



РОССИЙСКИЙ КНИЖНЫЙ СОЮЗ

Мониторинг состояния московского книжного рынка

МОСКВА – 15 ноября 2021

Аннотация

Настоящий Мониторинг выполнялся по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы города Москва (Приказ № 02-02-336\21 от 30.08.2021 г.) 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 2018-2021 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя. Определены объем, инфраструктура, ценовая политика и базовые условия развития рынка цифровых (аудио и электронных) книг в Москве.

Особое внимание в рамках Мониторинга уделено анализу изменений на книжном рынке в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19), адаптации издательств и книготорговых предприятий к работе в новых условиях и возможностей преодоления негативных последствий с помощью мер государственной поддержки и регулирования.

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/октябре 2021 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: 2010-2030» и статистических данных Книжной палаты.

Мониторинг проведен в сентябре-октябре 2021 года.

Объем отчета о Мониторинге – 208 страниц (в т.ч. приложения); включает 30 таблиц и 48 диаграмм.

Язык отчета – русский.

Оглавление

Аннотация	2
1. Оценка текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив по количественным и качественным параметрам, а также уровня инвестиционной активности и основных тенденций в тематической структуре книжного выпуска	12
1.1. Оценка текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив по количественным и качественным параметрам	13
1.2. Основные тенденции в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2018-2021 гг.	17
2. Анализ конкурентной среды книгоиздания в городе Москве с указанием общего количества операторов книгоиздания, и формирование рейтинга (ТОП-15) издающих организаций по уровню издательской активности: раздельно по количеству наименований и суммарному тиражу	28
2.1. Обзор операторов книгоиздания Москвы и уровня их издательской активности	29
2.2. Анализ конкурентной среды книгоиздания в Москве и расчет рейтинга ведущих книгоиздательских компаний	34
3. Анализ динамики издательских цен на книжные издания и перераспределения доли базовых каналов сбыта в структуре ритейл-карты книжного рынка города Москвы, уровень доступности цен для потребителя	40
3.1. Анализ динамики цен на книжные издания и уровня их доступности для потребителя	41
3.2. Структура ритейл-карты книжного рынка Москвы: Доли базовых каналов сбыта в реализации издательств	50
4. Характеристика активностей в рамках программ поддержки и продвижения книги и чтения на территории города Москвы и уровня их востребованности у москвичей	57
5. Оценка динамики объема продаж книжной аудио-продукции и электронных книг в городе Москве с учетом текущей инфраструктуры, ценовой политики и уровня осведомленности московской аудитории о цифровом продукте	69
5.1. Динамика объема продаж книжной аудио-продукции и электронных книг в городе Москве	70

5.2. Уровень осведомленности москвичей о цифровой книге, предпочтения и привычки	78
5.3. Текущая инфраструктура рынка цифровой книги, ценовая и маркетинговая политика	83
6. Оценка адаптации операторов книгоиздания и книгораспространения к изменениям на рынке в связи с распространением коронавирусной инфекции, темпы восстановления отрасли. Характеристика негативных и позитивных тенденций в развитии печатного и цифрового книгоиздания	89
7. Оценка мер государственной поддержки и регулирования, принятых в рамках распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19), уровень востребованности у предпринимателей и предприятий	98
8. Формирование реестра книжных магазинов и карты стационарных книготорговых объектов города Москвы с указанием доли предпочтаемых покупателями форм и форматов приобретения книжной продукции	110
8.1. Показатели обеспеченности и доступности стационарных книготорговых объектов. Предпочтения москвичей в плане форм и форматов приобретения книг	111
8.2. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины	116
8.3. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины	124
8.4. Ритейл-карта Москвы: FMCG-объекты и киосковые сети	130
9. Анализ динамики и особенностей московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ за исследуемый период	134
10. Описание текущего состояния книготорговой структуры города Москвы в разрезе различных каналов, форматов и форм книжного предложения жителям столичного региона, с учетом динамики восстановления продаж в пост-карантинный период	145
10.1. Южный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	146
10.2. Северо-Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	148
10.3. Юго-Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	149

10.4. Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	151
10.5. Северный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	153
10.6. Северо-Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	155
10.7. Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	157
10.8. Центральный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	159
10.9. Зеленоградский Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	163
10.10. Троицкий и Новомосковский Административные Округа: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	164
10.11. Юго-Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	166
11. Анализ сводной матрицы покупательских и читательских предпочтений посетителей книжных магазинов в разрезе административных округов г. Москвы	168
11.1. Южный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	169
11.2. Северо-Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	171

11.3. Юго-Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	173
11.4. Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	174
11.5. Северный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	176
11.6. Северо-Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	178
11.7. Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	180
11.8. Центральный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	182
11.9. Троицкий и Новомосковский Административные Округа. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	184
11.10. Юго-Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	186
12. Оценка текущей структуры книгораспространения книжного рынка города Москвы с указанием сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений. Предложения по перспективным местам открытия книжных магазинов / точек продаж	188
Приложение 1. Предложения по перспективным местам открытия книжных павильонов / нестационарных торговых объектов со специализацией «печать» (слайд 1-10)	198

Список диаграмм

Диаграмма 1.1. Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в январе-сентябре 2018-2021 гг., %

Диаграмма 1.2. Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I-III кв. 2018-2021 гг.

Диаграмма 1.3. Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в I-II кварталах 2021 года (LFL2020)

Диаграмма 1.4. Выпуск учебных и методических изданий в РФ для всех ступеней образования

Диаграмма 1.5. Динамика структуры выпуска учебных и методических изданий для общеобразовательной школы

Диаграмма 1.6. Доля издательств в Федеральном Перечне учебников с изменениями, внесенными Приказом Минпросвещения № 766 от 23 декабря 2020 года

Диаграмма 1.7. Учебная литература: Сезонная карта продаж в 2017-2021 гг.

Диаграмма 2.1. Доли ведущих издательств Москвы (ТОП-10) в суммарном выпуске книг и брошюр РФ в I-III кв. 2021 года

Диаграмма 3.1. Рост стоимости производства печатной книги и динамика цен на книжном рынке Москвы в июне 2021 г., в % к июню 2020 г.

Диаграмма 3.2. Средний чек покупателя (только книги) в июне-июле 2018-2021 гг., руб.

Диаграмма 3.3. Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2021 году

Диаграмма 3.4. Средняя цена купленного на территории Москвы издания базовых тематик книжного ассортимента в августе-сентябре 2020/2021 гг.

Диаграмма 3.5. Средняя розничная цена книжного издания в основных каналах сбыта в августе-сентябре 2021 г., руб.

Диаграмма 3.6. Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств в Московском регионе в августе/сентябре 2019-2021 гг.

Диаграмма 4.1. Социальные сети: Оценка эффективности контактов с читателями

Диаграмма 4.2. Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I-III кв. 2018-2021 гг.

Диаграмма 4.3. Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2019/2021 гг.

Диаграмма 4.4. Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2021 году

Диаграмма 5.1. Динамика доли москвичей, скачивающих электронные книги (тексты) в интернете. 2013-2021 гг.

Диаграмма 5.2. Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2021 гг., млн руб.

Диаграмма 5.3. Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2013-2021 гг.

Диаграмма 5.4. Предпочитаемые клиентами магазина ЛитРес устройства для чтения цифрового контента (электронных книг) в 2019-2021 гг.

Диаграмма 5.5. Рост продаж в Московском регионе в разрезе укрупненных тематических групп книг на площадках ЛитРес в I полугодии 2019/2020 гг. и январе-августе 2021 г. (LFL к предыдущем году)

Диаграмма 7.1. Оценка экспертным сообществом значимости мер гос. поддержки в области книгоиздания и книгораспространения в связи с распространением коронавирусной инфекции

Диаграмма 8.1. Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на сентябрь 2016-2021 гг.

Диаграмма 8.2. Динамика суммарного числа физических книгорыночных объектов в Москве в 2014-2021 гг.

Диаграмма 8.3. Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2021 г.

Диаграмма 8.4. География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2017-2021 гг.

Диаграмма 8.5. Доля книг в торговом предложении книжных магазинов Москвы в III кв. 2017-2021 гг. (средневзвешенный показатель, %)

Диаграмма 8.6. Распределение суммарной книжной выкладки книжных магазинов по административным округам Москвы в сентябре 2021 г.

Диаграмма 8.7. Динамика доли посетителей книжных магазинов, приобретающих печатные книги в том числе в интернет-магазинах в 2016-2021 гг., %

Диаграмма 8.8. Доля укрупненных тематических групп книжного ассортимента в обороте интернет-канала в III кв. 2017-2021 гг., %

Диаграмма 8.9. География распределения по административным округам Москвы отделений почтовой связи /ПВЗ интернет-магазинов с книжной выкладкой в 2021 году (доля объектов, %)

Диаграмма 8.10. Структура оборота категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на август 2021 г. (доля тематики, %)

Диаграмма 8.11. География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2021 г.

Диаграмма 8.12. География распределения объектов НТО «Печать» по административным округам Москвы в 2021 году (доля объектов, %)

Диаграмма 9.1. Динамика рублевых продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в книжных магазинах Москвы в I полугодии 2021 г. (LFL2019)

Диаграмма 9.2. Средний чек онлайн книжной розницы Москвы в III кв. 2017-2021 гг.

Диаграмма 9.3. Динамика трафика (LFL) книжной онлайн розницы Москвы в августе 2016-2021 гг.

Диаграмма 9.4. Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2013-2021 гг.

Диаграмма 9.5. Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2013-2021 гг.

Диаграмма 9.6. Частота покупки книг населением Москвы в 2017-2021 гг.

Диаграмма 9.7. Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2014-2021 гг.

Диаграмма 12.1. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы по состоянию на сентябрь 2021 г. (магазин на кв. км)

Диаграмма 12.2. Уровень интереса москвичей к покупкам печатных книг в интернет-магазинах в 2019 и 2021 гг. в разрезе АО Москвы

Диаграмма 12.3. Коэффициент обеспеченности населения объектами книгораспространения в разрезе АО Москвы в 2021 году

Диаграмма 12.4. Предпочтение offline формата покупки книги населением Москвы в 2017-2021 гг.

Диаграмма 12.5. Структура жанровых предпочтений москвичей в 2021 году

Список таблиц

Таблица 1.1. Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I-III кв. 2021 года

Таблица 1.2. Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I-III кв. 2021 года

Таблица 1.3. Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I-III квартал 2018-2021 гг.

Таблица 2.1. Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I-III кв. 2021 года

Таблица 2.2. Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I-III кв. 2018-2021 гг.

Таблица 2.3. ТОП-15. Рейтинг издательской активности: Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2018-2021 гг.

Таблица 3.1. ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I-III кв. 2021 года

Таблица 5.1. Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в августе 2013-2021 гг.

Таблица 9.1. ТОП-20 авторов и книг по суммарным (экз.) продажам в книжных магазинах Москвы в I-III кв. 2021 г.

Таблица 10.1. Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.2. Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.3. Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.4. Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.5. Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.6. Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.7. Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.8. Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.9. Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.10. Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 10.11. Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 11.1. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Южного АО Москвы

Таблица 11.2. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северо-Западного АО Москвы

Таблица 11.3. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Юго-Западного АО Москвы

Таблица 11.4. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Западного АО Москвы

Таблица 11.5. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северного АО Москвы

Таблица 11.6. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Северо-Восточного АО Москвы

Таблица 11.7. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Восточного АО Москвы

Таблица 11.8. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Центрального АО Москвы

Таблица 11.9. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Троицкого и Новомосковского АО Москвы

Таблица 11.10. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Юго-Восточного АО Москвы

Тема 1.

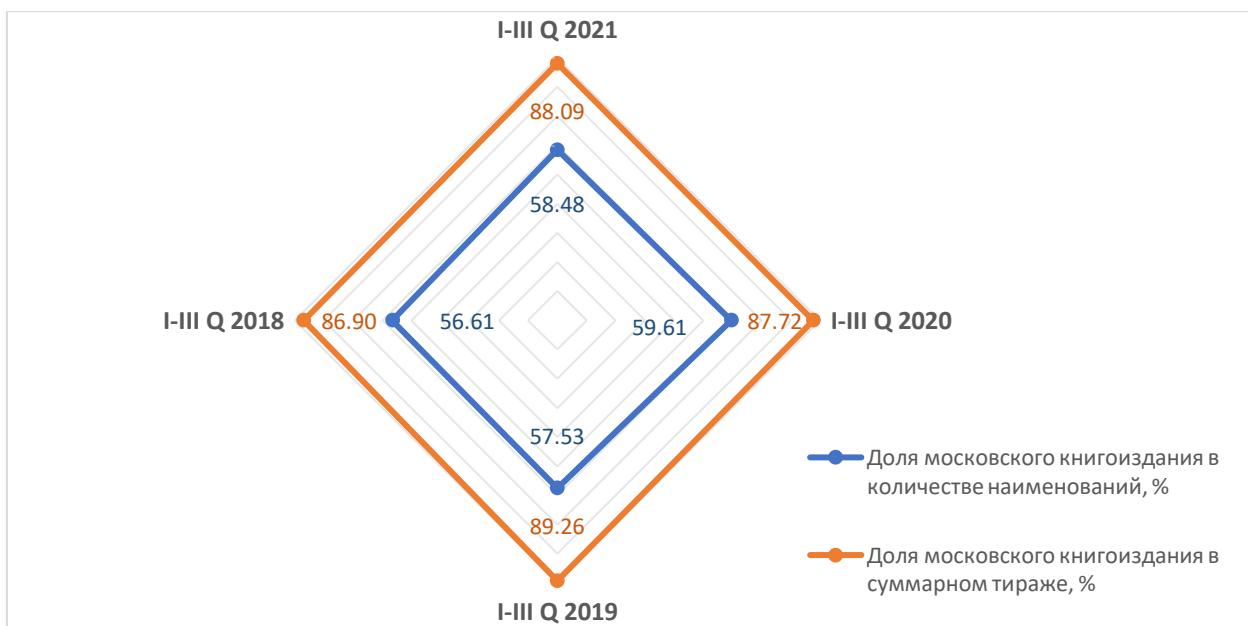
Оценка текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив по количественным и качественным параметрам, а также уровня инвестиционной активности и основных тенденций в тематической структуре книжного выпуска

1.1. Оценка текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив по количественным и качественным параметрам

Согласно данным государственной статистики в 2021 году Москва остается центром книгоиздания Российской Федерации. Несмотря на сохраняющиеся сложности, связанные с распространением коронавирусной инфекции, за I-III квартал 2021 года здесь вышли в свет 58,5% наименований (SKU) книг суммарного выпуска России. Фактически неизменной (88,1%) осталась и доля московских импринтов в суммарном тираже, что во многом объясняется размещением в столице ведущих российских издательских структур, ориентированных на выпуск массовой книжной продукции и учебных изданий для общеобразовательной школы.

Диаграмма 1.1.

Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в январе-сентябре 2018-2021 гг., %



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

В 2021 году суммарный выпуск в столице вырос на 13,9% по количеству наименований и почти на треть (+30,7%) по суммарному тиражу в сравнении с девятью месяцами 2020 года, что в целом укладывается в общую динамику

книгоиздания в Российской Федерации. Но в сравнении с показателями I-III кварталов 2019 года результаты выглядят не столь позитивно – если тиражные объемы выпуска практически восстановились к допандемийному уровню и даже немного превысили его (+2%), то инвестиционная активность в московском книгоиздании (и в целом по РФ) остается сниженной: минус 1-4% SKU LFL2018-2019 гг.

Средний тираж книг и брошюр с московским импринтом в январе-сентябре 2021 года составил 6253 экземпляра при среднеотраслевом показателе в 4150 экз. Значимое превышение отраслевых тиражных показателей традиционно для московского книгоиздания. Но даже так, в сравнении с девятью месяцами благополучного 2019 года средний тираж столичных изданий вырос фактически на 3,6% (при росте среднеотраслевого тиража в РФ на 6,7%). Впрочем, этот невероятный скачок обеспечивается главным образом ростом на 63-65% среднего тиража в группе брошюр (в связи с увеличением печати агитационных материалов к прошедшему в сентябре 2021 года выборам в ГД), при параллельной отрицательной динамике в Москве среднего тиража полноценных книг: с 5614 (I-IIIQ 2019) до 4928 (I-IIIQ 2021) экземпляров.

Диаграмма 1.2.

Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I-III кв. 2018-2021 гг.



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

В наибольшей степени экземплярность падает за счет переизданий/допечаток (-200 шт. в среднем тираже или -4,9% LFL2019) и переводной литературы (-175 шт. в среднем тираже или -3,8% LFL2019), т.е. сугубо книжных проектов, отражающих состояние именно книжного рынка. Аналогичная ситуация наблюдается и по параметру «наименований»: по итогам девяти месяцев 2021 года объем SKU в группе «книги» не смог достичь данных аналогичного периода 2019 года (-0,3%). Проще говоря, инвестиционная активность московских издателей постепенно растет на фоне карантинных месяцев 2020 года, но о полном восстановлении к допандемийному уровню в сентябре 2021 года речь пока не идет. Многие издатели связывают это со снижением объема типографских услуг, с задержкой печати тиражей и срывом поставок от бумажных комбинатов.

Олег Новиков, Эксмо-АСТ:

Этим летом мы впервые столкнулись с дефицитом производства на уровне около 20%. Даже по элементарному воспроизведству сток-аутов, возникших в ходе весенних продаж, мы ни в мае, ни в июне, ни в июле не можем получить приемлемых результатов. Тут вспоминаются те самые лихие 1990-е, когда продать книгу легче, чем её напечатать. И эту проблему никак не решить за короткий промежуток времени. К сожалению, за 10 лет огромное количество полиграфических предприятий по тем или иным причинам перестало работать, а большинство оставшихся стали производить значительно меньше книг, снизили свои производственные мощности, в том числе из-за сокращения части сотрудников в период падения спроса в 2020 году. Так что, для себя мы приняли решение инвестировать в развитие полиграфии.

Олег Вишняков, ИД Лев:

Наиболее острый дефицит ощущался весной при закупках офсетной и писчей бумаг – заметно увеличились сроки заказа, поставщики бумаги часто срывали сроки или даже отказывались от поставок. Сейчас ситуация несколько стабилизировалась, но всё равно остается крайне тяжелой. Офсетная бумага сильно квотируется, продолжается нехватка российской «меловки», российского и импортного картона. А так как в печати мы используем все виды

бумаг и картонов, представленных на рынке, кроме, пожалуй, дизайнерских, то в связи с нехваткой российского сырья, вынуждены закупать европейские бумаги.

Константин Лунь, Альпина Паблишер:

Ситуация со сроками печати книг катастрофическая: отказы не приходят, но срок изготовления книг увеличен в два раза.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2021

**Таблица 1.1.
Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве
в I-III кв. 2021 года**

	Число изданий, печ. ед.	В % к I-IIIQ 2020 г.	В % к I-IIIQ 2019 г.	Общий тираж, тыс. экз.	В % к I-IIIQ 2020 г.	В % к I-IIIQ 2019 г.	В % к числу изданий	В % к тиражу
Всего	46868	13.88	-1.30	293047.79	30.67	2.27		
Тиражом до 500 экз.	12675	29.89	11.10	2994.37	24.04	5.85	27.05	1.03
Тиражом до 1000 экз.	3886	3.96	-4.52	3616.53	2.78	-6.53	8.30	1.24
Тиражом до 5000 экз.	20082	13.25	-2.37	63034.95	14.12	-2.42	42.85	21.52
Тиражом до 10000 экз.	4621	9.45	-14.27	36665.86	7.42	-17.55	9.86	12.52
Тиражом до 50000 экз.	3167	10.00	-17.38	70904.61	11.22	-18.61	6.76	24.20
Тиражом до 100000 экз.	274	1.48	-14.64	19592.41	0.52	-17.14	0.59	6.69
Тиражом свыше 100 тыс. экз.	238	9.17	-10.19	96239.09	110.41	60.37	0.51	32.85
Без указания тиража	1925	-17.63	18.17	0.00			4.11	0.00

Источник: Книжная палата

В 2021 году столичный книжный выпуск растет (LFL2020) по всем тиражным группам изданий. Самые большие цифры – по книгам и брошюрам, тиражируемым в диапазоне до 500 экземпляров: +29,9% по количеству наименований и +24,0% по суммарному тиражу, и просто невероятные масштабы роста в группе брошюр, тиражированных в количестве свыше 100 тыс. экземпляров: +110% (LFL2020) и +60% (LFL2019). Совершенно иная динамика наблюдается в традиционно книжных группах изданий с тиражом 1000-50000 экземпляров. На фоне умеренной положительной (плюс 1-14%) динамики к прошлому году, показатели выпуска и тиражности в I-III кварталах 2021 года заметно проигрывают допандемийному уровню (минус 2-18%

LFL2019). При этом структура книжного выпуска по тиражным группам также немного скорректирована: в 2021-м столичные издатели в основном инвестируют в производство книг с тиражом от 1000 до 5000 экземпляров (42,9% выпуска), в то время как в 2019-2020 годах основной массив инвестиций приходился на издания с тиражом 5-10 тыс. экземпляров.

Если говорить об издательских приоритетах, то в отличие от прошлого года, в 2021-м у столичных издателей вернулся интерес к выпуску переводных проектов. Инвестиции растут (+21,8% SKU), и как результат, объемная доля лицензионных продуктов в выпуске увеличилась на 1,5 п.п. Увеличивается и объем изданий в твердом переплете (до 45% SKU). Но при этом, издатели Москвы снижают инвестиции в serialные издания: объемная доля серий снизилась на 4 процентных пункта в выпуске 2021 года.

**Таблица 1.2.
Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I-III кв. 2021 года**

	Число изданий, печ. ед.	В %% к I-IIIQ 2020 г.	Общий тираж, тыс. экз.	В %% к I-IIIQ 2020 г.	В %% к числу изданий	В %% к тиражу
Всего	46868	13.88	293047.79	30.67		
Книги	39410	13.97	194201.45	13.25	84.09	66.27
Брошюры	7458	13.45	98846.34	87.25	15.91	33.73
В обложке	25777	9.98	219829.17	38.65	55.00	75.01
В переплете	21091	19.05	73218.63	11.41	45.00	24.99
Новые издания	38844	15.49	195435.23	47.01	82.88	66.69
Переиздания	8024	6.70	97612.57	6.87	17.12	33.31
Серийные издания	29161	6.77	250039.89	28.02	62.22	85.32
Переводные издания	10807	21.77	47840.06	19.91	23.06	16.33

Источник: Книжная палата

1.2. Основные тенденции в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2018-2021 гг.

В январе-сентябре 2021 года основные инвестиции московских издательств были по-прежнему сосредоточены в двух лидирующих сегментах российского книжного рынка – детской и учебной книге. Именно эти разделы обеспечили 41,8% наименований (в 2020 – 50,2%; в 2019 – 50,3%; в 2018 – 48,5%) и 79,5% тиража (в 2020 – 78,0%; в 2019 – 77,2%; в 2018 - 76,3%) суммарного книжного выпуска Москвы за I-III кварталы 2021 года.

По данным Книжной палаты, в первые 9 месяцев 2021 года заметное снижение издательских инвестиций зафиксировано в сегменте технической литературы. На фоне аналогичного периода 2020 года потери составили 1077 наименований и 16,5% суммарного тиража. Как и в 2020-м, за I-III квартал 2021 года серьезно по количеству проектов и суммарному тиражу сокращается выпуск детской литературы (-370 наименований и -10,7 млн экземпляров). И, наоборот, книги по вопросам образования и культуры приросли в объеме выпуска на 730 наименований и на 23% в суммарном тираже (до 178 млн экземпляров). Растет по количеству наименований и выпуск художественной литературы (+552 SKU), впрочем потеряв при этом в тираже 3 млн экземпляров. Наибольшие потери в тиражности в 2021 году отмечаются Книжной палатой в небольшом по объему блоке сельскохозяйственной литературы, где суммарный тираж изданий сократился в четыре раза (с 2,4 млн до 600 тыс. экземпляров).

Таблица 1.3.

Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I-III квартал 2018-2021 гг.

