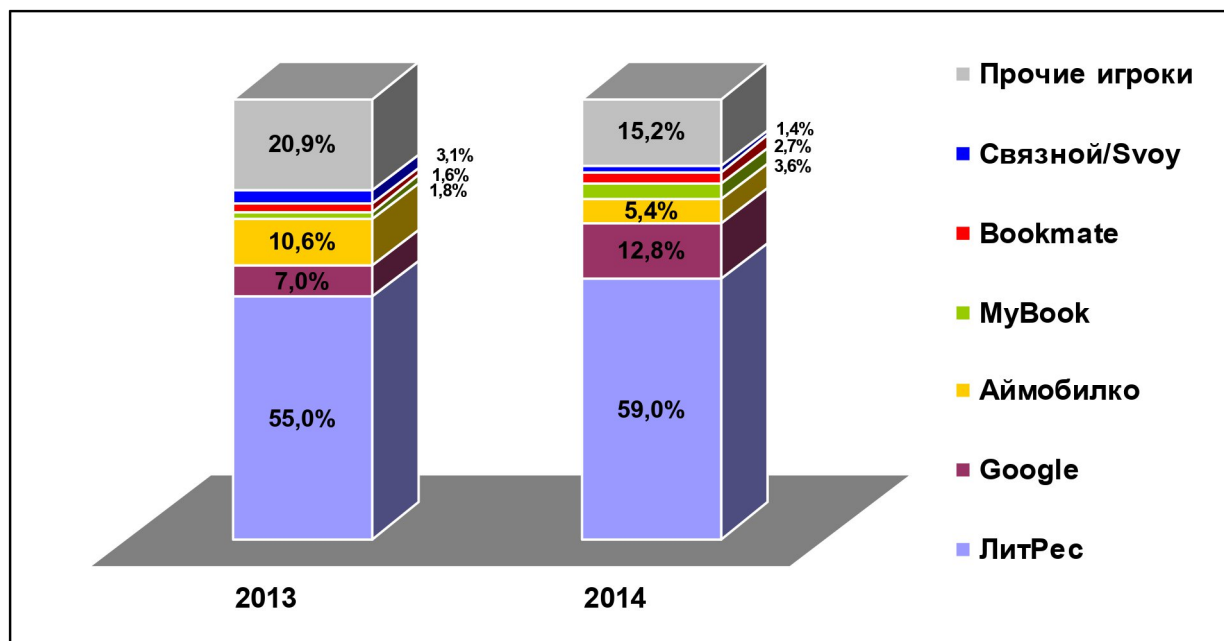
Источник: данные ЛитРес, OZON.ru, январь-июнь 2012/2013/2014гг.

1.7.1.2. Текущая инфраструктура и ценовая политика (trade market) рынка электронных книг в городе Москве

Согласно оценке компании «ЛитРес», ключевыми игроками на рынке электронной книги Москвы являются «ЛитРес», «GooglePlay» и «MyBook»: «в 2014 году мы отмечаем достаточно существенный прирост доли компании «Google», которая появилась на рынке в декабре 2012 года. И если 2013 год был для них этапом становления, когда «Google» запускал активную рекламную кампанию по продвижению электронного чтения, то в 2014 их доля на рынке РФ растет. Происходит это не в ущерб компании «ЛитРес», а в основном за счет вытеснения игроков с нечеткой бизнес-моделью и приоритетами развития, в частности компании «Аймобилко» и прочих. Компания «Аймобилко» существенно потеряла в доле рынка по итогам 2013-2014 гг. И, напротив, мы видим рост популярности проекта «MyBook», который «ЛитРес» запустил 2 года назад. Сейчас его доля становится уже заметной» (Книжная Индустрия, октябрь 2014г.).

Диаграмма 1.16.

Распределение долей игроков на рынке электронной книги РФ в 2013-2014 гг.



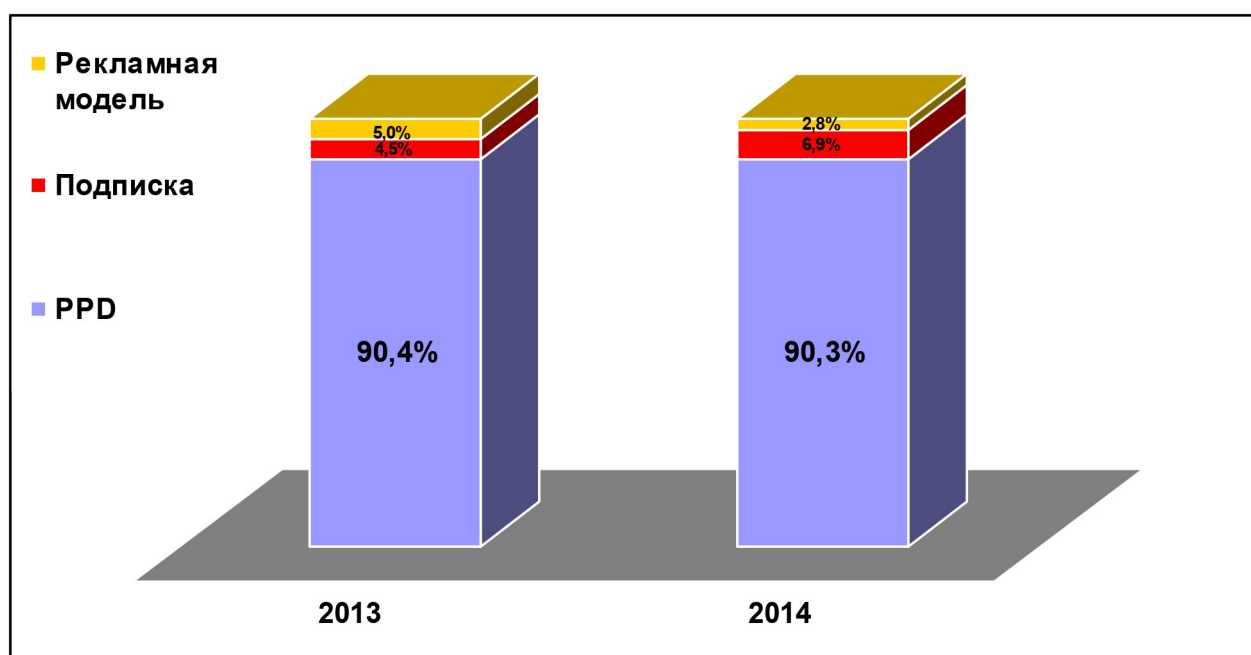
Источник: аналитика компании ЛитРес

В 2014 году на рынке электронной книги РФ были зафиксированы две крупные сделки – между OZON и ЛитРес; а также между Ulmart и Bookmate. Появляется и много новых проектов, т.е. инвестиционная привлекательность рынка электронной книги сохраняется. В 2014 году также очевиден и рост популярности решений для публичных библиотек по поставке электронной книги конечному клиенту – посетителю библиотеки.

Одна из тенденций 2014 года – постепенная консолидация и рост доли крупных игроков с четкими бизнес-моделями («ЛитРес», «Google»).

Диаграмма 1.17.

Структура бизнес-моделей на рынке электронных книг в РФ в 2013-2014 гг.



Источник: аналитика компании ЛитРес

На данный момент в России представлены три бизнес-модели, которые позволяют монетизировать электронные книги. Это плата за скачивание (pay-per-download), потребление книг по подписке и рекламная модель. Основной моделью монетизации в РФ остается «плата за скачивание», на неё приходится 90% рынка. Тем не менее, в 2014 году на российском рынке электронных книг очевиден рост предложений подписной модели (MyBook, Bookmate, Svooy). Их доля становится всё заметной, составляя по оценке «ЛитРес», суммарно порядка 7% рынка РФ. Рекламная модель с точки зрения экспертов слабо монетизируется, и доля этой модели на рынке электронных книг постепенно снижается.

В России лидером потребительского рынка цифровой дистрибуции по-прежнему остается компания «ЛитРес», которой (по её собственной оценке) принадлежит 55% московского рынка цифровой дистрибуции (B2C) в январе-июле 2014 года (в январе-июле 2013г. – 61%). Каталог электронных книг «ЛитРес» насчитывает 380.000 SKU (-7,2% к I полугодью 2013г.), в том числе 26% русскоязычных наименований. Базовые партнеры – ЭКСМО, АСТ, ИГ Азбука-Аттикус. Еженедельное количество скачиваний в I

полугодии 2014 года – 70.000-80.000 (+43% к I полугодью 2013г.). Востребованная клиентами, зарегистрированными в Московском регионе, тематика электронного контента – фантастика, любовные романы, детективы, деловая литература, проза. Среди предпочитаемых москвичами сервисов – Приложения «Читай!» и «Слушай!» (для iOS и Android), сайт www.litres.ru (онлайн чтение, скачивание книг на ридер), приложение для Android «Читай! Бесплатно», приложение MyBook с подпиской на книги.

1.7.1.3. Ценовая политика (trade market) и маркетинговые инициативы

На большинстве крупных рынков Западной Европы издатели всё еще устанавливают фиксированные цены на электронные тексты, и поставщикам контента разрешено применять лишь максимальный процент скидки. Более того, в большинстве западноевропейских стран налоговые правила устанавливают максимальный НДС на электронные тексты – в отличие от сниженного уровня НДС для печатных изданий. В 2011-2013 г. цена на электронные книги в Европе на 10-20% ниже цены бумажного издания (оценка выполнена по списку ТОП-10 бестселлеров).

В 2011-2014 гг. в Москве средняя цена (ценник) на электронные книги по прежнему в три раза проигрывает цене бумажного аналога, и по состоянию на I полугодие 2014г. составляет 84,8-110,5 руб. при отрицательной динамике (-4,3%) на фоне I полугодия 2013 года. По словам С. Анурьева, «ЛитРес» сознательно не повышает цены на предложение, просто следуя за издателями и их ценовой политикой. Из-за этого новинки данного магазина чуть дороже (средняя цена растет сдержанно – на 12,9%), но в целом весь ассортимент остается в продаже по стабильной цене. Средняя стоимость изданий в списке ТОП-100, безусловно, несколько выше и находится в I полугодии 2014 года на уровне 120,5 руб. (Книжная Индустрия, октябрь 2014г.).

Средний чек покупателя электронного контента у легального поставщика в Москве в I полугодии 2014г. демонстрирует широкий диапазон значений в зависимости от дистрибьютора или тематики контента – от 99 до 160 рублей (средневзвешенный показатель на уровне – 105,5 руб. с динамикой – минус 18,9% к данным I полугодия 2013г.).

Таблица 1.14.

Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в I полугодии 2011-2014гг.

	Средняя цена бумажной книги в прайсе издателя (Москва), руб.	Средняя цена реализации бумажной книги в off-line ритейле (Москва), руб.	Средняя цена электронной книги, руб.*	Сопоставление (ритейл к цифровой дистрибуции), %
2011	108,70	243,75	72,46	336
2012	107,34	255,42	78,60	325
2013	108,54	286,95	92,68	310
2014	111,81	342,75	97,65	350

* До 2014 года средневзвешенный показатель по данным OZON, ЛитРес, Google Play

Источник: Данные проекта «Книжный рынок России 2010-2015», экспертный опрос: август-сентябрь 2011/2012/2013/2014, аналитика «КИ»

Конечно, агрегаторы электронного контента мотивированы, в первую очередь, на маркетинг именно электронных книг и продвижение самого процесса «электронного книгопотребления». Но, тем не менее, они достаточно активно участвуют в мероприятиях по поддержке и продвижению чтения, реализуют различные акции в том числе и в московском регионе. И в рамках экспертного опроса (сентябрь 2014г.) ряд агрегаторов электронного контента сообщил:

А. Негруца,
генеральный директор «Альпина Диджитал»

Для продвижения нашего приложения мы стараемся ориентироваться на современные тенденции рынка мобильных приложений. Таким образом, мы используем продвижение продукта на сторонних ресурсах, например в социальных сетях, а также формируем рекламные акции внутри самого приложения. В целом, наиболее удачными оказываются кампании, сформированные на основе статистических данных о покупках и их анализе. Так, например, нами разработана система push-уведомлений о скидочных акциях на интересные для пользователя книги. Что касается "антипиратских историй", мы, как и многие крупные агрегаторы контента не заинтересованы в появлении наших книг на пиратских ресурсах, а соответственно поддерживаем борьбу с ними.

А. Баев,

исполнительный директор «Bookmate»

Bookmate – равно как и вся, пока еще не слишком большая индустрия публикации и дистрибуции электронных книг, как раз очень заинтересован в поддержке чтения. Неважно, как именно человек читает книгу, – напечатанной на бумаге или на экране какого-то устройства. Важно, что он вообще читает книги. И поэтому Bookmate выходит к самому широкому читателю, предлагая, например, возможность читать электронные книги в московских парках, в том числе и бесплатно. В порядке эксперимента мы попробовали это сделать еще несколько лет назад на Московском летнем книжном фестивале. Эксперимент получился настолько удачным, что его примеру последовали и другие компании, занимающиеся электронными книгами. Bookmate — вместе с департаментом культуры Москвы, МГБЦ и МТС — принял участие в проекте «Мобильная библиотека», который обеспечил бесплатными планшетами с бесплатными же книгами детей-пациентов нескольких московских больниц. Как и наши коллеги в Европе и Америке, мы считаем, что главное, чем должна заниматься индустрия для продвижения чтения — это сделать доступ к книгам удобным для читателя, легально доступный ассортимент — максимально широким, навигацию в нем — полезной и информативной. Как показал опыт Spotify и Netflix, только это может сделать отношения пользователей и правообладателей взаимно комфортными.

С. Анурьев,

генеральный директор «ЛитРес»

Мы не считаем возможным разделение чтения электронных книг и чтения в целом, это не исключают друг друга вещи, а одно целое. Конечно, мы продвигаем идею, что читать в электронном варианте удобнее, а книги становятся доступнее, однако даже в такой коммуникации на первом месте всегда основная мысль – «читайте!».

Над продвижением нашего сервиса трудится целый отдел маркетинга. Здесь и контекстная реклама и развитие партнерского направления, e-mail маркетинг и многое другое. Помимо этого мы организуем различные социальные проекты, развиваем PR-направление.

Из самых интересных реализованных проектов – это «Читающий транспорт» при поддержке Мосгортранс и МГБЦ. ЛитРес организовал в наземном транспорте Москвы своеобразные электронные библиотеки, где предоставил пассажирам доступ к произведениям классической и современной литературы бесплатно.

Если говорить о социальных инициативах – сейчас на нашем сайте при активном участии издательства "Эксмо" проходит благотворительный проект «Миллион на добрые дела», в рамках которого планируется до конца года собрать 1 000 000 рублей и передать в благотворительные организации различных категорий. Наши пользователи показали готовность участвовать в благотворительной деятельности, такие проекты получают большой отклик. Эту уже вторая благотворительная акция за этот год, сейчас разрабатывается программа на 2015 год.

Таблица 1.15.

ТОП-5 мероприятий «ЛитРес» по продвижению книги и чтения

Название мероприятия	Дата проведения	Количество посетителей
1. Slon.ru: «Что читает Россия: от Москвы до Дагестана»	16.01.2014г.	> 23000 чел.
2. МТС Бонус: бесплатные книги для новых клиентов	01.01.2014г.	> 100000 чел.
3. РЖД Бонус: бесплатные книги для новых клиентов	01.01.2014г.	> 100000 чел.
4. Поддержка акции: Мир без книг? Мы против!	23.05.2014г.	>100000 чел.
5. Благотворительная акция АСТ: читаешь – детям помогаешь	01.08.2014г.	> 500000 чел.

Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014г.

1.7.2. Рынок электронно-библиотечных систем (B2B)

По оценке экспертов объем продаж ЭБС в Московском регионе (вузы, библиотеки) в 2014 году составит 99 млн. руб. при темпах падения к 2013 году в 10%. При этом доля Москвы в общих продажах ЭБС на B2B-рынке России сохраняется в 2013-2014гг. на уровне 30% (экспертный опрос, сентябрь 2014, Мониторинг).

В целом по состоянию на I полугодие 2014 года рынок цифровых библиотек научного и образовательного контента сложился и обладает плотной конкурентной структурой. Основными игроками на этом рынке являются:

- Университетская библиотека онлайн (ООО Директ Медиа)
- ZNANIUM.Com (издательство «ИНФРА-М»)
- IPRbooks (ООО Ай Пи Эр Медиа)
- Электронная библиотека издательства «БИНОМ»
- Консультант студента (ИГ ГЭОТАР-Медиа)
- eLibrary
- IBook (ЗАО Айбукс)

Их основные клиенты – вузы РФ при минимальном участии прочих корпоративных и частных лиц. Именно благодаря росту активности вузов, подстегиваемых жесткими требованиями государственной аккредитации, на этом рынке до последнего времени ежегодно расширялось предложение (плюс 35-42%) и развивались сервисы. В настоящий период рынок вошел в стадию стагнации, и основными вопросами для игроков становятся вопросы установления качественной оценки ресурсов, добросовестной рекламы и выработка единых отраслевых норм конкуренции на рынке.

В отличие от рынка печатной книги, рынок ЭБС и цифровых издательских коллекций обладает сбалансированной географической

структурой. На Москву приходится от 10 до 40% суммарного объема продаж владельца электронной коллекции (в т.ч. ЭБС), на вузы Санкт-Петербурга – от 5 до 10%, на другие регионы РФ – 50-85%. Иными словами, региональное высшее образование достаточно активно включилось в процесс перехода на цифру и формирует большую часть доходов этого бизнеса.

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

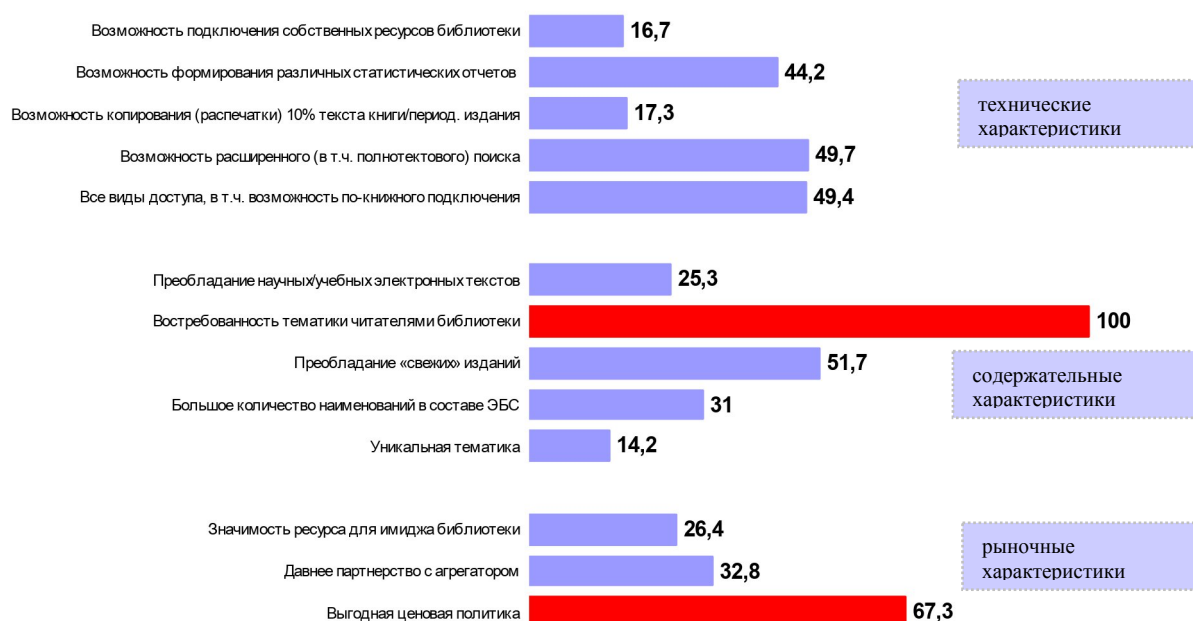
От 65 до 97% текущих электронных ресурсов вузовских библиотек по состоянию на 2014 год приходится на закупаемые у российских поставщиков ЭБС и издательские коллекции. Иными словами, российские агрегаторы ограничены лишь внутренним конкурентным пространством и не испытывают давления со стороны зарубежных поставщиков электронного контента. На текущий момент доля закупаемых у зарубежных поставщиков ресурсов по количеству наименований не превышает 20% цифровых фондов вузов РФ, а по объему финансирования фактически в 3-4 раза проигрывает бюджету на пополнение фонда электронных изданий от российских агрегаторов контента.

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

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

Диаграмма 1.18.

Приоритеты библиотеки вуза при закупке стороннего электронного контента, % голосов



Источник: Книжная Индустрия, экспертный опрос (2014)

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

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

В списке наиболее активных подписчиков ЭБС в Московском регионе за 2014 год в ходе экспертного опроса (октябрь 2014, Мониторинг) названы следующие вузы:

- Университет Российской академии образования
- НИУ Высшая школа экономики
- Государственный академический университет гуманитарных наук
- Российский университет дружбы народов
- Московский социально-педагогический институт
- Государственный университет управления
- Университет Российской академии образования

и библиотеки:

- Российская государственная библиотека (РГБ)
- Библиотека истории русской философии и культуры "Дом А.Ф. Лосева"
- Российская государственная библиотека для молодежи.

1.8. Характеристика негативных и позитивных тенденций в развитии печатного и цифрового книгоиздания в Москве в 2012-2014 гг.

Согласно данным государственной статистики по состоянию на I полугодие 2014г. Москва остается центром книгоиздания Российской Федерации. Именно здесь выходит в свет 55,5% наименований (SKU) книг суммарного выпуска России. При этом доля московских импринтов в суммарном тираже составляет 84,8%, что во многом объясняется размещением в столице издательских структур, ориентированных на выпуск массовой книжной продукции и учебных изданий для общеобразовательной школы. После ощутимого (из-за проблем «АСТ») снижения доли московских издательств в тиражном выпуске РФ в I полугодии 2013 года, в текущем 2014-м всё вернулось к традиционным 84%, по крайней мере, в тиражной политике.

Необходимо отметить, что в структуре книжного выпуска Москвы порядка четверти (в 2014г. – 23,6%; в 2013г. – 22,5%; в 2012г. – 25,8%) составляют издания, выпущенные тиражом от 5000 экземпляров. В то время как в суммарном выпуске Российской Федерации доля таких изданий не превышает 15(14,9)%.

Средний тираж издания со столичным импринтом составил в I полугодии 2014 года 6265 экземпляров при среднеотраслевом показателе в 4100 экземпляров. Причем, в сравнении с I полугодием 2013 года столичный средний тираж подрос на 7,5%, в то время как в среднем по России мы имеем падение этого показателя на уровне 1,8%.

Тем не менее, нельзя не отметить негативные тенденции в сфере приоритетов издательской активности в Москве. Мало того, что суммарный количественный показатель выпуска наименований в I полугодии 2014 года составил лишь 97,2% к аналогичному периоду 2013 года, так и в общем массиве значительно вырос (+18,5%) выпуск брошюр, доля которых

составляет уже 21,2% от общего числа наименований (в I полугодии 2013 – 17,4%). В то время как число книг продолжает сокращаться (92,7% SKU к 2013 году) на фоне заметного в 2014 году роста (+2,8%) переводных проектов.

Негативные тенденции прослеживаются и в структуре книгоиздательской системы Москвы. Так, согласно данным Российской книжной палаты по состоянию на I полугодие 2014 года в издательской системе Москвы насчитывается 1492 действующих (выпустивших хотя бы 1 книгу) издательства, что на 8,9% меньше в сравнении с I полугодием 2013 года (1637). Впрочем, несмотря на сокращение количественного состава, структура столичного книгоиздания сохраняет свои контуры, где доля издательств, выпускающих хотя бы 1 книгу в неделю, не превышает 11%. При этом доля маломощных издательских команд (1 книга за 6 месяцев) остается неизменной на уровне 38%, в то время как число по-настоящему крупных издательств (от 500 наименований книг в годовом исчислении) в I полугодии 2014 года сократилось до 18 компаний (в I полугодии 2013г. – 22). Потери связаны преимущественно со снижением издательской активности учебных и научных издательств («Вентана-Граф», «Либроком», «Юрайт»).