	Доля раздела в общем количестве наименований книг и брошюр, %				Доля раздела в суммарном тираже изданий, %			
	I-III квартал				I-III квартал			
	2021	2020	2019	2018	2021	2020	2019	2018
Политическая и социально-экономическая литература	19.43	19.22	19.89	19.35	6.56	7.37	7.71	7.37
Естественнонаучная литература	3.26	2.87	3.26	3.93	0.39	0.46	0.51	0.51

Техническая литература	4.05	3.86	4.66	6.28	0.69	0.84	0.95	0.86
Сельскохозяйственная литература	0.90	0.89	0.87	1.16	0.21	0.27	0.25	0.86
Медицинская и спортивная литература	4.30	5.08	4.32	4.21	1.52	2.01	2.00	2.04
Литература по образованию, культуре и СМИ	23.37	24.54	23.76	21.55	60.75	54.43	54.96	51.87
Художественная литература	21.13	19.73	18.94	19.72	10.13	10.49	10.78	11.74
Детская литература	18.43	18.47	18.37	19.00	18.72	22.62	21.23	23.53
Прочее	5.13	5.34	5.92	4.80	1.03	1.49	1.60	1.21

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

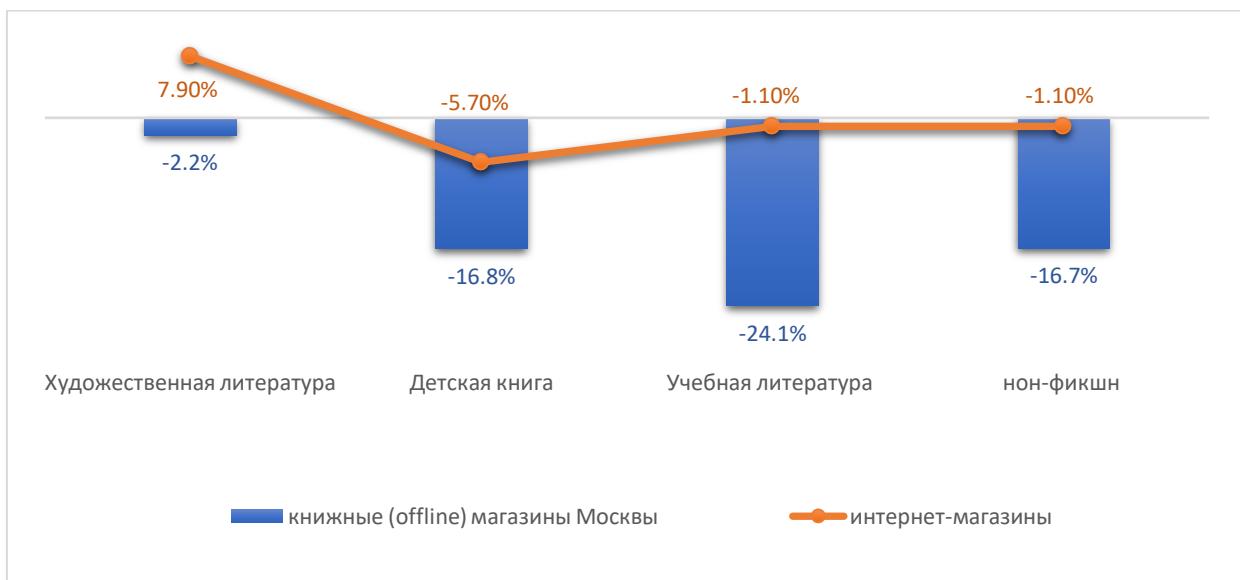
Основная причина снижения инвестиций – неопределенность ситуации на книжном рынке и, в целом, перспектив издательского бизнеса в связи с распространением коронавирусной инфекции, значительно усугубившей внутриотраслевые проблемы.

Произошла ли какая-либо коррекция читательских предпочтений? По мнению столичных издателей – нет. Они говорят о сохранении и даже росте доли новинок в своих каталогах в первые 9 месяцев 2021 года и стабильности спроса на традиционные бестселлеры. Для «Эксмо» - это прежде всего франшиза «Гравити Фолз» и знаменитые «НИ СЫ» и «НЕ НОЙ» Дж. Синсеро. ИГ «Азбука-Аттикус» отмечает спрос на взрослую художественную и детскую литературу, что естественно для владельца прав на книги Нёсбе, Гранже и Роулинг, а также рост интереса к комиксам и манге. Издательство «Национальное образование» говорит о востребованности прежде всего пособий по подготовке к ОГЭ/ЕГЭ и другим тренажерам по тематическому контролю знаний учащихся, «Мозаика-Синтез» – о комплектах пособий программы для ДОУ «От рождения до школы», а «Самокат» – о детских нон-фикшн изданиях и художественной литературе для подростков.

Но вот представители столичного книжного ритейла считают, что определенные изменения в покупательском спросе уже сейчас можно отметить.

Диаграмма 1.3.

Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в I-II кварталах 2021 года (LFL2020)



Источник: данные экспертного опроса в рамках Мониторинга (сентябрь 2021); данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

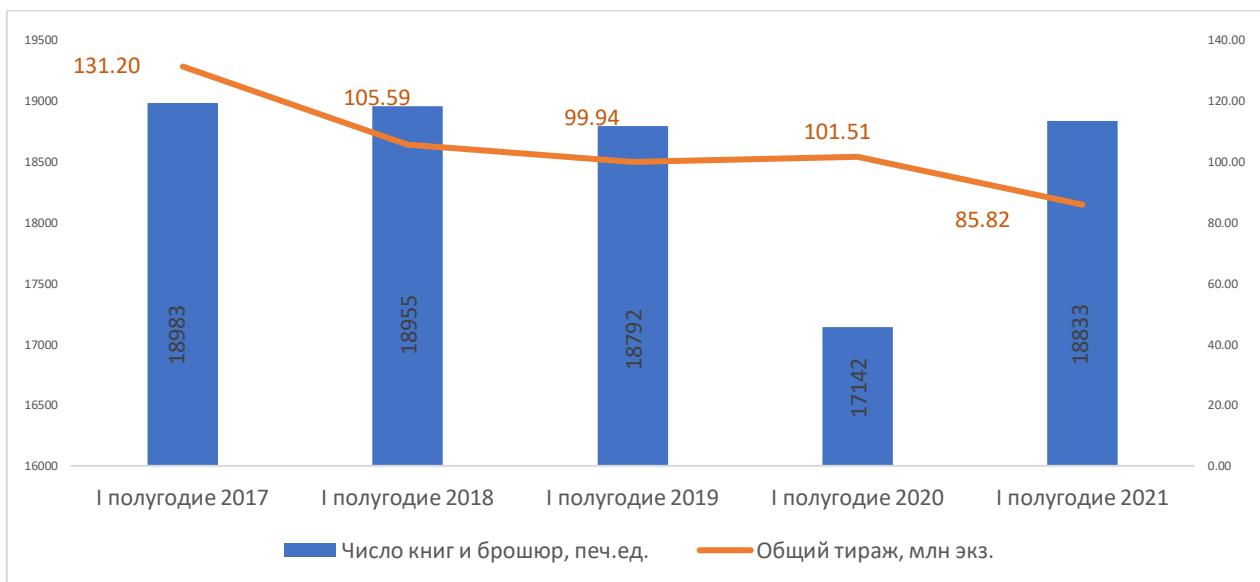
В 2021 году в онлайн и офлайн книготорговле быстрее всего восстанавливается спрос на художественную литературу, в то время как продажи детской и учебной книги, сместившись в интернет, показывают в традиционных книжных магазинах значительную отрицательную динамику. В общем-то, не радуют они и онлайн-продавцов. Наибольший спад спроса в физических магазинах столицы регистрируется в группе книг по бизнесу, и напротив, растет интерес покупателей к литературе по вопросам музыки, философии и истории.

В условиях роста цен на печатную продукцию и снижения денежных доходов населения учебная книга для школ – это единственный островок стабильности и предсказуемости в плане динамики и объема потребительского спроса в 2020-2021 гг.. Всё остальное на книжном рынке – исключительно по желанию или, в крайнем случае, по подписке в комплекте с бонусами от онлайн маркетов Сбера и Яндекса. И в этом смысле, конечно, учебная книга – это не совсем книга, и не совсем рынок, здесь свои законы.

Благодаря фактически завершившимся в последнюю пятилетку процессам слияния, в учебной (и прежде всего школьной) книге всё поделено и распределено на уровне департаментов одной издательской группы. Кроме того, упрощение школьной программы и итогового тестирования в период пандемии вывело углубленное изучение предметов за пределы школьного класса в многочисленные кружки и секции, разумеется, платные. Поэтому предполагаемый объемный книжный шлейф, сопровождающий учебник, сохранился лишь в начальной школе, в остальном сократившись до пары атласов и контурных карт, а на замену рабочим тетрадям пришли тест-тренажеры по подготовке к ежегодной всероссийской проверочной работе (ВПР).

Диаграмма 1.4.

Выпуск учебных и методических изданий в РФ для всех ступеней образования



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

Вопреки усилиям книжников, школьная книга по-прежнему остается сезонным товаром, что в общем-то не мешает издателям ежегодно печатать порядка 150 млн экземпляров учебных и методических изданий для нужд общеобразовательной школы. И даже в сложном 2020 году выпуск по

количеству наименований сократился здесь лишь на 6%, суммарный тираж – на 19%, главным образом за счет изданий для 5-9 классов, где потери составили фактически треть объема. Тем не менее, учебно-методические издания для школ по-прежнему печатаются средним тиражом 12-13 тыс. экземпляров, т.е. в 60 раз превышающем тираж вузовских изданий. Причем, более половины общего объема издательских инвестиций вложены в издания для начальной школы.

Конечно, весна 2020 года стала совершенно особенным опытом для образовательной системы России. Огромное количество цифровых решений, предложенных сторонними цифровыми и образовательными платформами, с одной стороны поддержали школы в период дистанционки, но с другой стороны, продемонстрировали границу возможностей традиционных издателей в сфере электронных продуктов. Да, есть видеоуроки, pdf-формы пособий, а осенью 2021 года «Просвещение» дополнительно анонсировала 70 аудио-учебников для средней школы, но тем не менее, всё это – фрагментарные решения, а не полноценная онлайн-платформа. Поэтому издатели сегодня как никогда заинтересованы в лобби именно печатного учебника, живого диалога с учителем и прочих нецифровых решений в образовательном процессе. И по итогам I полугодия 2021 года мы видим фактическое восстановлении выпуска учебной литературы к допандемийному уровню (LFL 2019), по крайней мере, по количеству наименований. Да, суммарный тираж по-прежнему демонстрирует негативный тренд, но это скорее реакция производства на естественную динамику объема рынка (количество потребителей), вызванную демографическими колебаниями. Наиболее заметно снижение среднего тиража наблюдается в группе изданий для дошкольников и изданий для среднего специального образования. И напротив тираж растет в группе для прочих видов обучения и старшей школы.

Диаграмма 1.5.

Динамика структуры выпуска учебных и методических изданий для общеобразовательной школы

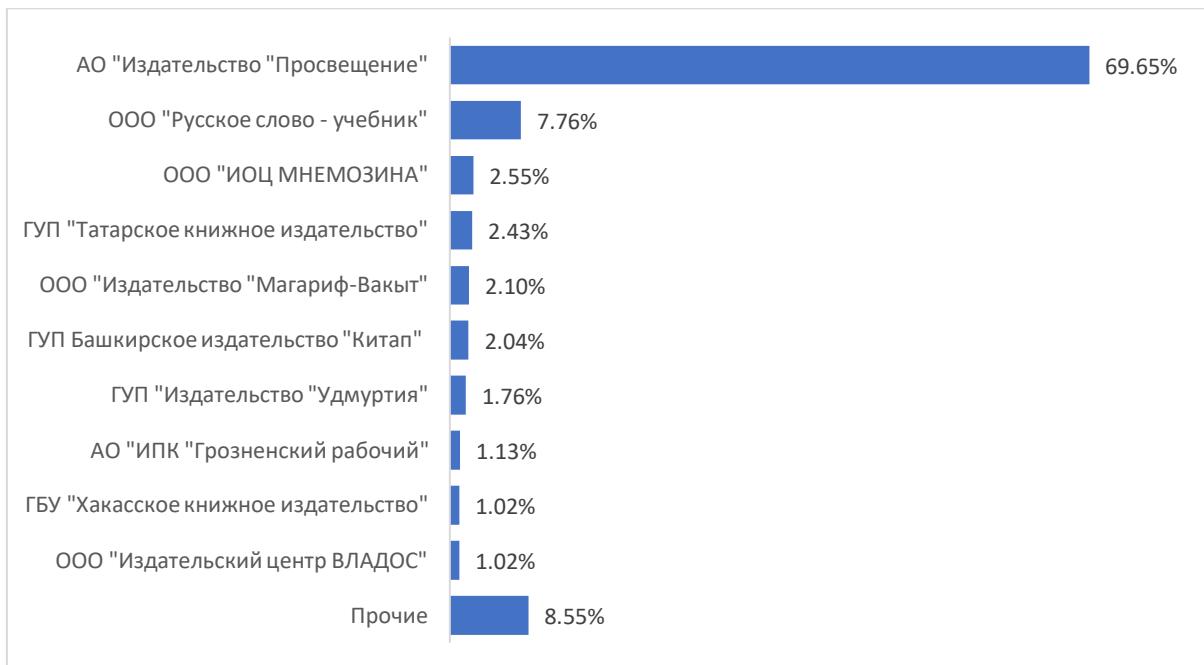


Источник: данные – Книжная Палата, аналитика – Мониторинг

Вступивший в силу 13 марта 2021 года обновленный ФПУ, формально насчитывающий 2254 позиции от 33 издающих организаций, по большому счету превратился в каталог одного издателя. Что же касается обновлений, то единичные пособия по робототехнике, компьютерной графике и 3D-моделированию в составе УМК «Технология» вряд ли можно считать реальной новацией. Традиционно слабое звено общеобразовательной программы – информатика – дополнена в новом перечне учебниками УМК А. Гейн и Н. Юнерман, т.е. аналогичным классике Л.Л. Босовой пособием из 1990-х, да и серьезные курсы математики в школьной программе по-прежнему отсутствуют.

Диаграмма 1.6.

Доля издательств в Федеральном Перечне учебников с изменениями, внесенными Приказом Минпросвещения № 766 от 23 декабря 2020 года (по кол-ву позиций в списке учебников, допущенных к реализации обязательной части основной образовательной программы)



Источник: данные – Министерство просвещения РФ (fpu.edu.ru), аналитика – Мониторинг

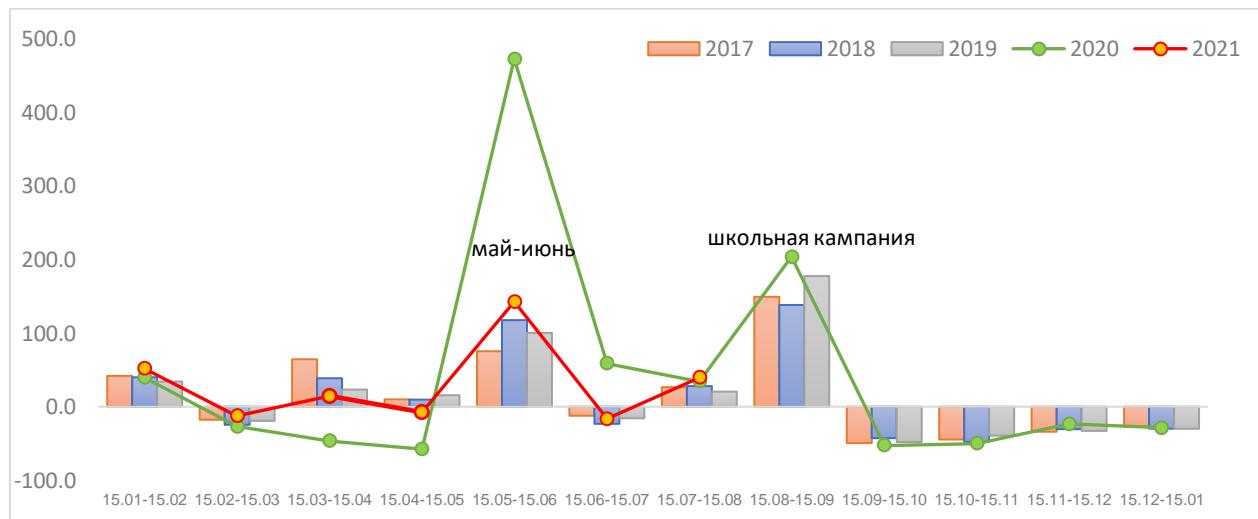
В обновленном ФПУ доля АО «Просвещение» как правообладателя в основном списке учебников составляет 69.7% позиций, в дополнительном – 25.6% позиций. Группа компаний «Просвещение» фактически полностью контролирует блок начального (87.1% учебников), общего (83.7% учебников) и среднего (75.9% учебников) школьного образования. Более или менее заметными поставщиками официального (с грифом) контента в общей и старшей школе остаются лишь московские издательства – «Русское слово – учебник» (9% и 8.5% позиций) и ИОЦ «Мнемозина» (2.9% и 7.9% позиций соответственно). Государственные издательства национальных автономий представлены только в подгруппе учебников для освоения образовательной программы на языках народов РФ, т.е. учебников национального языка и литературы народностей России. Доля издательств «Бичик», «Китап», «Удмуртия», «Магариф-Вакыт», Хакасского и Татарского книжных издательств, ИПК «Грозненский рабочий» находится в диапазоне 0.8-2.4% позиций основного раздела ФПУ. Это ничтожно мало.

На 2021 год прогнозируется не просто восстановление, а рост продаж учебной (школьной) книги на 2-3% к допандемийному (2019) уровню.

Конечно, даже благополучный результат школьной кампании для московских книжных магазинов в целом не позволит полностью восстановиться продажам учебной книги в этом канале. Рост учебному сектору рынка будет обеспечен главным образом в интернет-канале, причем во многом благодаря отказу от фактического дисконта в пользу модели «больших скидок от высокой цены».

Диаграмма 1.7.

Учебная литература: Сезонная карта продаж в 2017-2021 гг.
объем в натуральном выражении к предыдущему месяцу, % (offline)



Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2030», аналитика «КИ»

В целом сезонная карта продаж школьного ассортимента в 2021 году вернулась к привычному для себя виду, исключив провал апреля-мая и невероятный всплеск активности в июне-июле 2020 года в связи с закрытием/открытием книжных магазинов. В 2021-м продажи идут ровно, в пределах традиционного контура. Более того, определенное снижение средней цены покупки, характерное для острой фазы пандемии, осталось в прошлом. Видимо пытаясь наверстать упущенное, средняя цена реализованного школьного пособия выросла в I полугодии 2021 года на 11.6% (LFL 2020) и составила 279.86 руб. для регионов и 358.40 руб. для столицы. Безусловно, речь идет прежде всего о характерных для весеннего сезона изданиях, т.е. пособиях по подготовке к ВПР, ОГЭ и ЕГЭ прошлого года выпуска.

На старте школьной кампании в августе 2021 года рост цен по наиболее востребованным позициям в книжных магазинах РФ ограничился 10-17% к августу 2020 года. В этом диапазоне подорожали прописи В.Г. Горецкого, достигнув 530-532 руб. за комплект из 4-х брошюр, а цена на рабочие тетради по математике и окружающему миру из УМК «Школа России» для начальной школы превысила 330 руб. и 480 руб. соответственно. Атласы по географии в августе 2021 года обошлись родителям в 197-280 рублей за штуку, контурные карты в 80-180 рублей.

Как и положено главному консерватору книжного рынка, сектор учебной литературы в 2021 году предложил родителям школьников зарекомендовавшие себя авторские бренды и бестселлеры прошлых лет. И это не только шлейф из комплектов УМК с грифом, но и авторы тренажеров по подготовке к государственным экзаменам и проверочным работам, преимущественно с импринтом «Национальное образование», «Экзамен» и «Легион».

Дмитрий Климишин, ИГ «Просвещение»:

Мы только-только в 2021 году завершили переход на ГОС среднего общего образования, и вот уже с 1 сентября 2022 года у нас предполагается внедрение ФГОС нового образца, в которых предметные результаты закрепляются строго по годам обучения, по ряду предметов вводится модульный принцип учебного материала, а каждый учебник должен иметь системы ссылок на электронные информационные источники (надежные и достоверные). С 1 сентября 2022 года к обучению по новым стандартам приступят только ученики 1-х и 5-х классов, но постепенно к этому придут и другие классы. В реальности такое масштабное обновление корпуса учебников – это огромный вызов для издателей. У нас осталось всего 11 месяцев на то, чтобы подготовиться к экспертизе, переработать все учебники, пройти процедуры включение в ФПУ, собрать потребности регионов в новых учебниках и, наконец, издать эти учебники, что займет не менее 6 месяцев. Почему именно такой срок? Потому что все учебники у нас шьются нитками, а возможности создания книг по такой технологии в нашей стране – это примерно 7-8 млн

экземпляров в месяц, большие не позволяют мощности. Даже если мы говорим только об учениках 1 и 5 классов, то нужно порядка 40 млн экземпляров. А дальше включается логистика: доставка в регионы, до школ, которая в среднем занимает 1,5-3 месяца, в зависимости от удаленности региона. Частенько нам приходится возить наши учебники на вертолетах, и даже несколько раз возили на упряжках. Есть школы в дальних регионах куда вообще нет доступа, а учебники должны быть доставлены. И всё это нам надо сделать к 1 сентября 2022 года.

Отраслевая конференция, ММКЯ, 27.09.2021

Учитывая всё вышесказанное, учебная книга сохранит позиции лидера в тематической структуре книжного выпуска книгоиздания Москвы и в 2022 году.

Тема 2.

Анализ конкурентной среды книгоиздания в городе Москве с указанием общего количества операторов книгоиздания, и формирование рейтинга (ТОП-15) издающих организаций по уровню издательской активности: раздельно по количеству наименований и суммарному тиражу

2.1. Обзор операторов книгоиздания Москвы и уровня их издательской активности

По данным Книжной палаты можно говорить о 1720 издательствах, осуществляющих свою деятельность в январе-сентябре 2021 года в Московском регионе (LFL2020 – 1578; LFL2019 – 1759; LFL2018 – 1792). Несмотря на значимый (+9%) рост на фоне 2020 года, количественный состав операторов книгоиздания в Москве пока не достиг допандемийного уровня, но в целом структура столичного книгоиздания не претерпела за время пандемии каких-либо серьезных изменений – на долю маломощных издательских команд (1-3 книги за 6 месяцев) приходится порядка 50-55% от общего числа операторов. И по-прежнему состав аутсайдеров издательского бизнеса невероятно подвижен. В 2021 году здесь представлены и сократившие выпуск издатели учебных пособий для вузов и ссузов («Мегаполис»), и издательства, зарекомендовавшие себя в области психологии («Смысл») или в выпуске педагогической и просветительской литературы («ЛомоносовЪ»), и прежде известные импринты, испытывающие в настоящий момент проблемы по ряду причин (издательства «Спорт», «Ладомир»), и конечно же малые предприятия, которые традиционно из года в год «пробуют» себя в издательском бизнесе или занятые спонсорскими печатными проектами («Либри пэр бамбини», «Rosebud Publishing»).

При этом пул по-настоящему крупных издательств (от 500 наименований книг в годовом исчислении) в январе-сентябре 2021 года немного превысил прошлогодний результат, даже с учетом слияний и объединения импринтов, и насчитывает 19 компаний (I-IIIQ2020 – 17 компаний, I-IIIQ2019 – 20 компаний, I-IIIQ2018 – 22 компании).

Сказался ли кризис периода распространения коронавирусной инфекции на производственной составляющей книгоиздания Москвы? Конечно, но не в плане готовности издательств сохранить и даже увеличить выпуск книжной

продукции, а скорее – в отсутствии ресурсов у типографий для обеспечения растущего объема выпуска.

Алексей Оборонин, типография «Парето-Принт»:

У нас очередь, уже в августе мы не принимаем заказы на сентябрь, а производственный план на октябрь можно сказать закрыт и мы очень аккуратно добираем оставшиеся заказы. Мы реально перегружены и кроме того, из-за недобора кадров вынуждены сейчас, закрывая дырки в штате, выплачивать двойную зарплату. И дело не в сезонности. В разговорах с коллегами-конкурентами я также слышу слова о недоборе персонала, в первую очередь на старых комбинатах – Полиграфкомбинате детской литературы в Твери, типографиях в Смоленске, Туле. Здесь средний возраст персонала был высоким при невысоком уровне зарплаты. И сейчас происходит отток возрастного персонала, то есть люди выходят на пенсию, а на замену им никто не приходит. Из-за этого комбинаты стали производить меньшие готовой продукции, а к нам выстраивается очередь.

Так что дефицит полиграфических мощностей на рынке есть, но вызван он естественным оттоком кадров по старым типографиям и износом оборудования. Можно по пальцам пересчитать тех, кто за последние 1-3 года какие-то новинки покупал, да и то, это были незначительные обновления: несколько швейных машин установили, но больших новых печатных машин в книжном производстве за последние 3 года в России не появилось. За счет всех этих моментов падает объем общего производства.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2021

Согласно проведенному в рамках Мониторинга экспертурному опросу, 75% ведущих издательств Москвы сообщили о росте на 15-40% опубликованных наименований книжной продукции в январе-сентябре 2021 года (LFL2020). Конечно, многие растущие в объемах выпуска издательства (в т.ч. «Эксмо», «Росмэн», «Самокат», «Ad Marginem») не смогли достичь допандемийного уровня, но есть и просто невероятные результаты – ИГ Альпина увеличила в 2021 году суммарный тираж на 54% (LFL2019).

По данным государственной статистики по итогам трех кварталов 2021 года фактически все (81% ТОП-25) лидеры коммерческого книгоиздания Москвы так и не восстановились по суммарному тиражу к допандемийному уровню (LFL2019). Положительная динамика этого показателя отмечается главным образом у издателей, специализирующихся на выпуске детской книги, – «Росмэн», ИД «Лев», «Мозаика-Синтез». Впрочем, делать какие-либо обобщения на этом основании преждевременно, так как многие другие издатели детской литературы («Клевер», «Фламинго»), напротив, продемонстрировали фактически полное отсутствие восстановительных процессов в 2021 году, сократив свой выпуск на 20% и более на фоне благополучного 2019 года.

В сравнении с I-III кв. 2020 года фактически у всех московских издательств списка ТОП-25 в текущем году наблюдается положительная динамика либо по количеству наименований, либо по суммарному тиражу, либо одновременно по двум этим показателям. Наиболее весомым ростом отличились издательства «Стрекоза-Пресс» (+109,3% по числу наименований и +105,2% по суммарному тиражу) и «ВАКО» (+56,4% и +245,7% соответственно к итогам I-III кв. 2020 года). И, напротив, значительное ухудшение качественных показателей книжного выпуска второй год подряд демонстрируют издательства «РИПОЛ Классик», «Центрполиграф» и «ИЦ Академия».