И хотя в 2014 году рыночные индикаторы свидетельствуют об относительной стабильности потребительской аудитории бумажной книги, по данным Книжной палаты тренд снижения издательской активности в 2014 году характерен фактически для половины компаний, входящих в ТОП-15 московского книгоиздания. Отрицательная динамика среднего тиража в I полугодии 2014 характерна для многих устойчиво работающих крупных издательств Москвы (АСТ, Эксмо, Эгмонт, Альфа-книга), но тем не менее, серьезное снижение этого показателя в 2014 году продемонстрировало лишь учебное издательство «Баласс», продукция которого полностью не вошла в новый Перечень учебников, рекомендованных (допущенных) Минобрнауки РФ для использования в общеобразовательной школе.

По данным Российской книжной палаты, в I полугодии 2014 года основные инвестиции московских издательств были сосредоточены в трех традиционно лидирующих сегментах – литературно-художественная книга, детская и учебная книга. Именно эти разделы обеспечили 60,1% наименований и 82,2% тиража суммарного книжного выпуска Москвы в январе-июне 2014 года.

Две трети (60,5%) московских издательств по итогам I полугодия 2014 года существенно превысили средний индекс потребительских цен по группе «непродовольственные товары», который согласно расчетам Росстата в июне 2014 года составил 102,9% (к декабрю 2013 года). Средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в Московском регионе в I полугодии 2014 года находится на уровне 111,81 руб. (+3,01% к I полугодию 2013 года). Инфляция в московском регионе с декабря 2013 года (без учета рождественского всплеска продаж) по июнь 2014 года составила 103,84% в целом по книжному массиву.

В целом государственная статистика выпуска печатных изданий (РКП) за I полугодие 2014 года свидетельствует об определенном нарастании монопольных тенденций в книгоиздании Москвы, отводя пятерке ведущих издательств 32,24% по числу выпущенных названий и 49,04% суммарного тиража общего московского выпуска (в аналогичный период 2013 года – 30,15% и 41,47% соответственно). Аналогичные тренды подтверждают и данные о продажах на территории Москвы в I полугодии 2014 года. Если в январе-июне 2013 года на ТОП-20 издательств приходилось 53,3% оборота московской книжной розницы, то в январе-июне 2014 года их доля выросла до 60,4%. В прогнозных значениях по итогам 2014 года суммарная доля столичного рынка у пятерки ведущих игроков составит 47,6% (в 2013 – 38,8%; в 2012 – 40,4%). И это не предел. В полной мере результаты процессов слияния, которые сегодня мы наблюдаем в издательском бизнесе, проявятся лишь к 2017-2020гг. Пока же жесткого давления на рынок со

стороны новообразованной группы «ЭКСМО/АСТ/Дрофа/Вентана-Граф» не наблюдается.

Наиболее реалистичный сценарий развития событий в 2015-2016 гг. предполагает усиление монополистических трендов рынка, а также постепенное переключение на альтернативные классическим магазинам каналы сбыта. И Московский книжный рынок как органичная часть российской книжной отрасли фактически продублирует эти тренды.

Согласно данным ведущих издательств, в I полугодии 2014г. на книжный рынок Москвы приходится от 17,0 до 55,1% общего объема их реализации при средневзвешенном показателе в 34,3% (в 2013 – 28,37%; в 2012 – 29,33%). При этом 87,5% участников экспертного опроса сообщили о росте доли Московского региона в суммарных продажах за истекшее I полугодие текущего года (средневзвешенный показатель – плюс 3,86%). По состоянию на I полугодие 2014г. основными каналами продаж книжной продукции в Московском регионе остаются традиционные книжные магазины. На них приходится от 30% до 57% суммарной реализации ведущих издательств Москвы. Доля же цифровой дистрибуции в структуре реализации московских издательств не превышает 2,5%.

B2C рынок цифровой (электронной текстовой и аудио) книги в Москве пока слишком компактен и суммарно в годовом исчислении по итогам 2014 года не превысит 400 млн. рублей (или 1,7% книжного рынка Москвы). Хотя, безусловно, оптимизма добавляют результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в рамках Мониторинга. В сентябре 2014 года в скачивании электронных книг из интернета «сознались» 24,4% москвичей, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2013 года составляла лишь 5,2%. Аудитория читателей электронной книги в Москве растет, но всё же по словам О.Е.Новикова (ЭКСМО/АСТ) *«пока электронный формат является в большей степени активной маркетинговой акцией по возвращению людей к чтению, и слабо монетизируется...»*

К сдерживающим факторам развития рынка цифровой книжной дистрибуции в России (в т.ч. и в Московском регионе) можно отнести:

- ♦ очевидную монополию в сегменте B2C продаж (успех любой новой закрытой платформы в России зависит от поддержки монополиста по объему портфеля электронных авторских прав – Эксмо/ЛитРес)
- ♦ сокращение инфраструктуры, уход с рынка в том числе и сильных игроков (в 2014 году прекратили заниматься электронными книгами компании Wexler и OZON)
- ♦ заниженная оценка бизнес-возможностей цифровой дистрибуции владельцами авторских прав

В 2011-2014 гг. в Москве средняя цена (ценник) на электронные книги по прежнему в три раза проигрывает цене бумажного аналога, и по состоянию на I полугодие 2014г. составляет 84,8-110,5 руб. при отрицательной динамике (-4,3%) на фоне I полугодия 2013 года. И это сознательная политика ведущего игрока этого рынка – компании «ЛитРес».

Но, всё же, Москва – по-прежнему лидер книжной отрасли в одном очень важном аспекте: масштабной поддержке авторов, книг и чтения, к которой пока не готовы ни в одном регионе РФ. В столице же в I полугодии 2014г. только на территории книжных магазинов было проведено более 500 мероприятий, что на 10-40% больше прошлогоднего итога.

1.9. Выявление основных проблем в различных сегментах рынка и пути их решения.

Проведенный анализ положения дел в московском книгоиздании позволяет отметить ряд проблем, решение которых имеет значительное влияние на темпы развития печатного и цифрового книгоиздания в Москве.

1. В силу рыночных отношений, сложившихся в книжной отрасли, объем производства печатной книжной продукции регулируется в основном спросом со стороны населения. Снижение интереса к книге в силу целого ряда причин (и экономического, и социокультурного характера), сужение потребительской аудитории, приводит соответственно к снижению книгоиздательской активности в Москве.

Согласно данным Российской книжной палаты по состоянию на I полугодие 2014 года в издательской системе Москвы насчитывается 1492 действующих (выпустивших хотя бы 1 книгу) издательства, что на 8,9% меньше в сравнении с I полугодием 2013 года (1637). При этом доля маломощных издательских команд (1 книга за 6 месяцев) остается на уровне 38%.

Решение данной проблемы видится преимущественно в усилении активности государственных и общественных организаций Москвы по программам поддержки и развития чтения в столице.

Максим Амелин (издательство ОГИ)

«Московская программа делает важное дело. Без неё многие интересные книги так никогда и не увидели бы свет. Мне представляется необходимым увеличение количества наименований, принимаемых на конкурс от каждого отдельного издательства, поскольку круг обращающихся за господдержкой достаточно ограничен. В основном это небольшие издательства, ведущие лабораторную работу по выявлению новых имен в литературе, возвращению несправедливо забытых старых, созданию и обкатке неожиданных издательских проектов. Без такой деятельности не смогут в дальнейшем эффективно работать и отраслеобразующие гиганты, решающие иные задачи».

2. Книгоиздательская деятельность не подлежит лицензированию. Государственный контроль осуществляется в соответствии с действующим законодательством только за публикациями, имеющими антиобщественный характер. Что, с одной стороны, снимает ограничения вхождения в рынок для малого бизнеса, но, с другой стороны, затрудняет ведение статистики именно книгоиздательской активности в Москве, так как далеко не все зарегистрированные издательские организации выполняют требования Федерального Закона «Об обязательном экземпляре документов» от 11 февраля 2002 года N 19-ФЗ. Определенным (но далеко не кардинальным) решением данной проблемы могло бы стать проведение ежегодных исследований динамики московского книгоиздательского рынка при непосредственном контроле со стороны соответствующих Департаментов Правительства Москвы.

3. Средства производства и материалы, необходимые для деятельности издательских организаций, широко представлены на рынке, и свобода их приобретения практически неограниченна. Вместе с тем, вызывает беспокойство тот факт, что в связи с увеличением спроса на высококачественную печатную продукцию объемы зарубежных полиграфических услуг, оказываемых российским издателям, стабильно растут. Российская производственная база не готова обеспечить выпуск востребованных сегодня на рынке книг с игровыми элементами, что, по сути дела, выталкивает издателей детской книги на зарубежную производственную базу, поскольку отпечатать там свою продукцию для них экономически выгоднее. Кардинальное решение данной проблемы видится в отмене таможенных пошлин на не производимые в России в необходимом объеме бумагу и полиграфические материалы, а также в развитии отечественной производственной базы. Но это дело отдаленного будущего. И на текущий момент серьезной проблемой для издательств Московского

региона является ряд несоответствий и искусственно созданных сложностей в тексте Технического регламента Таможенного союза «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» (ТР ТС 007/2011). Экспериментальные книги для детей, отпечатанные на зарубежной полиграфической базе, фактически становятся недоступны в России, в т.ч. и в Москве. И решение данной проблемы видится в незамедлительном внесении соответствующих поправок (разработанных и предложенных книжниками) в действующий Технический регламент Таможенного союза.

Борис Кузнецов (издательство «Росмэн»)

«Отмечу одну локальную, но очень неприятную проблему – «Технический регламент Таможенного союза» в части регулирования книгопечатной продукции для детей. Это как раз тот случай, когда государственное регулирование на пустом месте создало острейшую ситуацию. И вот тут господдержка не помешала бы – нужно приостановить действие этого документа и при участии экспертов отрасли сформировать все-таки разумный и действующий регламент».

4. Важной проблемой остается и рост налоговой нагрузки на издательские предприятия Москвы. 1 января 2002 года закончил свое действие Закон "О государственной поддержке СМИ и книгоиздания РФ", и на текущий момент благодаря инициативам Российского книжного союза льготная ставка НДС (10%) действует лишь в отношении детской книги и книжной продукции, связанной с образованием и наукой. Снижение спроса на книгу в Москве, а также рост налоговых отчислений согласно изменениям, внесенным в Налоговый кодекс РФ законом № 212-ФЗ от 24 июля 2009, приводят к тому, что для сохранения рентабельности собственного бизнеса издатели предпринимают ряд усилий по дальнейшему сокращению издержек, и в первую очередь рекламного маркетингового бюджета по

продвижению книг, а также снижение административных и представительских расходов, в т.ч. участие в ярмарках и др. отраслевых мероприятиях. Безусловно, это негативно сказывается на состоянии книгоиздания в Москве. В определенной степени решением этой проблемы в Москве стала бы более активная поддержка московского книгоиздания как сферы, имеющей общественную значимость, в рамках городских целевых Программ, и расширение списка тематических групп книжных изданий, выпуск которых поддерживается финансированием из средств городского бюджета. Помимо собственно программ необходима и дополнительная работа в плане расширения информирования и книжного сообщества, и конечных покупателей о выпускаемых под патронажем Правительства Москвы книжных изданий.

Константин В. Чеченев (Президент АСКИ)

«В принципе, круг приоритетных тематических направлений у таких Программ определен объективно. Вот только выделяемые средства не адекватны как общественным потребностям, так и интересам издательств, а потому едва ли могут являться серьезным стимулом для издательств. Все же следовало еще раз вернуться к формулированию главных задач таких государственных программ: что жизненно важно сегодня для отечественного книгоиздания и для читательской аудитории, то есть, для потребностей общества? Думаю, что в первую очередь – детская, научная, воспитательно-патриотическая (историческая, политическая, культурологическая, краеведческая) книга. Именно по этим направлениям должны быть сконцентрированы достаточно серьезные средства, это и будет вполне обоснованным государственным заказом».

5. В связи с развитием телекоммуникационных сетей и связанных с ними технологий на практике все более важное значение приобретает распространение электронных книг. Интернет-аудитория в Москве по данным ФОМ в абсолютном значении составляет 6,7 млн. человек (18+), и согласно инициативному опросу посетителей книжных магазинов (сентябрь 2014г.), проведенному в рамках Мониторинга, 24,4% москвичей скачивают электронные книги из Интернета, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2013 года составляла лишь 5,2%.

Поэтому, несмотря на вероятное законодательное закрепление инструментов борьбы с пиратством в интернет-среде до конца 2014 года, несмотря на создание Ассоциации по защите авторских прав в Интернете (АЗАПИ), программа мероприятий просветительского характера о значимости соблюдения норм авторского права для самых широких кругов населения Москвы не должна быть сокращена. Напротив, она требует расширения и дополнительных инициатив при поддержке соответствующих департаментов Правительства Москвы.

Надежда И. Михайлова (ОЦ МДК)

«Главной задачей государства в борьбе с интернет-пиратством является разработка и реализация комплекса мероприятий, направленных на повышение правовой культуры граждан в целом. И еще, конечно, должна существовать мера ответственности за нарушения и наказание, если сознательно люди на эти нарушения идут».

Олег Е. Новиков (ЭКМО/АСТ)

«В целом, сегодня уже можно говорить о том, что на рынке наблюдается перевес позитивных тенденций над негативными, которые, тем не менее, все еще присутствуют в отрасли. И в

числе последних – прежде всего, нелегальное скачивание книг. Надеюсь, нам удастся этот тренд переломить, тем более что расширение текста Закона о защите интеллектуальной собственности прошло второе чтение, и в осеннюю сессию Госдумы закон планируется принять. Я надеюсь, что это поможет исправить ситуацию, и трансформировать бесплатную раздачу книг на пиратских сайтах в легальный рынок потребления контента».

Дмитрий Иванов (Олма Медиа Групп)

«Ликвидировать самые «горячие» очаги пиратства необходимо, но параллельно нам предстоит куда более тяжелая задача: объяснить обществу, что, во-первых, любая книга ДОСТОЙНА того, чтобы за нее платили, а во-вторых, СТОИТ того».

6. Согласно экспертному опросу, проведенному в рамках Мониторинга, по состоянию на I полугодие 2014г. основными каналами продаж книжной продукции в Московском регионе остаются традиционные книжные магазины. На них приходится от 30% до 57% суммарной реализации ведущих издательств Москвы. Причем, несмотря на квартет так называемых VIP-магазинов и значительное количество клубных кулуарных форматов («Чук и Гик», «Гоголь Books», «Dodo Magic Bookroom»), offline книготорговля Москвы – это преимущественно сетевой ритейл в формате «классический книжный магазин». Именно этот канал дает издателям некое ощущение стабильности в финансовом смысле и понятных правил взаимодействия. Кроме того, «классический книжный» - приоритетное предпочтение покупки книг у читающих москвичей. Поэтому именно этот формат объектов книгораспространения требует на сегодня целевой поддержки со стороны государства.

1.10. Предложения по перспективам дальнейшего развития московского рынка печатного и цифрового книгоиздания.

Книгоиздательская сфера, имеющая общественную значимость, требует определенных мер государственной поддержки и регулирования. И перечисленные выше проблемы во многом успешно могли бы быть решены принятием ряда мер при содействии соответствующих Департаментов Правительства Москвы. Для координации усилий в этом направлении оптимальным решением стала бы активная деятельность постоянно действующего Совета представителей органов власти, книгоиздателей и книгораспространителей, приоритетными направлениями работы которого станут:

- Дальнейшая реализация программы социальной рекламы чтения в Москве (создание, производство и размещение социальной рекламы чтения и книги в городе).
- Разработка предложений по формированию системы информирования всех заинтересованных потребителей о новинках книжной продукции, создание многоуровневой, разнообразной по формам, носителям, источникам обновления информационно-коммуникационной среды, которая способствовала бы информированию горожан, органов управления, агентов рынка, библиотек о состоянии книжного рынка.
- Организация ежегодных исследований динамики московского книгоиздательского рынка.
- Разработка и внесение предложений о расширении перечня социально-значимых тематических групп книжных изданий, выпуск которых

финансируется из бюджетных средств в рамках городских целевых Программ, а также подготовка плана мероприятий по информированию населения Москвы о выпускаемых в рамках этих Программ книжных изданиях.

- Внесение предложений о расширении информационных программ об аспектах правового поля в интернет-пространстве. Вступление в силу законодательно закрепленных инструментов борьбы с пиратством в интернет-среде не должно стать причиной приостановки реализации мероприятий просветительского характера о значимости соблюдения норм авторского права для самых широких кругов населения Москвы. Напротив, такого рода мероприятия в силу их действенности, должны проводиться регулярно и с большим охватом.

**Мониторинг обеспеченности населения города Москвы
торговыми площадями
объектов распространения книжных изданий**

2.1. Обзор текущего состояния ритейл-карты административных округов города Москвы в разрезе различных каналов, форматов и форм книжного предложения жителям столичного региона

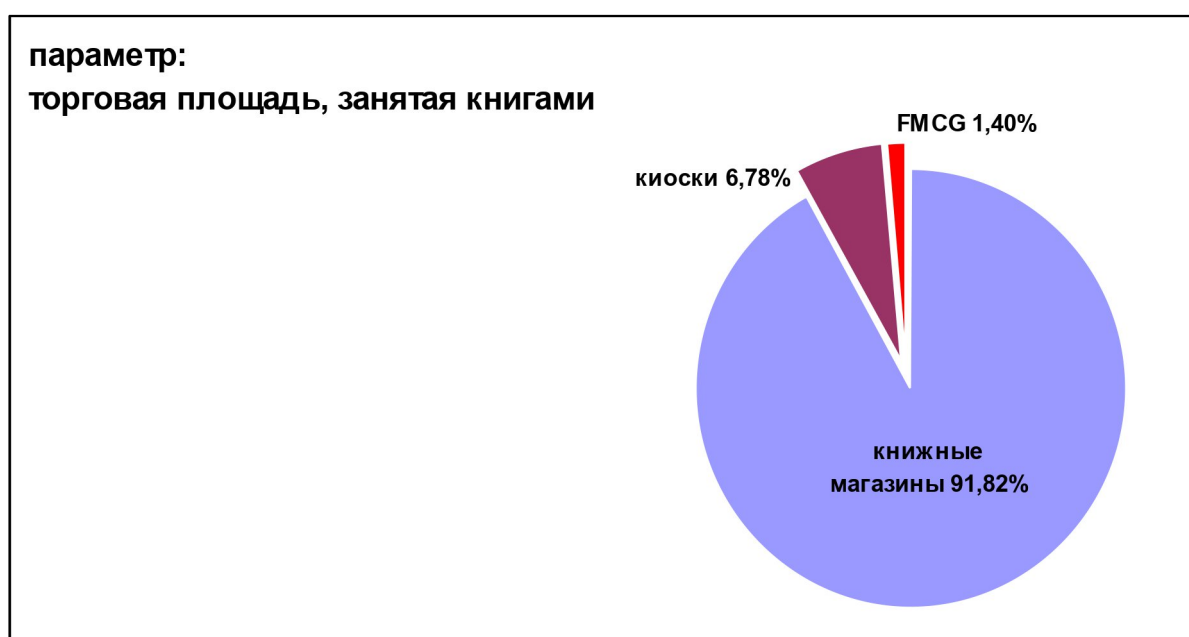
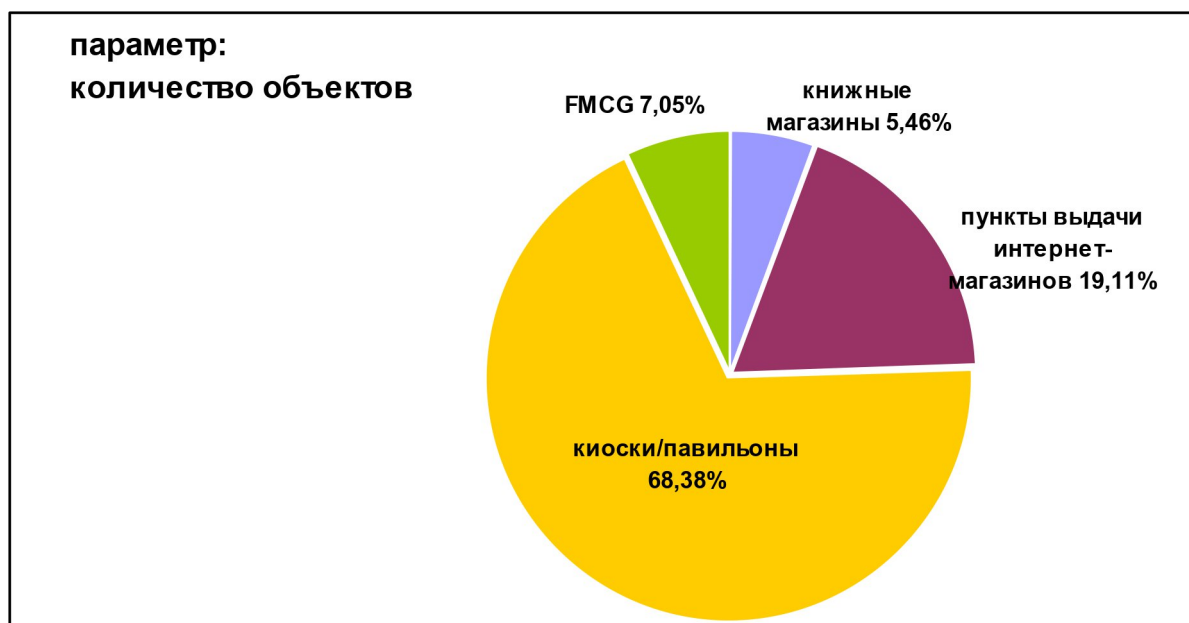
По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Москвы насчитывается 226 специализированных на продаже книжных изданий (>60% торговой площади под книги) стационарных торговых объекта. Расчетный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами составляет 1:51259 (или один магазин на 51 тыс. жителей). На фоне прошлого года (1:55000) этот показатель существенно улучшен благодаря открытию в январе-августе 2014г. новых магазинов под марками «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». Но, тем не менее, Москва продолжает уступать по данному показателю среднему коэффициенту обеспеченности населения книжными магазинами в странах ЕС (один магазин на 5-6 тыс. жителей). Впрочем, это в определенной степени условность, т.к. при оценке «книжного профиля» того или иного объекта в странах ЕС отраслевые (книжные) ассоциации и союзы не учитывают критерий «% торговой площади под книжную продукцию». Для книжной отрасли РФ и её клиентов в Московском регионе этот момент является принципиальным. Хотя расчет обеспеченности по полному спектру объектов книгораспространения позволяет получить другое значение показателя.

Ведь на сегодняшний день в распространении книжных изданий на территории Москвы также принимают участие непрофильные торговые объекты (<10% торговой площади под книги) – это 2831 площадка киосковых сетей, специализирующихся на продаже периодических печатных изданий, 292 площадки сетевого FMCG-ритейла, магазинов детских и канцелярских товаров. В определенном смысле к объектам книгораспространения можно отнести и 831 расположенный в Москве пункт выдачи заказов интернет-магазинов с присутствием книг в ассортиментной карте (Labirint, OZON, My-shop, Read.ru и пр.). Таким образом, коэффициент

обеспеченности москвичей объектами книгораспространения на сентябрь 2014 года – 1:2771 (или один объект на 3 тыс. жителей) с высоким уровнем территориальной доступности – 1 объект в пределах 0,6 км². Суммарная торговая площадь, выделенная под книжные издания в Москве, составляет 41756 кв. м (суммарно по книжным магазинам, киоскам и FMCG-объектам).