Выявить какие-либо закономерности в этом снижении инвестиций достаточно сложно. Все эти издательства – опытные участники книжного рынка столицы, проработавшие не один десяток лет и получившие в 2020-м поддержку государства, это команды с большим портфелем проектов и опытными сотрудниками. Видимо коррекция редакционных планов связана не только со сложностями перехода на онлайн-продажи в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19), но и с процессами слияний и укрупнений издательского бизнеса.

Таблица 2.1.**Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I-III кв. 2021 года**

Издательство (импринт)	Число книг и брошюр, печ. ед.	Общий тираж, тыс экз.	В % к I-IIIQ 2020 г.		В % к I-IIIQ 2019 г.	
			по числу книг	по тиражу	по числу книг	по тиражу
Эксмо	9050	38929.20	15.73	5.54	-8.40	-19.69
АСТ	6193	26721.45	18.98	13.88	1.81	-7.54
Просвещение ИГ	5660	100404.28	-4.07	11.38	-1.89	-7.39
Азбука-Аттикус ИГ	2631	14383.70	16.93	10.89	7.83	-8.82
РИПОЛ классик ИГ	1342	669.10	-20.78	-43.40	129.40	-38.61
СИМБАТ	1055	5930.00	-14.64	-31.21	13.08	-23.29
Росмэн	790	7382.53	38.11	89.61	-12.80	112.19
Экзамен	719	9299.00	19.24	4.46	-18.02	-24.74
Проспект	655	1111.79	46.86	-3.76	116.17	0.85
Стрекоза-Пресс	607	3956.00	109.31	105.24	57.25	-9.30
Манн, Иванов и Фербер	589	1996.51	7.29	-10.40	3.88	-31.03
ИНФРА-М	568	108.29	36.87	24.33	-11.53	-5.27
ИД Лев	491	7546.60	20.64	7.67	12.61	24.96
Клевер Медиа Групп	415	1649.80	28.88	7.96	-31.18	-34.32
Вече	399	480.20	31.25	22.63	-23.27	-41.67
ГЭОТАР-Медиа	365	295.85	13.71	5.70	3.40	-1.43
Мозаика-Синтез	360	5729.50	12.15	24.87	9.42	37.50
Русское слово	311	2697.86	12.68	-20.55	-2.51	-26.64
Фламинго	279	5570.70	0.72	-0.92	-15.20	-26.73
Центрполиграф	248	1076.10	-6.42	-1.20	-34.74	-38.68
АЛЬПИНА ИГ	231	1020.85	-1.28	39.19	4.05	54.21
ВАКО	208	7636.92	56.39	245.69	-22.10	-19.65
Айрис-Пресс	206	2069.00	32.05	69.59	-6.36	-14.91
ИЦ Академия	206	321.00	-24.82	-47.39	-20.77	-44.51

Источник: Книжная палата, данные издательств

Евгений Капьев, «Эксмо»:

В прошлом году «Эксмо» упало, к сожалению, суммарно около 10%, по многим сегментам, например, путеводители вообще показали колоссальное падение. Но в этом году мы оптимистично смотрим на ситуацию и действительно считаем, что сможем отыграть прошлый год и где-то превысить данные 2019 года. При этом в крупнейших странах Запада, в США прошлый год считается «best year for publishing». Я связываю это не только с макроэкономикой,

но и с большим количеством бестселлеров. Там за последние годы произошел очень серьезный скачок среднего тиража изданий, входящих в ТОП-10 «New York Times» или «The Bookseller» за счет того, что все крупные издатели научились хорошо продвигать свои книги онлайн. Соответственно, сейчас самый большой вызов для нас (и «Эксмо», и всей отрасли) — постараться увеличить средний тираж бестселлера, потому что у нас предел проданного в год тираж составляет порядка 130 тыс. экземпляров. Это, конечно, крайне мало. В США, например, у книги Мишель Обамы стартовый тираж превысил миллион экземпляров.

Поэтому, по моей оценке, самый главный вызов для отрасли — справляться с ростом. Это в действительности непросто, потому что мы видим сейчас дефицит мощностей, большие проблемы с типографиями, с бумагой. Но это еще раз подтверждает, что отрасль достаточно хорошо себя чувствует и достаточно хорошо реанимируется после кризиса.

**Отраслевая конференция,
Книги России (Красная площадь), 18.06.2021**

Действительно, если по количеству новинок в 2021 году книгоиздание Москвы очевидно «реанимируется после кризиса», то ситуация со средним тиражом по-прежнему не вызывает оптимизма: только четверть издательств из ТОП-25 нарастили средний тираж к уровню 2020 года, и примерно столько же (24%) смогли превысить собственные допандемийные показатели. И это вряд ли можно списать на карантинные мероприятия в связи с распространением коронавирусной инфекции. К сожалению, второй год подряд ведущие издатели учебной литературы для школ, техникумов и вузов («Экзамен», «Русское слово», «ИНФРА-М», «ИЦ Академия», «Проспект») снижают средние тиражи своих изданий. Отрицательная динамика характерна и для одного из лидеров российского книгоиздания – холдинга «Эксмо-АСТ» (минус 9-12% к I-III кв. 2019/2020 гг.).

Таблица 2.2.

Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I-III кв. 2018-2021 гг.

	I-IIQ 2018	I-IIQ 2019	I-IIQ 2020	I-IIQ 2021	2021 в % к 2020	2021 в % к 2019 справочно
Азбука-Аттикус ИГ	5898	6465	5765	5467	-5.17	-15.44
Айрис-Пресс	7748	11052	7821	10044	28.42	-9.12
АЛЬПИНА ИГ	3174	2982	3134	4419	41.00	48.19
АСТ	4669	4751	4508	4315	-4.28	-9.18
ВАКО	14598	35598	16610	36716	121.05	3.14
Вече	1619	1583	1288	1204	-6.52	-23.94
ГЭОТАР-Медиа	893	850	872	810	-7.11	-4.71
ИД Лев	12968	13851	17221	15370	-10.75	10.97
ИНФРА-М	209	178	210	191	-9.05	7.30
ИЦ Академия	2187	2225	2227	1558	-30.04	-29.98
Клевер Медиа Групп	4485	4166	4746	3975	-16.25	-4.58
Лабиринт Пресс	9862	12431	8846	8594	-2.85	-30.87
Манн, Иванов и Фербер	5674	5106	4059	3390	-16.48	-33.61
Мозаика-Синтез	17875	12666	14294	15915	11.34	25.65
Просвещение ИГ	27474	21565	20157	19470	-3.41	-9.71
Проспект	3172	3638	2590	1697	-34.48	-53.35
РИПОЛ Классик ИГ	2140	1863	698	499	-28.51	-73.22
Росмэн	2306	3840	6807	9345	37.29	143.36
Русское слово	13597	11529	12303	8675	-29.49	-24.75
СИМБАТ	6373	8285	6974	5621	-19.40	-32.15
Стрекоза-Пресс	7445	11300	6647	6517	-1.96	-42.33
Фламинго	24042	23110	20297	19967	-1.63	-13.60
Центрполиграф	4123	4618	4110	4339	5.57	-6.04
Экзамен	13709	14089	14763	12933	-12.40	-8.20
Эксмо	5060	4907	4717	4285	-9.16	-12.68

Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

2.2. Анализ конкурентной среды книгоиздания в Москве и расчет рейтинга ведущих книгоиздательских компаний

Разумеется, серьезной проблемой остаются и процессы слияния, укрупнения ведущих издательских холдингов, под контролем которых в настоящий момент находятся сектора учебной (школьной) литературы и развлекательной (художественной и прикладной) литературы для взрослых.

В августе 2021 года Александр Мамут продал свои книжные активы – 100% в типографии «Парето-Принт» и 51% в ИГ «Азбуке-Аттикус» (третья по

объему производства издательская группа в РФ, выручка которой в 2020 году выросла на 15% до 2,8 млрд рублей, чистая прибыль – на 18%). ООО «ИГ «Азбука-Аттикус» принадлежит кипрской Hachette-Atticus Publishing Ltd. В результате выхода Александра Мамута доля французской группы не изменилась, а совладельцем ИГ «Азбука-Аттикус» стал президент и основной акционер «Эксмо-АСТ» Олег Новиков. Для книжного рынка, по оценке его участников, эта многомилиардная сделка означает монополизацию в сегменте коммерческой литературы.

Процессы слияний и объединений, продолжавшиеся на протяжении последних пяти лет в бюджетном секторе книжной отрасли, также фактически завершились к 2021 году. Обновленный Приказом №766 от 23 декабря 2020 года Федеральный Перечень Учебников (ФПУ) полностью исключил «негативный» конкурентный фон в закупках учебной литературы для школ на бюджетные средства, официально закрепив переход прав на УМК от издательств «Бином», «Дрофа», «Вентана-Граф» и «Ассоциация 21 век» к АО «Просвещение».

Таким образом и коммерческий, и бюджетный сектора книгоиздания в РФ (и соответственно Москвы) контролируются в 2021 году крупнейшими издательскими холдингами РФ на 32% и 69% соответственно.

В 2021 году государственная статистика выпуска печатных изданий (Российская книжная палата) свидетельствует об увеличении роста напряженности в конкурентном ландшафте московского книгоиздания, отводя ТОП-10 ведущих издательств 61,2% по числу выпущенных названий и 76,4% суммарного тиража общего московского выпуска в первые девять месяцев текущего года (LFL2020 – 54,6% и 75,9% соответственно; LFL2019 – 47,3% и 72,7%; LFL2018 – 44,7% и 70,7%). Данный тренд прослеживается прежде всего в укреплении позиций в тиражном массиве ведущего издательского холдинга РФ – «Просвещение» (включая новых участников группы – «Вентана-Граф», «Бином» и «Дрофа»), в значительном росте доли по количеству наименований

крупнейшего издателя коммерческой литературы – холдинга «Эксмо-АСТ» и в увеличении доли сразу по двум показателям у ведущего игрока рынка детской литературы – издательства «Росмэн».

Агрессивное давление на конкурентное поле со стороны монополий сегодня очевидно прежде всего в учебном и литературно-художественном сегменте книжной отрасли. Напротив, в детском и нон-фикши сегментах по-прежнему представлены быстрорастущие компании малого и среднего бизнеса, с сильными командами и возможностями непрерывных инвестиций в продукт и новые технологии, даже несмотря на сложности связанные с распространением коронавирусной инфекции.

Алексей Ильин, ИГ Альпина:

Прошлый год оказался для нас революционным. И мне кажется, он очень сильно поменял рынок в целом. Издатели оказались в выигрыше, а онлайн-магазины, наоборот, - в сложной ситуации с учетом того, что продажи книг резко перешли в онлайн. У нас, например, доля онлайн-продаж до пандемии составляла 37%, но сейчас она возросла до 65-67%, конечно если мы учитываем все онлайн-каналы, в том числе интернет-магазин «Читай-город», на которые приходится порядка трети наших продаж в этой сети. В чем выигрыш издателей? У нас резко улучшилась оборачиваемость, нет этих огромных рассрочек, когда отгрузив книги мы ждем 10 месяцев оплаты. На интернет-платформах мы продали и получили деньги на следующий месяц, а в Wildberries действует понедельная оплата. Это радикально улучшило ситуацию с денежным потоком по всему издательскому рынку, особенно с учетом очень гуманной комиссии, которая существует сейчас на онлайн-рынке благодаря конкурентной борьбе маркетплейсов. Здесь издатели оказались фактически бенефициарами.

Борис Кузнецов, «Росмэн»:

В прошлом году в издательстве «Росмэн» было падение оборота на 5.2%, но по прибыли мы удержались в рамках 2019 года, и это очень хорошо, я считаю. В 2021 году у нас очень приличный рост продаж по первому кварталу, и положительная динамика сохраняется во втором квартале. Все понимают, что интернет-канал будет только увеличиваться и я считаю, что в 2023 году

совершенно точно 40% продаж книги будет в интернете. А это уже ключевая доля и, значит, интернет во многом будет диктовать ценообразование и ассортиментную политику.

**Отраслевая конференция,
Книги России (Красная площадь), 18.06.2021**

Таблица 2.3.

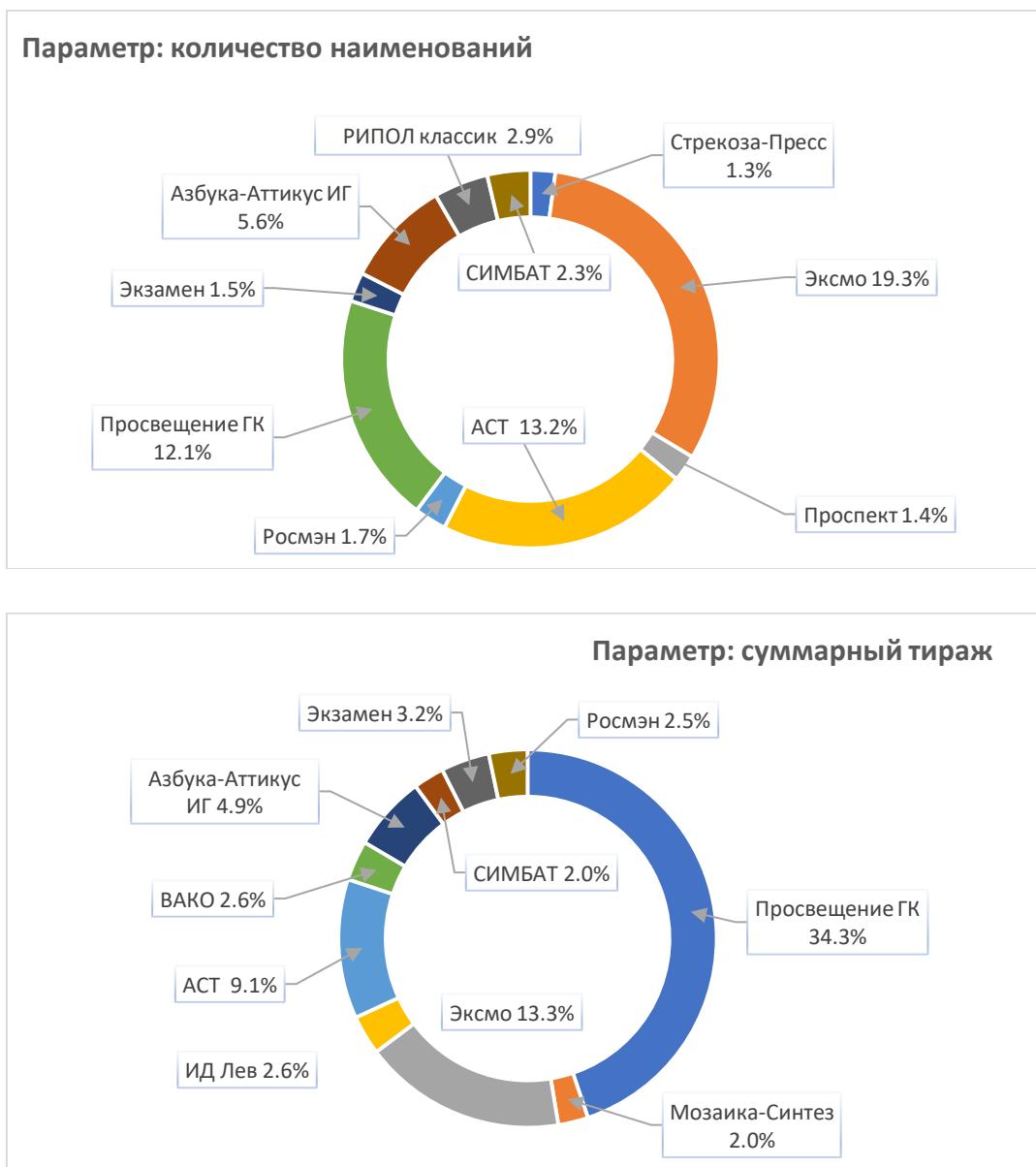
ТОП-15. Рейтинг издательской активности: Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2018-2021 гг.

	Параметр: количество наименований, %					Параметр: суммарный тираж, %			
	I-III Q 2021	I-III Q 2020	I-III Q 2019	I-III Q 2018		I-III Q 2021	I-III Q 2020	I-III Q 2019	I-III Q 2018
Эксмо	19.31	13.59	14.45	14.60	Просвещение ГК	34.26	27.60	25.41	22.90
АСТ	13.21	12.65	12.81	12.21	Эксмо	13.28	11.76	11.75	12.58
Просвещение ГК	12.08	7.46	7.11	4.90	АСТ	9.12	10.46	10.09	9.70
Азбука-Аттикус ИГ	5.61	5.47	5.14	2.57	Азбука-Аттикус ИГ	4.91	4.27	4.32	2.58
РИПОЛ классик	2.86	4.12	1.23	1.09	Экзамен	3.17	3.97	4.31	4.51
СИМБАТ	2.25	3.00	1.96	1.19	ВАКО	2.61	0.99	3.32	1.36
Росмэн	1.69	1.39	1.91	2.01	ИД Лев	2.58	3.13	2.11	3.36
Экзамен	1.53	1.47	1.85	1.93	Росмэн	2.52	1.74	1.21	0.79
Проспект	1.40	1.08	0.64	0.84	СИМБАТ	2.02	3.84	2.70	1.29
Стрекоза-Пресс	1.30	0.70	0.81	0.94	Мозаика-Синтез	1.96	2.05	1.45	2.48
Манн, Иванов и Фербер	1.26	1.33	1.19	1.29	Фламинго	1.90	2.51	2.65	3.92
ИНФРА-М	1.21	1.01	1.35	1.09	Стрекоза-Пресс	1.35	0.86	1.52	1.19
ИД Лев	1.05	0.99	0.92	1.52	Русское слово	0.92	1.51	1.28	1.21
Клевер-Медиа-Групп	0.89	0.78	1.27	0.65	Айрис-Пресс	0.71	0.54	0.85	0.56
Вече	0.85	0.74	1.10	1.38	Манн, Иванов и Фербер	0.68	0.99	1.01	1.25
ГЭОТАР-Медиа	0.78	0.78	0.74	0.62	Клевер-Медиа-Групп	0.56	0.68	0.88	0.49
Мозаика-Синтез	0.77	0.78	0.69	0.82	Лабиринт Пресс	0.28	0.60	0.58	0.62
Дрофа	В составе ГК Просвещение	2.66	2.06	2.20	Дрофа	В составе ГК Просвещение	5.53	4.65	4.65
Бином. Лаборатория знаний		2.24	1.60	0.85	Вентана-Граф		4.14	3.33	3.51
Вентана-Граф		1.97	1.39	1.34	Бином. Лаборатория знаний		2.92	4.45	3.03

Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

Диаграмма 2.1.

Доли ведущих издательств Москвы (ТОП-10) в суммарном выпуске книг и брошюр РФ в I-III кв. 2021 года



Источник: данные – Российская книжная палата, аналитика – Мониторинг

С учетом вызванной пандемией перестройки каналов сбыта и других аспектов коммерческой деятельности издательств 2021 год не показателен для оценки уровня монополизации книжного рынка. Но в целом можно сказать, что, как и в других отраслях, в пандемию крупные и сильные издательства заработали больше денег и стали богаче, финансово нестабильные небольшие издательские команды стали слабее. Так, в январе-сентябре 2021 года

Книжная Палата отмечает существенное снижение инвестиций у издательств «Фламинго», «Манн, Иванов и Фербер», «Мозаика-Синтез» и «Лабиринт-пресс».

Если мы говорим о прогнозных по итогам 2021 года значениях суммарной доли столичного рынка у пятерки ведущих импринтов, то каких-либо кардинальных изменений здесь не произойдет: уровень монополизации московского книжного рынка составит 55,05% (в 2020 – 54,1%; в 2019 – 54,1%; в 2018 – 53,9%; в 2017 – 51,53%; в 2016 – 47,66%; в 2012 – 40,4%). И состав лидеров принципиально не изменится, ведь основным событием на книжном рынке Москвы в 2021 году стало ослабление позиций нескольких импринтов («Дрофа» и «Вентана-Граф») в составе ведущего образовательного холдинга.

В настоящий момент в Москве есть издатели, которые растут быстрее рынка. Так, несмотря на реализацию противоположных издательских концепций, в 2021 году одновременно улучшили свои позиции на рынке «Азбука-Аттикус», «Росмэн», «ВАКО», «Проспект» и «Стрекоза-Пресс». Но это не только крупные игроки, но и средний, и малый книгоиздательский бизнес. Этот рост обусловлен разными причинами. Кто-то действительно активно инвестирует в каталог (увеличивая выпуск по наименованиям или тиражному массиву), наладил работу с онлайн-ритейлерами, а кто-то растет только за счет ценовой политики на новинки и сброс остатков склада по демпинговым ценам. Но в любом случае конкурентная ситуация и в 2021 году становится подвижной лишь с 9-10-й позиции ежегодного рейтинга.

Тема 3.

Анализ динамики издательских цен на книжные издания и перераспределения доли базовых каналов сбыта в структуре ритейл-карты книжного рынка города Москвы, уровень доступности цен для потребителя

3.1. Анализ динамики цен на книжные издания и уровня их доступности для потребителя

Конечно, в условиях ослабления рубля и сокращения реальных денежных доходов чувствительность покупателя к цене возрастает, и издатель уже не может корректировать прибыльность проектов за счет элементарного роста цен.

В июне 2021 года стоимость типографских услуг и бумаги в среднем выросла в сравнении с прошлогодним июнем на 16% и 22% соответственно. Новые поступления в книжные магазины приходят по цене на 10-11% дороже, чем книги предыдущих поставок. Это касается и прямых поставок от издательств (Просвещение, Эксмо-АСТ, РИПОЛ), и прайсов московских оптовиков (Лабиринт, Абрис). Ни книжные магазины, ни издатели не готовы пожертвовать маржинальностью бизнеса, хотя по заявлениям экспертов в третьем и четвертом кварталах 2021 года суммарно издательская цена новой книги подрастет в среднем еще на 12%. Разумеется, речь идет прежде всего о продукции низкого и среднего ценового сегмента. Ведь комфортная для покупателя цена книги в большинстве регионов РФ, в том числе и в Москве, не превышает 500 рублей. Так что издатели, стартующие с более высокого ценника, вынуждены ограничивать свои расходы и перекладывать на плечи ритейла и покупателя лишь часть инфляционных моментов в логистике и производстве.

Борис Кузнецов, «Росмэн»:

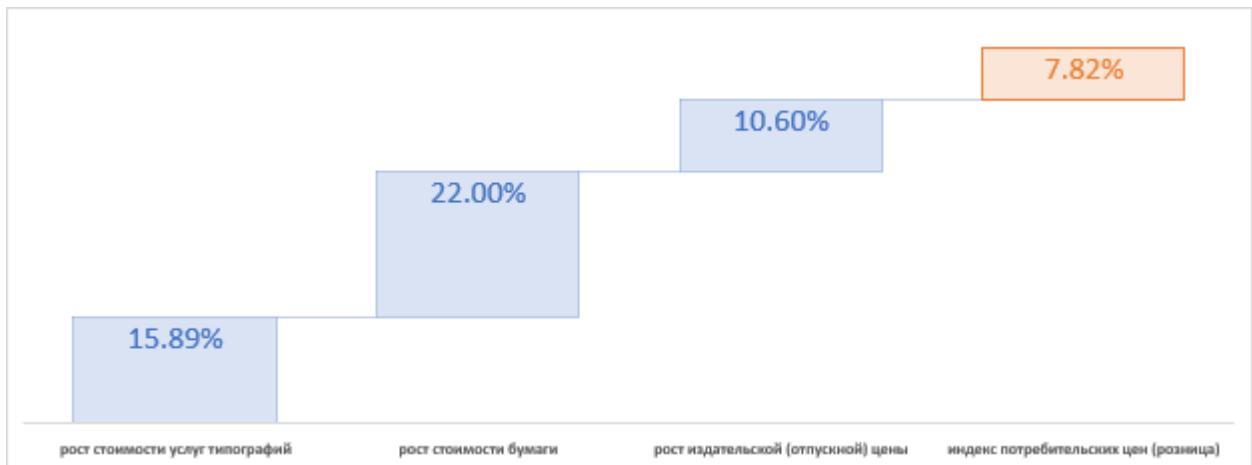
Вопрос цен сейчас становится самым важным на нашем небольшом рынке. Типографские затраты безболезненно «переварить» не получится, увы. Придется где-то жертвовать маржинальностью (и без того не самой фантастической в книжной индустрии), и, естественно, придется поднимать цены на книги. И в этой ситуации совершенно невыгодно становиться работать с изданиями в низком ценовом сегменте, эта часть прайса неизбежно будет сокращаться.

Главное, чтобы сейчас никто не развернул демпинговые войны. Для книжной индустрии это будет бессмысленная и беспощадная борьба за выбивание табуретки из-под ног всего нашего бизнеса.

**Отраслевое совещание,
Книги России (Красная площадь), 18.06.2021**

Диаграмма 3.1.

Рост стоимости производства печатной книги и динамика цен на книжном рынке Москвы в июне 2021 г., в % к июню 2020 г.



Источник: данные экспертного опроса в рамках Мониторинга (сентябрь 2021); данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

Позитивная динамика покупательских трат не свидетельствует о восстановлении спроса на книжном рынке и вряд ли способствует росту маржинальности бизнес-проектов. Согласно экспертному опросу в рамках Мониторинга, средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в сентябре 2021 года составил 285 руб. (+9,6% LFL2020 и +24,6% LFL2019). И сегодня издатели в меньшей степени готовы идти на дисконтные акции для покупателей, уделяя больше времени снижению себестоимости затрат.

Евгений Капьев, «Эксмо»:

С одной стороны, надо делать более сильные, более качественные книги, за которые люди будут готовы платить более высокую цену, то есть повышается требование к качеству продукта, и соответственно возрастает нагрузка на издательские команды. С другой стороны, сейчас необходимо очень тщательно работать с форматами, с себестоимостью. Мы, например, увидели потенциал снижения себестоимости именно в оптимизации наших процессов.

Понятно, что хочется уделять внимание творческим продуктам, творчеству, но при таком росте цен фокус на себестоимость, фокус на стоимость бумаги должен быть очень большим, и, к сожалению, от этого никуда не деться.

Алексей Ильин, ИГ Альпина:

Мы понимаем, что стоимость полиграфии, импортных материалов выросла прямо соответственно курсу, плюс 20-25%. Российские материалы растут в цене с задержкой, которая явно в какой-то момент будет отыграна. Рост себестоимости идет и по другому фронту: мы должны нанимать много айтишников, мы конкурируем с ИТ-компаниями по зарплатам, то есть затраты на людей резко возрастают. Естественно, это влияет на себестоимость. Что нас спасало до сих пор? С учетом того, что существенная доля ушла в онлайн и маркетплейсы, реальная средняя скидка продаж уменьшилась. Это позволяет амортизировать текущую ситуацию. Как долго сохранится этот баланс, я сказать не могу, это зависит от того, какая доля онлайн-продаж у каждого издателя. Но думаю, что плавное повышение цен на книги продолжится, хотя здесь стоит идти от людей, от ощущений на что можно поднять цену, а на что – нет. Это каждый раз индивидуальное решение. По крайней мере у нас в компании решения о едином повышении цен на 10% с 1 числа не проходят. Повышение цен всегда очень дифференцированно по каждому наименованию.

**Отраслевое совещание,
Книги России (Красная площадь), 18.06.2020**

Диаграмма 3.2.

Средний чек покупателя (только книги) в июне-июле 2018-2021 гг., руб.



Источник: данные экспертного опроса в рамках Мониторинга (сентябрь 2021); данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

В первые месяцы лета 2021 года спрос на книжном рынке столицы заметно уступал тому всплеску активности покупателей, который в 2020 году после двухмесячного карантина наблюдали книжники столицы. Книготорговые каналы забиты неликвидной продукцией прошлых лет и при этом зачастую лишены поставок актуальных новинок из-за очередей в типографиях. Рекламные усилия издательств ограничиваются дисконтными акциями, что лишь снижает маржинальность книжной отрасли, сокращает приток инвестиций и препятствует дальнейшему развитию. Уже в начале 2021 год клиент платил за книгу в книжном магазине на 30% больше, чем в интернет-канале и на 48% больше покупки в FMCG-супермаркете. Книжные магазины выставляются издателями в невыгодном свете, но договоренности по сокращению «ценовой вилки» онлайн и офлайн продаж по-прежнему не достигнуты.

Надежда Михайлова, ОЦ МДК:

Мы пошли по пути сокращения количества книжных магазинов. Кроме того, ассортимент в 165 тыс. наименований «Московского дома книги» на Арбате безусловно избыточен и мы будем весьма значительно его сокращать. Конечно, издательствам удобно иметь такую хорошую витрину как «Московский дом книги», но это наши издержки, так что извините, но полка будет урезана. Далее, так как все затратные статьи расходов сети были сокращены до минимума еще в 2020 году, то сегодня единственная возможность снижения издержек – сокращение рабочих мест, что мы и делаем. Что дальнее будет – не знаю. Думаю, все согласятся, что в книжный магазин приходят интеллектуалы и те, у кого имеются хоть какие-то деньги. И если интеллект остался, то с деньгами у наших покупателей совсем трудно. Сегодняшние посетители говорят, что ассортимент хороший и они многое хотели бы купить, но не могут себе этого позволить. И какого-то явного оптимизма относительно текущего года у нас нет. Во всяком случае, мое твердое убеждение — если не будет весомой государственной поддержки (не только материальной), то мы не выберемся.

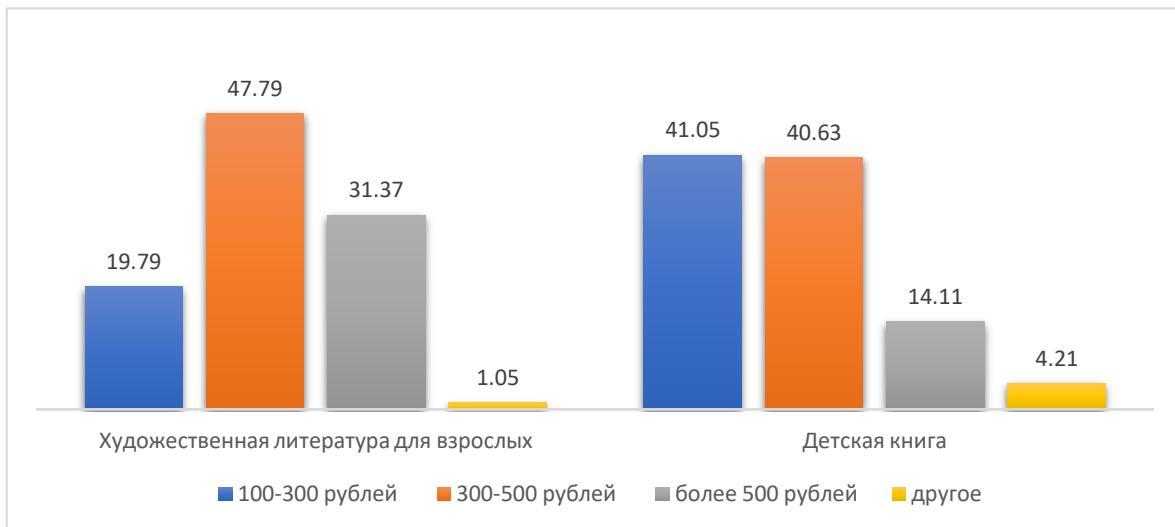
**Отраслевое совещание,
Книги России (Красная площадь), 18.06.2021**

И осенью 2021 года ситуация с ценами на книжном рынке продолжает ухудшаться. Средняя цена реализации в книжных магазинах Москвы в августе-сентябре 2021 года составила 691,17 руб. (LFL2020 – 634,87 руб.), хотя социологический опрос их посетителей, проведенный в рамках Мониторинга в сентябре/октябре 2021 года, продемонстрировал по-прежнему достаточно низкую ценовую планку у нынешних столичных читателей: роман для взрослого чтения (18+) для 48% (в 2020 – 55%; в 2019 – 52%) респондентов не должен стоить дороже 500 рублей; детская книга для 41% (в 2020 – 41%; в 2019 – 43%) респондентов – не дороже 300 рублей. Причем, только 14% москвичей готовы заплатить за детскую книгу более 500 рублей. И за столь очевидное превышение допустимого с точки зрения клиента ценника книжники расплачиваются снижением трафика – график посещения книжных магазинов в 2021 году у значительного числа москвичей ограничивается лаконичным «раз в полгода».

Диаграмма 3.3.

Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2021 году

Сколько должна стоить книга, чтобы Вы могли позволить себе её купить и не считать, что значительно переплатили?
(% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, 30 сентября – 5 октября, 2021 года)

Марина Каменева, ТДК «Москва»

Покупательная способность падает, но розница (речь идет о книжном магазине «Москва») не может жертвовать маржинальностью, потому что она и так максимально приближена к окупаемости. Судя по продажам, для покупателей нашего магазина на сегодняшний день комфортная цена для художественной литературы – 600-700 рублей, а для альбомов по искусству — от 1500 до 3000 рублей.

В нынешних условиях поддержкой со стороны издательств было бы возможное содерживание цен, а также установление указанных комфортных цен в первую очередь на новинки и бестселлеры, чтобы не приходилось затем устраивать распродажи «три книги по цене двух».

«Книжная Индустрия», сентябрь 2021

Очевидные проблемы текущего ценообразования на книжном рынке проявили себя уже в школьную кампанию 2021 года. Это для профессионалов учебники и учебные пособия – особый бизнес, а для покупателей наполнение школьного портфеля ребенка осуществляется из единой «книжной корзины». Приобретая учебник, сборник тестов или даже контурную карту, клиент рассматривает это как покупку книг. А хотя в 2021 году размер трат на «книги» в семейном бюджете пусть и подрос благодаря в том числе социальным выплатам для семей школьников, но не настолько, чтобы закрыть рост издательских цен. Свою лепту внесли и ослабление рубля, и закредитованность населения, измученного безденежьем и безработицей. Как результат, в начале сентября наибольший индекс потребительских цен наблюдается лишь по учебному ассортименту (114,3% LFL2020), в то время как за детскую книгу или роман для собственного чтения покупатель был готов заплатить лишь на 5-7% больше прошлогодней цены.

Диаграмма 3.4.

Средняя цена купленного на территории Москвы издания базовых тематик книжного ассортимента в августе-сентябре 2020/2021 гг.



Источник: данные о продажах проекта «Книжный рынок России 2010-2030», аналитика – Мониторинг

Сегодня книжный рынок в целом регулирует себя сам и, конечно, он не может существовать без дисконта, кэшбека и прочих программ лояльности для покупателей. Покупателям это интересно, они ждут акционных предложений, ищут выгоду, соответственно рынок должен поддерживать этот спрос. Но необходимо понимать, что для маркетплейсов продажа книг – далеко не главный источник дохода, поэтому они могут позволить себе не зарабатывать на книгах, а только привлекать с помощью книжного ассортимента дополнительных покупателей.

Вопрос урегулирования цен относится к системным проблемам книжной отрасли, т.е. вопреки многочисленным дискуссиям он так и не получил удовлетворительного решения. Не поспособствовала этому и пауза на коронавирус. Вопрос регулируемой розничной цены и до пандемии стоял достаточно остро, когда наценка даже в 80% на книги издавательств вынуждала

книжный магазин продавать на 30-35% дороже, чем, например, «Ozon» или «Wildberries». Это огромная проблема, без решения которой независимые книжные магазины и сети не смогут в условиях снижения спроса и покупательской способности выстоять, это просто несправедливо. Уже сейчас книжные магазины работают в условиях снижения маржинальности до критического уровня. А периодическое усиление мер по ограничению мобильности граждан в связи с распространением коронавирусной инфекции окончательно рушит экономику книжных магазинов, вынуждая их менять ассортиментную политику. По мнению ведущих книготорговцев московского рынка, одним из вариантов регулирования цен в книжном ритейле должен быть контроль самих издательств за ценами на популярные книги (бестселлеры, новинки известных авторов и т.д.), а также на учебники.

Надежда Михайлова, ОЦ МДК:

Мы бы хотели увидеть со стороны наших партнеров-поставщиков поддержку в вопросе ценовой политики, а также решение вопроса с розничными ценами интернет-магазинов и маркетплейсов.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2021

Борис Кузнецов, «Росмэн»:

На мой взгляд, борьба издательств за снижение цен – бессмысленная и беспощадная вещь. По некоторым каналам мы даже эксперименты проводим, в одном случае снижая цену на 20%, мы получаем определенное количество покупок, в другом случае – не снижаем, но количество покупок сильно не меняется. Понятно, что заигрываясь в демпинг, издатель на самом деле только теряет оборотку и прибыль. Но проблема в том, что маркетплейсы и FMCG-маркеты принуждают к снижению цен, хочешь-не хочешь, ты начинаешь в это играть. С 2019 года мы начали выстраивать систему управления минимальной розничной ценой и конкретно издательству «РОСМЭН» сейчас никто не может предъявить претензии. Мы не ломаем цены и никакой из маркетплейсов не держит неадекватно низкую цену по нашим позициям. Мы неоднократно это проверяли. Это та серьезная вещь, которую мы смогли сделать.

«Книжная Индустрия», июль 2021

Диаграмма 3.5.

Средняя розничная цена книжного издания в основных каналах сбыта в августе-сентябре 2021 г., руб.



Источник: данные о продажах проекта «Книжный рынок России 2010–2030», аналитика – Мониторинг

Олег Новиков, «Эксмо-АСТ»:

Если понимание значимости книжных магазинов есть, то дальше издатель сам решает, как ему работать с ценами, на что ориентироваться. Наверное, надо делать под FMCG-канал специфическую продукцию, которая не пересекается, не конкурирует с розницей. А если ты хочешь работать с интернет-каналом, то можно по этим же лекалам производить специфический продукт или держать цену в интернете на уровне розничных магазинов, регулируя эту возможность. На мой взгляд, это задача и приоритет маркетинга издателя. И мне кажется, нам удалось нащупать этот баланс, хотя, думаю, что в перспективе витрины книжного магазина и интернет-портала, маркетплейса должны быть одинаковыми. И это не просто 10-15% разницы в цене, которые для розничного оператора рынка являются приемлемой дифференциацией, а все-таки единая цена, которую устанавливает издательство для всех каналов. Я не думаю, что ее можно фиксировать на обложках книг, как в Германии, где присутствует государственное и отраслевое регулирования вопроса. Для России цена – это вопрос маркетинга издательства. И, думаю, есть только два варианта: или издатели поймут, что цена должна быть почти единая, или розничные операторы будут вынуждены, защищая свое ценовое позиционирование, отказаться от работы с теми издательствами, которые не способны обеспечить хотя бы сопоставимую цену в разных каналах сбыта.

Конечно, когда книжный магазин превращается в библиотеку, где читатели выбирают книгу, а потом заказывают ее через интернет, - такая ситуация смертельно опасна в перспективе для книжных магазинов.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2021

3.2. Структура ритейл-карты книжного рынка Москвы: Доли базовых каналов сбыта в реализации издательств

Согласно данным ведущих издательств, в I-III кварталах 2021 г. на книжный рынок Москвы приходится от 22% до 55% общего объема их реализации при средневзвешенном показателе в 40,4% (в 2020 – 37,1%; в 2019 – 39%; в 2018 – 46%; в 2017 – 53%; в 2016 – 45%). При этом 62% участников экспертного опроса сообщили о росте доли Московского региона в суммарных продажах за истекшие три квартала текущего года (средневзвешенный показатель – плюс 18,3 п.п.).

В целом, 71,4% издательств, участвовавших в опросе в рамках Мониторинга, сообщили о росте продаж в Московском регионе в I-III кварталах 2021 г. на 12-45%, и только 18% издательств (преимущественно учебного профиля) сообщили о снижении продаж в диапазоне 2-26% по отношению к продажам в аналогичный период 2020 года. Динамика в сравнении с допандемийным 2019 годом выглядит несколько скромнее, но тем не менее, и здесь более половины (57,1%) издателей сообщили о росте продаж на уровне в среднем 12,5%.

Согласно сентябрьским прогнозам издательств абсолютное большинство из них предполагает по итогам 2021 года прирасти в обороте на 17-32% к 2020 году. Более того, многие рассчитывают не только полностью восстановиться, но даже превзойти обороты допандемийного уровня, прибавив суммарно 6-8% к результатам 2019 года. Однако, новые «нерабочие дни» ноября 2021 года могут серьезно скорректировать прогнозы начала осени, ведь книжные магазины по-прежнему являются важными партнерами

издательств в реализации книжной продукции. Ведущие издательства («Эксмо-АСТ», «Азбука-Аттикус») предполагают десятки миллионов потерь от закрытия (даже на неделю) физической розницы в Москве и сомневаются, что онлайн-канал сможет полностью компенсировать эти потери, «особенно если закрытие продлится больше, чем одну неделю» (КоммерсантЪ, 26.10.2021). В OZON же считают, что локдаун может спровоцировать еще больший прирост продаж в интернете (чем в предыдущий карантин 2020 года), ведь особенность объявленных нерабочих дней в том, что они приходятся на период распродаж, в том числе в категории книг.

Таблица 3.1.

ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I-III кв. 2021 года

Стационарный книжный магазин (сеть)	Киосковая сеть	Интернет-магазин	Непрофильный ритейл (FMCG)
ОРС Читай-город / Буквоед	Почта России	Wildberries	Детский мир
Библио-Глобус ТД	Горпечать	Labirint	Ашан
Москва ТДК	Агентство Желдорпресс-ГП	OZON	Бэст прайс
ГУП ОЦ МДК	Алфавит ООО	My-shop	Перекресток ТД
Фаланстер	АМО-Пресс ООО	Book24	Магнит

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

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2021

Конечно, в связи с проведением карантинных мероприятий на территории Москвы в 2020 году традиционные книжные магазины ожидаемо уступили первенство онлайн-площадкам. В августе-сентябре 2021 года пропускная способность канала традиционных книжных магазинов в Московском регионе немного возросла на фоне 2020 года, но по-прежнему находится на довольно скромном уровне – в среднем 23,2% суммарной реализации столичных издательств (в 2019 – 32%). Более того, у целого ряда издательств сократилось количество партнеров в этом сегменте на 7-15% по сравнению с допандемийным 2019 годом.

И в 2021 году интернет-магазины продолжают лидировать по объему продаж книжной продукции. На интернет-канал приходится от 34% до 57% суммарной реализации ведущих издательств Москвы (исключая компании с учебным профилем). Основными партнерами издательств стали OZON, Labirint и Wildberries, но в данном случае, это не столько чистые (розничные) продажи москвичам, сколько отгрузки издательств интернет-магазинам с федеральным покрытием. Чуть меньше, но тем не менее растет (с 4,2% в 2019-м до 6,4% в 2021-м) доля интернет-продаж даже у издательств группы компаний «Просвещения», и это не только собственные онлайн-сервисы группы (LECTA и PROSV.ru), но и сторонние интернет-магазины: прежде всего Labirint и Wildberries. В целом, структура реализации школьных пособий в Московском регионе по-прежнему в значительной степени (до 82-99%) ориентирована на книготорговых оптовиков/логистов.

В обороте издательств доля онлайн-канала в продажах печатных книг в I полугодии 2021 года составила 32%, в августе-сентябре 2021 года – 36,6%. Но если мы проводим сравнение с августом-сентябрем 2020 года, то рост доли онлайн-продаж ограничился лишь 1.6 процентным пунктом. Это немного. Столь слабая положительная динамика во многом связана с переходом от традиционных схем интернет-магазинов к работе с маркетплейсами, что предполагало не только возросшую ответственность издательств за контролем цен, остатков и рекламных усилий, но и целый ряд технических и логистических проблем. Поэтому бонусы от продажи книг через интернет получают лишь крупные компании, большинство же не имеет необходимых компетенций и для их наработки потребуется не менее 3-5 лет. Так что многие издательства сочли более разумным вернуться к традиционным каналам реализации собственной продукции. Впрочем, вклад собственного интернет-магазина даже у тех издательств, кто уделяет этому повышенное внимание, как правило составляет 5-7% оборота. Напротив, после спада в 2020-м восстановление пропускной способности в 2021 году демонстрирует канал продаж оптовикам и логистам (до 28%). Именно эти структуры упрощают для

издательств в том числе доступ к онлайн-витринам и работу с маркетплейсами, как например в издательстве Ивана Лимбаха: «Мы не работаем напрямую с маркетплейсами, наши книги туда поставляют оптовые организации, хотя собственный интернет-магазин у нас есть, и его доля в обороте – около 7%» («КИ», сентябрь 2021).

Алексей Ильин, ИГ «Альпина»:

Ключевые навыки для работы с маркетплейсом – это аналитические способности, гибкость для перестройки под постоянные изменения, готовность к публичному диалогу с покупателями относительно качества печати, содержания книги, а также усиление диджитал-экспертизы в команде маркетинга, рост расходов на производство маркетингового контента (фото, тексты). У нас есть собственный интернет-магазин (alpina.ru), но доля продаж в нем составляет не более 5% оборота. Основными проблемными моментами в работе с маркетплейсами для нас стали в WB: сложности при отгрузке книг - подстройка под свободные слоты приемки продавца, долгая приемка (иногда до 15 дней), не всегда корректный мониторинг в личном кабинете, отсутствие оперативной статистики по рекламным кампаниям. В OZON: ручная заливка контента и сбой в аналитике по продажам после перехода на маркетплейс, периодические сбои в отображении корректной информации в карточке товара.

Александр Богуславский, «АСТ»:

В работе маркетплейсами нам нравится возможность управления своим ассортиментом, ценовой политикой и соответственно маржинальностью. Но, есть большой минус – любая организация, любой ИП может поставлять наши книги в эти маркетплейсы и рушить всю выстроенную нами политику продаж. А это в свою очередь, приносит ущерб не только нам, но и всей книжной рознице. Почти уверен, с такой проблемой сталкиваются все издательства.

Марина Лобзина, «Русское слово»:

Наше издательство тоже приступило к работе с маркетплейсами. Конечно, вначале вся нагрузка легла на склад, появились новые требования, но мы справились. Работать с этими структурами сложно, поскольку они очень часто меняют условия взаимодействия, не считаясь с поставщиками. Им всё равно с кем работать – с издателями или агрегаторами, условия одни и те же. На сегодняшний день на рынке мы видим произвол со стороны маркетплейсов. В нашем издательстве есть свой интернет-

магазин, который наращивает обороты, но это, скорее, витрина издательской продукции, чем бизнес-единица.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2021

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 отделения почтовой связи АО «Почта России», в то время как участие городских киосков с печатной продукцией фактически свелось на нет. Традиционными партнерами книжников являются московские филиалы ООО «Ашан», ПАО «Детский мир», ООО «Бэст Прайс», а также киосковые сети ООО «Горпечатъ», ООО «Алфавит», ООО «Агентство Желдорпресс-ГП» и пр. Пропускная способность этих каналов по состоянию на август 2021 года колеблется в диапазоне 0.0-0.3% объема реализации издательств Москвы по киосковым сетям и 0.0-26.0% – по FMCG-ритейлу, при среднем показателе – 0,1% и 8,9% соответственно.

Борис Кузнецов, издательство «Росмэн»:

Канал детских товаров для нашего издательства очень значим, но работает он строго по ассортиментным матрицам, особенно жестким в плане повышения цен. С другой стороны, все прекрасно понимают, что за этот год на бумагу и картон мы получим где-то 25-28% повышения себестоимости, а этот канал даст нам возможность повысить цены на 5-7%, и переделать матрицу невозможно. Мы оказываемся в ловушке, где сумасшедшим образом теряем рентабельность. Думаю, уже все крупные издатели научились считать, сколько стоит клиент и сколько денег он нам приносит. Так вот, канал детских товаров, который издателям детских книг приносит и оборот, и прибыли, и возможности, и покрытие, к осени станет серьезной проблемой, и что будет к концу года – большой вопрос.

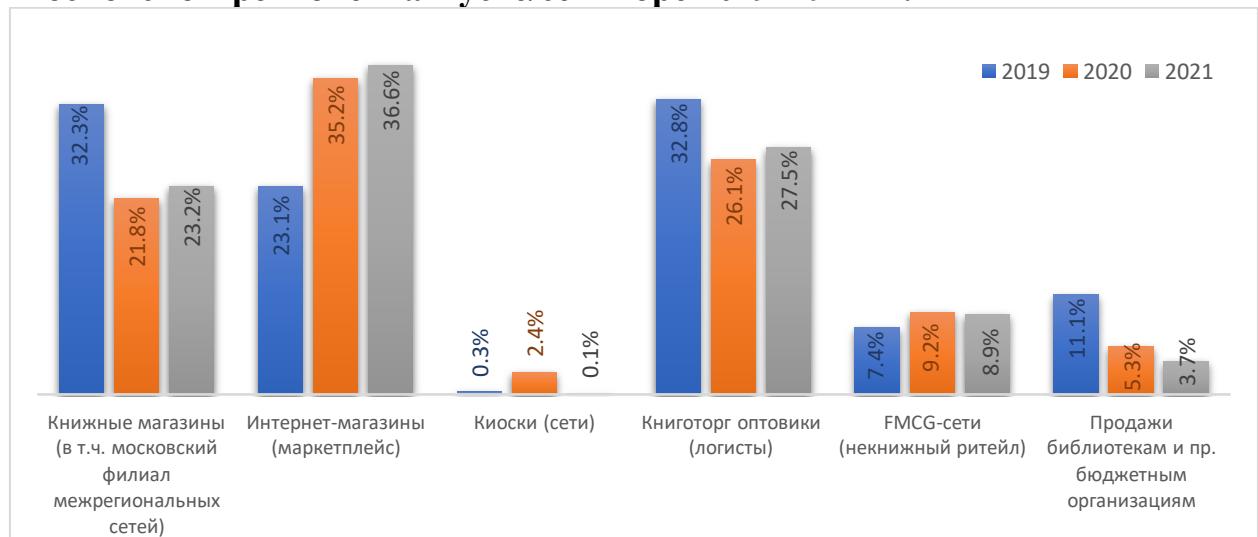
На самом деле стоит сказать и о библиотеках. В отличие от киосковых сетей, участие в продаже книг которых свернулось до уровня погрешности, все мы слышали, что в 2021 году, по всей видимости, будет беспрецедентное вливание в систему закупок для пополнения фондов библиотек. Речь идет о 550 млн рублей из

федерального бюджета. Самый большой объем, который когда-либо за историю России выдало наше государство на фонды библиотек. Плюс к этим деньгам на паритетных началах должны прибавиться деньги от местных бюджетов. Конечно, «колхоз — дело добровольное», но можно надеяться, что хотя бы 100-200 млн рублей от местных бюджетов придет. Это очень серьезные вливания, которые могут изменить и издательскую политику, и ситуацию с книгами в целом. Вполне возможно, издателям будет интересно использовать этот лотерейный билет. Если всё удастся, то эта история может растянуться на 1-2 года.

Отраслевое совещание, Книги России (Красная площадь), 18.06.2021

Диаграмма 3.6.

Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств в Московском регионе в августе/сентябре 2019-2021 гг.



Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2019-2021 гг.