Диаграмма 2.1.

Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на 2014 год



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2014г.

И, всё же, согласно проведенному в рамках Мониторинга социологическому опросу, москвичи, проживающие во всех АО столицы, предпочитают приобретать книги в «книжном магазине с большим выбором книг» (94,2% от общего числа респондентов), причем «вес» этого предпочтения москвичей год от года только растет (аналогичные опросы в ноябре 2012г. – 60,2%, в июне 2013г. – 75,9%). В то время как на покупку книг в киосках и FMCG-гипермаркетах (зачастую параллельно с книжным магазином) приходится сегодня лишь 3,83% (2013 – 18,1%; 2012 – 20,2%) и 4,14% (2013 – 7,2%; 2012 – 10,7%) голосов респондентов соответственно.

Диаграмма 2.2.

Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2014 (2013) гг.

*В каких магазинах и где обычно покупаете книги?
(% голосов, закрытый вопрос / допускается более 1 варианта ответа)*



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 17-26 сентября 2014г.)

На фоне сохраняющейся привязанности к традиционным книжным магазинам, в 2014 году социологический опрос продемонстрировал невероятный рост интереса москвичей к покупкам книг в интернет-магазинах

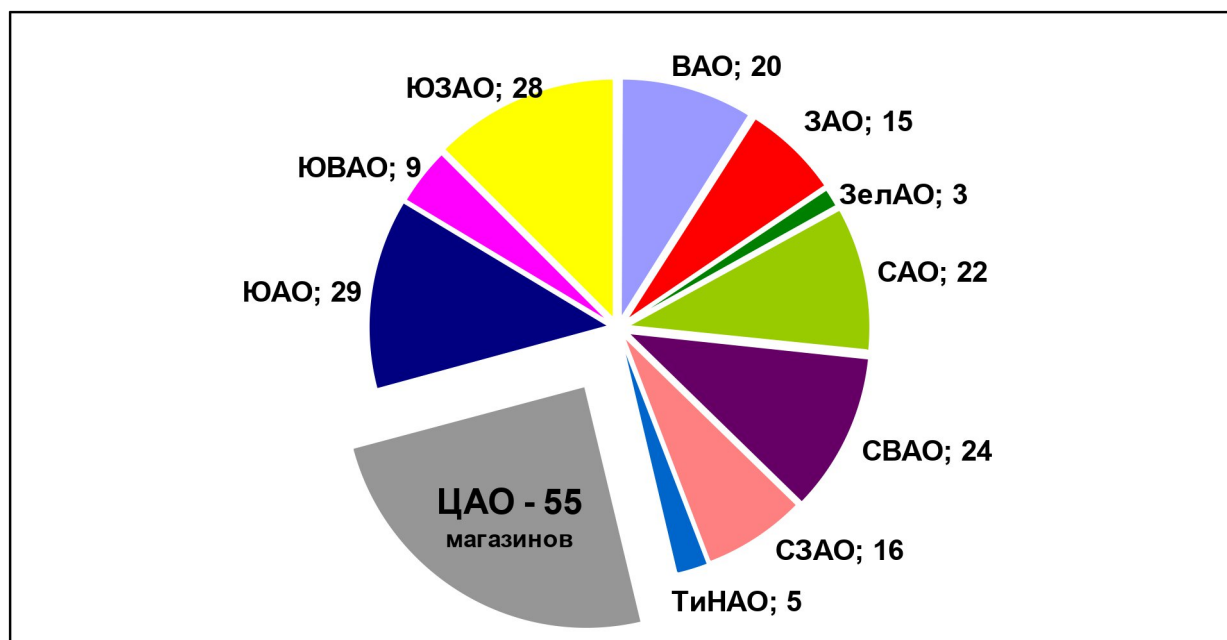
и скачиванию электронных книг из интернета. По состоянию на осень 2014 года 24% респондентов сообщили о чтении электронных книг, в то время как в июне 2013 года таковых насчитывалось лишь 5%. Среди основных устройств для чтения – планшет (в т.ч. iPad) и электронная книга (в т.ч. Kindle, PocketBook).

2.1.1. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины

Собственно, распределение книжных магазинов по «старой» Москве выглядит достаточно равномерно, исключая Юго-Восточный АО. По традиции фактически четверть всех книжных магазинов (24,3%) сосредоточена в Центральном АО Москвы, в то время как в районах за пределами МКАД присутствуют лишь единичные объекты.

Диаграмма 2.3.

География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2014г.

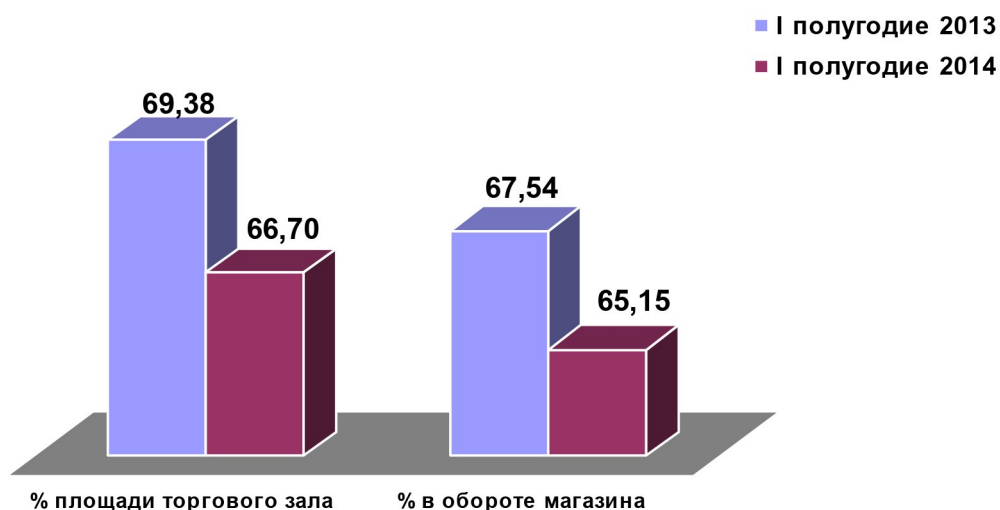
Суммарная торговая площадь книжных магазинов Москвы в 2014 году составляет 56530 кв. м. Однако, в 2013-2014 году присутствие некнижных

товаров и услуг в книжном магазине считается нормой, вопрос лишь в объеме выделяемой торговой площади. В Москве в 2014-м книга может занимать от 30% до 90% площадей книжных магазинов, в обороте – 33-85%. Разброс значений достаточно высок даже в пределах одной сети. И если в магазинах регионов в 2014 году мы видим определенное возвращение к книге, то для магазинов Москвы процесс замещения книжной продукции другими товарными группами продолжается, пусть и почти незаметными «на глаз» темпами. Это касается даже тех магазинов, которые до последнего момента оставались преимущественно книжными. Средневзвешенный показатель долевого участия книги в канале независимой offline розницы Москвы на I полугодие 2014 года составляет

- ♦ 66,70% площади торгового зала (средний показатель по России – 70,96%);
- ♦ 65,15% оборота книготоргового предприятия (средний показатель по России – 70,75%).

Диаграмма 2.4.

Доля книг в торговом предложении книжных магазинов Москвы
(средневзвешенный показатель, %)



Источник: экспертный опрос, сентябрь 2013-2014гг., аналитика Мониторинг

Значимое присутствие некнижной продукции в книжных магазинах может объясняться и концепцией объекта, и сугубо коммерческими соображениями, и объективными внешними обстоятельствами.

Н.Е. Беликова,
генеральный директор ДК «Молодая Гвардия»

Самое важное для книжного магазина в Москве – остаться книжным. Москвичи, которые читали и читают книги, будут продолжать их читать в бумажном или электронном виде, хотя, безусловно, повышение цен влияет на покупательскую способность. И конечно, пиратское распространение электронных версий книг волнует и издателей, и авторов, и нас.

М.Н. Каменева,
генеральный директор ТДК «Москва»

Если говорить о профессиональных проблемах, то нас, как вероятно и других книоторговцев, волнует потеря навыков чтения в обществе и падение платежеспособности населения, ориентир издательств на интернет-продажи и некнижный ритейл, сокращение числа новых авторов и новых издательских проектов, а также использование демпинга отдельными книгораспространителями. Если честная конкуренция способствует развитию и совершенствованию рынка, то демпинг цен его разрушает.

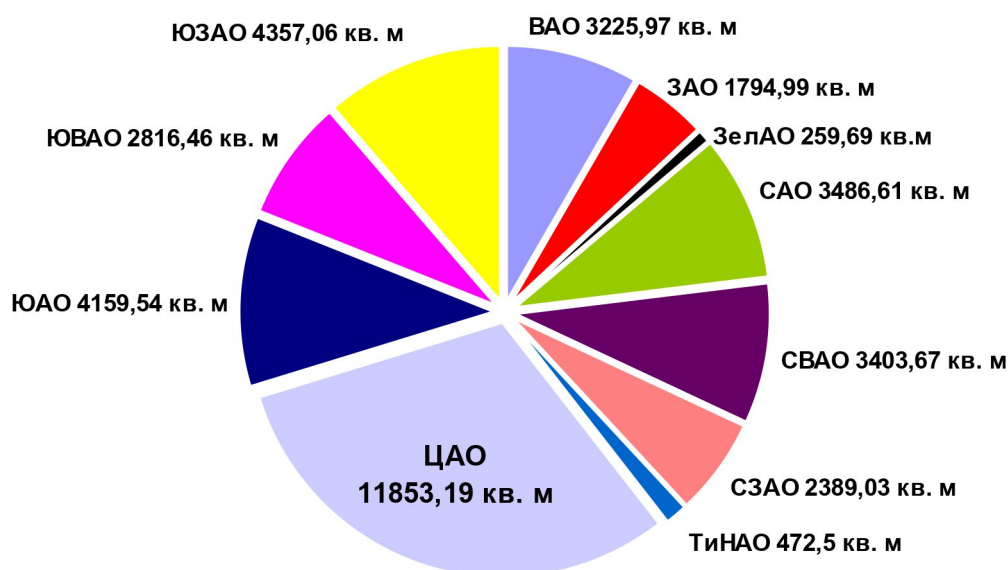
В 2014 году для ТДК «Москва» серьезной проблемой стали, и отмена парковки в центре Москвы, и снижение количества покупателей, туристов в летний сезон. Нам не хватает поддержки власти в вопросе расширения социальной рекламы по поддержке чтения на ТВ и в городской инфраструктуре, а также в вопросах финансирования книжных проектов. Всё, что делает город в поддержку чтения – проект «Книги в парках» и др. – к книжным магазинам не имеет отношения.

(экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014г.)

В любом случае суммарно книжная выкладка книжных магазинов Москвы составляет на сегодня лишь 38218,71 кв. м. (из 56530 кв. м общей торговой площади).

Диаграмма 2.5.

Распределение суммарной книжной выкладки (кв. м) книжных магазинов по административным округам Москвы



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2014г.

В 2014 году, как и в 2013, книготорговые предприятия Москвы в массе своей ориентированы на ускорение оборачиваемости книжных товарных групп и активно работают с плавающей наценкой в диапазоне 50-150%. Коэффициент наценки зависит от тематической группы, ликвидности товара (бестселлеры), условий поставщика и сезона продаж. В 2014 году в ассортимент московских книжных магазинов ежемесячно включается 2800-3600 новых наименований (SKU), а средняя цена книжного предложения (ценник) составила 342,75 рублей (+8,4% к 2013 году или 11,3% к 2012г.). В целом эта динамика обусловлена преимущественно ростом цены поставки, а не изменениями в ассортиментной матрице магазинов или коррекцией наценки. Средняя цена реализованного издания (293,17 рубля) в этом канале существенно ниже заявленного предложения, но, тем не менее, она демонстрирует положительную динамику (+2,17% к I полугодью 2013 года). Впрочем, в последние три года для столичной (традиционной)

книготорговли, как и для региональных книжников, актуален тезис – цена играет существенную роль в выборе книги потребителем.

Необходимо также отметить, что помимо собственно торговой деятельности стационарные книжные магазины ведут большую работу по поддержке и развитию интереса к чтению и книги у москвичей. И это не только встречи с авторами, мастер-классы и детские клубы на территории магазинов, но и масштабные акции, охватывающие широкие круги москвичей, подобно «Книжной бессоннице» (ТДК Москва), Фестивалю детской книги (ОЦ МДК) или активному участию в «БиблиоНочи» (ДК Молодая Гвардия). Причем, в 2014 году книжные магазины Москвы нарастили объем (количество) мероприятий, направленных на поддержку и продвижение книг в Московском регионе. Так, «Новый книжный / Читай-город» в январе-августе 2014 года провел на площадках сети 110 мероприятий (+22% в сравнении с аналогичным периодом 2013 года), Дом книги «Молодая Гвардия» за этот же период предложил своим посетителям 100 мероприятий (+10%), а ОЦ МДК – 230 мероприятий с динамикой роста в сравнении с январем-августом 2013г. на уровне плюс 42,6%.

Таблица 2.1.

**ТОП-15 мероприятий книжных магазинов по продвижению книги и чтения на территории Москвы по количеству посетителей (участников).
Январь-август 2014г.**

№	Название мероприятия	Книжный магазин	Дата проведения	Кол-во участников
1	«Книжная бессонница» (ежегодно с 2002 года)	ТДК Москва	Май 2014г.	1500
2	БиблиоНочь 2014	ДК "Молодая Гвардия"	25 апреля 2014г.	1200
3	Ежегодный XVI Фестиваль детской книги «Вместе с книгой мы растем»	ОЦ «Московский Дом Книги»	24-31 марта 2014г.	986

4	Ежегодная «Неделя деловой литературы»	ОЦ «Московский Дом Книги»	17-23 февраля 2014г.	750
5	Встреча с А. Шепсом	ДК "Молодая Гвардия"	15 февраля 2014г.	400
6	Встреча с Максом Фраием	Новый Книжный / Читай-город	14 марта 2014г.	350
7	Поэтическая встреча и автограф-сессия с Е. Евтушенко "Граждане, послушайте меня!"	ОЦ «Московский Дом Книги»	26 июня 2014г.	322
8	Встреча с В.В. Познером	ОЦ «Московский Дом Книги»	08 апреля 2014г.	300
9	Итальянские вечера (Всегда главная тема – ЧТЕНИЕ)	ТДК Москва	Регулярные мероприятия	250
10	Литературно-поэтическая программа «Поэты-фронтовики», посвященная празднованию Дня Победы	ОЦ «Московский Дом Книги»	14 мая 2014г.	245
11	Авторская встреча + автограф-сессия с Т. Толстой	ТДК Москва	17 июня 2014г.	220
12	Творческий вечер Е. Евтушенко	ТДК Москва	21 мая 2014г.	220
13	Встреча с А. Мясниковым	ДК "Молодая Гвардия"	10 июля 2014г.	200
14	Встреча с Дмитрием Быковым	Новый Книжный / Читай-город	20 февраля 2014г.	200
15	Публичные лекции (литературные темы)	ТДК Москва	Регулярные мероприятия	180

Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014г.

2.1.2. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины

Существенную роль в структуре ритейл-карты московского рынка печатной книги играет и интернет-канал – интернет-магазины книжного профиля (прежде всего OZON.ru, Лабиринт, READ.ru, Мой магазин/My-shop.ru). По данным социологического опроса (сентябрь 2014г.) 21,63% москвичей, приобретающих печатные книги с разной периодичностью в течение года, пользуются для этого услугами интернет-магазинов. Причем на фоне аналогичного опроса 2013 года аудитория приверженцев интернет-покупок выросла двукратно (с 10,8% в 2013 до 21,6% в 2014).

Согласно экспертной оценке объем интернет-продаж печатных книг в Москве в I полугодии (январь-июнь) 2014г. составил 2,2-2,5 млрд. рублей при темпах роста на уровне плюс 4-5% к аналогичному периоду прошлого года¹.

По состоянию на 2014 год все издательства Москвы используют интернет-канал в качестве одного из направлений сбытовой политики, но далеко не все сотрудничают со специализированными дистрибуторами, ограничиваясь возможностями собственного сайта. Большинство крупных и средних издательств с внушительными оборотами достаточно консервативны – интернет-продажи не превышают в среднем 2-18% объема реализации этих издательства в столице (Росмэн – 7%, АСТ – 15%, , Рипол Классик – 3,7%, Олма Медиа Групп – 20%, Эгмонт – 2%, ИГ Азбука-Аттикус – 18%).

Диаграмма 2.6.

Ассортиментная карта интернет-канала



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга (данные READ.ru, OZON.ru, My-shop.ru, Labirint.ru), сентябрь 2014гг.

В ассортиментной карте данного канала преобладают тематические блоки детской книги (21%) и художественной литературы для взрослых

¹ Экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014: средневзвешенное значение по данным интернет-магазинов OZON.ru, READ.ru, MY-SHOP.ru

(23%). Причем, по данным интернет-магазинов Москвы даже на общем положительном фоне динамики продаж в I полугодии 2014 года раздел «Детская книга» демонстрирует впечатляющие темпы роста продаж – плюс 13-25% к аналогичному периоду прошлого года (экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014).

Основные тренды данного канала в 2014 году:

- рост клиентской базы и закрепление привычки покупать книги в виртуальном магазине;
- высокое абсолютное значение среднего чека (1486,33 руб.) со значительными темпами прироста в 2014 году – плюс 10-15% в зависимости от интернет-магазина;
- расширение каталога печатных книг, в т.ч. русскоязычных SKU, на фоне роста средней цены позиции (214,66 руб. / +16% к 2013г.);
- расширение клиентских сервисов (личный кабинет, адресный мейлинг, контекстная реклама, работа с блогами и социальными сетями).

На текущий момент на рынке книжной интернет-торговли Москвы лидируют две компании – OZON и Labirint.

Доля книжных продаж в общем объеме оборота OZON по итогам января-августа 2013 года составила 30% (за аналогичный период 2013г. – 32%). Общий ассортимент печатных книг OZON.ru, доступных для приобретения на август 2014 года, насчитывает 2 261 424 SKU (+32% к августу 2013г.), в т.ч. 68% русскоязычных наименований. Средний ценник книги находится в пределах 254 рубля (без учета стоимости доставки). Магазин ежемесячно в I полугодии 2014г. включал в свой ассортимент 30000 новых наименований книг и предлагал москвичам курьерскую доставку и 202 пункта выдачи заказов. Средний чек зарегистрированного в Москве покупателя (только книги) этого интернет-магазина в I полугодии 2014г. составил 1119 руб. (+12% к 2013г.).

В отличие от своего конкурента, постоянно расширяющего ассортимент новыми товарными линейками, «Лабиринт» (Labirint.ru) сохраняет свою книжную направленность с 2005 года, и прогнозируемая для него доля канала интернет-продаж на книжном рынке Москвы по итогам 2014 года составит не менее 32%.

Главными преимуществами “Лабиринта” являются: полный ассортимент книгопечатной продукции, развитые рекомендательные сервисы, бесплатная доставка и накопительная дисконтная система, позволяющая постоянным клиентам снижать объявленный ценник книги до 25%. Все эти бонусы объясняются оптовой ориентацией компании, наличием собственного склада (Люберцы), розничной сети, а также отлаженной системой логистики. Вопреки универсальному ассортименту, в профессиональной среде книжников Labirint.ru «числится» профилированным на детской книге.

По состоянию на август 2013 года интернет-магазин «Лабиринт» имеет 57 пунктов выдачи заказов в Москве, преимущественно в партнерстве с сетью супермаркетов дисконт-класс «Дикси/Квартал» и на базе собственной розничной сети магазинов «Книжный Лабиринт».

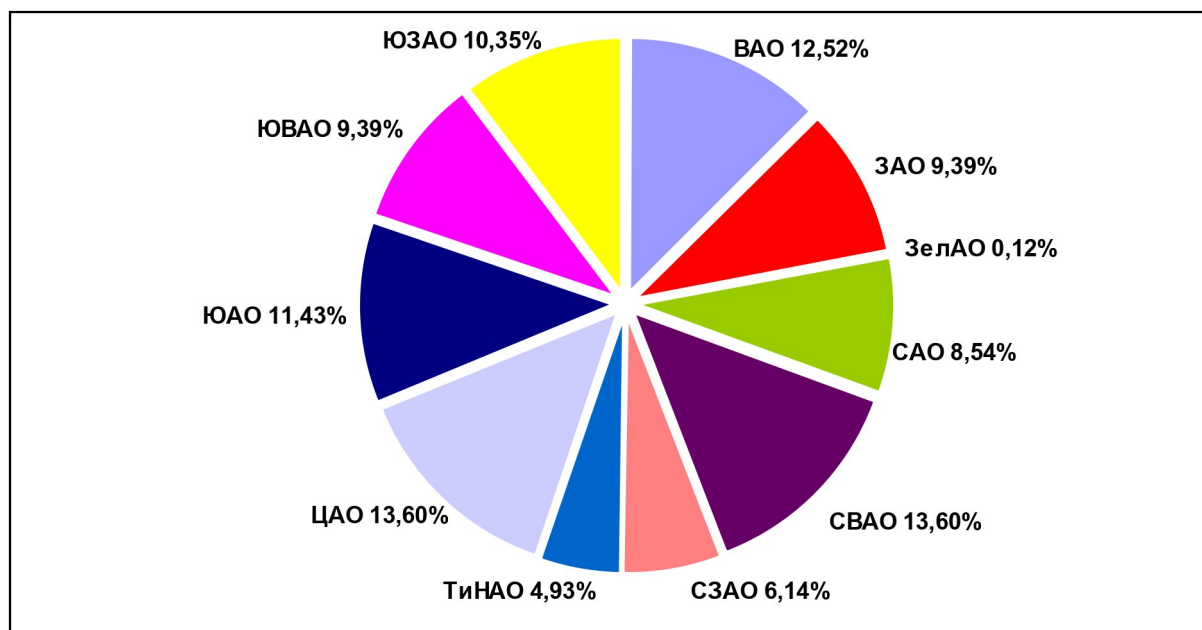
Сопоставимым количеством пунктов выдачи заказов в столице располагает и интернет-магазин «My-shop»: 54 ПВЗ преимущественно в партнерстве с салонами автосервиса (ООО "МВО-Столица") и салонами «Мультифото» (ООО "Базис"). Общий ассортимент печатных книг My-shop.ru, доступных для приобретения на август 2014 года, насчитывает 744000 SKU, в т.ч. 90% русскоязычных наименований. Магазин ежемесячно в I полугодии 2014г. включал в свой ассортимент 4995 новых наименований книг, а его средний ценник книги находится в пределах 128 рублей (+10% к августу 2013г.). Средний чек зарегистрированного в Москве покупателя (только книги) этого интернет-магазина в I полугодии 2014г. составил

2240,08 руб. (+10% к 2013г.). С января по июнь 2014 года My-shop.ru еженедельно в среднем выполнял 4269 заказов с доставкой по Москве.

Еще один серьезный игрок книжного интернет-рынка столицы – магазин Read.ru располагает 421 пунктом выдачи заказов по Москве (включая территорию ТиНАО) – преимущественно на базе киосков «Центропечать» и мини-маркетов «Хорошие новости»/ ООО «ПрессХаус». Общий ассортимент печатных книг Read.ru, доступных для приобретения на август 2014 года, насчитывает 140000 SKU (-7% к 2013г.), а доля зарегистрированных в Москве клиентов этого интернет-магазина составляет 65% его клиентской базы. Магазин ежемесячно в I полугодии 2014г. включал в свой ассортимент 8000 новых наименований книг, а его средний ценник книги находится в пределах 265 рублей (+26% к августу 2013г.). Средний чек зарегистрированного в Москве покупателя этого интернет-магазина в I полугодии 2014г. составил 1100 руб. (+15% к 2013г.).