Олег Новиков, «Эксмо-АСТ»:

Я думаю, в комплексе должен быть некий баланс, и для нас, как крупнейшего издательства, этот баланс важен. В каждом отдельном канале наши специалисты находят свои приоритеты на уровне тематических ниш или даже отдельных продуктов. Есть продукция, выпускаемая для FMCG, есть продукция, которая более востребована в книжных магазинах, и есть продукция, которую мы сегодня приоритетно продвигаем в интернете, создавая под это специальный медиа-контент, чтобы люди вместо тактильных ощущений могли получить достаточно полную информацию о книге,

об ее преимуществах, чтобы возникло то желание купить, которое очень часто возникает в книжном магазине, когда снимаешь книгу с полки, держишь ее в руках, листаешь и понимаешь, что без нее уже жить не можешь, идешь с ней к кассе, попутно набирая что-то еще.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2021

Тема 4.

Характеристика активностей в рамках программ поддержки и продвижения книги и чтения на территории города Москвы и уровня их востребованности у москвичей

От пандемии многие эксперты ожидали (и с полным основанием) принципиальных изменений схем дистрибуции издательств и в целом заметного онлайн-смещения в структуре каналов книгораспространения. Когда основная цель – стать ближе к своему покупателю, то очевидное решение для издателей – онлайн площадки, однако работа с ними вызвала целый ряд неожиданных трудностей и требует наличия новых компетенций новые навыки работы с ценообразованием, приспособление существующей логистической цепочки к интернет потребностям. Так что пока единственный ощутимый для книжной отрасли результат цифровизации – фактически полный уход рекламы книги и книжных мероприятий в социальные сети. И книжные магазины, и издатели Москвы в качестве основных площадок общения с клиентами выбирают аккаунты в Instagram, Facebook и ВКонтакте.

Алексей Ильин, ИГ «Альпина»:

Стратегии продвижения постепенно смещаются от продвижения конкретных наименований к продвижению авторов. Мы думаем об авторе как продюсерская компания о потенциальной рок-звезде. Прежде всего, это касается российских авторов, с которыми есть прямой контакт и есть возможность использовать весь спектр возможных инструментов продвижения. Акцент в продвижении все больше смещается в пользу продвижения в интернете.

«Книжная Индустрия», май 2021

Ольга Бушуева, ИГ «Азбука – Аттикус»:

Основная цель нашего присутствия в социальных сетях – это увеличение количества подписчиков и уровня их вовлеченности. Создавая разного рода дискуссии, информационное и развлекательное наполнение наших каналов в соцсетях, мы формируем очень лояльную к нам аудиторию, где-то даже единомышленников, с которыми нам нужно и хочется жить и работать вместе. Но при этом, естественно, мы хотим рассказывать аудитории прежде всего о книгах нашего издательства, о новинках, нашем бек-каталоге, о переизданиях, обо всех книгах, которые находятся в зоне продвижения, о тех авторах, которых читатель не знает, о тех книгах, которые оно не читал. И мы стремимся рассказать об этом так, чтобы наши подписчик ответил себе на один вопрос: «Что я хочу почитать сейчас, здесь

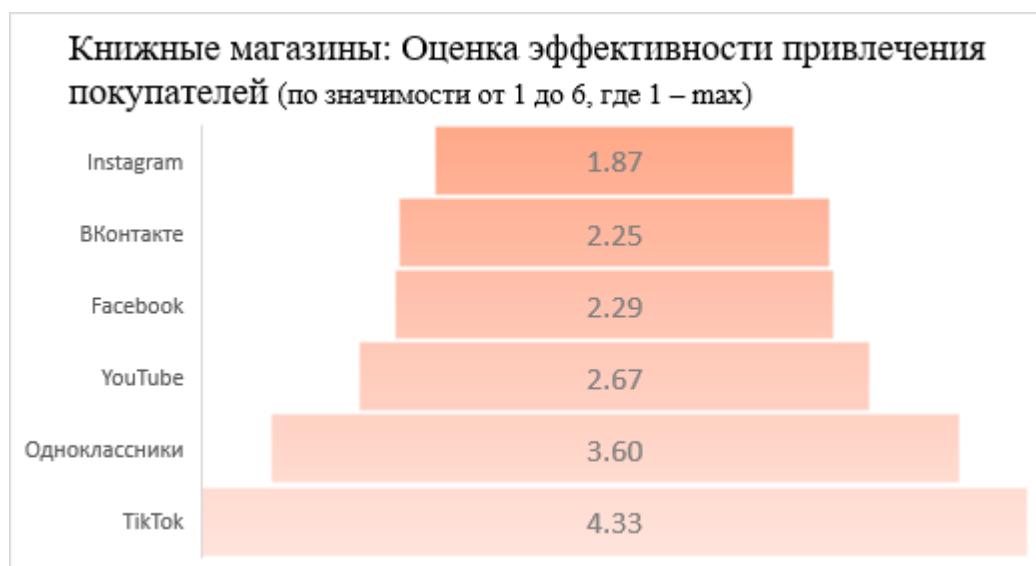
или через 2 месяца, или, может быть, через полгода?». То есть соцсети – это некая подготовка нашего будущего читателя, чтобы приходя в книжный магазин или в маркетплейс, он взял и положил в корзину ту литературу, о которой он уже что-то слышал, что-то себе нафантизировал и хочет почитать.

Что мы для этого делаем? Развлекательные посты, комиксы, карточки, тематические подборки. Еще мы сделали стикеры, сначала для Instagram, затем в мессенджер Telegram, а недавно загрузили их в сеть ВКонтакте. Кроме того, у нас пользуются большей популярностью игры, особенно те, где можно делиться своими достижениями.

Школа издательского мастерства, октябрь 2021

Диаграмма 4.1.

Социальные сети: Оценка эффективности контактов с читателями



Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2021 гг.

Несмотря на отсутствие длительных и жестких ограничений на проведение массовых мероприятий, тем не менее, и в 2021 году по-прежнему большинство промо-событий в поддержку книг (исключая sale) проходит в онлайн-формате.

Так, бюджет «Эксмо-АСТ» на продвижение книг и участие в культурных проектах Москвы в январе-сентябре 2021 года составил 80 млн рублей (+27% LFL к 2019г.), в рамках которого издательская группа провела порядка 70 мероприятий, что на 79% меньше, чем в январе-феврале 2019 года. Самыми заметными мероприятиями лидера книжной отрасли стали активности в рамках прошедших в гибридном формате больших книжных форумов: мартовской Международной ярмарки интеллектуальной литературы non-fiction, июньского Книжного фестиваля «Красная площадь» и сентябрьской Московской международной ярмарки в Манеже.

Бюджет ИГ «Азбука-Аттикус» в 2021 году на мероприятия по продвижению книг и pr-активности составил 42 млн рублей (+10% LFL к 2019 г.), в т.ч. 85% было потрачено на онлайн-продвижение проектов и авторов издательской группы (поддержка сайта, блог, социальные сети). ГК «Просвещение» за первые три квартала 2021 года провело в Московском регионе 62 мероприятия, основная активность издательства пришлась на май месяц, когда «Просвещение» провело большой семинар для библиотекарей школ г. Москвы «Современное библиотечное пространство» (26.05; 186 участников) и Форум молодых специалистов «Вызовы Образования 2.0» (20.05; 125 участников). До 50% своего почти двухмиллионного рекламного бюджета (1,8 млн руб.) издательство «Национальное образование» потратило в 2021 году на традиционную рекламу (включая изготовление POS-материалов, наружную рекламу, транспортную и пр.) и на участие в ММКЯ и прочих городских выставках/ярмарках (аренда, затраты на логистику, доп. персонал и т.д.). Хотя самым масштабным по охвату участников

мероприятием этого издательства стала онлайн-конференция ММСО (26.02.2021).

Понятно, что абсолютное большинство издательств и в 2021 году вынуждено было отказаться от организации мастер-классов, конкурсов, лекториев и прочих PR-активностей в физическом городском пространстве, частично перенеся их в онлайн-формат. Впрочем, вряд ли издатели на этом сэкономили. Такого рода активности всегда были наименее затратными с точки зрения бюджета инициативами. Именно траты на онлайн-присутствие и на участие в трех состоявшихся на территории Москвы больших книжных форумов (март, июнь, сентябрь) в сумме составили 77,6% расходов издательств на рекламу и PR (в 2020 году – 70%).

Диаграмма 4.2.

Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I-III кв. 2018-2021 гг.



Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2018/2019/2020/2021 гг.

Не отстают от издательств и стационарные книжные магазины, и помимо собственно торговой деятельности ведут большую работу по поддержке и развитию интереса к чтению и книге у москвичей. Это и встречи с авторами, и мастер-классы, и детские клубы, транслируемые в том числе на

собственных YouTube-каналах магазинов, и масштабные онлайн-акции, подобные участию в столичной «Библионочи-2021» или Дня книгодарения, прошедшего по традиции 14 февраля в ряде книжных магазинов Москвы. Тем более, что на поддержку издательств в этом вопросе рассчитывать не приходится. Рекламные усилия издательств в книжных магазинах ограничиваются лишь дисконтными акциями, что лишь снижает маржинальность книготоргового бизнеса.

Конечно, отсутствие локдауна в весенний период 2021 года позитивно сказалось на PR-работе книжных магазинов. В целом, в сравнении трех кварталов 2019/2021 гг., количество проведенных книжными магазинами мероприятий выросло на 22%, но не у всех. К примеру, магазины «Москва» и «Циолковский» отчитались о снижении числа мероприятий соответственно на 59% и 15% к допандемийному уровню. Разумеется, основные инициативы магазинов фокусировались на собственной клиентской базе и проходили как правило в пределах торговой площадки или транслировались на онлайн-канале. В городских (выездных) мероприятиях участвовали только магазины с «советским прошлым» (ТДК «Москва» и ОЦ МДК) и ОРС «Читай-город». Основными партнерами столичных книжных магазинов в мероприятиях по поддержке книг и чтения выступают в 2021 году Российская государственная детская библиотека, Итальянский культурный центр, театр Геликон-Опера, а также СМИ (включая соц. медиа и блогеров). Наибольшее количество мероприятий за I-III кварталы 2021 года было проведено Московским Домом книги (469) и самым массовым среди них стала презентация книги "Читаем и развиваемся с психологом..." и "Всё-всё-всё о воспитании детей" Людмилы Петрановской, проведенная ОЦ МДК 3 февраля на собственной онлайн-площадке ([mdk_books](#)) и собравшая более 1000 участников. Тогда же в феврале книжный магазин «Москва» на Тверской провел большой День книгодарения, где на встречах с писателями и сборе книг для сельских библиотек принял участие 800 человек. Конечно, традиционный для магазинов формат встреч с писателями и презентаций книг собирает намного

меньше участников, в том числе и из-за сохранения угрозы распространения коронавирусной инфекции: в 2021 году как правило аудитория таких мероприятий ограничивается 150-200 участниками. Например, поп-группа BrainStorm и Алина Катран-Шиллинг, презентация книги «Ты не один: от песочницы до стадиона» собрала в магазине «Читай-город» в мае 160 человек (15.05). Или на презентацию книги Джоанны Стингрей "Подлинная история Русского Рока" в Московском Доме книги на Новом Арбате собралось 200 человек (11.05), а на прошедшую также в мае лекцию Людмилы Сарычевой «Уступите место драме» в книжный магазин «Пархоменко» пришли 45 человек. Впрочем, все эти усилия заметного эффекта в плане восстановления трафика в книжных магазинах не произвели.

Надежда Михайлова, ОЦ МДК:

Конечно же, нельзя не сказать и о том, что сегодня книжные магазины очень нуждаются в скидках, которые издательства могли бы предоставить просто для того, чтобы книжники могли бы пережить 2021 год с большей маржинальностью при том хилом трафике, который сегодня имеет место быть.

Но дисконтные акции как правило не очень влияют на продажи. Они могут иметь какой-то разовый эффект, но чаще – ноль или даже минус. Информационная поддержка книг должна быть не разовой, когда где-то что-то провели, скинули цену. Если уж мы проводим общероссийскую акцию, то все средства массовой информации должны говорить об этом. И кроме того, не надо фокусировать внимание на книге как товаре, который предлагается со скидкой. Надо обращать внимание на проблематику, которая затрагивается в книгах. А мы проводим акцию, говорим: «ах, вот наши книжки, давайте продавать сегодня -30%». Да, для тех кто сегодня пришел в магазин может быть это и весомо, но если книга нужна, её купят и за 10 рублей, и за 15 рублей. Говорить надо о проблематике книжного слова, тогда этим можно заинтересовывать не отдельных граждан, а целые слои населения.

**Отраслевая конференция,
Книги России (Красная площадь), 18.06.2021**

Так что, в качестве направлений поддержки от Департаментов Правительства Москвы, которую хотели бы получить в 2021-2022 гг. книжные магазины Москвы, указывается в том числе:

- помочь в продвижении книг и чтения в СМИ (публикации на книжную тематику, опросы читателей, анонсы встреч с авторами во всех книжных магазинах Москвы и т.п.);
- компенсация согласования вывески (проект).

Иными словами, речь идет о преференциях в области продвижения и поддержки чтения в столице, которые будут способствовать росту конкурентоспособности книги в культурном и информационном пространстве Москвы, сохранению книжных традиций мегаполиса.

Конечно, в столице многое делается в этом направлении. И в 2021 году Москва провела пусть и в гибридном (оффлайн / онлайн) формате четыре больших книжных мероприятия. Открыла год перенесенная с декабря на март Международная ярмарка интеллектуальной литературы Non/Fiction, которая с 24 по 28 марта в Гостином Дворе собрала около 40 тысяч москвичей, в том числе студентов, представителей творческих профессий, экспертов книжного бизнеса, и представила книги почти трех десятков издательств в рамках масштабной программы мероприятий.

В июне 2021 года, пусть и с небольшим переносом дат, но всё же на Красной площади уже в седьмой раз прошел книжный фестиваль «Книги России», ставший благодаря указу Президента РФ ежегодным событием.

Московская международная книжная ярмарка (ММКЯ), переехав в новую локацию (Экспоцентр), тем не менее, позволила гостям с 24 по 27 сентября посетить живые выступления участников и посмотреть онлайн-включения с площадок. В рамках ММКЯ-2021 проведено порядка 300 мероприятий, более 200 издательств из разных регионов России представили книжные новинки на сценах и площадках, а трансляции мероприятий

посмотрели зрители из 90 стран мира. Кроме того, впервые в 2021 году, учитывая сложную экономическую ситуацию, для издательств, принимающих участие в 34-й ММКЯ, была предусмотрена возможность компенсации затрат. Московские издательства, относящиеся к субъектам малого и среднего бизнеса, зарегистрированные в г. Москва, смогли получить компенсацию затрат на участие до 350 000 рублей, но не более 50% расходов. Субсидия предоставлялась Департаментом предпринимательства и инновационного развития города Москвы. Издательствам, зарегистрированным в регионах России (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), организаторы предоставили скидку 50% на оплату стенда площадью 4 кв.м. На льготных условиях стенд могли арендовать издатели, включенные в реестр субъектов малого предпринимательства. В рамках ярмарки по традиции были подведены итоги конкурсов и премий: Национального конкурса «Книга года», Международного конкурса государств-участников СНГ «Искусство книги», премии за выдающиеся достижения в области художественного перевода «Мастер» и конкурса лучших студенческих дипломов «Be First! 2021».

Значимым событием в книжной жизни столицы стал и впервые проведенный в России и именно в Москве 37-й Всемирный конгресс Международного совета по детской книге (IBBY) с 10 по 12 сентября 2021 года. Тема конгресса в этом году – «Огромный мир сквозь призму детских книг». Для участия в нем писатели, иллюстраторы и специалисты по детской литературе со всего мира встречались и обсуждали пути приобщения детей к чтению. Конгресс прошел в гибридном формате: специально для него была создана онлайн-платформа (ibby-online.org), а также на площадках Российской государственной детской библиотеки, Государственного музея А.С. Пушкина, а также в одном из самых красивых исторических зданий столицы – Доме Пашкова.

В последние пять лет регулярным и достаточно массовым мероприятием является и «Библионочь», приуроченная к международному Дню книги (23.04)

и прошедшая в 2020-2021 годах в онлайн-формате при самом активном участии издательств и библиотек Москвы.

Кроме того, в ходе мониторинга проектов в поддержку книги и чтения, реализуемых на территории Москвы, было выявлено значительное количество массовых по охвату инициатив, прошедших преимущественно в виртуальном пространстве библиотек и книжных магазинов. Однако разрозненность мероприятий не позволила достичь масштабного эффекта. Как показал опрос, аудитория покупателей книжных магазинов и посетители выставок и фестивалей фактически не пересекаются. Все около-книжные мероприятия на публичных площадках не ведут к приобретению книги и весьма относительны в плане эффективности возвращения потенциального читателя в круг чтения. Более того, за два года пандемии доля респондентов отказавшихся от посещения любых книжных мероприятий выросла на 5,4 п.п.

Диаграмма 4.3.

Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2019/2021 гг.
(% голосов, допускается 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, сентябрь 2019/2021 гг.), аналитика – Мониторинг

В рамках анкетирования посетителей книжных магазинов во всех округах Москвы был определен уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях по продвижению книги и чтения, а также косвенно оценена популярность этих проектов. Посетителям книжных магазинов было предложено несколько вариантов ответов и возможность варианта открытого ответа. По итогам опроса в 2021 году выяснилось, что на 84,6% (в 2018 – 77,8%; в 2017 – 72%) покупатели книг в стационарных книжных магазинах не готовы к посещению любых мероприятий, включая онлайн-встречи с писателями, как правило, в силу отсутствия времени или желания, а не только санитарных ограничений. Даже такое «раскрученное» в городских СМИ и первое в 2021 году открытое онлайн-мероприятие как ярмарка интеллектуальной литературы (Non|Fiction) в Гостином Дворе в марте посетило лишь 4,21% респондентов. Аналогичен уровень востребованности и прошедшего два месяца спустя Книжного фестиваля на Красной площади – 4,2%, хотя еще в карантинном 2020-м о посещении этого мероприятия сообщило 6,5% респондентов социологического опроса (в 2019 – 6,15%; в 2018 – 5,3%; в 2017 – 6,9%; в 2016 – 12,6%). Невероятное снижение количества упоминаний в ходе социологического опроса клиентов книжных магазинов в 2021 году показала и Московская Международная книжная ярмарка: лишь 3,79% (в 2020 – 8%; в 2019 – 9,5%; в 2018 – 8,6%; в 2017 – 13,3%; в 2016 – 17,6%) респондентов опроса заявили о своем посещении этого мероприятия. Но тем не менее, значимость всех этих больших выставок для продвижения книги чтения особенно ощутима на фоне НЕузнаваемости других мероприятий, проводимых на территории города. Так, прошедшая онлайн «Библионочь-2021» (апрель) набрала лишь 1,26% голосов (в 2020 – 2,7%; в 2019 – 2,6%; в 2018 -3,3%; в 2017 – 2,9%; в 2016 – 2,4%) респондентов опроса. А популярность инициатив издательств и книжных магазинов по поддержке книги и чтению прежде всего в формате «встреч с авторами/автограф-сессий на торговых площадках» пусть и подросла в 2021-м, но всё равно остается по-прежнему крайне низкой – 2,6% (в 2020 – 1,9%; в 2019 – 2,8%). Кстати,

впервые на фоне предыдущих лет в текущем году наибольшую активность в плане посещения разного рода книжных мероприятий проявила именно мужская аудитория. Обычно именно покупательницы книг в ходе опроса «вспоминали» о книжных мероприятиях, в которых так или иначе участвовали.

Диаграмма 4.4.

Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2021 году



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 30 сентября – 5 октября 2021 г.), аналитика – Мониторинг

В любом случае, отсутствие высокого уровня узнаваемости проектов – это скорее вопрос рекламной поддержки и формирования традиций книжных встреч в пространстве публичного городского ландшафта. Уровень и широта охвата оповещения о проводимых мероприятиях должны быть выше, а сроки проведения устойчивыми, желательно в ежегодном графике.

Тема 5.

Оценка динамики объема продаж книжной аудио-продукции и электронных книг в городе Москве с учетом текущей инфраструктуры, ценовой политики и уровня осведомленности московской аудитории о цифровом продукте

5.1. Динамика объема продаж книжной аудио-продукции и электронных книг в городе Москве

Согласно экспертной оценке объем московского рынка электронных (текстовых и аудио) книг, включая самиздат-проекты, в январе-августе 2021 года составил 1,4 млрд руб. при темпах роста к аналогичному периоду 2020 года в 35%. В годовом исчислении объем столичного рынка прогнозируется на уровне 2,3 млрд рублей (плюс 24% к итогам 2020 года).

Доля продаж электронного (текстового) книжного контента зарегистрированным пользователям Московского региона находится на уровне 27% от общероссийского оборота книжных цифровых сервисов. И в 2021 году она вновь стала расти после заметного (до 25%) снижения в 2019-2020 годах. Но эта коррекция носит скорее технический характер и связана с сохранением платежеспособности москвичей на фоне проседания доходов граждан в других субъектах федерации в 2021 году. Рынок электронных текстовых книг в Москве приблизился к своему максимальному уровню вовлеченности аудитории еще в 2019 году, по крайней мере, по той линейке книжных продуктов, которые сегодня предлагают онлайн-агрегаторы. Корректирующее влияние соответствующих поправок в законодательство РФ и ужесточения контроля за файлообменными сервисами в рунете остается минимальным. Но всё же и в 2021 году рост оборота по текстовой e-book сохранится на уровне 15%, так как продажи во многом поддержаны востребованными у москвичей самиздат-проектами в электронном формате.

Вклад столичных жителей в приобретение аудиокниг всегда был чуть меньше их участия в обороте электронной текстовой книги, но в 2021 году он составил 28% от общероссийских продаж. И в данном случае можно говорить не только о финансовых возможностях москвичей, но и о значительном росте самого рынка – только за январь-август 2021 года легальный рынок аудиокниг в столице вырос на 45% (в 2020 – плюс 40%), превысив отметку в 400 млн рублей. Согласно экспертам, в годовом исчислении объем продаж аудиокниг

в Москве достигнет 0,7 млрд рублей. Но тем не менее, аудиокнига пока останется вторым по привлекательности для москвичей цифровым книжным продуктом, фактически в три раза проигрывая обороту электронных книг для чтения.

Борис Макаренков, Storytel:

Если мы говорим об интенсивности потребления, то сегодня люди добавляют аудиокниги в качестве еще одной практики, помимо чтения они начинают еще и слушать книги. И это приводит не к замещению одного формата другим, а именно к добавлению, увеличению объема потребления. Это хорошо видно на примере абстрактного «среднего пользователя». Так, среднее потребление за год в часах, если мы сравниваем 2021 год с первым полугодием прошлого года, выросло на 25%. Если мы возьмем сервис самиздата, то там рост потребления с 2-х книг в месяц скакнул к 3-4-м книгам за этот же период. Когда мы примерно 4 года назад запускали сервис Storytel в России, средний объем потребления составлял менее 1 книги в месяц, сегодня эта цифра выросла более чем в два раза. И это очень важный паттерн поведения пользователя.

Отраслевая конференция, ММКЯ, 27.09.2021

Несмотря на благоприятные обстоятельства карантинных и прочих ограничений мобильности граждан, все преимущества электронной книги вместе взятые не привели к взрывному росту продаж в цифровом сегменте книжной отрасли в условиях пандемии. Это отмечают и ведущие компании розничного сектора, и электронно-библиотечные системы учебной и научной литературы. Так, несмотря на снижение количества бесплатных скачиваний по каталогу «ЛитРес» в январе-августе 2021 года (-5% LFL 2020), тем не менее, их объем по-прежнему фактически двукратно превышает платные скачивания сервиса: 900 VS 448.

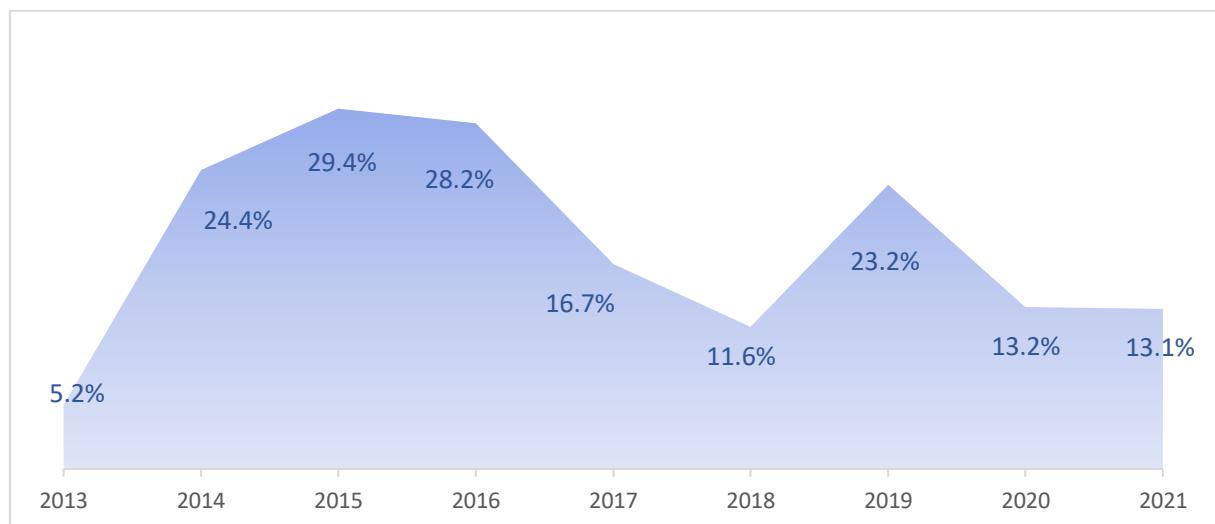
Кроме того, несмотря на очевидное сохранение положительных темпов роста, в целом рынок цифровой (текстовой и аудио) книги в Москве пока

слишком компактен и предполагаемый рост его доли с 9% (2019) до 15% (2021) книжного рынка Москвы связан лишь со значительными потерями рынка печатной книги в 2020-м и медленным его восстановлением в 2021-м году. К тому же, потенциал роста у электронной книги в столице фактически исчерпан. Об этом свидетельствуют результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в рамках Мониторинга. В сентябре 2021 года о скачивании электронных книг из интернета сообщили лишь 13,05% москвичей, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2020 года составила 13,2% (в 2019 – 23,2%; в 2018 – 11,6%; в 2017 -16,7%). Динамика рынка явно носит циклический характер, и амплитуда колебаний уменьшается.