Диаграмма 2.7.

География распределения пунктов выдачи заказов интернет-магазинов по административным округам Москвы в 2014г.



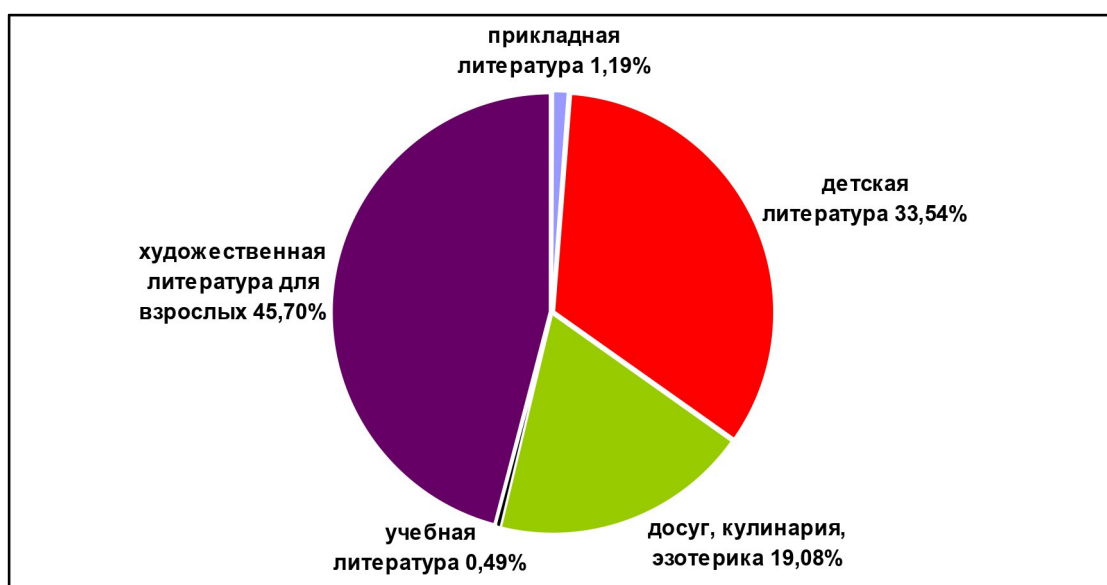
2.1.3. Ритейл-карта Москвы: FMCG-объекты и киосковые сети

В ритейл-карту московского книжного рынка достаточно органично на сегодняшний день включены киосковые сети, а также площадки FMCG-сетей, предлагающие книги в качестве сопутствующего товара (<10% торговой площади).

Но если объем отгрузок издательств по FMCG-каналу в Москве существенно (+10%) растет в 2014 году, то доля покупок москвичей в непрофильных супермаркетах, напротив, снижается (-3% к 2013г.)². Фактически 80% книжного предложения FMCG-объектов составляют издания художественной литературы для взрослых и детские книги. Средняя цена реализованного книжного издания в этом канале в I полугодии 2014 года составила 118,66 руб.

Диаграмма 2.8.

Ассортиментная карта категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на I полугодие 2014г.



² Экспертный и социологический опросы, проведенные в рамках Мониторинга, сентябрь 2014г.

Источник: Данные проекта «Книжный рынок России 2010-2015» /АШАН, МЕТРО, О`КЕЙ, СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ

По данным компаний на сентябрь 2014 года книги присутствуют в ассортиментной матрице торговых площадок следующих непрофильных потребительских сетей:

Ашан – 22 площадки, исключая «Ашан-сад», в Московском регионе.

Metro Cash & Carry – 9 площадок в Московском регионе.

Детский мир – 47 площадок в Московском регионе (ровное покрытие по АО Москвы, исключая ТиНАО).

Сеть магазинов «Дети» – 44 площадки в Москве (с преимущественным размещением в ЮАО, ЮЗАО).

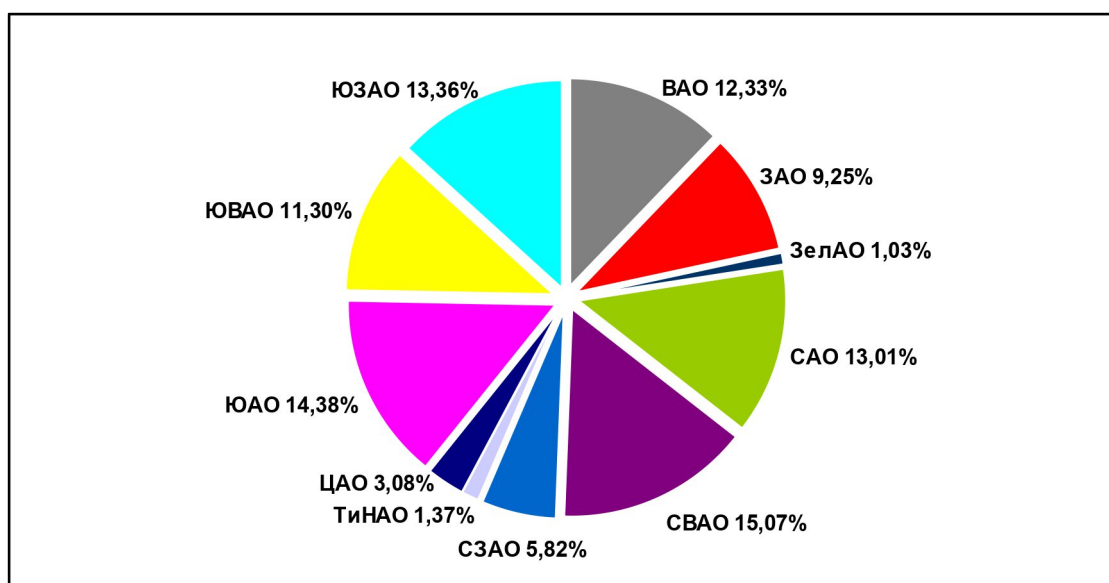
Магнит, сеть супермаркетов – 158 площадок в Москве (с преимущественным размещением в ЮАО, САО, СВАО и ВАО).

О`кей, сеть супермаркетов – 14 площадок в Москве.

В 2014 году продолжает активно развиваться главным образом сетевой ритейл, профилированный на детских товарах, существенно прирастая и по географии, и по объему торговых площадей. Учитывая популярность детского сегмента в списке приоритетных издательских инвестиций, этот канал сбыта становится всё более значимым и на книжном рынке Москвы.

Диаграмма 2.9.

География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2014г.



Источник: открытые данные компаний, аналитика в рамках Мониторинга

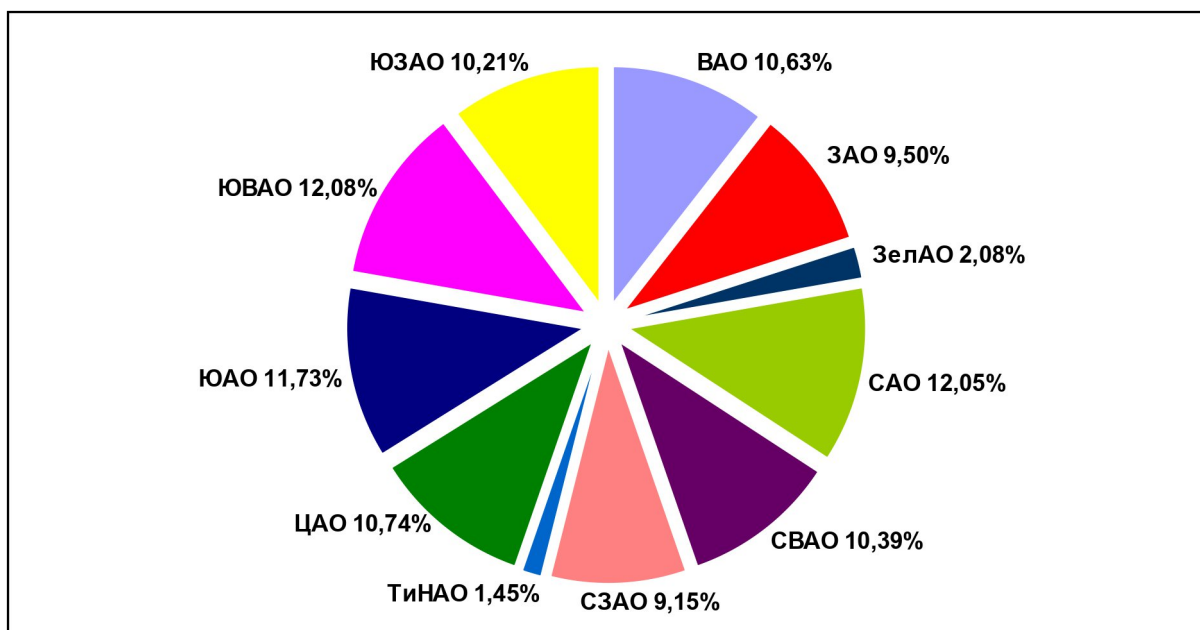
На данный момент канал киосковых сетей показывает отрицательную динамику продаж для книжников в Московском регионе – его пропускная способность снизилась в I полугодии 2014 года до 2,54% (2013 – 3,7% и 2012 – 6,9%) общего объема реализации книжных издательств в Московском регионе, что связано с высоким порогом входа в киоски для книжника и серьезными проблемами самого канала.

С точки зрения АРПП этот канал в целом за последние 2-3 года характеризуют следующие тренды:

- ♦ низкий уровень обеспеченности жителей Москвы объектами прессы;
- ♦ высокий % закрытых киосков прессы;
- ♦ развитие нецивилизованной розничной торговли прессой – рост количества «ручников»;
- ♦ отсутствие системы поддержки и налоговых льгот для распространителей прессы.

Диаграмма 2.10.

География распределения объектов киосковых сетей (исключая лотки и пресс/стенды) по административным округам Москвы в 2014г.



Источник: данные АРПП по состоянию на август 2014г., аналитика в рамках Мониторинга

На текущий момент издательства Москвы продолжают работать с киосковыми сетями «АРИА АиФ», «Горпечать», «Желдорпресс», ООО «Пресс Логистик», ЗАО «Сейлс» и пр.

ЗАО «АРИА-АиФ» представляет более 100 киосков в Москве с 1500 наименований позиций разных товарных групп.

ЗАО «Сейлс» - компания, занимающаяся дистрибуцией прессы в Москве с 1999 года и на сегодняшний день располагающая собственной столичной сетью из более 30 объектов.

ООО «ПрессХаус» - оператор, осуществляющий торговлю периодическими изданиями, книжной продукцией, мультимедиа, сувенирами, подарками и продуктами питания, в Москве представлен специализированными минимаркетами прессы «Хорошие Новости» - до 100 объектов.

ООО «Горпечать» (в т.ч. сеть ООО «Метропресс») более 200 киосков

Желдорпресс – более 15 объектов на московских железнодорожных вокзалах; в Восточном, Северном и Центральном административных округах Москвы; в подмосковных электропоездах повышенной комфортности.

В прогнозных значениях на весь 2014 год в структуре каналов книгораспространения РФ, в том числе и для Московского региона, возрастет значимость нетрадиционных торговых площадок – супермаркетов потребительского (и прежде всего «детского») ритейла, а также интернет-магазинов различного профиля. И, напротив, продолжит снижение доля объектов киосковых сетей при параллельном постепенном развитии канала традиционных книжных магазинов в формате «шаговой доступности».

2.2. Мониторинг обеспеченности населения административных округов Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий с указанием доли различных форматов по состоянию на 2014 год

2.2.1. Северо-Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Западного АО располагается 343 торговых объекта распространения книжных изданий (8,21% Москвы), в том числе:

16 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (7,08%);

259 киосков по продаже печатной продукции (9,15%);

51 пункт выдачи заказов интернет-магазинов (6,14%);

17 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (5,82%).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:58888 (в 2013 году – 1:67300), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 2389,03 кв. м. Улучшение ситуации связано с открытием в округе новых магазинов «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». Уровень территориальной доступности книжного магазина – один объект на 5,83 кв. км. Причем, 87,5% книжных магазинов ЗАО относятся к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.2.

Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Буква	Щукинская ул., вл.	10:00-22:00	150	75%	универсальны	смешанная

	42, ТЦ "Щука", 3-й этаж				й	
Дом книги в Тушино	Яна Райниса б-р, д. 21	пн-пт 09.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	320	69%	универсальны й	смешанная
Книги (ООО Книжная лавка)	Волоколамское шоссе, д. 3, стр. 1	пн-пт 10:00-19:00 сб 10:00-17:00	40	90%	универсальны й	прилавочный
Книжный Лабиринт	Сходненская ул., д. 56, ТЦ "Калейдоскоп", 4-й этаж	10:00-22:00	251	60%	универсальны й	самообслужива ние
Книжный Лабиринт	Соколово-Мещерская ул., д. 16/114	10:00-21:00	120	50%	универсальны й	самообслужива ние
Книжный Лабиринт	Пятницкое шоссе, вл. 2, ТП "Отрада", 1-й этаж	10:00-21:00	202	70%	универсальны й	самообслужива ние
Книжный Лабиринт	Воротынская ул., д. 6	10:00-21:00	256	60%	универсальны й	самообслужива ние
КОФЕ/КНИГИ (ООО Книжный дом)	Тушинская ул., д. 12	10.00-20.00; вс 10.00-18.00	140	50%	универсальны й	смешанная
Мир Школьника	Митинский 3-й пер., д. 1	пн-сб 10:00-20:00; вс 10:00-18:00	110	70%	профилирован ный	самообслужива ние
МОРКНИГА (ООО)	Пятницкое шоссе, д. 7, корп. 1	пн-пт 09:00-19:00; сб 10:00-16:00	69	75%	универсальны й	смешанная
Новый Книжный	Маршала Бирюзова ул., д. 17	09:00-21:00	333,2	60%	универсальны й	самообслужива ние
Новый Книжный	Митинская ул., д. 48	09:00-21:00	135,8	70%	универсальны й	самообслужива ние
Новый Книжный	Сходненская ул., д. 50	09.00-21.00	360	75%	универсальны й	самообслужива ние
Читай-Город	Дубравная ул., д. 34/29, ТРЦ "Ладья" Маршала Катукова ул., 25, ТЦ	10.00-22.00	462	60%	универсальны й	самообслужива ние
Читай-Город	«Солнечный ветер», 3-й этаж	10:00-21:00	214	65%	универсальны й	самообслужива ние
Читай-Город	Планерная ул., д. 7, ТПУ «Планерная», 2-й этаж	09.00-22.00	514	65%	универсальны й	самообслужива ние

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории СЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью и у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (66,6%) и у гостей округа (19,7% специально приезжают в магазин преимущественно по причине большого выбора книг). В целом, жители и гости Северо-Западного АО Москвы достаточно регулярно посещают книжные магазины (59% - не реже 1 раза в месяц), при совпадении данного графика с режимом покупки книги. Иными словами, заходят в магазин исключительно с целью приобретения книг, отдавая предпочтение в равной степени специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (98,4%) и скачиванию электронных книг из интернета (31,2%).

Среднестатистический посетитель книжных магазинов СЗАО тратит на книги в месяц от 500 и более рублей (73,8%), посещая книготорговые объекты, как правило, с целью приобретения книг для собственного досуга (85,3%) и для ребенка (32,79%).

Таблица 2.3.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северо-Западного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в СЗАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Читай-Город / Планерная ул., д. 7, ТПУ «Планерная», 2-й этаж; 18-19 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	58,2	22,95	11,48	7,38	0,0
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	85,25	32,79	0,82	8,20	4,10
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	0,82	6,56	14,75	36,89	36,89
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета
	98,36	0,82	4,1	9,84	31,15
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	другое	
	59,02	13,93	18,03	9,02	

Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	66,57	6,56	19,67	4,17	95,83	0,0	8,2

2.2.2. Южный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Южного АО располагается 498 торговых объекта распространения книжных изданий (11,91% Москвы), в том числе:

29 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (12,83% данного формата в Москве);

332 киоска по продаже печатной продукции (11,73% киосков в Москве);

95 пунктов выдачи заказов интернет-магазинов (11,43% ПВЗ в Москве);

42 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (14,38% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:59621 (в 2013 году – 1:61750), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 4159,54 кв. м. Динамика коэффициента обеспеченности связана с открытием в феврале и августе 2014 года двух новых магазинов «Читай-город» и «Книжный Лабиринт» при параллельном закрытии магазинов сети «Лавочка детских книг» (ООО «Детская книга») в связи с прохождением процедуры банкротства. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЮАО – один объект на 4,43 кв. км.

Причем, 79,3% книжных магазинов ЮАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Принимая во внимание тот факт, что 82,1% книжных магазинов округа относятся к крупноформатным объектам (превышая площадь в 100 кв. м), а также активное обращение жителей ЮАО к услугам интернет-магазинов и лотков/киосков, данный показатель можно рассматривать как соответствующий реальным потребностям жителей в данном формате приобретения книги.

Таблица 2.4.

Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Dodo/ZIL	Восточная ул., д. 4, корп. 1, Культурный центр ЗИЛ	11.30-21.30	80	60%	универсальный	самообслуживание
Буква	Красного маяка ул., д. 2б, ТЦ "Пражский пассаж"	10:00-22:00	150	65%	универсальный	самообслуживание
Буква	Б. Тульская ул., д. 13, ТЦ "Ереван"	09:00-22:00	220	60%	универсальный	самообслуживание
Дом книги в Орехово	Плаза 3-й этаж	пн-пт 10.00-20.00				самообслуживание
Дом книги в Сабурово	Каширское шоссе, д. 88/26 стр. 2	сб-вс. 10.00-18.00	255	71%	универсальный	самообслуживание
Дом книги в Чертаново	Каширское шоссе, д. 55, корп. 1	пн-пт 10.00-20.00	71	54%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Красном маяке	Чертановская ул., д. 14, корп. 1	сб-вс 10.00-21.00	190	76%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Трофимова	Красного маяка ул., д. 11, корп. 1	пн-пт 10.00-20.00	81	75%	универсальный	самообслуживание
Дом книги Новинка	ул., д. 11, корп. 1	сб-вс. 10.00-18.00				самообслуживание
Книги (ООО Даяна)	Трофимова ул., д. 1/17	сб-вс. 10.00-19.00	147	75%	профилированный на картографии	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Восточная ул., д. 15/6	пн-пт 09.00-21.00	281	77%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Харьковская ул., д. 3, корп. 2	сб-вс 10.00-20.00	50	60%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Варшавское шоссе, д. 87Б, ТЦ "Варшавский"	09:00-19:00	191	70%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Домодедовская ул., д. 28, корп. 1, ТД "Белград", цокольный этаж	10:00-22:00	150	60%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Поляны ул., д. 8, ТЦ "ВиВа", 2-й этаж	10:00-21:00	157	70%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Росошанская, д. 6, ТЦ "Персей", 1-й этаж	10:00-21:00	180	60%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Варшавском шоссе, д. 160, ТЦ "Галерея Атлантис", 2-й этаж	10:00-22:00	190	60%	универсальный	самообслуживание

Книжный Лабиринт	Проектируемый проезд 5396, д. 15, ТЦ "Молл Гэллери" Андропова	09:00-22:00	230	60%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	проспект, д. 38	10:00-22:00	658,9	60%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Варшавское шоссе, д. 82	10:00-22:00	340,8	65%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Мастеркова ул., д. 3	09:00-21:00	256,8	65%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Орехово метро, вестибюль Пролетарский просп., д. 20, стр. 2	10:00-22:00	70	60%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Шаболовка ул., д. 30/12	10:00-22:00	283,8	70%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	24-й км МКАД, ТРК «VEGAS», 2-й этаж	09:00-21:00	215,6	70%	универсальный	самообслуживание
Республика	ТРК «VEGAS», 2-й этаж Б. Тульская ул., д. 13, ТЦ "Ереван Плаза"	10:00-23:00	189	30%	универсальный	самообслуживание
Республика Сири. Магазин христианской книги (ПБОЮЛ)	Автозаводская ул., д. 19, корп. 1 Кировоградская ул., д. 9, корп. 4, ТЦ «Южный»	10:00-19:00	190	30%	религиозная/пра вославная лит- ра	самообслуживание
Читай-Город	Ореховый б-р, д. 22а, ТРК "Облака"	09:00-21:00	44	60%	универсальный	самообслуживание
Читай-Город Школа Семи Гномов (ООО Мозаика- Синтез)	Ореховый б-р, д. 29	10:00-22:00	948,6	70%	универсальный	самообслуживание
Школьник и К	Андропова просп., д. 29 Ореховый б-р, вл. 24	10:00-21:00	348	60%	профилированн ый на детской лит-ре	самообслуживание
		10:00-22:00	210	70%	универсальный	самообслуживание
			120	60%	универсальный	самообслуживание

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (54,8%). При этом респонденты опроса в Южном АО Москвы в массе своей достаточно редко посещают книжные магазины – раз в полгода (35,8%) при высокой доле случайного посещения «по пути». График покупки книг примерно идентичен посещению магазина без четко выраженных предпочтений формата покупки книг и в равной степени ориентируясь и на лотки/киоски (12,8%), и заказывая книги в интернет-магазине (24,0%), и выбирая специализированные книжные магазины с большим ассортиментом книг (59,6%). При этом 18,5% респондентов опроса в ЮАО «сознались» в практике скачивания электронных книг из интернета. В целом, посетители книжных магазинов

ЮАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (69%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (73,8%).

Таблица 2.5.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Южного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮАО Москвы (выборка 100 человек, книоторговый объект – Читай-город / Кировоградская ул., д. 9; 17-19 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год		другое		
	21,13	30,0	29,77	16,91		2,0		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок		в семейную библиотеку		
	73,8	27,4	19,8	8,5		4,5		
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/ один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.		более 1000 руб.		
	0,0	8,62	36,6	33,00		21,8		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз		скачивает электронные книги из интернета		
	59,61	12,83	10,6	24,0		18,47		
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/ один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц		не реже 1 раза в три месяца		не реже 1 раза в полгода		другое	
	26,21		14,39		35,8		23,4	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что		низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
		54,8	16,2	16,23	11,5	84,0	4,5	12,77

2.2.3. Юго-Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Юго-Западного АО располагается 442 торговых объекта распространения книжных изданий (10,57% Москвы), в том числе:

28 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (12,39% данного формата в Москве);

289 киосков по продаже печатной продукции (10,2% киосков Москвы);

86 пунктов выдачи интернет-магазинов (10,35% ПВЗ на территории Москвы);

39 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (13,36% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:48931 (в 2013 году – 1:62276), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, - 4357,06 кв. м. Улучшение ситуации связано с открытием в округе новых магазинов под марками «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». Уровень территориальной доступности книжного магазина – один объект на 3,99 кв. км. Причем, 78,6% книжных магазинов ЮЗАО относятся к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.6.

Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь, кв. м	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Dodo	Азовская ул., д. 24, корп. 3, ТРЦ "Азовский" 2-й этаж	10.00-22.00	90	64%	универсальный	самообслуживание
Академкнига	Вавилова ул., д. 55/7	пн-пт 10.00-19.00, сб-вс 10.00-18.00	120	70%	профилированный	смешанный

Буква Бухгалтер (ЗАО «Объединение «ИНОТЕХ- Прогресс»)	Чогарский б-р, д. 18	пн-сб 09:00-21:00 вс 10:00-19:00	340	70%	универсальны й	самообслуж ивание
Дом книги в Беляево	Ивана Бабушкина ул., д. 11/2	пн-пт 10:00-18:00, сб-вс выходной	58	80%	профилирован ный	прилавочны й
Дом книги на Ленинском	Миклухо-Маклая ул., д. 18 корп. 1	пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-19:00	405	71%	универсальны й	самообслуж ивание
Дом книги на Профсоюзной	Ленинский просп., д. 86	пн-пт 09:00-21:00 сб-вс 10:00-20:00	269	83%	универсальны й	самообслуж ивание
Дом технической книги	Профсоюзная ул., д. 7/12	пн-пт 09:00-21:00; сб-вс 10:00-20:00	210	71%	универсальны й	самообслуж ивание
Книги (ИП Хорхордина Т.А)	Ленинский просп., д. 40	пн-пт 09:00-22:00; сб-вс 10:00-21:00	1734,5	61%	универсальны й	самообслуж ивание
Книгомания	Адмирала Ушакова ул., д. 11	пн-пт 10:00-20: 00, вс 10:00-18:00	40	60%	универсальны й	самообслуж ивание
Книжная лавка обществоведа	Южнобутовская ул., д. 50	пн-пт 10:00-20:00; вс 10:00-18:00	120	70%	в основном для учебы	прилавочны й
Книжный Лабиринт	Нахимовский проспект, д. 51/21	пн-пт 10.00-18.00	30	88%	профилирован ный	прилавочны й
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр., д. 1, ТЦ "Спектр", 2-й этаж	10:00-21:00	289	60%	универсальны й	самообслуж ивание
Книжный Лабиринт	Наметкина ул., д. 13а, цокольный этаж	10:00-21:00	230	60%	универсальны й	самообслуж ивание
Книжный Лабиринт	Варшавское шоссе, д. 39, 1-й этаж	09:00-22:00	120	55%	универсальны й	самообслуж ивание
Книжный Лабиринт	Дмитрия Донского б-р, д. 1, ТЦ "Северное сияние"	09:00-22:00	263	60%	универсальны й	самообслуж ивание
Кроше, Книжная студия	Академика Пилюгина ул., д. 10, Мегацентр	09:00-22:00	80	70%	профилирован ный	прилавочны й
Любимый книжный (Буква)	Италия Паустовского ул., д. 5, корп. 1	09:00-21:00	215	70%	универсальны й	самообслуж ивание
Мир Школьника	Южнобутовская ул., д. 81	09:00-22:00	90	60%	профилирован ный	самообслуж ивание
Новый Книжный	Новоясеневский пр-т., д. 11, вл. В 8, ТЦ "Золотой Вавилон 2", 2-й этаж	10:00-22:00	106,6	70%	универсальны й	самообслуж ивание
Новый Книжный	Профсоюзная ул., д. 109, корп. 2	9:00-21:00	110	60%	универсальны й	самообслуж ивание
Новый Книжный	Профсоюзная ул., д. 61, ТЦ «Калужский», 1-й этаж	10:00-22:00	234,6	60%	универсальны й	самообслуж ивание
Республика	41-й км МКАД, ТРЦ «МЕГА Теплый Стан»	10.00-23.00	230	30%	универсальны й	самообслуж ивание
Республика	Ленинский пр-т, вл. 109	10.00-22.00	330,9	40%	универсальны й	самообслуж ивание
Читай-Город	Адмирала Лазарева ул., д. 24, ТЦ "Успех", 3- й этаж	09.00-22.00	503	65%	универсальны й	самообслуж ивание
Читай-город	Б. Черёмушкинская ул., вл. 1, ТЦ "РИО", 3-й этаж	10:00-22:00	130	65%	универсальны й	самообслуж ивание
Читай-Город	Дмитрия Ульянова ул., д. 24	09:00-22:00	228	65%	универсальны й	самообслуж ивание
Читай-Город	Профсоюзная ул., д. 56, ТРЦ "Черемушки", 3-й этаж	09.00-22.01	226	60%	универсальны й	самообслуж ивание
Школа Семи Гномов (ООО Мозаика- Синтез)	Профсоюзная ул., д. 129А, ТРК "Принц Плаза", 4- й этаж, пав. 410	10.00-22.00	150	70%	профилирован ный на детской лит-ре	самообслуж ивание

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (62,89%). У жителей Юго-Западного АО Москвы отсутствует выраженный график посещения книжных магазинов – не реже 1 раза в месяц (31,9) / не реже 1 раза в полгода (22,7). Но при этом они достаточно часто покупают бумажные издания – 1 раз в месяц (49,5%) как в специализированных книжных магазинах с большим выбором книг (91,8%), так и в интернет-магазинах (22,7%). В целом, посетители книжных магазинов ЮЗАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (50,5%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (78,4%) и для ребенка (70,1%).

Таблица 2.7.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Юго-Западного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮЗАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – МДК Беляево / ул. Миклухо-Маклая, д. 18 корп. 1; 17, 22, 25 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	49,48	17,53	20,62	9,28	3,09
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	78,35	70,1	9,28	11,34	7,22
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	4,12	3,09	24,74	25,77	31,96
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги?	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG- гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет- магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета

(% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	91,75	5,15	5,15	22,68	9,28		
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	другое			
	31,96	16,49	22,68	28,87			
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	62,89	13,40	20,62	0,0	100,0	0,0	3,09

2.2.4. Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Западного АО располагается 389 торговых объекта распространения книжных изданий (9,31% Москвы), в том числе:

- 15 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (6,64%);
- 269 киосков по продаже печатной продукции (9,5%);
- 78 пунктов выдачи интернет-магазинов (9,39%);
- 27 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (9,25%).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:86600 (в 2013 году – 1:95044), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 1794,99 кв. м. Улучшение ситуации связано с открытием в округе нового Дома книги в Очаково (ОЦ «Московский Дом книги»). Уровень территориальной доступности книжного магазина – один объект на 10,03 кв. км. Причем, 73,3% книжных магазинов ЗАО относятся к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.8.

Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Dodo/Омнибус	Кутузовский пр-т, д. 21, к/т "Пионер", 2-й этаж	13.00-23.00	91	60%	универсальный профилированный: История, философия, право	самообслуживание
Академкнига	Мичуринский проспект, д. 12	пн-пт 10.00-19.00, сб-вс 10.00-18.01 пн-пт 10.00-20.00 сб-вс 10.00-18.00	90	88%	универсальный	смешанный
Дом книги в Очаково	Б. Очаковская ул., д.23/8	10.00-19.00, сб 10.00-18.00, вс - вых.	215	69%	универсальный	самообсл/прямой доступ
Книги	Новозаводская, д. 25/11		40	90%	универсальный	смешанный
Книги. Канцтовары /Слово-Премьера	Ватутина ул., д. 13, корп.1 Академика Анохина ул., д. 2, ТЦ "Виктория", 2-й этаж	10:00-19:00	260	65%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Вернадского просп., 39А, ТК "Россика" Мичуринский пр-т, д. 7	10:00-21:00	229	70%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	ЖК Шуваловский Осенний б-р, д. 7, стр.1, ТЦ "Матрица", 1-й этаж	09:00-22:00	230	75%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Пырьева ул., д. 16., ТЦ "Седьмой континет"	09:00-22:00	150	60%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Раменки ул., д. 3, ТЦ "Перекресток", цокольный этаж	10:00-22:00	185	70%	универсальный	смешанная
Книжный Лабиринт	Удальцова ул., д. 32 стр. 2	10:00-21:00	174	70%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Крылатская ул., д. 17/1, БП «Крылатские Холмы»	10:00-22:00	220	70%	универсальный	самообслуживание
Республика	Вернадского просп., 39	09.00-19.00 пн-сб 10:00-20:00; вс 10:00-18:00	215	30%	универсальный	самообслуживание
Учебники. Канцтовары	Ярцевская ул., стр. 25 А, ТЦ "Трамплин", 3-й этаж		56	60%	универсальный	смешанный
Читай-Город		09.00-22.00	376,2	70%	универсальный	самообслуживание

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих и работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (79,0%). Жители Западного АО Москвы в массе своей регулярно посещают книжные магазины – раз в квартал (54,1%), и при этом несколько чаще покупают книги – не реже 1 раза в 1-3 месяца (76,8%), однозначно предпочитая специализированные книжные магазины. В целом, посетители книжных магазинов ЗАО готовы ежемесячно тратить на книги лишь от 300 до 1000 рублей (71%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (56,62%) или для ребенка (24,28%).

Таблица 2.9.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Западного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЗАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект –Книжный Лабиринт / Удальцова ул., д. 32 стр. 2; 22 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	38,45	38,37	12,25	9,83	1,2
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	56,62	24,28	10,52	4,18	4,7
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	0,0	16,56	23,91	47,14	12,34

вариант ответа)							
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	65,38	9,62	7,31	2,69	4,9		
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	другое			
	21,91	54,1	22,39	1,7			
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	60,3	22,56	7,14	21,2	74,7	0,0	9,6

2.2.5. Северный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Северного АО располагается 472 торговых объекта распространения книжных изданий (11,29% Москвы), в том числе:

22 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (9,73% данного формата в Москве);

341 киосков по продаже печатной продукции (12,05% киосков Москвы);

71 пункт выдачи заказов интернет-магазинов (8,54% ПВЗ в Москве);

38 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (13,01% объектов данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:50584 (в 2013 году – 1:53286), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 3486,61 кв. м. Основной корпус книготорговых объектов округа составляют стабильно работающие с советских времен магазины ОЦ «Московский Дом книги». Уровень территориальной доступности книжного магазина – один объект на 5,17 кв. км. Причем, 77,27% книжных магазинов САО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.10.

Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Буква	Дмитровское шоссе, 89, ТРЦ "XL"	10:00-22:00	240	70%	универсальный	самообслуживание
Буква	Дмитровское шоссе, д. 15, корп. 1	10:00-22:00	436	70%	универсальный	самообслуживание
Буква	Ленинградский проспект, д. 76, корп. 1, ТЦ "МетроМаркет" 3-й этаж	10:00-22:00 пн-пт 11:00-19:00 сб 11:00-18:00	240	80%	универсальный	самообслуживание
Военная книга	Зорге ул., д. 1	11:00-18:00	67	60%	профилированный	смешанная
Дом книги в Коптево	Зои и Александра Космодемьянских ул., д. 31 корп. 1	пн-сб 10:00-21:00, вс 11:00-20:00 пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-20:00	283	70%	универсальный	смешанный самообслуживание/прилавоочный
Дом книги на Войковской	Ташкентская ул., д. 19	10:00-20:00	220	71%	универсальный	
Дом книги на Волкова	Космонавта Волкова ул., д. 19	пн-пт 10:00-18:00	65	62%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Волоколамке	Волоколамское шоссе, д. 15/22	пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-20:00	109	57%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Космодемьянских	Ленинградское шоссе, д. 8, корп. 3	пн-пт 09:00-21:00	63	65%	универсальный	смешанный
Дом Книги на Ленинградке	Ленинградское шоссе, д. 40	пн-пт 09:00-21:00	151	76%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Петрозаводской	Петрозаводская ул., д. 3, корп. 2	пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-20:00	308	65%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Соколе	Ленинградск	пн-пт 9:00-	321	81%	универсальный	самообслуживание

	ай просп., д. 78 корп. 1 Локомотивный пр-д, д. 4, ТЦ "Парус"	21:00; сб-вс 10:00-20:00			ый	вание
Книжный Лабиринт	3-й этаж Фестивальная ул., д. 13, корп. 1, ТЦ «У Речного»,	9.00-22.00	250	65%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	2-й этаж Ленинградское шоссе, 16А, к. 2 (ТЦ Метрополис)	10.00-22.00	378,2	75%	универсальный	самообслуживание
Республика		11.00-22.00	120	30%	универсальный профилированный на учебной литературе	самообслуживание
УЗНАЙ-КА!	Дмитровское шоссе, д. 25, корп. 1	10:00-20:00	220	90%	универсальный	смешанный самообслуживание
Читай-Город	Зорге ул., д. 1	10.00-22.00	304	65%	универсальный	самообслуживание
Читай-Город	Кронштадтский б-р, д. 7, ТЦ "Крона" Локомотивный пр-д, д. 1, стр. 1, ТЦ "Электромаркет"	10.00-21.00	483,7	65%	универсальный	самообслуживание
Читай-Город	Фестивальная ул., д. 2Б, ТРЦ "Речной"	10.00-22.00	92	65%	универсальный профилированный на детской/учебной лит-ре	самообслуживание
Школа Семи Гномов (ООО Мозаика-Синтез)	Мневники ул., д. 7, корп. 2	Пн-Пт: 9:30-21:00, Сб-Вс: 10:00-19:00	90	60%	профилированный на детской/учебной лит-ре	самообслуживание
Школа Семи Гномов: Детский магазин (ООО Мозаика-Синтез)	Ленинградский проспект, д. 33а	10.00-22.00	320	90%	профилированный на детской/учебной лит-ре	самообслуживание

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории САО, книжные магазины данного округа столицы пользуются достаточной популярностью у москвичей, как проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (54,6%), так и в силу удобства расположения (по пути) на транспортных развязках. Жители Северного АО Москвы активно посещают книжные магазины (75,7% - не реже 1 раза в месяц/квартал) и часто покупают книги (87,9% - не реже одного раза в 1-3 месяца), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (90,9%) и заказам в интернет-магазине (28,8%), тратя в месяц неопределенную сумму «в зависимости от выбранной книги» (45,5%

респондентов). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (80,3%) и для ребенка (40,9%).

Таблица 2.11.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в САО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги на Соколе / Ленинградский просп., д. 78 корп. 1; 7, 22, 25 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое		
	50,00	37,88	7,58	0,0	4,55		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку		
	80,30	40,91	4,55	12,12	12,12		
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	0,0	4,55	9,09	24,24	16,67		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	90,91	1,52	1,52	28,79	15,15		
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца		не реже 1 раза в полгода		другое	
	39,39	36,36		9,09		15,15	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое

	54,55	10,61	6,06	0,0	100,0	0,0	28,79
--	-------	-------	------	-----	-------	-----	-------

2.2.6. Северо-Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Северо-Восточного АО располагается 475 торговых объектов распространения книжных изданий (11,36% Москвы), в том числе:

24 специализированных на продаже книжных изданий магазина (10,62% данного формата в Москве);

294 киоска по продаже печатной продукции (10,39% киосков в Москве);

113 пунктов выдачи заказов интернет-магазинов (13,6% ПВЗ в Москве);

44 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (15,07% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:56646 (в 2013 году – 1:61795), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 3403,67 кв. м. Основной корпус книготорговых объектов округа составляют стабильно работающие магазины ОЦ «Московский Дом книги», «Книжный Лабиринт» и «Буква». Уровень территориальной доступности книжного магазина – один объект на 4,24 кв. км. Причем, 75,0% книжных магазинов СВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.12.

Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкла	книжный ассортимент	метод обслуживания
----------------------------	------------------	--------------	------------------	--------------------	---------------------	--------------------

			ь	дки		
Абрис	Калибровская ул., д. 31А	пн-пт: 09:00-21:00, сб-вс: 10:00-19:00	56	80%	универсальн ый	самообслу живание
Буква	Мира пр-т, д.114б, стр. 2, ТЦ "МУ-МУ"	10:00-22:00	110	90%	универсальн ый	самообслу живание
Буква	Дмитровское шоссе, вл. 163, ТРЦ "РИО"	10:00-22:00	240	70%	универсальн ый	самообслу живание
Буква	Менжинского ул., д. 36, стр. 5	09:00-21:00, сб-вс 10:00-21:00	215	65%	универсальн ый	самообслу живание
Буква	Звездный б-р, д. 21, стр. 1	10.00-20.00	80	80%	универсал/д исконт	самообслу живание
Дом книги в Бескудниково	Бескудниковски й б-р, д. 29, корп. 1	пн-пт 9:00-21:00 сб-вс 10:00-20:00	292	79%	универсальн ый	самообсл/п рямой доступ
Дом книги в Бибирево	Мурановская ул., д. 12	пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-20:00	298	81%	универсальн ый	прилавоочн ый метод + самообслу живание
Дом книги в Медведково	Заревый пр-д, д. 12,	10:00-22:00	389	75%	универсальн ый	самообсл/п рямой доступ
Дом книги в Отрадном	Алтуфьевское шоссе, д. 34 А	пн-пт 9:00 -21:00 сб-вс.10:00-20:00	543	79%	универсальн ый	самообсл/п рямой доступ
Книги	Костромская ул., д. 17	09.00-21.00	60	70%	универсальн ый	самообслу живание
Книги издательства "Центрполиграф"	Октябрьская ул., д. 18	вт-пт с 10:00 до 18:30 сб.с 10:00до 17:00 воскресенье и понедельник выходные дни	60	80%	универсальн ый	самообслу живание
Книголюб: Магазин педагогической книги (ООО «Торговое предприятие А - 8»)	Бережковская наб, д. 8	пн-пт: 10:00-19:00; суб. 10.00-18.00, вс. - вых.	120	62%	профилиров анный (детская и учебная лит- ра)	самообслу живание
Книжный Лабиринт	Алтуфьевское шоссе, д. 22 Б, ТЦ "Бахетле", 2-й этаж	10.00-21.00	178	60%	универсальн ый	самообслу живание
Книжный Лабиринт	Алтуфьевское шоссе, д. 86, корп. 1, ТЦ "Ареал", 2-й этаж	10.00-22.00	180	60%	универсальн ый	смешанный
Книжный Лабиринт	Бутырская ул., д. 86 А, 1-й этаж	10:00-21:00	150	60%	универсальн ый	самообслу живание
Книжный Лабиринт	Декабристов ул., д. 10/2	10:00-21:00	278	65%	универсальн ый	самообслу живание
Книжный Лабиринт	Отрадная ул., д. 16, ТЦ "Виктория"	10.00-21.00	110	70%	универсальн ый	самообслу живание
Мир Школьника	Коминтерна ул., д. 20/2	пн-сб 10:00-20:00; вс 10:00-18:00	100	60%	профилиров анный	самообслу живание
Мир Школьника	Абакумова ул., д. 10	пн-сб 10:00-20:00; вс 10:00-18:00	62,4	60%	профилиров анный	самообслу живание
Новый Книжный	Костромская ул., д. 19Б	09.00-21.00	137,1	65%	универсальн ый	самообслу живание
Новый Книжный	Мира проспект, д. 182/2	9:00-21:00	815,5	65%	универсальн ый	самообслу живание
Омега	Полярная ул., д. 33 Б.	Пн-Пт-9:30-18:00,Сб-Вс-вых.	55	60%	универсальн ый	самообслу живание
Республика	Новодмитровск ая ул., д. 36, Дизайн-завод FLACON	10.00-23.00	110	50%	универсальн ый	смешанный
Читай-Город	Декабристов ул., д. 12, ТЦ «Золотой вавилон», 2-й этаж	09:00-23:00	252	65%	универсальн ый	самообслу живание

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории СВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих или работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (76,5% и 10,2%). Жители и гости Северо-Восточного АО Москвы регулярно посещают книжные магазины – раз в месяц (76,5%) или раз в квартал (17,6%), при очевидном несовпадении данного графика с режимом покупки книги, которая чаще происходит раз в квартал (51%). Иными словами, чаще заходят в магазин просто потому что «рядом», хотя для покупки в целом отдают предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (78,1%). Существенная часть респондентов опроса (20,4%) в Северо-Восточном АО Москвы отметила привычку скачивать электронные книги из интернета. В целом, посетители книжных магазинов СВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (60,6%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (52,9%), для ребенка (21,6%), по работе (7,8%) и в семейную библиотеку (7,8%).

Таблица 2.13.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Северо-Восточного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в СВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект –МДК Бескудниково / Бескудниковский бульвар, 29 корп. 1; 25 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	25,14	51,36	15,84	5,75	2,01
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	52,9	21,6	7,8	5,9	7,8

варианта ответа)							
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	2,6	7,9	39,5	21,1	23,7		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	78,1	5,6	2,0	16,2	20,4		
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	другое			
	76,5	17,6	3,9	2,0			
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	76,48	10,21	7,63	4,3	84,4	11,3	5,67

2.2.7. Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Восточного АО располагается 461 торговых объекта распространения книжных изданий (11,03% Москвы), в том числе:

20 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (8,85% данного формата в Москве);

301 киоск по продаже печатной продукции (10,63% киосков в Москве);

104 пункта выдачи заказов интернет-магазинов (12,52% ПВЗ в Москве);

36 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (12,33% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:73379 (в 2013 году – 1:77241), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 3225,97 кв. м. Основной корпус книготорговых объектов округа составляют стабильно работающие с советского периода магазины ОЦ «Московский Дом книги», а также открытые в 2005-2008 гг. магазины бренда «Новый книжный». Положительная динамика коэффициента обеспеченности связана с открытием в марте 2014 года магазина «Книжный Лабиринт» (Новокосинская ул., д. 32/7). Уровень территориальной доступности книжных магазинов в ВАО – один объект на 7,73 кв. км. Причем, 95,0% книжных магазинов ВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.14.

Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Буква	Большая Черкизовская ул., д. 2, корп. 1	9:00-21:00	280	70%	универсальный	смешанный
Дом книги в Гольяново	Байкальская ул., д. 23	пн-пт 9:00-21:00 сб-вс 10:00-20:01	254	69%	универсальный	смешанный
Дом книги в Измайлово	Измайловская площадь, д. 2, стр. 1	пн-пт 9:00-21:00 сб-вс 10:00-20:00	319	76%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Парковой	15-я Парковая ул., д. 16 корп. 1	пн-пт 9:00-21:00, сб-вс 10:00-20:00	142	78%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Первомайской	Первомайская ул., д. 112	пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-19:00	176	84%	универсальный	смешанный

Дом книги на Преображенке	Преображенский Вал ул., д. 16	пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-20:00	428	73%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Рокоссовского	Маршала Рокоссовского б-р, д. 8	пн-пт 09:00 - 21:00; сб-вс 10:00-20:01	100	70%	универсальный	самообслуживание
Дом книги Новый	Энтузиастов шоссе, д. 24/43	пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-19:00	248	84%	универсальный	самообслуживание
Дом книги Фолиант	Энтузиастов шоссе, д. 60, корп. 1	пн-пт 9:00-20:00; сб-вс 10:00-20:00	510	78%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Вешняковская ул., д. 18 А, ТД "Мегаком"	10.00-21.00	250	60%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Жулебино мкр-н, Пронская ул., д. 2	10.00-21.00	246	60%	универсальный	смешанный
Книжный Лабиринт	Новокосинская ул., 47, ТЦ "Седьмой континент"	10.00-21.00	130	60%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Новокосинская ул., д. 32/7, ТЦ «Виктория», 2-й этаж	9.00-22.00	382	60%	универсальный	самообслуживание
Мир Школьника	Измайловский б-р, д. 15, стр. 2	пн-пт 10:00-20:00 ; сб-вс 10:00-18:00	100	70%	профилированный	самообслуживание
Новый Книжный	Б. Семеновская ул., д. 26, стр. 2	8:00-21:00	174,1	65%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Новокосинская, д. 29	09:00-21:00	144,6	75%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Первомайская ул., д. 77, стр. 7	9:00-21:00	153,1	75%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Семеновская пл., д. 1, ТЦ "Семеновский, 3-й этаж	10.00-22.00	282,4	65%	универсальный	самообслуживание
Сигма	Просторная ул., д. 4	пн-пт 10:00-19:00; сб-вс выходные	60	60%	книги и учебники по экономике и праву	самообслуживание
Школа Семи Гномов (ООО Мозаика-Синтез)	7-ая Парковая ул., д. 3/9	10.00-21.00	170	79%	профилированный на детской/учебной лит-ре	самообслуживание

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих и работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (70,7%). Жители и гости

Восточного АО Москвы достаточно часто посещают книжные магазины (48% - не реже 1 раза в месяц), и при этом довольно часто покупают книги (44,3% - не реже 1 раза в месяц), в значительной степени отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (51,2%) и заказам в интернет-магазинах (26,4%). Существенную роль в предпочтениях формата покупки играет и привычка жителей ВАО приобретать книги в специальных отделах FMCG-гипермаркетов параллельно с другими покупками, тратя в месяц на книги от 300 до 1000 рублей (74,9% респондентов). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (67,6%) и для ребенка (15,4%).

Таблица 2.15.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Восточного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги на Преображенке/ Преображенский Вал, д. 16; 25 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	44,3	20,8	17,5	13,7	3,5
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	67,6	15,4	6,3	7,1	1,3
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	0,0	0,0	23,1	51,8	24,1
Предпочтение формата покупки книг: В каких магазинах и где обычно покупает	в спец. книжном магазине с большим выбором	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или	скачивает электронные книги из интернета

книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	книг		(параллельн о с другими покупками)	самовывоз			
	51,2	10,9	10,7	26,4	14,3		
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца		не реже 1 раза в полгода	другое		
	48,24	14,56		19,1	18,5		
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ один вариант ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	47,12	23,58	11,2	36,1	39,8	6,7	18,1

2.2.8. Центральный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Центрального АО располагается 481 торговый объект распространения книжных изданий (11,51% Москвы), в том числе:

55 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (24,34% данного формата в Москве);

304 киоска по продаже печатной продукции (10,74% киосков в Москве);

113 пунктов выдачи заказов интернет-магазинов (13,6% ПВЗ в Москве);

9 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (3,08% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:8992 (в 2013 году – 1:9158), суммарная торговая

площадь, выделенная под книги, – 11853,19 кв. м. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЦАО – один объект на 1,2 кв. км. Этот показатель соответствует европейскому уровню обеспеченности населения книжными магазинами. Но в данном случае следует иметь в виду, что лишь 43,64% книжных магазинов ЦАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м).

Таблица 2.16.

Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Чук и Гик	Б. Палашевский пер., 9	11.00-21.00	50	50%	профилированный	смешанный
Читалка	Жуковского ул., д. 4	11.00-21.00	40	70%	профилированный	смешанный
Читай-Город	Б. Ордынка ул., д. 21, стр. 1	пн-пт 09.00-22.00, сб-вс 09.00-21.00	441,2	65%	универсальный	самообслуживание
Циолковский	Пятницкий пер., д. 8	11:00-22:00	89	80%	универсальный	самообслуживание
Ходасевич	Покровка ул., д. 6	11.00-21.00	45	80%	универсальный	самообслуживание
Фаланстер	Сыромятнический 4-й пер., 1, стр. 6	11:00-20:00 пн-чт с 09:15-18:00, сб-вс выходные, обед с 13:00-14:00	100	80%	универсальный	самообслуживание
Украинская книга	Арбат ул., д. 9	пн-пт 10:00-19:30; сб 10:00-17:00; вс - выходной	40	80%	универсальный	прилавочный
У Кентавра, Книжная лавка РГГУ	Чаянова ул., д. 15	пн-пт 09:00-21:00, сб-вс 10:00-18:00 пн-сб 09:00-21:00; вс 10:00-19:00	135	90%	специализированный	смешанный
Транспортная книга	Садовая-Спасская, д. 21/1	пн-пт 09:00-21:00, сб-вс 10:00-18:00 пн-сб 09:00-21:00; вс 10:00-19:00	100	80%	профилированный	самообслуживание
Русское зарубежье	Радищевская Ниж. ул., д. 2	пн-сб 11:00-20:00	120	80%	универсальный	самообслуживание
Русская деревня	Глинищевский пер., 6		100	80%	профилированный	самообслуживание
Республика: Университет	Цветной б-р, д. 15, стр. 1, ТЦ «Tsvetnoy Central Market», 1-й этаж	10.00-23.00	530	50%	профилированный	самообслуживание
Республика	Новинский б-р, д. 8, ТЦ «Лотте Плаза»	10.00-22.00	210	30%	универсальный	самообслуживание
Республика	Новый Арбат ул., д. 19	10.00-22.00	210	60%	универсальный	самообслуживание
Республика	Пресненская наб., 10, ДЦ «Москва-Сити» (Башня на	09.00-20.00	210	30%	универсальный	самообслуживание

Республика	Набережной, блок Б) Комсомольский пр-т, 24, стр. 1, ТЦ "K24"	10.00-22.00	210	50%	универсальный	смешанный
Республика	1-я Тверская-Ямская ул., д. 10	круглосуточно	180	70%	универсальный	самообслуживание
Республика	Мясницкая ул., д. 24/7, стр. 1	10.00-22.00	126	50%	универсальный	смешанный
Республика	Стремянный пер., 38	07.30-22.30	90	50%	универсальный	смешанный
Республика	Красная площадь, д. 3, ТД ГУМ, 3-й этаж 3-й линии	10.00-22.00 пн-пт с 11 до 20 00, суб с 14 00 до 19 00, воскр - вых	80	30%	универсальный	самообслуживание
Паолине: книги, аудио, видео	Большая Никитская, д. 26/2 М.		89	60%	универс.	самообслуживание
Новый Книжный	Сухаревская пл., д. 12, ТЦ «Садовая Галерея», -1-й этаж	10:00-22:00	804,4	60%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Комсомольский проспект, д. 28, Московский Дворец Молодежи	10:00-22:00	161,5	65%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	3-й Крутицкий пер., д. 18 ТЦ «Метромаркет»	10.00-21.00	160,7	60%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный Московский Дом книги	Новый Арбат ул., д. 8	пн-вс 10:00-22:00	3511	72%	универсальный	самообслуживание
Москва ТДК	Воздвиженка ул., д. 4/7, стр. 1	круглосуточно	1000	70%	универсальный	самообслуживание
Москва ТДК	Тверская ул., д. 8, стр. 1	10.00-01.00	700	87%	универсальный	самообслуживание
Молодая Гвардия ДК	Б. Полянка ул., д. 28	09.00-21.00	1267,5	88%	универсальный	самообслуживание
Кроше, Книжная студия	Смоленская ул., д. 3, ТЦ «Смоленский пассаж» 1-й этаж	10:00-22:00	97	70%	профилированный	смешанный
Книжный Лабиринт	Ладожская ул., д. 8, цокольный этаж	10:00-21:00 пн-пт 10:00-20:00, сб 12:00-20:00, вс 12:00-19:00	236	60%	универсальный	самообслуживание
Книжная лавка писателей	Кузнецкий мост ул., д. 18		80	80%	профилированный	самообслуживание
Книжная лавка историка	Б. Дмитровка ул., д. 15	пн-пт 10.00-18.00	30	88%	профилированный	прилавочный
Книга ру	Льва Толстого ул, д. 23 стр. 3	пн-пт 9.00-до 21.00, сб 11.00-18.00	50	70%	универсальный	смешанный
Еврокнига	Таганская ул., д. 15, стр. 2	пн-пт 10:00-20:00; сб, вс 10:00-18:00	89	90%	универсальный	самообслуживание
Дом Педагогической книги	Большая Дмитровка ул., д. 7/5, стр. 1	пн-пт 09.00-20.00, сб-вс 10.00-20.00	605,1	91%	профилированный	самообслуживание

Дом книги у Красных ворот	Садовая-Черногрозская ул., д. 5/9	пн-пт 09:00-20:00; сб 10:00-20:00; вс 10:00-19:00	279	72%	универсальный	самообслуживание
Дом книги Студент	Калужская пл., д. 1, стр. 1	пн-пт 10.00-20.00, сб-вс 10.00-18.00	123	58%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Фрунзенской	Комсомольский просп., д. 25	пн-пт 09.00-20.00, сб-вс 10.00-20.00	311	77%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Сретенке	Сретенка ул., д.12	пн-пт 9:00-21:00; сб-вс 10:00-20:02	90	67%	универсальный	самообслуживание
Дом книги на Остоженке	Остоженка ул., д. 3/14	пн-пт с 9.00-до 21.00 сб-вс с 10.00-до 20.00	207	86%	универсальный	самообсл/прямой доступ
Дом книги на Кузнецком	Кузнецкий мост ул., д. 4/3 стр. 1	пн-пт 09.00-20.00, сб-вс 10.00-20.00	537	84%	профилированный	смешанный
Дом иностранной книги	Кузнецкий мост ул., д. 18/7	пн-пт 09:00-20:00, сб-вс 10:00-21:00	219	98%	профилированный на детской/дизайн	самообсл/прямой доступ
Гоголь Books	Казакова ул., д. 8, «Гоголь-центр», 1-й этаж	14.00-23.00	82	60%	профилированный	самообслуживание
Гиперион, Книжный клуб	Хохловский пер., д. 7/9, стр. 3 Б.	12.00-22.00	100	60%	профилированный	самообслуживание
Вестник, ООО	Серпуховская д. 12/11, стр. 2	пн-сб 10:00-19:00; вс - выходной	40	70%	профилированный специализированный .иностранный литература	самообслуживание
Букхантер/boookhunter	Кривоколенный пер., 9, стр. 1	09.00-21.00 пн-пт 10:00-20:00; сб 10:00-19:00; вс - выходной	120	90%	универсальный	смешанный
Буквышка. Университетский книжный магазин	Мясницкая ул., д. 20, стр. 1	пн-пт 09.00-22.00, сб-вс 10.00-22.00	40	80%	универсальный	самообслуживание
Буква/Bookva	Зубовский б-р, д. 17 стр. 1	пн-пт 11:00-19:30; сб 11:00-18:00	950	60%	универсальный	самообслуживание
Библиотечная книжная лавка	Николаямская ул., д. 1	пн-пт 09.00-22.00, сб-вс 10.00-21.00	140	80%	универсальный	смешанный
Библио-Глобус ТД	Мясницкая ул., д. 6/3, стр. 1	10.00-21.00	1100	60%	универсальный профилированный	самообслуживание
Белые облака	Покровка ул., д. 4	10:00-18:00	200	40%	(буддизм)	прилавочный
Атлас. Мир путешественника	Кузнецкий мост ул., д. 9/10, 2-й этаж	10:00-20:00 пн-сб с 10.00-до 20.00, Воскресенье с 10.00 до 19.00	60	80%	профилированный	самообслуживание
Актуальная книга	Усачёва ул., д. 38	пн-сб 11:00-23:30; вс 14:00-22:00	60	80%	универсальный	самообслуживание
Primus Versus. Умные книги	Покровка ул., д. 27, стр. 1	10.00-21.00	120	80%	универсальный	смешанный
Dodo	Солянка ул., д. 1/2, стр. 1		124	60%	универсальный	самообслуживание

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЦАО, книжные

магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, специально приезжающих в «особые» центральные магазины (55,2%) по причине «большого выбора книг» (77,2%) или, правильнее сказать, «особой подборке книг». В 2014 году книжные магазины ЦАО благодаря щадящей ценовой политике и периодическим дисконтным мероприятиям набрали достаточно значимый пул клиентов, специально приезжающих по причине «низких цен» (20,6%). Посетители книжных магазинов Центрального АО Москвы, как правило, заглядывают в любимые книжные не реже одного раза в 1-3 месяца (74,2%) и очень часто покупают книги (не реже 1 раза в месяц – 64,7%). Как правило, они имеют четкую привязку к «любимому книжному», безусловно предпочитая покупать книги в специализированном книжном магазине (95,4%). Иными словами, именно в Центральном АО мы встретим наибольшее количество поклонников печатной КНИГИ, приобретающих её вдумчиво в специально предназначенных для этого местах и, как правило, для собственного удовольствия (88,6%), для ребенка (29,7%), а также в подарок (14,7%).

Существенная поправка к результатам опроса в 2014 году – резкий рост числа респондентов скачивающих электронные книги из интернета (28,5%) и читающих её на планшете (19,35%), телефоне/смартфоне (15,1%) или специальном устройстве/Kindle, PocketBook (21,5%).

Причем, 42,9% респондентов опроса в Центральном АО Москвы готовы тратить на книги более 1000 рублей в месяц.

Таблица 2.17.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Центрального АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЦАО Москвы (выборка 350 человек, книготорговые объекты – Молодая Гвардия / Полянка, д. 28; Библио-Глобус / Мясницкая ул., д. 6/3 стр. 1; ТДК

Москва / Тверская ул., д. 8; Фаланстер / Сыромятнический 4-й пер., 1, стр. 6; DODO / Солянка ул., д. 1/2, стр. 1; 17-19, 22, 25 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое		
	64,72	18,1	9,51	3,07	4,60		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку		
	88,65	29,75	8,90	14,72	14,11		
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	0,0	1,84	13,80	30,98	42,94		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киоска х по пути	в книжном отделе FMCG- гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет- магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	95,4	5,21	4,29	24,54	28,53		
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц		не реже 1 раза в три месяца		не реже 1 раза в полгода		другое
	52,15		22,09		12,27		13,50
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое

2.2.9. Зеленоградский Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Зеленоградского АО располагается 66 торговых объекта распространения книжных изданий (1,58% Москвы), в том числе:

3 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (1,33% данного формата в Москве);

59 киосков по продаже печатной продукции (2,08% киосков в Москве);

1 пункт выдачи заказов интернет-магазина (0,12% ПВЗ в Москве);

3 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (1,03% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:73900, суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 259,69 кв. м. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЗелАО – один объект на 12,4 кв. км. Причем, площадь лишь одного из трех книжных магазинов округа превышает 100 кв. м.

Таблица 2.18.

Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Буква	Крюковская пл., д. 1, стр. 1, ТЦ "Иридиум" Савелкинский пр-д, д. 8, ТЦ	09:00-21:00, сб-вс 10:00-21:00	60	70%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	"Седьмой континент" 15 микрорайон, корп. 1549, ТЦ	10:00-21:00	100	60%	универсальный	самообслуживание
Читай-Город	"Перекресток"	09.00-22.00	242,6	65%	универсальный	самообслуживание

2.2.10. Троицкий и Новомосковский Административные Округа. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории ТиНАО располагается 91 торговый объект распространения книжных изданий (2,18% Москвы), в том числе:

5 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (2,21% данного формата в Москве);

41 киоск по продаже печатной продукции (1,45% киосков в Москве);

41 пункт выдачи заказов интернет-магазина (4,93% ПВЗ в Москве);

4 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (1,37% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:47000 (в 2013 году – 1:39300), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 472,5 кв. м. Отрицательная динамика коэффициента обеспеченности округа связана с закрытием одного из магазинов «Книжный Лабиринт» в ГП Московский. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в ТиНАО – один объект на 296 кв. км. Причем, лишь три из пяти книжных магазинов ТиНАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.19.

Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

Название	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Дом книги	Троицк, ул. Площадь Верещагина, д. 1, МУП "Магазин Центральный", 2-й этаж	10.00-19.00 вт-сб 10.00-19.00; вс 10.00-18.00; пн - выходной	110	90%	универсальный	самообслуживание
Книги	Щербинка, ул. Пушкинская, д. 8		220	90%	универсальный	смешанный
Книжный Лабиринт	ГП Московский, мкр. 3, стр. 9А	10:00-22:00	257	50%	универсальный	самообслуживание
Книжный Лабиринт	Троицк, ул. Городская, вл. 6, ТЦ "Троицк", 3-й этаж	10:00-21:00	80	50%	универсальный	самообслуживание
Книги. Журналы	п. Знамя Октября, Рязановское шоссе, д. 31 стр.3	10.00-21.00	10	70%	профилированный	смешанный

2.2.11. Юго-Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Юго-Восточного АО располагается 462 торговых объекта распространения книжных изданий (11,05% Москвы), в том числе:

9 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (3,98% данного формата в Москве);

342 киоск по продаже печатной продукции (12,08% киосков в Москве);

78 пунктов выдачи заказов интернет-магазинов (9,39% ПВЗ в Москве);
33 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,3% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:150333 (в 2013 году – 1:135300), суммарная торговая площадь, выделенная под книги, – 2816,46 кв. м. Основной корпус книготорговых объектов округа составляют крупные магазины сети «Новый книжный / Читай-город». Уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЮВАО – один объект на 13,37 кв. км. Причем, 66,7% книжных магазинов ЮВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.20.

Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес физический	Режим работы	торговая площадь	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод обслуживания
Дом книги в Выхино	Ташкенская ул., д. 19	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	364	69%	универсальный	самообслуживание
Книги/Музыкальный парк	Новочеркасский б-р, д. 41, корп. 1	10:00-20:00	60	60%	универсальный	смешанный
Книжный Лабиринт	Андропова, д. 8, ТРЦ "Мегаполис"	10:00-21:00	189	60%	универсальный	самообслуживание
Мир Школьника	Новочеркасский б-р, д. 10 корп. 1, ТК "ЕвроМАГ"	09:00-22:00	87	60%	профилированный	самообслуживание
Новый Книжный	Братиславская ул., д. 12	09.00-22.00	745,1	65%	универсальный	самообслуживание
Новый Книжный	Волгоградский просп., д. 78/1	09.00-21.00	950	65%	универсальный	самообслуживание
Филадельфия	Волгоградский просп., д. 17 стр. 1	пн-сб 10:00-19:00 вс-выходной	54	60%	универсальный	прилавоочный
Читай-Город	Люблинская ул., д. 171	10:00-22:00	356,5	65%	универсальный	самообслуживание
Читай-Город	Перерва ул., д. 43, корп. 1, ТЦ «БУМ»	10.00-22.00	1535	65%	универсальный	самообслуживание

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮВАО, специализированные на книгах магазины данного округа столицы

пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (78,05%). Жители Юго-Восточного АО Москвы достаточно часто посещают книжные магазины (58,54% - не реже 1 раза в месяц), и при этом довольно часто покупают книги (48,78% - не реже 1 раза в месяц), отдавая предпочтение стационарному книжному магазину (82,9%), но при этом и активно используя интернет-ресурсы для заказа печатных изданий (19,5%) и скачивания электронных книг (20,9%). Как правило, у жителей ЮВАО целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (80,5%) и для ребенка (51,2%) при ежемесячных тратах на книги от 500 и более рублей (70,7%).

Таблица 2.21.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Юго-Восточного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Новый книжный / Волгоградский просп., д. 78/1; 17 сентября 2014г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	48,78	29,27	14,63	4,88	2,44
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	80,49	51,22	7,32	9,76	4,88
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	2,44	4,88	19,51	26,83	43,90
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги?	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельн	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета

(% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)			о с другими покупками)				
	82,93	2,44	4,88	19,51	21,95		
Частота посещения книжного магазина (независимо от совершения покупки) (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	другое			
	58,54	21,95	12,2	7,32			
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	78,05	0,0	9,76	0,0	100,0	0,0	12,2

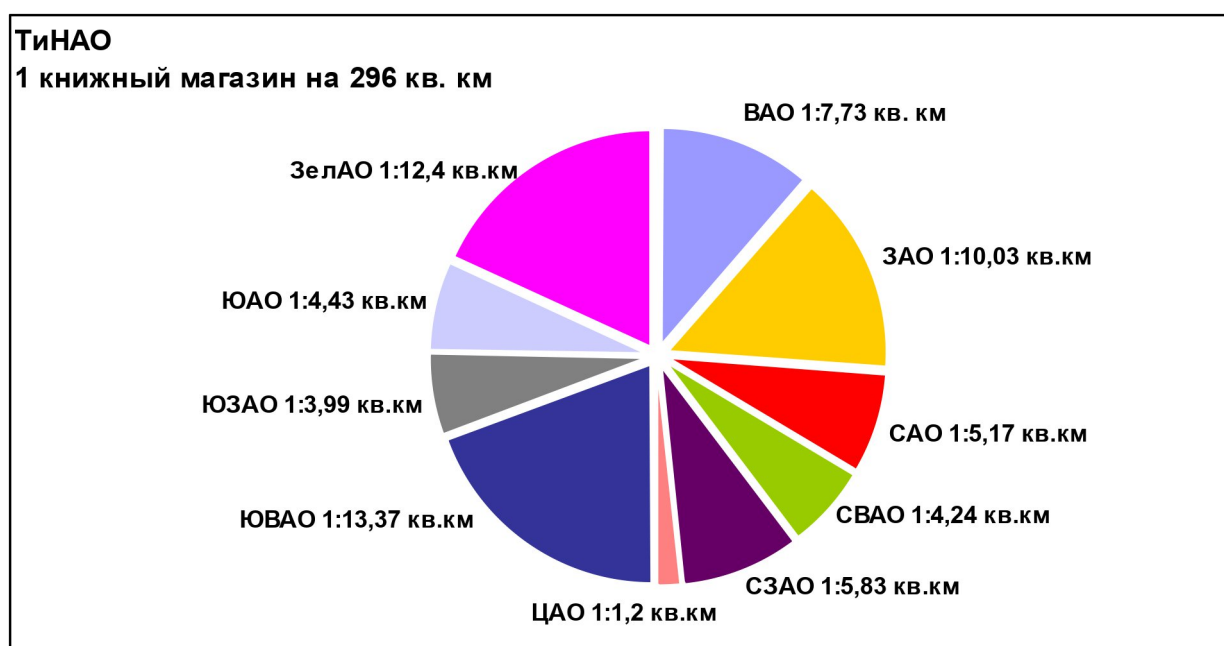
Итак, по уровню обеспеченности населения книжными магазинами среди АО Москвы лидирует Центральный округ с коэффициентом близким по значению к европейскому – 1:8992 (или 1 магазин на 9 тысяч жителей). Последние 2-3 года стабильная (с тенденцией к улучшению) ситуация складывается в северных (САО, СЗАО, СВАО) и южных (ЮАО и ЮЗАО) округах столицы при коэффициенте обеспеченности – 1 магазин на 49-59 тысяч жителей). Наихудшая ситуация на данный момент складывается в Юго-Восточном округе столицы, где один магазин приходится на более чем 150000 жителей. Именно на этот административный округ пришлось наибольшее сокращение столичных магазинов «Буква» в 2012-2013гг. А в 2014 году активно строящий новые магазины «Книжный Лабиринт» не счел возможным открыть в ЮВАО новый объект. Несмотря на появление нового Дома книги в Очаково, достаточно сложной продолжает оставаться и ситуация в Западном АО Москвы, где один магазин приходится на 86600 жителей.

В большинстве АО Москвы, исключая Центральный АО, среди зафиксированных в рамках Мониторинга книжных магазинов очевидно

преобладают крупноформатные объекты (торговая площадь более 100 кв.м) с универсальной ассортиментной картой по товарной группе «книги».

Однако если мы говорим об уровне территориальной доступности книжных магазинов в различных округах Москвы, то, безусловно, патовая ситуация складывается в новой Москве (ТиНАО), где один книжный магазин приходится на 296 кв. км при среднем для Москвы показателе – 1 магазин на 4-7 кв. км (с отклонением в лучшую сторону – 1:1,2 кв.км /ЦАО и, напротив, в худшую – 1:13,4 кв.км/ЗелАО).

Диаграмма 2.11. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2014

2014 год во многом преломил тенденцию сокращения количества книжных магазинов на территории Москвы, которую можно было наблюдать на протяжении последних трех лет. Напомним, что в 2012-2013гг. были закрыты 19 столичных магазинов книжной сети «Буква», 9 магазинов «РП+Столица», магазин «Новый Книжный». При этом открывались преимущественно малоформатные (клубные) объекты в благополучном ЦАО

(«Ходасевич», «Гоголь Books» и «Гиперион»). Но в январе-августе 2014 года сеть «Книжный Лабиринт» открыла 7 новых объектов (в СЗАО, САО, ЮЗАО, ЮАО, ВАО, ЦАО), ОЦ МДК пополнилась новым Домом книги в Очаково (215 кв. м), а в августе 2014 года стартовали сразу 3 книжных магазина бренда «Читай-город» (в ЮЗАО, СЗАО, ЮАО) площадью 462, 348 и 226 кв. м. Такой значимый прирост книготорговой диаспоры Москвы, безусловно, закрыл потери от ухода с московского рынка сети «Лавочка детских книг» в связи с процедурой банкротства. Напомним, что предприятие в октябре 2013 года обратилось в суд с заявлением о банкротстве. Арбитражный суд Москвы после введения процедуры наблюдения признал компанию неплатежеспособной. Конкурсный управляющий, назначенный судом, заявил, что долги на сумму 36,5 млн рублей выплачивать не из чего. Признаки фиктивного или преднамеренного банкротства обнаружены не были.