Диаграмма 5.1.

Динамика доли москвичей, скачивающих электронные книги (тексты) в интернете. 2013-2021 гг.

(респонденты, ответившие утвердительно на закрытый вопрос, %)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2021 гг.), аналитика – Мониторинг

Вероятнее всего к 2022-2023 годам рынок электронных книг сможет рассчитывать на 14-16% москвичей, покупающих книги. Конечно, остаются еще российские регионы, но консерватизм книжной аудитории в провинции (и тем более в так называемой «глубинке») не позволит сегменту электронной

и тем более аудиокниги расти столь же впечатляющими темпами, что и раньше.

Для обеспечения значительных темпов роста дистрибуторы цифрового контента уже сегодня прибегают к экспериментам с продуктом и диверсификации бизнеса в смежные области. В последние два-три года компания Bookmate инвестирует в издательства бумажной книги и новые модели доступа к контенту, Storytel развивает подкасты и занимается созданием собственного уникального контента, ЛитРес вкладывается в рекомендательные сервисы (LiveLib), а Ridero запускает образовательные проекты («Наставники»).

Андрей Баев, Bookmate:

Инвестиции в издательства – это возможность укрепить свои позиции на книжном рынке России. В прошлом году издательский бизнес Individuum и Popcorn Books вырос в два раза. Параллельно с издательствами мы инвестируем в Bookmate Originals – создание собственного контента практически любого формата: от образовательных историй до лонгридов The New York Times. Мы верим в то, что контент – это главный драйвер роста, а разные форматы увеличивают нашу аудиторию. В дополнение к электронным и бумажным книгам мы начали производить аудио, и в ближайшее время стоит ожидать много новинок. Кроме того, прошлой осенью мы запустили приложение Everybook. Это новая модель, которую мы придумали два года назад – пользователь может выбрать между покупкой книги и доступом на несколько недель с большой скидкой.

Сергей Анульев, ЛитРес:

Экспертиза книжного рынка – одно из ключевых преимуществ сервисов группы компаний «ЛитРес». Мы постоянно тестируем новые модели рекомендаций. И, конечно, выбирать книги пользователям помогает LiveLib – книжный рекомендательный сервис с самой большой коллекцией рецензий на русском языке, который входит в группу компаний «ЛитРес». Ежедневно LiveLib посещают более 200 тыс. пользователей, которые активно способствуют наполнению сайта: ведут онлайн дневник читателя, пишут рецензии и статьи, выписывают цитаты, составляют

подборки литературы. Эксперты LiveLib становятся первыми критиками новинок.

Борис Макаренков, Storytel:

Storytel Original создает собственный уникальный контент во всех странах присутствия Storytel, и везде аудиосериалы пользуются большим спросом. В России мы создаем аудиосериалы в разных жанрах и с разными авторами. Конечно же, сериалы с топовыми российскими авторами собирают огромную аудиторию, и мы будем продолжать эту работу. «Просто Маса» – один из наших самых успешных проектов и наша гордость. А наши лекции, подкасты, стендапы – это приятный бонус любителям аудиоконтента, возможность чередовать длинные и короткие истории.

«Книжная Индустрия», март 2021

Конечно, определенный потенциал по крайней мере для маржинальности бизнеса у цифрового сегмента есть, и связан он с Постановлением Правительства РФ от 09 октября № 1643, благодаря которому вдвое (до 10%) снижена ставка налога на добавленную стоимость (НДС) для электронных и аудиокниг образовательной, научной и культурной тематики.

Определенные возможности для расширения рыночного сегмента электронной книги появляются и в связи с разработкой новых федеральных государственных образовательных стандартов для школ. С 1 сентября 2022 года в России предполагается внедрение ФГОС нового образца, согласно которым каждый учебник должен иметь системы ссылок на электронные информационные источники (надежные и достоверные). Иными словами, в новых стандартах уже заложено больше цифровизации, причем, в отличие от приказа N 1047 Минобрнауки РФ от 5.09.2013, который с января 2015 года вводил обязательность электронного формата (pdf-копии) школьного учебника, обновленные ГОС предполагают наличие полноценных цифровых платформ для школьников.

Стоит отметить, что эксперимент с дистанционным образованием в общеобразовательной школе весной и осенью 2020 года прошел не совсем

удачно. Несмотря на многолетний опыт работы «Московской электронной школы», отсутствие физического контакта с учителем, технические сбои и появление большого количества новых игроков на рынке образовательного контента, - всё это стало испытанием для 1 млн учащихся в Москве и их родителей, и конечно новым опытом (нельзя сказать, что однозначно положительным) для книжных издательств и дистрибуторов электронного книжного контента. Тем не менее, по мнению экспертов, школа с каждым будет всё больше и больше ориентироваться на цифровизацию, потому что цифра открыла новые возможности.

Дмитрий Климишин, издательство «Просвещение»:

Возвращаясь к теме цифровизации, стоит сказать, что пандемия показала неготовность системы образования к дистанционному формату и в настоящий момент реализуется «работа над ошибками»: появляется большое количество платформ, в том числе обеспечивающих работу в режиме онлайн с учителем, а также коллaborации и партнерства, объединяющие техническое решение и контент (Сириус, СБЕР класс, ЯКласс, Фоксфорд и т.д.). И с каждым годом таких цифровых образовательных брендов будет становиться всё больше.

Отраслевая конференция, ММКЯ, 27.09.2021

Серьезным драйвером рынка электронной книги служит и рост публикаций независимых авторов в электронном формате. Причем не только на базе екатеринбургского Ridero, в профильном приложении «ЛитРес: Самиздат» или на полке «Популярный самиздат» Bookmate, но и в аудиоформате. Только в «Литрес» за первые полгода 2021 года на 27% выросла выручка в этом сегменте, на 33% выросло количество опубликованных на платформе ЛитРес:Самиздат произведений, и на 24% - количество авторов, которые открыли для себя сервис. Растет self-pub и в аудио-сегменте, в проекте ЛитРес-чтец, который помогает авторам записать книги без использования профессиональных чтецов, в 2021 году на 70% выросло количество

регистраций и более 36% аудиокниг каталога «ЛитРес» в первом полугодии записаны именно на этом сервисе.

Эвелина Логунова, Ridero:

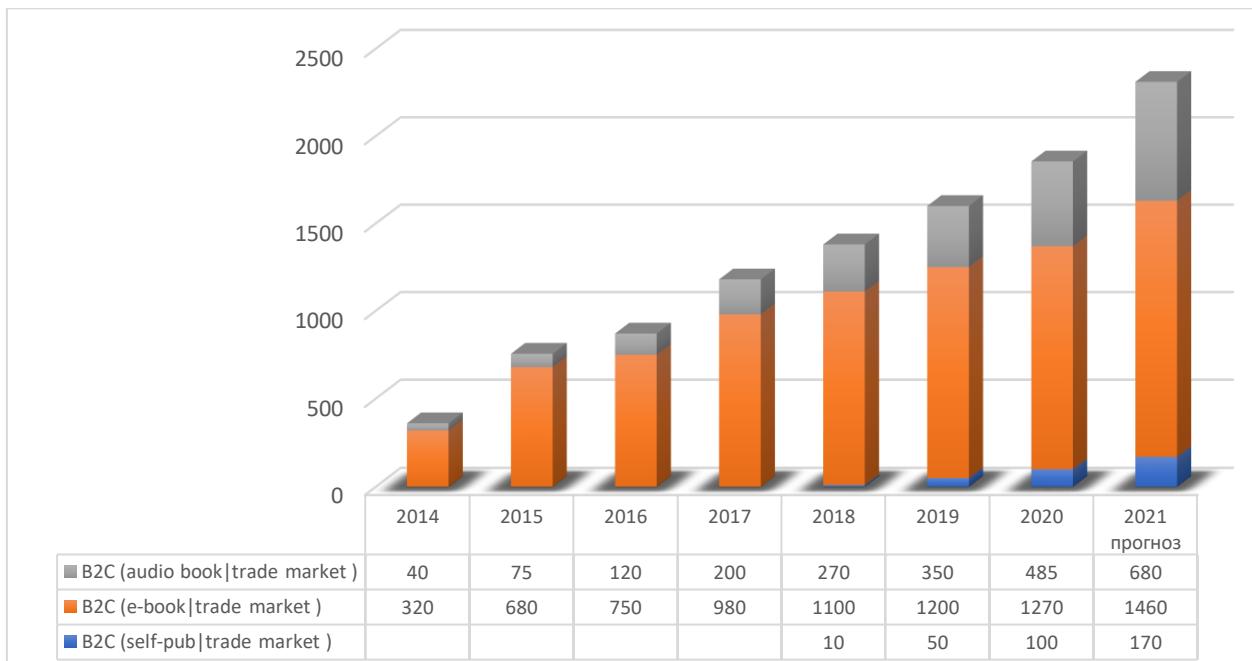
Реальность такова, что селфпаблишинг уже давно превратился в отдельный, уверенно «стоящий на ногах» сегмент книжной отрасли. Мы в Ridero видим, что авторов, которые из года в год зарабатывают сотни тысяч рублей авторского роялти, становится все больше и больше. Максимальная сумма роялти одного из авторов на нашей платформе составила 3210408 рублей за все время работы в сервисе, а общая сумма роялти всех авторов Ridero только за 2020 год – 23,3 млн рублей. По нашей статистике, среди наиболее коммерчески успешных – авторы мотивационного нон-фикшн, книг о психологии, традиционно большая аудитория у любовной лирики, дамских романов и т.д. Кроме того, очень востребованы книги узких специалистов, профессионалов в своей области. Издание в селфпаблишинге – это едва ли не единственный для них путь поделиться опытом и знаниями с коллегами-единомышленниками. У них нет многотысячной аудитории просто в силу узкой тематики, поэтому издательствам они неинтересны. У нас же такие книги имеют большой успех.

«Книжная индустрия», сентябрь 2021

И всё же, несмотря на присутствие значительного количества потенциальных возможностей, цифровое книгоиздание и дистрибуция в 2021 году остаются в рамках традиционных для себя темпов роста, и объем цифрового сектора книжного рынка Москвы суммарно по итогам года не превысит 2,3-2,4 млрд рублей.

Диаграмма 5.2.

Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2021 гг., млн руб.



Источник: экспертиза оценка, опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014-2021 гг.

Более того, цифровой сегмент сегодня не стоит рассматривать в качестве драйвера книжного рынка в целом. Цифра всё больше и больше становится самодостаточной, не зависящей от издательского книжного продукта, и ориентируется на собственные внутренние контентные ресурсы. А вот доля продаж электронного (audio | e-book) контента в общем объеме реализации издательств в августе 2021 года даже снизилась и составила в среднем около 2,6% оборота (в августе 2020 – 4,9%). Причем, основными партнерами московских издательств, как и в прошлом году, остаются ЛитРес, Bookmate и Storytel.

Борис Макаренков, Storytel:

Чтобы выделиться из общей массы и развивать рынок, сервисы переходят к созданию уникальных проектов. И сейчас наконец-то стало выходить очень много аудио-проектов, никак не привязанных ни к бумажной, ни к электронной книге. Формируется отдельный, в определенной степени параллельный рынок, на который пока крупные издатели обращают меньше внимания, что дает дополнительный скачок и позволяет нам расти. Крайне важно отметить и рост самиздата, целые жанры уходят в самиздат,

хотя честно сказать, мне не нравится этот термин. Ведь в данном случае мы имеем в виду прежде всего профессиональных авторов, которые просто начинают управлять своими собственными правами.

**II Международная конференция
«Мировая книжная индустрия в новых реалиях», ММКЯ,
24.09.2021**

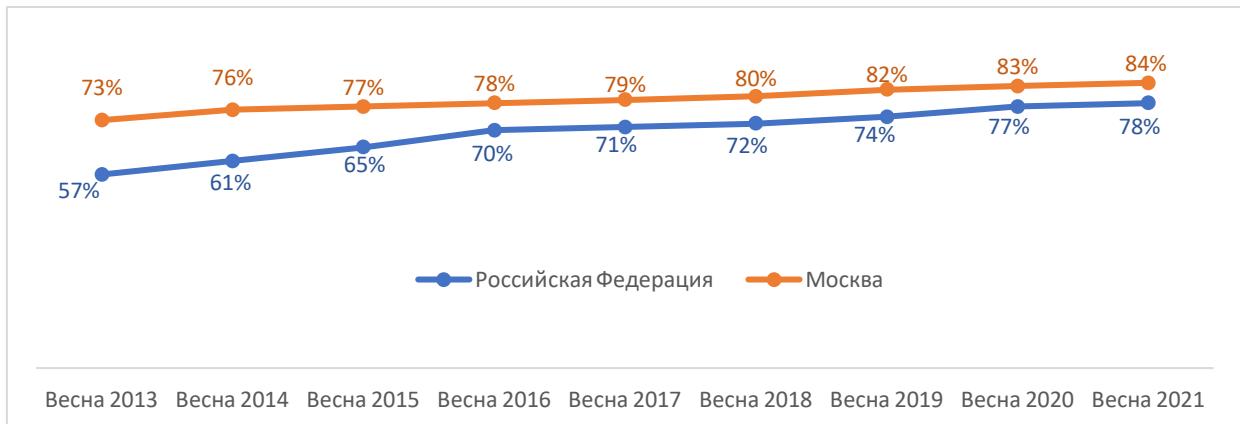
5.2. Уровень осведомленности москвичей о цифровой книге, предпочтения и привычки

Считается, что рост интернет-аудитории в России перестал быть драйвером рынка цифровой книги. По данным Mediascope, проникновение интернета в России среди молодого населения (до 44 лет) в 2020 году превысило 90%, а среди самых молодых россиян (12-24 лет) приблизилось к 100%. В группе населения 45-54 лет интернетом хотя бы раз в месяц пользовались 84.2% россиян, а среди самых старших жителей страны (55+ лет) в интернет выходит только половина – 49.7%. Так что рост интернет-аудитории в России происходит в основном за счет людей старшего возраста, которых дистрибуторы цифрового контента как правило не рассматривают в качестве потенциальных поклонников электронной и аудиокниги.

Кроме того, согласно исследованию ВШЭ, несмотря на изменившиеся условия работы и жизни во время пандемии, интенсивность потребления мобильного интернета в России не увеличилась. И первые три месяца 2021 года подтверждают рост востребованности фиксированного интернета на фоне снижающейся интенсивности роста мобильного трафика. Эксперты ВШЭ считают, что в России сегодня высок спрос именно на качественное, а не на формальное интернет-соединение. Но сами ведущие операторы мобильной связи России среди причин снижения числа новых абонентов отмечают отказ абонентов от использования вторых и третьих сим-карт, а также закрытие границ, что практически свело к нулю подключение иностранных граждан (www.ng.ru; 22.07.2021).

Диаграмма 5.3.

Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2013-2021 гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 18+)



Источник: ФОМ, Mediascope

Но всё же, для электронной книги важен не столько физический объем аудитории потенциальных потребителей, сколько сложившиеся привычки поведения пользователей в сетевом пространстве. И по данным ФОМ в феврале-марте 2021 года среди мессенджеров в России лидирует по популярности WhatsApp (50%), Telegram уступает ему более чем вдвое (22%), а Viber – впятеро (10%). Среди социальных сетей первое и второе места принадлежат отечественным проектам «ВКонтакте» и «Одноклассники» (38% и 29% соответственно). Впрочем, к ним вплотную приблизился Instagram (28%), а сервисами TikTok, Facebook и Twitter пользуются 15, 14% и 6% россиян соответственно.

Почти все социальные сети и мессенджеры более популярны среди женщин, чем среди мужчин, особенно сеть «Одноклассники» (35% и 23% соответственно) и сервис Instagram (34% и 21% соответственно). Лишь Facebook одинаково используется мужчинами и женщинами (по 14%), а Telegram несколько популярнее у мужчин, чем у женщин (24% и 20% соответственно). Причем, Москва – не только столица нашей Родины, но и столица российского Facebook: им пользуется более четверти (26%)

москвичей, а не каждый седьмой (14%), как в среднем по стране. Сервис TikTok тоже наиболее привлекателен для жителей малых городов и посёлков городского типа (ФОМ: всероссийский телефонный опрос граждан РФ 18+, 16-18 февраля 2021 г.)

Бесплатного контента по-прежнему достаточно много в интернете. Более того, в период карантина 2020 года почти все дистрибуторы цифровой книги предоставили временный бесплатный доступ на определенные группы изданий или библиотеки (подборки). Сохраняется эта возможность и в 2021 году. По словам Максима Рябыко (члена правления АЗАПИ) сегодня многие зарубежные сервисы (например, YouTube) даже при наличии законодательных механизмов отказывают российским правообладателям (в т.ч. издателям) в подключении «цифрового отпечатка» для предотвращения нарушений. «Цифровой отпечаток» – это инструмент, который создан в России по аналогии с content ID (YouTube) для регулирования отношений между правообладателями и площадками. И его отсутствие приводит к тому, что по требованию АЗАПИ блокируются сотни каналов за нарушение авторских прав. YouTube сейчас находится на втором месте по количеству нарушений, на первом – социальная сеть Telegram, на третьем – Instagram, где пользователи регулярно размещают объявления о продаже электронных книг.

Разумеется, антиpirатские меры дают результат. В частности социальная сеть «ВКонтакте», где ещё 5-6 лет назад объём нарушений по данным АЗАПИ превышал отметку 200 тыс. единиц в год, сегодня ограничивается несколькими сотнями нарушений в год благодаря тому, что соцсети «Одноклассники» и «ВКонтакте» внедрили на входе систему «цифрового отпечатка» для идентификации авторского контента.

Максим Рябыко, АЗАПИ:

На протяжении уже десяти лет мы пытаемся добиться, чтобы Яндекс удалял ссылки, которые очевидно нарушают авторское право. Несколько лет действует Меморандум в отношении кинофильмов, а в этом году был иницирован законопроект «О

защите информации», который позволит во внесудебном порядке (в т.ч. издателям) требовать удаления ссылок из поисковой выдачи. Это важно, потому что поисковая выдача – это инструмент, который подхватывает пользовательский интерес и перенаправляет его в нужное русло. И им по-прежнему пользуются пираты несмотря на то, что уровень пиратства сейчас по многим позициям снизился до 30% в поисковой выдаче Яндекса и до 5% – в Google. Надеюсь, в этом году законодательство нас поддержит и соответствующий закон будет принят, а в следующем году мы уже будем говорить о том, как бороться с недобросовестной экосистемой, сделав «цифровой отпечаток» новым критерием добросовестности онлайн поведения.

Отраслевая конференция, ММКЯ, 27.09.2021

Тем не менее, развитию рынка электронных книг препятствуют не только нелегальное размещение и скачивание книжного контента. Цифровой сегмент в значительной степени характеризуется низкой вовлеченностью аудитории. Согласно данным ЛитРес, в 2021 году дочитывают/дослушивают цифровые книги лишь около 42% потребителей контента. Причем, если говорить именно о чтении электронной книги, то дочитывается до конца 52% художественной литературы и только 21% - нон-фикшн, в то время как в аудио-формате дослушивается до конца 32% нон-фикшн.

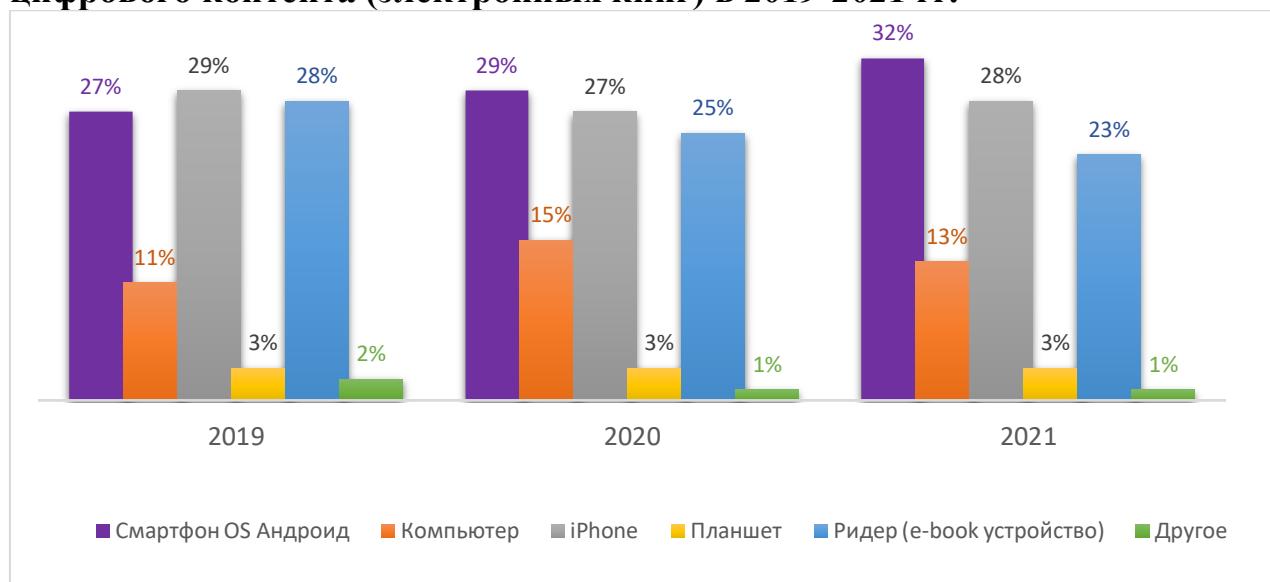
ЛитРес: ТОП-5 платных скачиваний в январе-сентябре 2021 года (Москва)

1. Фредерик Бакман. Тревожные люди. Издательство Синдбад (349 руб.)
2. Гэри Чепмен. Пять языков любви . Издательство Библия для всех (259 руб.)
3. Сергей Лукьяненко. Предел. Издательство АСТ (349 руб.)
4. Майк Омер. Внутри убийцы. Издательство ЭКСМО (399 руб.)
5. Роберт Гэлбрейт. Дурная кровь. Издательство Азбука-Аттикус (379 руб.)

Если говорить о предпочтениях именно москвичей, то наиболее востребованная ими тематика электронных книг в 2021 году – это детективы, фэнтези, любовные романы, книги по психологии и саморазвитию, а также бизнес-литература. Иными словами жители мегаполиса консервативны, и пандемия никоим образом не изменила их цифровых предпочтений. В среднем на долю москвичей приходится где-то пятая часть аудитории во всех сервисах «ЛитРес», но их присутствие несколько больше (до 23%) в мобильных приложениях - Литрес: Читай! И Литрес: Слушай!

Диаграмма 5.4.

Предпочитаемые клиентами магазина ЛитРес устройства для чтения цифрового контента (электронных книг) в 2019-2021 гг.



Источник: данные ЛитРес, экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2019-2021 гг.

Повышенная «мобильность» читателей из Москвы отражается и на выборе ими устройства / формата для чтения электронных книг. Конечно, электронные книги сегодня можно читать одновременно на нескольких устройствах, но всё же в 2021 году более половины (60%) столичных клиентов сервисов ЛитРес предпочитают читать электронные книги на смартфонах (iOS, Android) и гораздо реже используют для этого компьютер (13%), планшет (3%) или специализированный ридер (23%).

Постепенно растет интерес москвичей и к платным стриминговым сервисам: онлайн-кинотеатрам, библиотекам музыкального и книжного контента.

Борис Макаренков, Storytel:

Мы не считаем видеосервисы своими конкурентами. Да, мы конкурируем с ними за внимание пользователя, так же, как и с YouTube и другими социальными сетями. Но основное преимущество аудиоконтента – слушать можно в любой удобной и неудобной ситуации: в движении, с закрытыми глазами, занимаясь привычными делами. Мы решаем немного другие задачи пользователя. Поэтому логично, что приложение Storytel соседствует в смартфоне с приложениями соцсетей, видеосервисов и других полезных человеку приложений.

Если говорить о потенциальных трендах развития рынка аудиокниг, то я бы обратил внимание на аудиторию подкастов, абсолютно дружественную для нас, ведь в среднем опыт прослушивания подкастов на 40% лучше конвертируется в потребление аудиокниг. Это статистически крайне важная цифра и в данном случае ее просто нельзя игнорировать. Мы видим, что сегодня очень много художественной литературы (как на Западе, так и в России) начинает выпускаться в виде подкастов. И я думаю, что в горизонте следующей пары лет будет происходить сближение данных форматов.

«Книжная индустрия», март 2021

5.3. Текущая инфраструктура рынка цифровой книги, ценовая и маркетинговая политика

Если мы говорим о профессиональном цифровом книгоиздании и дистрибуции в целом, то в 2021 году в России (и Москве) лидером потребительского рынка по-прежнему остается компания «ЛитРес», которой (по её собственной оценке) принадлежит 65% московского рынка цифровой дистрибуции (B2C) в январе-августе 2021 года (LFL 2020 – 65%; 2019 – 65%; 2018 – 70%). Разумеется, речь идет о суммарном обороте всех сервисов компании, в т.ч. приложения «Читай!» и «Слушай!», подписка MyBook, платформа для независимых авторов «ЛитРес: Самиздат» и «ЛитРес:

Библиотека» для государственных и публичных библиотек, портал LiveLib и пр.