2.3. Анализ динамики доли/особенностей московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ

В настоящий момент на долю Москвы в структуре книжного рынка РФ приходится 26,2% в рублевом эквиваленте и 13,4% экземплярных продаж книжной продукции. Причем, в последние три года доля Москвы в структуре общероссийского рынка постепенно сокращается в денежном выражении (с 2011 по 2014 год – минус 5,4%) и фактически падает в экземплярных продажах (с 2010 по 2013 год – минус 11,9%).

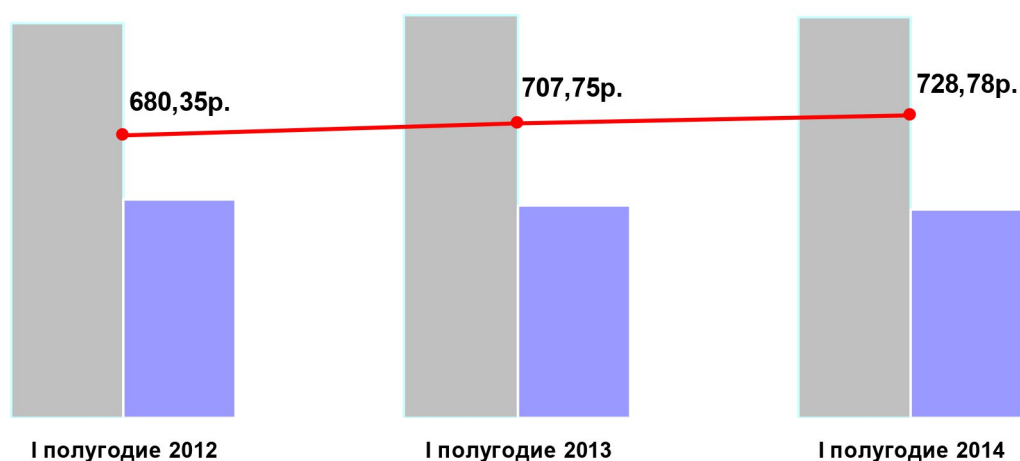
Текущий объем продаж обеспечивается пока еще достаточно развитой инфраструктурой книготоргового бизнеса в Московском регионе (в пределах МКАД), в рамках которой представлены и стационарные книжные магазины, и профильные интернет-магазины, а также киосковые сети и площадки FMCG-сетей, предлагающие книги в качестве сопутствующего товара. В этой связи нельзя не отметить ярко проявившийся в 2014 году тренд постепенного переключения читающих книги москвичей на альтернативные традиционным магазинам каналы сбыта – интернет-магазины и электронную книгу. Тем не менее, основной торговой инфраструктурой для рынка бумажных книг в Москве пока остается традиционный книжный ритейл.

Несмотря на негативную экспертную оценку демографической ситуации и динамики запросов читательской аудитории в Москве, её жители сохраняют привычку посещения книжных магазинов и с каждым годом оставляют в них чуть-чуть больше денег. Так, по итогам I полугодия 2014г. 62% книготорговой offline розницы столицы сообщили о положительной динамике среднего чека в диапазоне 3-7%. О стабильности этого показателя на фоне аналогичного периода 2013 года свидетельствует 21% книготорговых предприятий Москвы. И лишь 17% участников экспертного опроса отметили падение среднего чека клиента на уровне 2-4%.

Средневзвешенный показатель чека для книжного магазина Москвы составил в I полугодии 728,78 руб. (+2,96% к аналогичному показателю 2013 года). Надо сказать, что такая мягкая положительная динамика прослеживается в последние три года, без явных всплесков и провалов.

Диаграмма 2.12.

Средний чек offline книжной розницы Москвы в I полугодии 2012-2014гг.



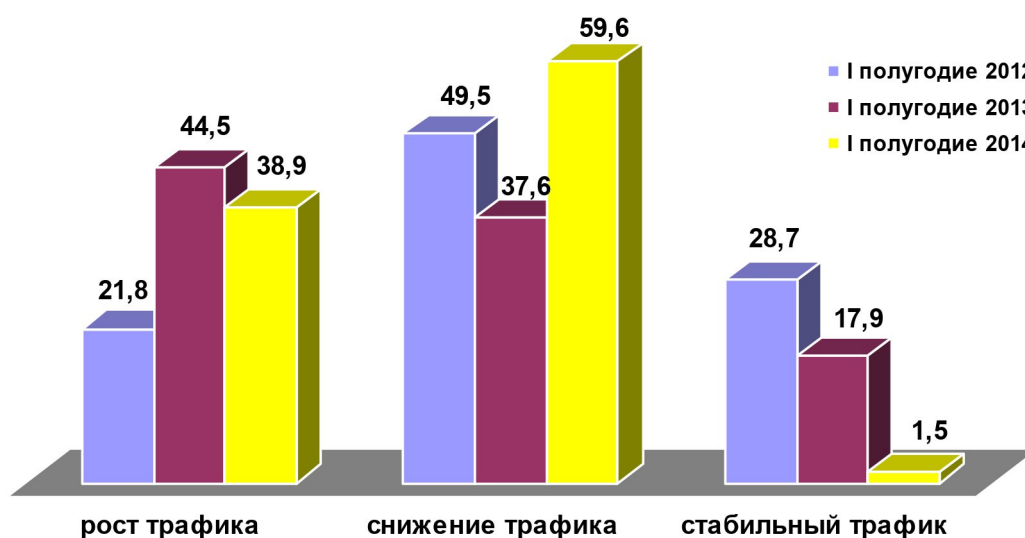
Источник: экспертный опрос, сентябрь 2012-2014гг., аналитика – Мониторинг

Если говорить о трафике и мотивации посещения магазинов со стороны покупателя, то лишь 38,9% книготорговцев утверждают, что в I полугодии 2014 года число посетителей в магазине (сети) выросло на фоне 2013 года. Большая часть (59,6%) экспертов свидетельствуют о снижении трафика в диапазоне минус 4-12%, причем в этой группе в 2014 году находятся книжные магазины в том числе центрального АО столицы, которые обладают своим стилем, историей и сложившейся клиентурой. Очевидно, что московская книготорговля продолжает испытывать серьезные проблемы с сокращением числа посетителей, и предыдущий 2013 год был лишь временной передышкой, когда казалось, что ситуация посткризисных лет будет меняться в лучшую сторону.

Если мы говорим о конкретных цифрах, то следует иметь в виду неоднородность мегаполиса. Да, VIP-магазины, расположенные в пределах Садового кольца, сегодня могут рассчитывать на трафик в 2700-5000 человек в день. Но та же «Республика», объекты которой преимущественно расположены в центральном АО Москвы, пропускает в среднем 1400 человек в день, а магазины интеллектуального/клубного формата – 150-400 человек в день. Стандартный же трафик сетевого книготоргового объекта в любом другом районе мегаполиса в максимальной своей точке не превышает 1700 человек в день.

Диаграмма 2.13.

Трафик книжной offline розницы Москвы в I полугодии 2012-2014гг.
(доля предприятий отметивших тренд, %)



Источник: экспертный опрос, сентябрь 2012-2014гг., аналитика – Мониторинг

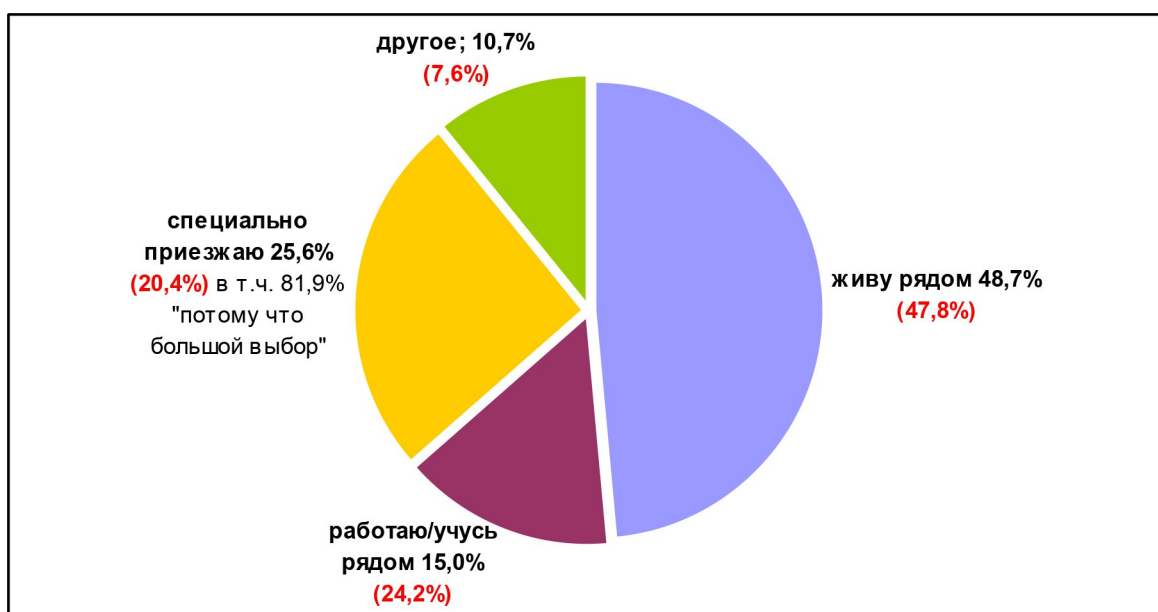
Необходимо также понимать, что дестабилизация трафика (его резкий рост или падение) в последние годы во многом обусловлена деформацией традиционной бизнес-модели и временным дисбалансом, связанным с поиском оптимальной схемы для каждого конкретного магазина. Опросы клиентов книжных магазинов столицы свидетельствуют о том, что лишь магазины исторического центра Москвы могут похвастаться существенным

числом лояльных покупателей, «специально приезжающих в конкретный магазин» по причине «большого выбора книг», «традиции» и прочих нематериальных мотивов. В большинстве же случаев клиентский пул книготорговых объектов формируется непосредственным окружением книжного магазина – москвичами, работающими или проживающими в непосредственной зоне влияния торговой площадки. А москвичи всё чаще ленятся, когда речь идет о книгах, отдавая предпочтение варианту покупки «по пути».

Диаграмма 2.14.

Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2014 (2013) гг.

*Почему Вы покупаете книги именно в этом магазине?
(% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)*



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 17-25 сентября 2014г.)

Впрочем, анализ торговых площадок, расположенных в других округах столицы, позволяет предположить, что причина «большой выбор книг» в данном случае является скорее субъективным ощущением или

сложившимися традициями в среде покупателей книг, чем отражением реального положения дел. Например, в магазин «Фаланстер», ассортимент которого насчитывает лишь 15 тыс. наименований книг, клиенты в массе своей приезжают по причине «большого выбора», в то время как «Новый книжный» в Кузьминках (75 тыс. наименований на 950 кв. м) посещают в 78% случаев проживающие в непосредственной близости москвичи.

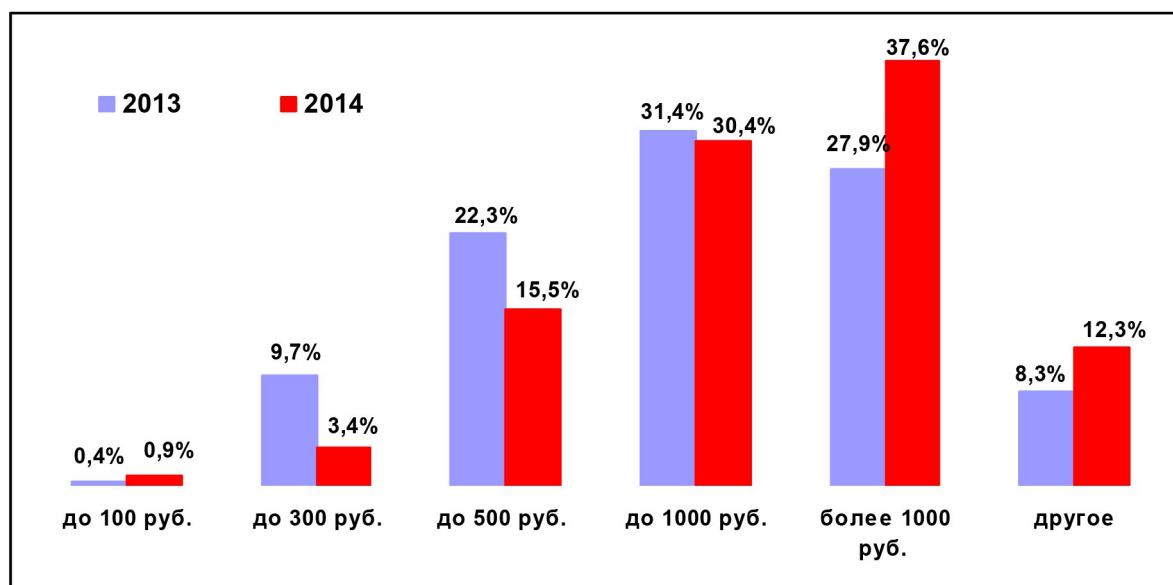
В настоящий момент крупноформатные (500+ кв. м) с ассортиментом книг более 75 тыс. наименований магазины сети «Новый книжный / Читай-город» представлены в южных (ЮВАО, ЮАО, ЮЗАО) и северных (СВАО, СЗАО) округах Москвы. Так что, в данном случае правильнее говорить о смене привычек книжного шопинга у москвичей, их явном стремлении минимизировать усилия по приобретению книг (без лишних телодвижений купить всё необходимое рядом).

Диаграмма 2.15.

Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2014 (2013) гг.

Какую денежную сумму в месяц Вы в среднем тратите на приобретение книг?

(% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 17-25 сентября 2014г.)

В целом, результаты опроса в сентябре 2014 года свидетельствуют о том, что читающие москвичи покупают книги в массе своей (80,4%) не реже одного раза в 1-3 месяца и ежемесячно тратят на книги от 500 и более рублей (68%). Инфляция очевидно влияет на сумму затрат, так как в ходе аналогичного опроса в августе 2013 года большая часть (53,7%) респондентов заявляла о ежемесячных тратах на книги в размере 300-1000 рублей.

Безусловно, среднестатистический москвич продолжает сегодня тратить на книги значительно большие, чем житель регионов, суммы. И если в I полугодии 2014 года средняя цена реализованного на территории регионов РФ книжного издания составила 178,00 руб., то в Москве – 312,84 руб. (+9,0% к I полугодию 2013 года). В разрезе тематических ниш столичного книжного рынка наибольший рост средней цены реализации в 2014 году характерен для блока «Образование и наука».

Таблица 2.22.

Средняя цена реализованного на территории Москвы книжного издания в I полугодии 2012-2014 гг.

МОСКВА	I полугодие 2014	I полугодие 2013	I полугодие 2012	I полугодие 2011 (справочно)
Средняя цена реализованного издания по всему книжному массиву	312,84р.	286,95р.	255,42р.	243,75р.
С разбивкой по укрупненным тематическим блокам книжного ассортимента:				
Художественная литература для взрослых	331,96р.	329,32р.	305,04р.	257,54р.
Детская литература	309,90р.	276,88р.	244,65р.	213,77р.

Образование и наука	237,99р.	196,55р.	194,98р.	254,52р.
Профессиональная /деловая литература	398,59р.	390,71р.	335,24р.	311,44р.
Прикладная литература / дом, досуг, кулинария, популярная психология, здоровье, красота, эзотерика	394,70р.	380,07р.	414,20р.	319,94р.

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

Целью покупки москвича является, как правило, приобретение книги «для собственного досуга» (85,1%) и «для ребенка» (38,8%). При этом доля тех, кто покупает книги «для ребенка», в сентябре 2014 года продолжает расти на фоне аналогичных опросов в августе 2013г. (30,0%) и ноябре 2012г. (17,5%). Кроме того, следует отметить, что читающие москвичи сегодня пусть не все и не всегда, но по-прежнему продолжают дарить книги (2014 – 12,4%; 2013 – 10,8%; 2012 – 8,7%) и сохраняют традиции собирания домашних библиотек (2014 – 10,4%; 2013 – 12,0%; 2012 – 8,0%).

Диаграмма 2.16.

Частота покупки книг населением Москвы в 2014 (2013) гг.

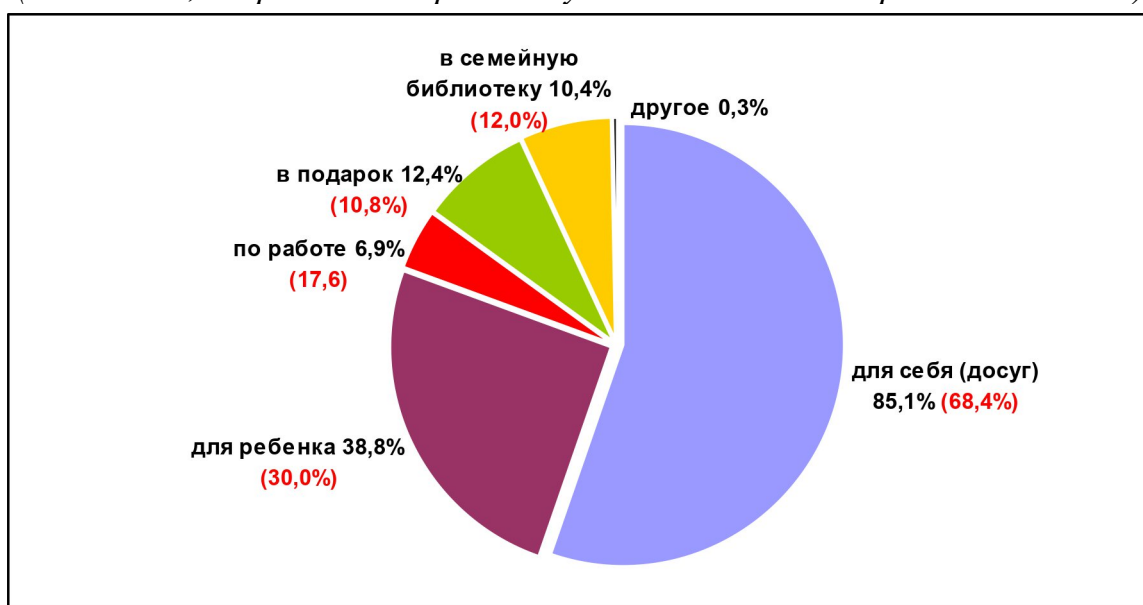


Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 17-25 сентября 2014г.)

Диаграмма 2.17.

Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2014 (2013) гг.

С какой целью (для кого) приобретаете книги?
(% голосов, закрытый вопрос/ допускается более 1 варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 17-25 сентября 2014г.)

В 2014 году, как и в 2013, книготорговые предприятия Москвы в массе своей ориентированы на ускорение оборачиваемости книжных товарных групп и активно работают с плавающей наценкой в диапазоне 50-150%. Коэффициент наценки зависит от тематической группы, ликвидности товара (бестселлеры), условий поставщика и сезона продаж. В 2014 году в ассортимент московских книжных магазинов ежемесячно включается 2800-3600 новых наименований (SKU), а средняя цена книжного предложения (ценник) составила 342,75 рублей (+8,4% к 2013 году или 11,3% к 2012г.).

Таблица 2.23.

ТОП-10 книготорговых объектов Москвы по обороту книжных продаж в натуральном и денежном выражении

параметр: оборот к/т предприятия		параметр: экземплярные продажи	
1	Библио-Глобус ТД / ул. Мясницкая, 6/3	1	Дом книги на Новом Арбате / ул. Новый Арбат, 8
2	Дом книги на Новом Арбате / ул. Новый Арбат, 8	2	Библио-Глобус ТД / ул. Мясницкая, 6/3
3	Москва ТДК / ул. Тверская, 8	3	Молодая Гвардия ДК / Б. Полянка ул., 28
4	Молодая Гвардия ДК / Б. Полянка ул., 28	4	Москва ТДК / ул. Тверская, 8
5	Дом педагогической книги / ул. Большая Дмитровка, 7/5 стр. 1	5	Новый книжный / Волгоградский пр-т, 78/1
6	Новый книжный / Мал. Сухаревская пл., 12 ТЦ «Садовая галерея»	6	Дом педагогической книги / ул. Большая Дмитровка, 7/5 стр. 1
7	Буква (Bookva) / Зубовский б-р, 17/1	7	Дом книги в Медведково / Заревый пр-д, 12
8	Республика: Университет / Цветной бульвар, 15, стр. 1	8	Читай-город / ул. Дубравная, 34/29, ТРЦ "Ладья"
9	Дом иностранной книги / ул. Кузнецкий Мост, 18/7	9	Читай-город / Ореховый бульвар, 22а, ТРК "Облака"
10	Дом книги в Медведково / Заревый пр-д, 12	10	Дом технической книги / Ленинский пр-т, 40

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

Меняется и ассортиментная карта столичной offline книжной розницы. Она становится всё более близкой к раскладке стандартного регионального магазина. Исторически сильные для московских книготорговцев разделы «искусство и культура», «бизнес-литература», «профессиональная книга» сокращаются в выкладке при одновременном росте доли книжного продукта для школьников на фоне относительной стабильности детского раздела (14%) и художественной литературы для взрослых (23%). И это неудивительно, ведь результаты опросов москвичей в рамках мониторинга Российского книжного союза в 2013-2014 гг. свидетельствуют о том, что целью покупки московского книголюбца является, как правило, приобретение книги «для собственного досуга» (68-85%) и «для ребенка» (30-39%). Но если говорить о динамике продаж в основных тематических блоках, то значительное падение

оборота московских магазинов в I полугодии 2014г. характерно для трех разделов: «Досуг, кулинария, эзотерика» (в диапазоне минус 1-15%), «Искусство и культура» (в диапазоне минус 2-10%) и «Учебная литература для школ» (в диапазоне минус 2-7%).

Диаграмма 2.18.

Ассортиментная карта offline книжного ритейла Москвы 2014 (2013) году



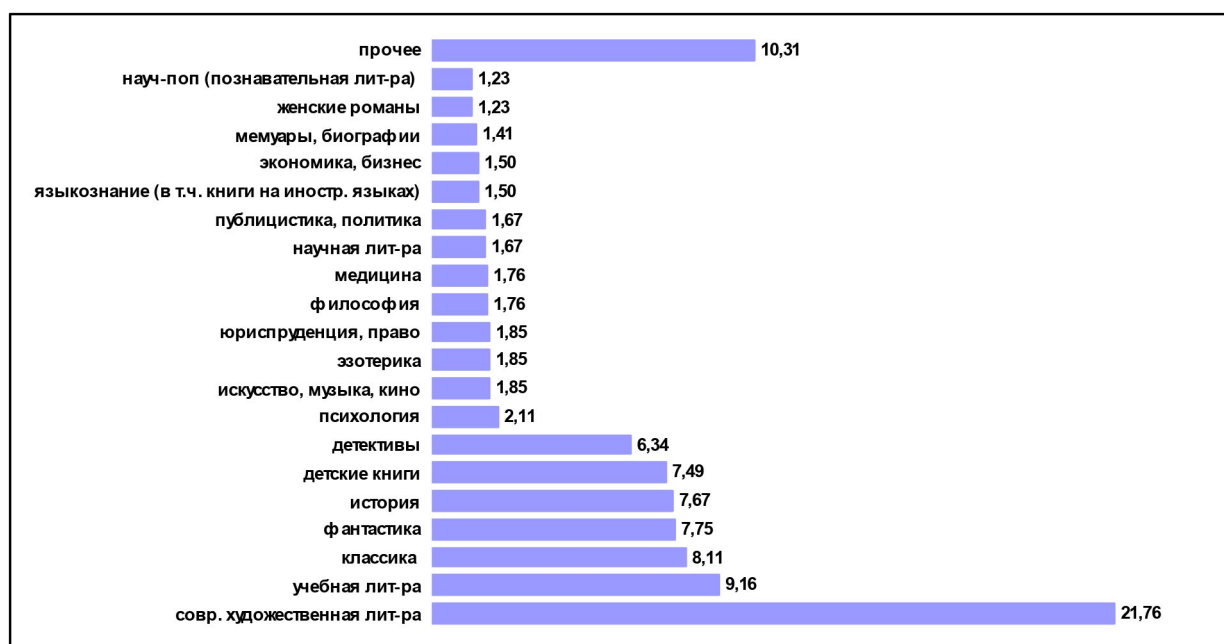
Источник: экспертный опрос, август/сентябрь 2013-2014гг., аналитика – Мониторинг

Если сопоставить результаты опроса клиентов книжных магазинов, проведенного в рамках мониторинга, с данными регулярных социологических опросов ВЦИОМ, то можно говорить об определенном консерватизме тематических предпочтений москвичей в выборе книг на протяжении последних нескольких лет. Лидирующие позиции занимает художественная литература (прежде всего современная и классическая проза) при параллельном значительном интересе к книгам массовых жанров – женский роман, детектив и фантастика. Традиционен для москвичей и интерес к книгам исторической тематики, а также к изданиям по психологии. В качестве актуального тренда последних 2-3-х лет, меняющего картину

книжных предпочтений москвичей следует выделить высокий и устойчивый рост интереса к книгам для детской аудитории.

Диаграмма 2.19.

Структура жанровых предпочтений москвичей в 2014 году (% голосов, открытый вопрос/более одного варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 17-25 сентября 2014г.)

В преддверии Года Литературы все объекты, имеющие непосредственное отношение к Литературе и Книге, требуют особого внимания со стороны государства. И, безусловно, книжная торговля, книжный магазин как оптимальный формат для апробации новых форм предложения книги клиенту, проведения целого ряда маркетинговых экспериментов в целях роста конкурентоспособности книги в культурном и информационном пространстве Москвы, сохранения книжных традиций мегаполиса, требует определенных мер государственной поддержки.

Это подтвердил и опрос экспертов (сентябрь 2014), в рамках которого был обозначен комплекс приоритетных направлений поддержки.

Денис А. Котов (сеть «Новый книжный – Буквоед»)

И думаю, нам в России нужно договориться о скоординированной активности по продвижению чтения в формате единого календаря важных событий. Такой календарь мог бы включать значимые литературные даты (например, дни рождения великих писателей), книжные фестивали и другие события, которые проходят в масштабе всей страны. Привлечь внимание СМИ и россиян к Единому календарю гораздо проще и сам по себе он мог бы быть намного эффективней инициатив каждой организации в отдельности. И я предлагаю до Non/Fiction обсудить Единый Календарь в каждом регионе и по стране в целом, отобрать объективно важные события.

Надежда И. Михайлова (ОЦ МДК)

Однажды на встрече в Биржевом союзе немецкой книготорговли я спросила, есть ли у них документ о том, что книга – это элемент культуры. Мои коллеги из Германии просто не могли понять, о чем я спрашиваю. Ведь для них это очевидно, им не надо это доказывать. А у нас в стране сложилась такая ситуация, что каждому книготорговому предприятию надо в одиночку доказывать, что книга – это элемент культуры, и что деятельность книжного магазина – это культурная деятельность. И людей, которые занимаются этой деятельностью, осталось очень мало в силу отсутствия экономических условий для существования и развития книжных магазинов в России. Отрадно, что в год культуры российские ведущие политики вспомнили и заговорили о том, что книга – это элемент культуры. Я надеюсь, что и в предстоящий год литературы, несмотря на все проблемы, книга, чтение и культура будут рассматриваться в нашей стране в едином контексте.

По итогам проведенного исследования и экспертного опроса мы можем говорить о высокой эффективности целого ряда мер по поддержки московских книжных магазинов при содействии соответствующих Департаментов Правительства Москвы, и в частности:

1. Более интенсивные усилия в реализации программы поддержки и развития чтения в Москве, включая:

- реализацию программы социальной рекламы чтения в г. Москве (создание, производство и размещение социальной рекламы чтения и книги в городе)
- разработку системы информирования всех заинтересованных потребителей о новинках книжной продукции, создание многоуровневой, разнообразной по формам, носителям, источникам обновления информационно-коммуникационной среды, которая способствовала бы информированию горожан, органов управления, профессионалов отрасли и т.д. о состоянии книжного рынка Москвы.

2. Ведение официального статистического учёта всех объектов книжной торговли, по меньшей мере, на уровне подготовки ежегодного аналитического исследования о текущем состоянии и проблемах расположенных на территории Москвы объектов книгораспространения в динамике на протяжении 3-5 лет.

3. Включение книги, кроме рекламного и эротического характера, в перечень социально-значимых товаров и наделение книжных магазинов статусом социально-значимых объектов культуры.

4. Расширение точек сбыта для книготорговых организаций из расчёта 5-10 книжных магазинов на 100 тыс. жителей. Эта мера предполагает принятие целого ряда решений:

- Включение объектов книготорговли в инфраструктурные стандарты (включение в качестве инвест-условия при предоставлении земли инвесторам под застройку, выделение в построенном объекте помещений, пополняющих фонд социально-значимых помещений, предназначенных исключительно для размещения книжных объектов, в т.ч. в рамках ТПУ).
- Снижение арендной ставки (цены выкупа) при условии сохранения профиля на городские объекты недвижимости.

- Установление налоговых преференций по уплате арендной платы для книжных магазинов, которые отводят книжной продукции не менее 60% торговой площади и проводят комплекс мероприятий по поддержке книги и чтения (включая льготные условия по оплате услуг ЖКХ).
- Установление налоговых преференции по уплате арендной платы для тех арендаторов, которые предоставляют свои площади в аренду книжным магазинам (включая льготные условия по оплате услуг ЖКХ).

Работа постоянно действующего Совета представителей органов власти и книгораспространителей во многом способствовала бы претворению перечисленных выше предложений по поддержке книжных магазинов Москвы.

сеть книжных магазинов

ЧИТАЙ-ГОРОД
Новый книжный

Руководителю Департамента
средств массовой информации и
рекламы Правительства Москвы
В. В. Черникову

Уважаемый Владимир Васильевич!

Книжная отрасль тесно связана с решением различных социальных задач - развитием духовной культуры, обучением и воспитанием подрастающего поколения, формированием общественного мнения и др. Книжные магазины всегда были центрами культурно-просветительской работы.

Наша компания считает важным обеспечить жителям города прямой доступ к широкому выбору книжных изданий, с целью развития инфраструктуры московской книжной отрасли и культурного ландшафта города.

Со своей стороны мы готовы открывать новые книжные магазины на территории Москвы и постоянно делаем это. За прошедший год мы открыли в Москве 5 новых современных книжных магазинов. По нашему мнению, приоритетными условиями для эффективной работы в этом направлении являются следующие:

- помещения общей площадью от 100 кв. м до 2 000 кв. м (оптимальный формат 300-500 кв. м), при льготной аренде возможности открытия книжных магазинов значительно увеличиваются;
- расположение помещений около станций метро и наличие рекламных возможностей, с выходом на пассажиропотоки для информирования людей о книжном магазине.

У нас есть опыт успешного развития книжного ритейла, современные торговые технологии, профессиональная команда и, конечно, уникальный ассортимент книг, товаров для школы, творчества и пр.

Надеемся на Вашу заинтересованность и помощь в решении данного вопроса.

С уважением,

Генеральный директор
сети книжных магазинов
«Читай-город - Новый книжный»



М. В. Иванцов



ГОСУДАРСТВЕННОЕ УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ГОРОДА МОСКВЫ
«ОБЪЕДИНЕННЫЙ ЦЕНТР»

«Московский Дом Книги»
ГУП «ОЦ «МДК»

Ул. Новый Арбат, д. 8, Москва, 119019; телефоны: 789-35-91, 690-40-75; факс: 690-23-85
E-mail: mdk@mdk-arbat.ru
ОКПО 18636551, ОГРН 1037739134564, ИНН/КПП 7704193249/774850001

29.10.2014 № 01-15/115

на № _____ от _____

Руководителю
Департамента средств массовой
информации города Москвы
В.В.Черникову

Уважаемый Владимир Васильевич!

Направляем Вам на рассмотрение перечень микрорайонов и муниципальных образований города Москвы, в которых целесообразно открытие книжных магазинов ГУП «ОЦ «МДК».

Приложение: Перечень на 1 л.

Генеральный директор



Н.И.Михайлова

Исп. Хватова М.К.
495-690-40-75 (доб.25030)

**Перечень
микрорайонов и муниципальных образований города Москвы
для открытия книжных
магазинов ГУП «ОЦ «МДК»**

1. Восточный административный округ

микрорайон «Новокосино»
микрорайон «Новогиреево»
микрорайон «Соколиная гора»
микрорайон «Вешняки»
микрорайон «Ивановское»

2. Западный административный округ

микрорайон «Крылатское»
микрорайон «Матвеевское»
микрорайон «Фили-Давыдково»
микрорайон «Солнцево»
микрорайон «Саларьево»
микрорайон «Тропарево-Никулино»

3. Зеленоградский административный округ

город Зеленоград

4. Северный административный округ

муниципальное образование «Беговое»
микрорайон «Левобережный»
микрорайон «Западное Дегунино»
микрорайон «Савёловский»

5. Северо-Восточный административный округ

микрорайон «Лианозово»
микрорайон «Останкинский»
микрорайон «Ростокино»

6. Северо-Западный административный округ

микрорайон «Митино»
микрорайон «Строгино-Щукино»
микрорайон «Хорошево-Мневники»
микрорайон «Алешкино»
микрорайон «Планерная»
микрорайон «Куркино»

7. Юго-Восточный административный округ

микрорайон «Печатники»
микрорайон «Нижегородский»
микрорайон «Рязанский»

8. Юго-Западный административный округ

микрорайон «Северное Бутово»
микрорайон «Коньково»
микрорайон «Зюзино»

9. Южный административный округ

микрорайон «Братеево»
микрорайон «Зябликово»
микрорайон «Нагатинский затон»
микрорайон «Царицыно»

Комментарии экспертов из профильных общественных организаций



Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации
Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
РОССИЙСКАЯ ордена "Знак Почета" КНИЖНАЯ ПАЛАТА

119019, Москва, Кремлевская наб., 1/9
тел. (495) 697-56-08
факс: (499) 766-00-90

<http://www.bookchamber.ru>
<mailto:info@bookchamber.ru>

Управляющему вице-президенту
Российского книжного союза

Л.Л. Палько

от 05.11.14 № 1023/14
на № _____ от _____

Уважаемый Леонид Леонидович!

Высылаем Вам наш отзыв на **Отчёт Российского книжного союза о мониторинге состояния московского книжного рынка.**

Специалисты Российской книжной палаты ознакомились с представленным отчётом об исследовании, проведённом осенью 2014 года. По уже сложившейся традиции, основные принципы, цели, задачи и методика данного исследования во многом совпадает с аналогичными за 2012 и 2013 годы. Этот подход можно только приветствовать, поскольку обеспечена необходимая преемственность в предлагаемых решениях наиболее актуальных проблем, а также сопоставимость нынешних и предыдущих показателей издательской и книготорговой деятельности в столичном регионе. В то же время нужно отметить стремление исполнителей данной НИР оперативно и гибко реагировать на изменения в книгоиздательской и книготорговой политике, актуализируя и конкретизируя поставленные задачи, способы их решения, причём на базе приоритетов «рынка покупателя», а не «рынка продавца».

В структуре и наполнении отчёта удачно сочетаются анализ и прогноз, статистика и социология, общая характеристика издательского репертуара и

ассортимента книжного рынка. Особо подробно проанализированы ценовые показатели наиболее важных сегментов и каналов сбыта издательской продукции.

Обе основные части отчёта имеют вполне самостоятельное, хотя и различное научное и практическое значение.

Первый раздел – более общий и разнообразный по содержанию. Он посвящён анализу текущего состояния и тенденций развития традиционного (печатного) и нового (электронного) книгоиздания. В нём, на наш взгляд, особенно важна характеристика негативных и позитивных тенденций во взаимодействии печатного и электронного книгоиздания, а также предложения по дальнейшему развитию московского книжного рынка в условиях нынешней информационной революции и усиливающегося кризиса сбыта книжной продукции.

Второй раздел, как более специализированный по информации, в какой-то мере дополняет предыдущий. Он содержит конкретный, подробный анализ обеспеченности всех административных округов города (и его населения) книоторговыми предприятиями различного типа. Сделана весьма удачная попытка выявить общее и различное для каждого конкретного округа, а также определить тенденции в динамике продаж по основным разделам книоторгового ассортимента. На основе опроса экспертов сформулированы вполне обоснованные предложения по приоритетной поддержке тех каналов книгораспространения, которые считаются наиболее эффективными для нынешних условий, и тех категорий книжных продуктов, которые считают социально значимыми.

Особо отметим, что авторы отчёта сформулировали конкретные предложения для решения наиболее острых и актуальных проблем на основе анализа множества экспертных оценок от ведущих специалистов отрасли. Эти оценки в развёрнутой форме представлены по всему отчёту, что позволяет читателю сопоставлять мнения и делать свои выводы, благодаря чему повышается информативность данного материала. В связи с этим, кстати, в будущих аналогичных отчётах по мониторингу хотелось бы увидеть и соответствующие оценки со стороны представителей Российской книжной палаты, которая не только остаётся государственным центром библиографического и статистического учёта издательской продукции, но и могла бы выступать «судьёй» при оценке уровня соответствия книжной продукции требованиям ГОСТов СИБИБД (ведь от этого во многом зависит качество книги как товара).

Также хотелось бы увидеть и побольше оценок состояния и тенденций книготорговли со стороны именно мелких книготорговцев, которые редко имеют возможность высказаться и чьё мнение могло бы лучше представить всю палитру проблем, с которыми сегодня сталкивается малый бизнес в книготорговле вообще и в московской в частности.

Считаем необходимым отметить высокую культуру оформления данного отчёта и насыщенность всего его объёма разноаспектной статистикой. Таблицы и диаграммы позволяют легко и чётко получать нужную и наглядную информацию, выделяя самое главное и важное.

В целом оценка представленного материала должна быть только и безусловно высокой. Пожелаем заказчикам данной разработки реализовать на практике хотя бы часть высказанных в отчёте рекомендаций и предложений, которые хорошо обоснованы и с экономической точки зрения.

Генеральный директор РКП



Е.Б. Ногина

Комментарий на исследование

Российского книжного союза (РКС) «Мониторинг состояния московского книжного рынка»

Мониторинг московского книжного рынка, проведенный Российским книжным союзом в сентябре – октябре 2014 года, представляет собой детальное описание книжного рынка столицы, трендов и тенденций потребления бумажных и цифровых книг, реалистично отражает состояние книготорговли на текущий момент. Исследование позволяет выявить проблемные вопросы, а также представляет предложения экспертов отрасли для эффективного ее дальнейшего развития.

Отдельно хотелось бы отметить следующие разделы.

«Мониторинг состояния печатного и цифрового книгоиздания в г. Москве»:

Москва остается центром книгоиздания Российской Федерации. Именно здесь выходит в свет 55,5% наименований (SKU) книг суммарного выпуска России. При этом доля московских импринтов в суммарном тираже составляет 84,8%, что во многом объясняется размещением в столице издательских структур, ориентированных на выпуск массовой книжной продукции и учебных изданий для общеобразовательной школы.

Средний тираж издания со столичным импринтом составил в I полугодии 2014 года 6265 экземпляров при среднеотраслевом показателе в 4100 экземпляров. Причем, в сравнении с I полугодием 2013 года столичный средний тираж подрос на 7,5%, в то время как в среднем по России мы имеем падение этого показателя на уровне 1,8%.

Несмотря на сокращение количественного состава, структура столичного книгоиздания сохраняет свои контуры, где доля издательств, выпускающих хотя бы 1 книгу в неделю, не превышает 11%. По данным Книжной палаты, тренд снижения издательской активности в 2014 году характерен фактически для половины компаний, входящих в ТОП-15 московского книгоиздания.

Между тем утвержденный в прошлом году ФГОС дошкольного образования и Приказ N 1047 Минобрнауки РФ от 5 сентября 2013 года, озвучивший обязательность электронного формата школьного учебника, заставили ведущие учебные издательства Москвы реинвестировать большую часть средств в дошкольный сектор и цифровые подразделения.

Раздел «Мониторинг обеспеченности населения города Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий».

По состоянию на сентябрь 2014 года на территории Москвы насчитывается 226 специализированных на продаже книжных изданий (>60% торговой площади под книги) стационарных торговых объектов. Расчетный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами составляет 1:51259 (или один магазин на 51 тыс. жителей).

На фоне прошлого года (1:55000) этот показатель существенно улучшен благодаря открытию в январе-августе 2014 г. новых магазинов под марками «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». Но, тем не менее, Москва продолжает уступать по данному показателю среднему коэффициенту обеспеченности населения книжными магазинами в странах ЕС (один магазин на 5-6 тыс. жителей).

Распределение книжных магазинов по «старой» Москве выглядит достаточно равномерно, исключая Юго-Восточный АО. По традиции фактически четверть всех книжных магазинов (24,3%) сосредоточена в Центральном АО Москвы, в то время как в районах за пределами МКАД присутствуют лишь единичные объекты.

На крупные сетки – ОЦ МДК, «Новый книжный / Читай-город», «Книжный Лабиринт», «Буква», «Республика» приходится основной трафик клиентов и 66,8% от общего числа книготорговых объектов столицы. Именно эти игроки определяют книжный климат Московского региона.

Традиционными партнерами книжников в этом случае являются московские филиалы ООО «Ашан», «Метро», ОАО «Детский мир-Центр», «О`кей», сеть универсамов «Лента», а также киосковые сети «АРИА АйФ», «Горпечать», ООО «Пресс Логистик», ЗАО «Сейлс» и пр. Пропускная способность этих каналов по состоянию на июль 2014 года колеблется в диапазоне 1-6% объема реализации издательств Москвы по киосковым сетям и 4-60% – по FMCG-ритейлу.

Следует также отметить и плотное сотрудничество с интернет-магазинами. В 2014 году пропускная способность этого канала в Московском регионе находится на уровне 2-20% или в среднем 10,87% суммарной реализации столичных издательств (2013 году – 18,7%; в 2012 – 11,2%). В группе интернет-магазинов ведущими партнерами издательств являются Labirint.ru, OZON.ru, Логос-интернет (Read.ru), Мой магазин (My Shop), МТ Клик (My Toys), Книга.ру и др.

Доля электронных продаж в обороте ведущих мировых издательств колеблется на уровне 20-30% в зависимости от структуры редакционного портфеля, маркетинговой активности, бестселлеров и пр. У ведущих российских (в т.ч. московских) издательств этот показатель не превышает 2,5%.

На данный момент в России представлены три бизнес-модели, которые позволяют монетизировать электронные книги. Это плата за скачивание (pay-per-download), потребление книг по подписке и рекламная модель. Основной моделью монетизации в РФ остается «плата за скачивание», на неё приходится 90% рынка. В сентябре 2014 года в скачивании электронных книг из интернета «сознались»

24,4% москвичей, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2013 года составляла лишь 5,2%.

Читательские предпочтения за год, прошедший с предыдущего исследования, практически не изменились. Лидирующие позиции занимает художественная литература (прежде всего современная и классическая проза) при параллельном значительном интересе к книгам массовых жанров – женский роман, детектив и фантастика. Традиционен для москвичей и интерес к книгам исторической тематики, а также к изданиям по психологии. В качестве актуального тренда последних 2-3-х лет, меняющего картину книжных предпочтений москвичей следует выделить высокий и устойчивый рост интереса к книгам для детской аудитории.

Самое главное, что на вопрос «нуждаются ли москвичи в поддержке чтения как таковой?» безусловное большинство издательств Москвы отвечает однозначным «ДА», вкладывая в этот ответ значительные собственные ресурсы.

В целом, исследование РКС несомненно интересно и актуально, в связи с чем ГИПП рекомендует его для анализа и использования в повседневной работе всем участникам книжного рынка города Москвы. Кроме того, содержащаяся в нем информация позволит государственным органам выработать обоснованные решения по поддержанию благоприятных условий для функционирования книжной отрасли в Москве, и в предстоящий год литературы, несмотря на все проблемы, книга, чтение и культура будут рассматриваться в столице в едином контексте.

Исполнительный директор НПО



Е.М. Шитикова

Отзыв на «Мониторинг состояния московского книжного рынка» (2014),
подготовленный Российским книжным союзом

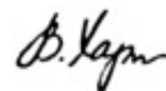
«Мониторинг состояния московского книжного рынка» (2014), подготовленный специалистами Российского книжного союза, — исключительно полезный свод данных по ситуации на книжном рынке в Москве и его анализ. Учитывая общую нехватку данных по российскому книжному рынку в целом, а также то, что Москва представляет для индустрии её большую и самую важную часть, то выводы настоящего доклада имеют важное значение для понимания ситуации и на российском рынке.

Авторы доклада значительно усилили его аналитическое и прогностическое значение, предоставив не только данные и выводы по индустриальной статистике, но и включив в доклад данные и выводы полевых исследований в Москве. Особую ценность докладу придает и то, что его авторы внимательно проанализировали процессы слияний и поглощений, за последний год серьезно преобразившие рынок в сторону формирования олигополии. Кроме того, надо отдать должное авторам в том трезвом отношении, которое они проявили к анализу ситуации с каналами книжной дистрибуции: анализ разнообразия этих каналов не помешал им зафиксировать в целом печальную, в сравнении с европейскими столицами, ситуацию с традиционными книжными магазинами в Москве.

Авторы доклада умело переработали и упорядочили значительный массив статистических и социологических данных, дав возможность читателям представить картину ситуации в отрасли. А потому «Мониторинг состояния московского книжного рынка» можно смело рекомендовать в качестве полезного инструмента для формирования ответственной политики в отношении книжной индустрии в условиях кризиса.

Исполнительный директор
НП «Ассоциация интернет-издателей»
02/11/2014

Харитонов В. В.



Исх.2-11-14 от 05.11.2014г.

В Российский Книжный Союз

Отзыв на «Мониторинг состояния московского книжного рынка-2014»

Данное исследование весьма объективно отражает то состояние книжной отрасли и, в частности, книжной розницы, в котором она находится на территории Москвы на данный момент.

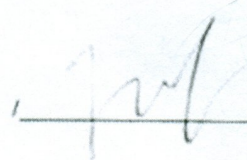
Справедливо обращено внимание на большинство главных проблем книжной отрасли, которые характерны не только для Москвы, но и для всей страны.

Во 2-м и 3-м разделах Мониторинга безусловно, правильно отражены и вопросы в области состояния книжного ритейла.

Соглашаясь с выводами авторов исследования, стоит обратить внимание на то, что, прежде всего, надо говорить с органами власти, с обществом о реальном значении книги. Т.к. призывы признать книгу «социально-значимой продукцией», а книжные магазины «социально-значимыми объектами городской инфраструктуры» ни на кого не производят должного впечатления, поскольку не подкреплены серьезной аргументацией, объясняющей реальную важность и необходимость обеспечения населения доступом к книжной продукции. На мой взгляд, наиболее значимыми функциями книги в современном обществе являются функция (способ, возможность)

самообразования и функция досуга. Только уже эти две составляющие дают возможность требовать от государства немедленно активизировать работу по развитию всей отрасли книгоиздания в стране: типографии, издательства, книготорговые предприятия и т.д.

С уважением,
Исполнительный директор

 / Головин А.С.