По составу игроков рынок остается стабильным. Группа компаний ЛитРес является в том числе поставщиком контента для некоторых своих конкурентов и партнёров. За первые девять месяцев 2021 сервис ЛитРес продал около 16 млн экземпляров. Только за первые шесть месяцев 2021 года совокупная выручка всех сервисов компании выросла на 27%. В обороте ГК ЛитРес треть (34%) приходится на аудио-контент; 18% продаж составили новинки. По словам Сергея Ануриева, доля новинок – это важный показатель для сервиса, «мы внимательно следим за ним с конца прошлого года, когда издательства сокращали выпуск новинок, что отразилось и на нашем объёме продаж, и на таком показателе как «возвращаемость клиента к сервису».

Общий ассортимент «ЛитРес» на август 2021 года насчитывает 930 тыс. электронных и аудиокниг, в том числе 51% - русскоязычных наименований. Основу каталога компании составляет художественная литература (55%), базовые партнеры – ИГ «ЭКСМО-АСТ», ИГ «Азбука-Аттикус». Доля зарегистрированных в Москве покупателей составляет лишь 23% от всех клиентов ЛитРес в I-III квартале 2021 года, причем за последний год она подросла на 3 п.п. Ежемесячное количество скачиваний в январе-августе 2021 года – 900 тыс (-5% LFL2020), в том числе 448 тыс. приходится на платные загрузки контента (+17% LFL2020).

Согласно оценке компании «ЛитРес», рынок аудиокниги вырос в первом полугодии 2021 года на 54,7% (LFL2020), и хотя во II квартале рост немного сбавил темп, по итогам года рынок превысит 3,6 млрд рублей. С января по сентябрь 2021 года сервисы ЛитРес продали более 4,4 млн экземпляров аудиокниг, и их совокупная выручка в этом сегменте выросла на 48% (LFL 2020). По мнению Сергея Ануриева, в целом, аудио-сегмент с точки зрения игроков развивается сейчас как олигополия, что логично, учитывая затраты на клиента и конкуренцию: «маленькие игроки постепенно сокращают

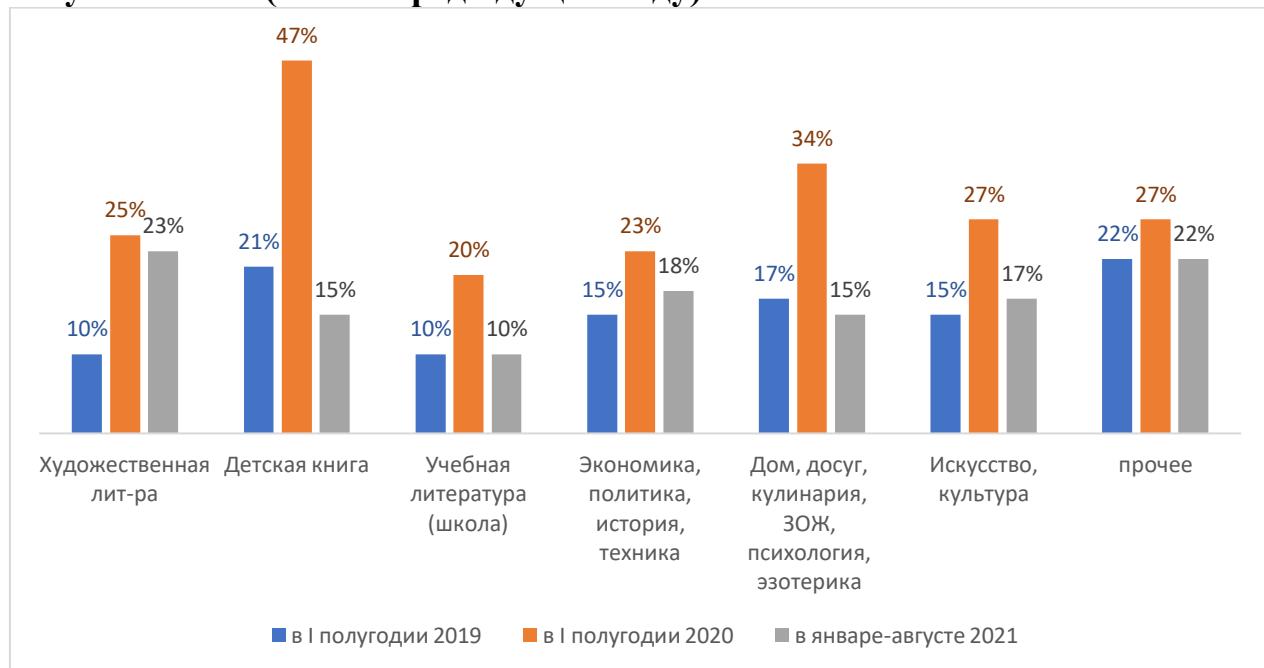
позиции... к примеру, большие надежды были на платформу Google Audio, которая имеет все необходимые инструменты для продвижения книг, но её доля постепенно снижается. И таких игроков достаточно много».

Кроме того, по данным «ЛитРес» только в первом полугодии 2021 года на 51% выросло количество пользователей, оформивших подписку в сервисе MyBook. Не все они – новые, часть перешла со стандартного на премиум-пакет, но тем не менее, это важный сигнал о росте популярности подписных сервисов на рынке цифровых книг.

Определенные изменения произошли и в тематической структуре цифрового сегмента книжного рынка. В целом в 2021 году рост продаж заметно ниже динамики 2020 года по всем разделам ассортимента. Но наиболее серьезный спад произошел в тематике детской книги и изданий по психологии и ЗОЖ.

Диаграмма 5.5.

Рост продаж в Московском регионе в разрезе укрупненных тематических групп книг на площадках ЛитРес в I полугодии 2019/2020 гг. и январе-августе 2021 г. (LFL к предыдущему году)



Источник: данные компании ЛитРес

В Москве на протяжении восьми последних лет средняя цена купленной электронной книги «проигрывает» цене бумажного аналога. И если в 2015-2016 гг. рост цен на электронную книгу составлял 20-30%, то в августе 2021 года средняя стоимость купленной электронной книги в «ЛитРес» составила 195,5 руб. с положительной динамикой в 9,1% к на фоне августа 2020 (+16,8% LFL2019). При этом средняя стоимость купленной текстовой книги в 2021 году остается более чем лояльной для покупателя – 193 руб. (182 руб. в 2020), аудиокниги – 252 руб. (240 руб. в 2020), а приобретение в сегменте самиздата обошлось пользователю в 144 рубля (134 руб. в 2020).

Средний чек покупателя электронного контента у легального поставщика в Москве в январе-августе 2021 года демонстрирует широкий диапазон значений в зависимости от дистрибутора или тематики контента – от 203 руб. (только текстовые книги) до 260 руб. (только аудиокниги). Средневзвешенный показатель (с учетом самиздата) – 215 руб. с динамикой +5% к данным января-августа 2020 года.

Таблица 5.1.

Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в августе 2013-2021 гг.

	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), %
2013	108,54	286,95	92,68	209.61
2014	111,81	312,84	97,65	220.37
2015	148,64	322,81	134,72	139.62
2016	189,58	323,61	168,60	91.94
2017	196,08	358,67	166,10	115.94
2018	183,41	424,42	178,23	138.13
2019	197,35	475,65	179,84	164.49

2020	202,93	634,87	192,54	229.73
2021	285,00	691,15	210,12	228,93

* До 2015 года средневзвешенный показатель по данным ЛитРес, Google Play

Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030», экспертный опрос: август-сентябрь 2013-2021, аналитика - Мониторинг

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 и слушания цифровой книги, реализуют различные акции. В частности ЛитРес тратит свой многомиллионный бюджет на рекламную кампанию по ТВ сервиса «Литрес:Абонимент» в январе-феврале и августе-сентябре 2021 года и на запуск социальной рекламной кампании “Книга-лучший подарок” (Янв.-сент. 2021, ООН / ТВ). Литрес также много сотрудничает с топ-блогерами:: Екатериной Шульман, Катериной Гордеевой, Сергеем Минаевым, Алексеем Пивоваровым, Илья Варламовым, Леной Миро и другими. Кроме того, сервисы ГК Литрес были представлены на книжных выставках «Красная площадь» и ММКЯ.

К сожалению, большинство дистрибутеров электронных (текстовых и аудио) книг ограничились в 2020 году пробным бесплатным доступом к каталогу и активностью в социальных сетях. Разумеется, все поучаствовали в «черной пятнице» (конец ноября), а «Storytel» запустил подарочные карты на 1, 3, 6 и 12 месяцев. Но всё же основным инициатором промо-проектов и приоритетным получателем господдержки стал лидер рынка – ЛитРес. В 2020-2021 гг. ЛитРес продолжает спонсировать премию «Электронная буква», а в декабре 2020 г. вместе с Российским книжным союзом и Федеральным агентством запускает рекламную кампанию «Книга – лучший подарок», которая продолжается и в феврале 2021 года.

Надо сказать, что поддержка премий и конкурсов – одно из популярных промо-направлений среди участников цифрового сегмента рынка. Так, уже четвертый год подряд Ridero является официальным партнером литературной премии для молодых писателей и поэтов «Лицей». Кроме того, в 2020-м Ridero стал площадкой для литературного конкурса «Экранизация», который был проведен летом и осенью совместно с агентством Stardust. В этом конкурсе победители помимо денежных призов получили контракт на экранизацию своего произведения, так что жюри пришлось перелопатить 4067 заявленных произведений.

Однако, большинство дистрибутеров электронных (текстовых и аудио) книг ограничились в 2021 году маркетингом собственных проектов в соцсетях. Storytel например, много внимания уделил формированию аудиторию для собственного аудио-сериала «Пост» Глуховского. Использовав платные и органические спецпроекты и публикации в топовых СМИ и соцсетях и потратив не так уж и много денег в ходе рекламной кампании с охватом в 26 млн человек, Storytel, по словам его руководителя Б. Макаренкова, получил хороший органический трафик: 80% пользователей Storytel добавили эту книгу к себе на полку; 60% новых пользователей добавило эту книгу как книгу первого выбора, а еще 15% — как книгу второго выбора. Количество новых пользователей Storytel в период рекламной кампании книги «Пост» удвоилось. Аналогичные действия в отношении книги «Тени Тевтонов» Алексея Иванова, а также поддержка в блоге Storytel, платное продвижение и органика в социальных сетях позволила охватить еще 12 млн людей, которые были заинтересованы в этой книге. В итоге усилия Storytel по маркетингу аудио-сериала «Тени тевтонов» привели к тому, что только за первые три месяца было продано 70 тыс. печатных экземпляров этой книги. По словам руководителя российского отделения Storytel Бориса Макаренкова, аудиоверсия очень помогает «подхватить» книгу, усилить ее присутствие на рынке, уловить вкус читателя и поднять продажи в том числе печатной книге.

Тема 6.

Оценка адаптации операторов книгоиздания и книгораспространения к изменениям на рынке в связи с распространением коронавирусной инфекции, темпы восстановления отрасли. Характеристика негативных и позитивных тенденций в развитии печатного и цифрового книгоиздания

2020 год стал особенным для книгоиздания и книготорговли Москвы. И не только по количеству трудностей, с которыми пришлось столкнуться в связи с распространения новой коронавирусной инфекции. Его главная особенность – в осознании важности перемен во всех аспектах функционирования книгоиздания и книготорговли и в возможности взглянуть на системные проблемы книжной отрасли с высоты глобальных изменений уклада жизни в целом.

В неоднозначном 2020-м была и правительенная поддержка, и отраслевые дискуссии по взаимодействию издателей с книготорговцами, и необходимость строгого соблюдение санитарно-эпидемиологических требований, но тем не менее, согласно экспертному опросу в январе 2021 года

- дистант и ограничение прямого контакта с последующим синдромом выгорания, потерей контроля над ситуацией и прочими психотерапевтическими состояниями;
 - имитация усилий и демагогия вместо реальных шагов навстречу партнерам в вопросах ценообразования;
 - незащищенность бизнеса, неоправданные запреты, истерия в СМИ с последующим снижением трафика, спроса и сокращением книжного выпуска;
 - карантин и связанные с ним неопределенность и кассовый разрыв,
- именно эти моменты издатели и книготорговцы сочли самым-самым сложным в работе своих предприятий, то, с чем многие еле-еле справились и, в общем, недовольны результатом.

Александр Альперович, издательство «Клевер»:

Самой большой трудностью 2020 года для нас стал переход на удаленную работу. Мы всегда ценили живое общение и творческую атмосферу, которая царит у нас в офисе, а весной нам пришлось срочно перестраивать коммуникацию. Это было очень сложно и одновременно очень круто. Выяснилось, что у наших сотрудников чрезвычайно сильна самоорганизация и они способны достигать потрясающих результатов в стрессовой и непривычной обстановке.

Мы определенно хотим сохранить то, что приобрели за этот год, хотя от офиса отказываться не собираемся.

Михаил Иванцов, ОРС «Читай-город – Буквоед»:

В прошедшем году мы стали свидетелями невероятных событий, о которых писал в своих книгах Насим Талеб. Никто в мире не был готов к подобному. Самым сложным, пожалуй, была непредсказуемость ситуации и те несколько месяцев, когда все наши магазины были закрыты, при этом нужно было платить аренду и зарплату сотрудникам, решать сложнейшие задачи. Мы шли на беспрецедентные меры, использовали любые возможности, чтобы изменить ситуацию к лучшему. Результатом этих действий стало существенное снижение потерь в бизнесе и сохранение сети.

«Книжная Индустрия», январь 2021

Разумеется, после такого стресса на 2021 год возлагались серьезные надежды в плане восстановления покупательского спроса и в целом традиционных каналов книжного рынка. Но уже к началу лета выяснилось, что снижение денежных доходов население вступает в противоречие с серьезной инфляцией по прайсам ЦБК и типографий, книги дорожают на фоне сокращающегося трафика книжных магазинов и для большинства категорий граждан становятся малодоступны, а маржинальность издательского и книготоргового бизнеса стремится к нулю.

Ситуация в книжном выпуске также остается напряженной, доля крупных издательств заметно подросла и ряд тематических сегментов полностью закрывают своей продукцией монополисты. И хотя в I-III кв. 2021 года в Москве количество издающих организаций, сотрудничающих с РКП, выросло с 1578 (2020) до 1720 организаций, но пока так и не достигло допандемийного уровня. Издательский бизнес становится всё менее привлекательным и его участники по-прежнему предпочитают не соблюдать закон, предписывающий предоставлять электронные формы книжных

изданий в регистрирующие органы. В 2021 году РКП сотрудничает в этом плане лишь с 400 издательствами. И именно эти издатели будут привлечены к участию в тестировании Национальной книжной платформы – библиографическому проекту, который позволит издателям напрямую контактировать с библиотечными ресурсами страны.

Консерватизм издателей в плане традиционного печатного формата выглядит особенно странно на фоне коллапса книжной полиграфии в I полугодии 2021 года. С скачок цен на расходные материалы и логистику, задержки с выполнением заказов, - всё это негативно отражается на качестве книжного предложения и серьезно тормозит позитивные процессы восстановления книжного рынка. И хуже всего то, что ситуация с ценами и объемами производства принципиально не изменится в ближайшее время. Оборудование устарело, кадров нет, а экологические стандарты в бизнесе провоцируют возросшую популярность и соответственно рост цен на натуральные материалы.

Елена Субботина, Первая образцовая типография:

С января 2021 года более всего на настоящий момент выросли в цене переплетный картон (+38-42%), мелованная бумага (российская – 16%, импорт – 10-18%) и пленки для ламинации (37-40%), используемые в производстве книг. Клей и пластины подорожали на 10-24%, краски – на 5-10%. С скачок цен на материалы обусловлен, главным образом, непрерывным увеличением себестоимости их производства из-за роста цен на сырье, энергоносители и логистические услуги. Так, рост цен на картон был вызван дефицитом сырья (макулатуры) и ростом цен на нее. А производители бумаг, например компания Sappi Europe, объявляя в середине июля об очередном в 2021 году повышении цен на свои бумаги «не менее чем на 10%» на всех европейских рынках, объясняют это продолжающимся сильным ростом цен на сырье и транспортировку. При этом подчеркивается, что этот рост необходим для восстановления прибыльности бизнеса.

АО «Первая Образцовая типография» использует условия «Флорентийского соглашения» на беспошлиный ввоз материалов для книг опосредованно через дилеров, получая материалы от

поставщиков. И с учетом роста цен на материалы соответственно стоимость наших полиграфических услуг также увеличилась в среднем на 10-12%.

Михаил Сенаторов, Дубль В

За последний календарный год (с 1 июля 2020 года) цена на офсетную бумагу увеличилась на 12%, на мелованную бумагу – на 12-14% и продолжает расти. С октября будет повышение цен у всех производителей еще на 10%. По словам основного нашего партнера – компании «Монди», рост цен на офсет связан с увеличением расходов на электричество, доставку, зарплату сотрудникам и т.д. В определенной степени рост цен обусловлен и дефицитом целлюлозы, а также увеличением ценника на неё, который только за первое полугодие 2021 года вырос не менее чем на 25-30%. Производители мелованной бумаги также ссылаются на рост расходов по коммунальным платежам, логистике, зарплате, но значительную лепту здесь внес и уход с рынка SE (1 млн тонн в год) и соответственно возникший «дефицит» бумаги несмотря на пандемию.

Цена на переплетный картон выросла у российских производителей (Сураж) более чем на 40%, на европейский картон (ESKA) цена подросла более чем на 30%. Здесь опять же сыграло роль увеличение дополнительных расходов и стоимости логистики, а также подорожание макулатуры.

Константин Лунь, ИГ Альпина:

В сравнении июля 2020 и 2021 годов цены на печать полноцветных изданий выросли на 20-50%, для черно-белой печати – на 13-15%. Особенно ощутимо выросла стоимость производства книг с большим использованием импортных материалов. У нас в издательстве полиграфия (услуги + материалы) занимает порядка 70% в себестоимости книги, и эта доля осталась неизменной с июля 2020 года.

«Книжная Индустрия», август 2021

И хотя по итогам I-III кварталов 2021 года суммарный выпуск печатных изданий в столице растет на 13,9% по количеству наименований и почти на треть (+30,7%) по суммарному тиражу в сравнении с девятью месяцами 2020 года, но во-первых, он так и не достиг допандемийного уровня, а во-вторых, заметное восстановление объемов тиражирования обусловлено главным образом проведением выборов в ГосДуму в сентябре 2021 года, в то время как

инвестиционная активность в московском книгоиздании (и в целом по РФ) остается сниженной: минус 1-4% SKU LFL2018-2019 гг.

Более того, и книжные магазины столицы, и интернет-магазины говорят о снижение поступлений новых качественных интересных новинок от издателей в январе-августе 2021 года. Книготорговые каналы забиты неликвидной продукцией прошлых лет. Рекламные усилия издательств на 70% бюджета ушли в онлайн (соцсети, мессенджеры и видеосервисы), а на площадках книжных магазинов ограничиваются дисконтными акциями, что лишь снижает маржинальность книжной отрасли, сокращает приток инвестиций и препятствует дальнейшему развитию. Уже в начале 2021 год клиент платил за книгу в книжном магазине на 30% больше, чем в интернет-канале и на 48% больше покупки в FMCG-супермаркете. Книжные магазины выставляются издателями в невыгодном свете, но договоренности по сокращению «ценовой вилки» онлайн и офлайн продаж по-прежнему не достигнуты.

При этом бонусы от продажи книг через интернет получают лишь крупные издательские компании, большинство же операторов книжного рынка столицы не имеет необходимых компетенций и для их наработки потребуется не менее 3-5 лет, в течение которых действующие монополисты в сфере книгоиздания полностью возьмут под контроль интернет-канал. Ликвидность небольшим и средним издателям по-прежнему приносят именно традиционные книжные магазины. И их поддержка является сегодня одной из важнейших задач книжной отрасли.

Леонид Шкурович, ИГ Азбука-Аттикус:

На мой взгляд, ключевая тема, то, чем следует заниматься в первую очередь – это все-таки четко разобраться, кто твой покупатель и найти к нему уникальные подходы, сделать для него уникальные предложения. Это не обязательно цена, а в первую очередь ассортимент и модель коммуникации. Я считаю, что мы довольно качественно поработали с ассортиментом и наши партнеры продают его хорошо. Поэтому предлагаю продавать наш ассортимент и ассортимент других успешных поставщиков,

которые не испугались локдаунов и продолжили инвестировать в интеллектуальную собственность и в качество редакционно-издательской подготовки, и всё будет хорошо.

Евгений Капьев, «Эксмо»:

Мы видим в этом году очень серьезный рост по аудиокнигам, по нашим прогнозам, вполне возможно, они в ближайшие два-три года вообще обгонят электронные книги. И мы видим огромный рост самиздата. Если издательства не будут предоставлять сервис на уровне лучших диджитал-компаний, то все авторы уйдут в самиздат, где всё максимально прозрачно, быстрая оплата, достаточной высокий роялти. Мы сейчас видим большую миграцию авторов в этом направлении. Растут и доходы авторов от некнижных практик, в том числе от проведения семинаров, написания сценариев, продажи сублицензий и пр. И для нас повышение качества работы с авторами – это один из больших приоритетов.

**Отраслевая конференция, Книги России,
Красная площадь 18.06.2021**

Несмотря на большое количество проблем и целый ряд негативных моментов в производстве, в ценовой политике и каналах дистрибуции, в целом в 2021 году издатели демонстрируют позитивный предпринимательский настрой. По словам Евгения Капьева, директора издательства «Эксмо», сейчас лучшее время для книгоиздания за последние 10 лет, ведь книжная индустрия – одна из самых инновационных отраслей в мире: *«мы действительно в авангарде инноваций, и прежде всего во всём, что касается маркетинга»* (конференция «Мировая книжная индустрия в новых реалиях», ММКЯ 24.09.2021).

Действительно, издателями Москвы реализуется большое количество инновационных стратегий в производстве книжного продукта: предлагается, например, обновляемый с помощью QR-кодов контент в научно-популярных книгах, наращивается количество книг с дополненной реальностью, существует сервис по синхронизации чтения электронной книги и прослушивания её аудиоверсии. В 2021 году ЛитРес запустил абонентскую модель, а книжные магазины Москвы расширяют функционал за счет онлайн-

опции продаж, что сильно помогает в периоды карантинов. Сегодня ведущие социальные сети предоставляют сервис интернет-торговли напрямую со страниц пользователей (Instagram, ВКонтакте и др.) и этим пользуются многие издатели, а производители аудиокниг все чаще прибегают к подкастам как инструментам продвижения, что приводит к значительному росту продаж.

Евгений Капьев, «Эксмо»:

Несмотря на определенный оптимизм декабрьских продаж, мы всё равно вступали в 2021 год с большими опасениями. Сейчас мы видим постепенное восстановление книжного рынка до показателей 2019 года, даже с небольшим опережением в денежном выражении. Мы видим дальнейший рост продаж в онлайн-канале, в особенности на площадках Ozon и Wildberries, а также настоящий ренессанс в сегменте художественной литературы и конечно феноменальный рост продаж комиксов и манги. В период пандемии художественная литература в определенной степени стала заменителем кинотеатров, театров, т.е. наиболее доступным для людей развлечением и способом снизить стресс от происходящего. И не только художественная литература, но чтение в целом.

По показателям 2021 года и в России, и во всем мире мы видим невероятный всплеск интереса к чтению книг, особенно в бумажном виде, в возрастных категориях 16-19 и 20-24 года. Основной драйвер роста книжного рынка сегодня – дети, подростки, так называемый сегмент молодых взрослых (YA) и разумеется растут в продажах прежде всего те жанры, которые им интересны.

Отраслевая конференция, ММКЯ 27.09.2021

Впрочем, этот позитивный сентябрьский настрой издателей и в целом экспертов книжного рынка, уже в конце октября меняется на прямо противоположные настроения. В связи с объявлением в Москве нерабочих дней с 28 октября по 7 ноября 2021 года и закрытием стационарной книжной розницы издатели сообщают о возможных многомиллионных убытках и срыве планов по восстановлению книжного рынка в столице. Безусловно, интернет-магазины печатных и электронных книг ни в 2020, ни в 2021 году не могут закрыть всех потерь в онлайн-рознице, которая в столице размещается преимущественно в торговых центрах, т.е. наиболее пострадавшей части

торговой инфраструктуры города в периоды санитарно-эпидемиологических ограничений.

Конечно, не все издательства Москвы настроены пессимистично. Некоторые надеются на отложенный спрос и на компенсацию значительной части потерь в онлайне. Но в любом случае от самих участников книжного рынка Москвы уже ничего не зависит. Ситуацию полностью контролирует и определяет уровень распространения коронавирусной инфекции в мегаполисе и соответствующие санитарно-эпидемиологические рекомендации.

Тема 7.

Оценка мер государственной поддержки и регулирования, принятых в рамках распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19), уровень востребованности у предпринимателей и предприятий

В 2020-м книгоиздание и книжная торговля Москвы (как и вся страна) прошли через серьезные испытания. Чтобы адаптироваться к новым реалиям жизни книжному сообществу пришлось оперативно перестраивать собственные бизнес-процессы, пройти через период серьезных финансовых потрясений. И меры государственной поддержки сыграли безусловно позитивную роль в этот период. Многие издатели и книготорговцы столицы воспользовались и отсрочкой по уплате налогов, и льготным кредитом на восстановление бизнеса, и субсидиями на выплату МРОТ в апреле-мая, а кое-кто и субсидией Роспечати из ФБ для организаций, издающих социально-значимую литературу, а также поддержкой из местных региональных бюджетов (в т.ч. от Департамента предпринимательства города Москвы – издательство «Весь мир») или Ростуризма (издательство «Аякс-пресс»). К сожалению, среди тех, кто так и не смог воспользоваться никаким видом господдержки есть и крупные издательства столицы (ИГ «Азбука-Аттикус», «Росмэн»), и малые издающие организации («Издательство Ивана Лимбаха» и др.).

Марина Каменева, ТДК «Москва»:

Самым сложным был апрель-май, когда магазин «Москва» был закрыт. Остро стоял вопрос о выплате зарплат, налогов и других обязательных платежей, требовалась психологическая поддержка коллектива, потому что было совершенно непонятно, сколько времени это продлится. Правда, радовало, что у нас есть интернет-магазин, развитию которого мы посвящали много усилий еще до пандемии. Благодаря государственной поддержке, реализации товара через наш интернет-магазин и договоренностям с издательствами нам удалось выполнить обязательства перед сотрудниками. Также очень непросто (психологически) дался переход на онлайн-общение с сотрудниками и коллегами.

Алексей Ильин, ИГ Альпина:

Удаленка оказалась очень коварной. Сначала показалось, что мы стали работать лучше и эффективнее, но потом у людей стал появляться синдром выгорания, работа в командах усложнилась. Те вопросы, которые раньше решались походя «у кулера» теперь оказались вне зоны внимания. Стало понятно, что коммуникации и

отдельные бизнес-процессы внутри компании надо выстраивать более осознанно и системно.

Надежда Михайлова, ОЦ МДК:

В период карантина (с 28 марта по 31 мая) тяжелым было состояние неизвестности. Непонятно, когда всё это закончится и мы сможем открыть магазины и работать в привычном режиме. Продажи через интернет-канал, даже с условием роста более чем в два раза в данный период, не смогли покрыть все обязательные расходы сети. Нужны были деньги на зарплаты сотрудникам, на обязательные платежи по налогам. Поддержки со стороны государства практически не было.

Евгений Капьев, «Эксмо»:

Самым трудным был второй квартал, когда было непонятно как поведёт себя рынок и что будет дальше. Также возможно нужно было сильнее менять редакционную политику, чтобы переориентировать издательство на новые реалии.

«Книжная Индустрия», январь 2021

С 28.03.2020 по 31.05.2020 в соответствии с указом Мэра Москвы от 05.03.2020 № 12-УМ «О введении режима повышенной готовности» была временно приостановлена работа всех книжных магазинов, а сотрудники издательств были вынуждены перейти на удаленный режим работы. В этот момент хотя бы отчасти сгладить остроту возникших проблем позволило включение книготорговли и книгоиздания в список наиболее пострадавших отраслей:

- Постановлением Правительства РФ от 18.04.2020 г. №540 «О внесении изменений в постановление Правительства РФ от 3 апреля 2020 г. №434» в перечень отраслей российской экономики в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции включена розничная торговля товарами культурно-развлекательного назначения в специализированных магазинах, розничная торговля в нестационарных торговых объектах и на рынках прочими товарами.
- Постановлением Правительства РФ от 26.05.2020 №745 «О внесении изменений в перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения

ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции» указанный перечень дополнен разделом «Средства массовой информации и производство печатной продукции»

Несмотря на ограниченный (по видам деятельности) характер льготирования, экспертное сообщество книжной отрасли высоко оценило включение предприятий с ОКВЭД 58.11, 58.14 и 47.61 в список наиболее пострадавших отраслей с последующими преференциями по выплатам МРОТ, страховым и налоговым льготам и кредитам на восстановление и развитие. Хотя без накладок не обошлось.

В плане реализации мер государственной поддержки книгоиздательского сообщества основной проблемой стало более позднее и ограниченное по ОКВЭД включение издательской деятельности в список наиболее пострадавших отраслей. Как выяснилось в июне только 30% малых и средних издательских предприятий зарегистрированы под кодами ОКВЭД 58.11, 58.14, включенным в Перечень наиболее пострадавших отраслей экономики, и соответственно, могут воспользоваться мерами господдержки. Основной код ОКВЭД – 58 «Деятельность издательская» – не вошел в данный Перечень, но именно под этим кодом зарегистрировано значительное число московских издательств, в том числе "Альпина нон-фикшн", "Бослен", "ВРЕМЯ", "Интеллектуальная Литература", "Пешком в историю", "Триада", "Издательский дом "Лев", "Издательская Группа "Азбука-Аттикус", "МОЗАИКА-СИНТЕЗ", "Издательство АСТ", "Даръ", "Издательство Ивана Лимбаха", "Цитата Плюс", "Экзамен", "Издательский Дом "Гиперион", "ЛАДОМИР", и другие.

Большая часть издательств, зарегистрированных под ОКВЭД-58 предприняли попытку подать документы на уточнение/изменение кода ОКВЭД на 58.11, но и в январе 2021 года никаких корректирующих постановлений и указаний на этот счет сделано не было. Поэтому целый ряд издательств Москвы, так и не смог воспользоваться мерами поддержки в рамках острой фазы распространения коронавирусной инфекции.

Кроме ОКВЭД, серьезной проблемой стал и размер предприятия. Крупный бизнес в сфере книгоиздания никак иначе не мог рассчитывать на поддержку, кроме варианта включения в перечень системообразующих предприятий. Но профильное (ныне ликвидированное) Агентство Роспечать признало системообразующими для книжной отрасли лишь 6 предприятий: «Высшая школа», «ЭКСМО», «Просвещение», «Первая образцовая типография», «Издательско-полиграфический комплекс Парето-принт», «Национальная книжная сеть».

Таким образом большая часть представителей крупного бизнеса в сфере книгоиздания и книжной торговли не вошла в объявленный список Роспечати и соответственно была лишена возможности господдержки своего бизнеса. Для Москвы это, в частности, ИГ «Азбука-Аттикус», издательство «РОСМЭН», книготорговые компании «Московский Дом Книги» и «БиблиоГлобус».

Борис Кузнецов, «Росмэн»:

Самые тяжелые ощущения связаны с планированием различных ограничений и сокращений. Когда привыкаешь жить в позитивной динамике, очень неприятно садиться и строить (под реализацию) сценарии, схемы и планы урезаний.

А еще неприятный осадок остался от «правительственной поддержки», когда на работу с ней потрачено очень много времени, сил, энергии (в самый тяжелый период), а на выходе ты не получаешь ничего.

«Книжная Индустрия», январь 2021

Стоит сказать, что в отличие от книготорговых предприятий, такие крупные издательства Москвы как «Росмэн» и «Азбука-Аттикус» смогли достойно справиться с трудностями своими силами: завершить 2020 год с хорошими показателями по рентабельности проектов и увеличить выпуск и продажи в первом полугодии 2021 года.

Впрочем, статус системообразующего предприятия не решал всех проблем. Слишком длительный срок рассмотрения заявок (до 2-х месяцев)

стал еще одним препятствием для получения поддержки издательствами и книготорговыми предприятиями. У целого ряда организаций возникли сложности в процессе рассмотрения заявок банками и налоговыми инспекциями (в основном Сбербанк и ВТБ).

Алексей Ильин, ИГ «АЛЬПИНА Паблишер»:

Наши ОКВЭД 58.11, и мы имеем все юридические основания рассчитывать на поддержку. Но возникли технические сложности. Банк тянет и не даёт ответа по необходимому списку документов для льготного кредита.

Артем Степанов, издательство «Мани, Иванов и Фербер»:

Официального отказа нам не дают, но и денег до сих пор мы не увидели. Сначала собирали большой пакет документов, затем несколько недель отвечали на многочисленные вопросы и уточнения. Все предоставили и пояснили. В итоге последнее, что мы слышали — нас не пропускает служба безопасности по каким-то своим причинам. Что это может такое быть, когда мы прозрачная компания с многолетней репутацией на рынке?! В итоге, на словах поддержка книжного рынка есть, а на деле ее получение превращается в театр абсурда.

Экспертный опрос, РКС, июнь 2020

Еще одним серьезным препятствием на пути получения господдержки стала специфика оформления зарплатных ведомостей в издательских организациях, которая может варьироваться от месяца к месяцу из-за включения авторских гонораров и выплат контрагентам. Это стало причиной отказа банков на выдачу льготных кредитов издательствам по причине «изменения количества штатных сотрудников».

Леонид Палько, «Вече»:

Отказ по причине количества сотрудников, в апреле у нас меньше 90% от количества работающих в марте (входили авторские договоры).

Экспертный опрос, РКС, июнь 2020

Среди тех издательских МСП Москвы, кто сумел пройти и по ОКВЭД, и по зарплатным ведомостям, к январю 2021 года смогли воспользоваться следующими мерами поддержки:

1. Субсидия на выплату заработной платы сотрудникам в апреле-мае 2020 г.
2. Ссуда под 2% на поддержку занятости в коронавирус
3. Отмена налогов за II (второй) квартал
4. Снижение ставки страховых взносов до 15%

Сам факт отмены налогов за второй квартал и то, как эта процедура выполнена ФНС РФ, было высоко оценено издательским сообществом Москвы. Позитивную оценку получило и снижение ставки страховых взносов.

Книжные магазины Москвы с этой точки зрения оказались в более выгодном, чем издательства, положении. Уже с конца апреля 2020 года они могли воспользоваться субсидией на зарплату сотрудников благодаря включению в список наиболее пострадавших отраслей и в последующие месяцы получили и ряд других преференций.

Наиболее востребованным (фактически на 99%) среди книжных магазинов Москвы оказались

- Безвозмездные субсидии на зарплату (грант 1 МРОТ на з/п за 2 мес.)
- Взносы по заработной плате за II квартал по ставке 0%; за III кв. и VI кв. по ставке 15%
- Отсрочка оплаты налога на имущество и торгового сбора за 1 квартал 2020 года до 31 декабря 2020 года

В меньшей степени, но тем не менее, использованы столичной книготорговлей:

- Льготное кредитование (по ставке 2%) на возобновление деятельности по программе постановления Правительства РФ № 696 от 16 мая 2020 г.

- Рассрочка по арендной плате (№98-ФЗ) или отмена арендных платежей за 4 месяца (для муниципального имущества)

Осенью 2020 года Правительством РФ был принят ряд решений для поддержки восстановительных процессов в книгоиздании.

Во-первых, Федеральным законом от 15.10.2020 № 323-ФЗ В статью 264 части второй Налогового кодекса РФ внесено изменение, направленное на увеличение с 10% до 30% объема потерь в виде стоимости списываемой бракованной, утратившей товарный вид, а также не реализованной в установленные сроки продукции СМИ и книжной продукции, которые при определении налоговой базы по налогу на прибыль могут быть учтены организацией в составе прочих расходов. В ходе опроса, проведенного в декабре 2020 журналом «Книжная Индустрия», более 87% экспертов сочли эту законодательную инициативу значимой для собственного издательского/книготоргового бизнеса. Конечно, книготорговцы надеялись, что этот пункт отразится в договорных отношениях с издательствами, надеялись на решение вопроса об увеличении процента возврата нереализованной продукции поставщикам, что позволило бы снизить загруженность торговых залов устаревшими книжными изданиями, скопившимися в связи с паузой в работе на весеннем карантине.

Михаил Иванцов, ОРС «Читай-город – Буквоед»:

На мой взгляд, очень важна совместная работа по улучшению структуры ликвидности товарных остатков по поставщикам и издательствам. Ни продавец, ни покупатель не заинтересованы в том, чтобы товар без движения находился на складах и особенно на полках магазинов. Для розничной сети это неэффективно используемые торговые площади, за которые мы платим коммерческую арендную плату, а для поставщика это замороженные оборотные средства, которые только дешевеют со временем.

«Книжная Индустрия», август 2021

Во-вторых, Постановлением от 09 октября № 1643 Правительство РФ вдвое (до 10%) снизило ставку налога на добавленную стоимость (НДС) для электронных и аудиокниг, связанных с образованием, наукой и культурой. Но эта мера поддержки получила не столь однозначно положительную оценку в книжном сообществе. Конечно, С. Анульев, руководитель «ЛитРес», на отраслевой конференции в рамках ММКЯ счел важным отметить: «Прежде всего я хочу сказать огромное спасибо Правительству РФ, которое своим Постановлением привело в соответствие с мировым опытом ставку на электронные книги. Мне кажется, российский рынок цифровой книги позитивно ответил на этот стимул» (27.09.2021). Но, как выяснилось, не все игроки рынка цифровой книги с этим согласны, в частности руководитель российского отделения Storytel Борис Макаренков в своем выступлении на той же конференции подчеркнул: «Если говорить о так называемых налоговых льготах, полученных электронной книгой, то для подписных сервисов оставлен НДС в размере 20%, так как в данном случае это услуга, а не продажа книг. И хотя Сергей Анульев с высокой трибуны очень активно благодарили («спасибо, что помогли игрокам»)... Нет, помогли игроку, абсолютно конкретному и одному. Но если мы говорим, что подписка сегодня составляет примерно 50% рынка, то получается, что про половину забыли. И я хочу обратить на это внимание» (Отраслевая конференция, ММКЯ, 27.09.2021).

Очередные ограничения в связи с распространением коронавирусной инфекции действовали в Москве с 13 ноября 2020 года до 15 января 2021 года, и затронули прежде всего работу книжных магазинов (в виде значительного /до 50% от обычного в этот сезон/ снижения трафика), а также свернули онлайн-деятельность издательств, связанную с продвижением книги и чтения в столице. Распоряжением столичных властей приостанавливалось посещение гражданами культурных, выставочных, просветительских мероприятий (в том числе музеев, выставочных залов, библиотек, лекций, тренингов), за исключением официальных мероприятий, организуемых органами

исполнительной власти, а также досуговых, развлекательных, зрелищных мероприятий (в том числе игровых мероприятий, мастер-классов). В последующие 3 месяца в Москве были закрыты сразу несколько крупных книжных магазинов, не сумевших справиться с сохранением бизнеса в отсутствии адресной поддержки.

Диаграмма 7.1.

Оценка экспертным сообществом значимости мер гос. поддержки в области книгоиздания и книгораспространения в связи с распространением коронавирусной инфекции

(по уровню значимости для сохранения и восстановления бизнеса от 1 min до 10 max)



Источник: экспертный опрос, декабрь 2020; аналитика – «КИ»

Но весной 2021 года книжный рынок Москвы постепенно восстанавливается. Несмотря на низкий сезон в книжной отрасли, отсутствие локдауна улучшило по крайней мере предпринимательский настрой.

Леонид Шкурович, ИГ Азбука-Аттикус:

Что касается нынешнего года, то, на мой взгляд, рынок растет, потому что продолжается положительная динамика в ключевых

маркетплейсах, и доля продаж онлайн, на мой взгляд уверенно растет. Что касается федеральной розничной сети, то и там ситуация выглядит достаточно благополучно, и насколько я знаю, не только для «Азбуки-Аттикус», но и для многих других поставщиков.

Если говорить, допустим, про центральные московские магазины, то там не первый год отрицательная динамика, и есть понятные вещи, связанные с урбанистикой, организацией людских и транспортных потоков в городе. Понятно, что книжным в центре Москвы очень тяжело, когда в городе упал туристический поток и большие трудности с парковкой. Но при этом они борются за своего покупателя и, на мой взгляд, в 2021 году у них в общем всё неплохо.

Отраслевая конференция, Книги России, 18.06.2021

Новые меры регуляторного характера в связи с распространением коронавирусной инфекции были введены летом 2021 года. Вслед за объявлением в столице нерабочих дней с 15 по 19 июня 2021 года в целях приостановки роста заболеваемости и сохранения жизни людей, 16.06.2021 г. мэр Москвы подписал Указ об обязательной вакцинации (№ 32-УМ). Руководителям организаций, индивидуальным предпринимателям осуществляющим деятельность на территории города Москвы в сфере услуг было предписано в срок до 15.07.2021 г. организовать проведение профилактических прививок первым компонентом или однокомпонентной вакциной, а в срок до 15.08.2021 – вторым компонентом вакцины от новой коронавирусной инфекции, прошедшей гос. регистрацию в РФ, не менее 60% от общей численности сотрудников.

И в рамках выполнения этого указа по состоянию на сентябрь 2021 года не только 100% линейного персонала книжной торговли, но и более половины (от 40% до 64%, в среднем 53%) сотрудников книгоиздательских предприятий на территории Москвы получили QR-код прошедших вакцинацию или перенесших заболевание в течение последних 6 месяцев. Кроме того, в сентябре 2021 года в среднем 28% штатных сотрудников столичных издательств работают «на удаленке».

В целом, книгоиздание и книжная торговля Москвы позитивно оценили те меры поддержки, которые были оказаны федеральными и региональными органами исполнительной власти для сохранения и восстановления книжного бизнеса в период распространения коронавирусной инфекции.

Но так как даже с учетом выполнения регуляторных требований (по вакцинации сотрудников, использованию индивидуальных средств защиты и временному закрытию объектов торговли) угроза обострения ситуации с пандемией в столице сохраняется, то книжные магазины считают себя вправе обратиться за поддержкой и преференциями в Департаменты Правительства Москвы.

ТДК «Москва»:

Компенсация расходов на обеспечение соблюдения санитарно-эпидемиологических требований. Расходы составили в 2020 году – 883000р. (маски, перчатки, антисептик + дозатор, защитные экраны для торгового зала, термометры, оплата ПЦР тестов для выставок). В 2021 – 195000р.

Книжный магазин «Фаланстер»:

Компенсация на коммунальные платежи, предоставление льготной аренды, выполнение коммунальных работ, нормальное обслуживание коммуникаций, предоставление возможности выносной (около магазина) торговли.

Книжный магазин «Пархоменко»:

Снижение налоговой ставки, субсидирование на аренду

Сеть «Читай-город»:

Помощь в продвижении книг и чтения в СМИ (публикации на книжную тематику, опросы читателей, анонсы встреч с авторами во всех книжных магазинах Москвы и т.п.). Пропаганда чтения с помощью наружной городской рекламы.

Тема 8.

Формирование реестра книжных магазинов и карты стационарных книготорговых объектов города Москвы с указанием доли предпочтаемых покупателями форм и форматов приобретения книжной продукции

8.1. Показатели обеспеченности и доступности стационарных книготорговых объектов. Предпочтения москвичей в плане форм и форматов приобретения книг

По состоянию на октябрь 2021 года на территории Москвы насчитывается 231 специализированный на продаже книжных изданий (>50% торговой площади под книги) стационарный торговый объект. Расчетный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами составил 1:54784 (или один магазин на 55 тыс. жителей), что сопоставимо с показателем 2020 года (1:54647) и значительно хуже ситуации 2019 года: до пандемии один книжный приходился на 50 тыс. жителей столицы. Основные потери в пуле московских книжных магазинов пришлись на конец лета – осень 2020 года и связаны с проблемами пост-карантинного периода, а также введением ограничительных мер в IV квартале в связи с ростом распространения коронавирусной инфекции. Весной и летом 2021 года санитарно-эпидемиологическая ситуация в Москве выглядит стабильной, открываются новые книжные магазины, но тем не менее даже с учетом новых объектов столица по уровню обеспеченности населения книжными магазинами в текущем году уступает Санкт-Петербургу (1:16826), Казани (1:20495), Новосибирску (1:24926) и другим городам-миллионникам в России и не только им.

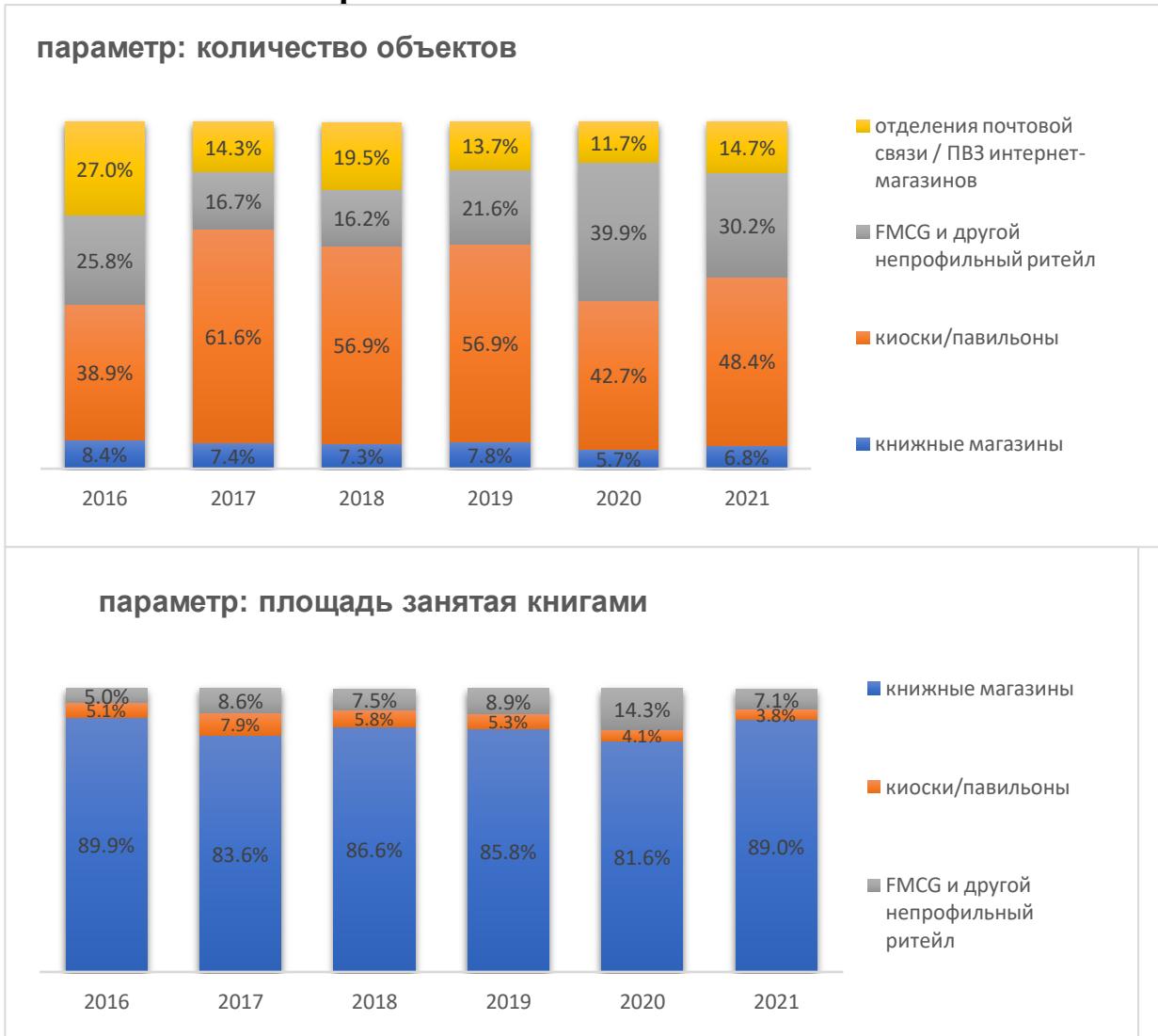
В целом, с октября прошлого года по нынешний сентябрь столица потеряла порядка 11% от общего числа книжных магазинов. В 2021 году закрыла сразу 3 относительно новых (2016-2019) и 1 старый (1961) магазин единственное государственное на территории столицы книготорговое предприятие ГУП ОЦ МДК. С октября 2020 года по сентябрь 2021 года было закрыто сразу несколько профицированных книжных площадок: магазины детских книг издательств «Клевер» и «Мозаика-Синтез», магазин комиксов «Чук и Гик», знаменитая «Академкнига» и другие. Продолжили практику закрытия своих нерентабельных магазинов и столичные филиалы межрегиональных розничных сетей «Книжный Лабиринт» (-4 объекта) и

«Читай-город» (-5 объектов), еще на 4 магазина ужалась обанкротившаяся ранее сеть «Республика». Но, тем не менее, коллапса не произошло. Ведь по традиции книжные сети не только закрывали, но и параллельно открывали новые магазины в других локациях: у «Книжного Лабиринта» – 8 новых магазинов, у «Читай-города» – 9 новых магазинов, у «Московского дома книги» – 1 новый магазин за отчетный период (октябрь 2020 – сентябрь 2021). Небольшое (+3 объекта) пополнение произошло в 2021 году и в сегменте малых независимых книжных столицы.

Несмотря на столь позитивную динамику весны-лета 2021 года, всё же темпы прироста книжных магазинов в Москве были недостаточными для восполнения потерь раннего пост-карантинного периода в 2020-м. Еще более ухудшил ситуацию и отказ от работы с книгой значительного числа непрофильных универсальных FMCG-маркетов, в частности речь идет о магазинах сетей «Магнит», «Пятерочка» и «Дикси», которые ранее были готовы экспериментировать с книжной выкладкой. И хотя учет полного спектра объектов книгораспространения в Московском регионе позволяет получить более оптимистичное значение показателя обеспеченности москвичей объектами книготорговли, тем не менее, этот показатель заметно хуже даже по сравнению с пандемийным 2020 годом, когда на каждые 3,13 тыс. жителей столицы приходился один объект книгораспространения (профильный или нет, неважно). В январе-сентябре 2021 года в распространении книжных изданий на территории Москвы принимали участие 1651 киоск со специализацией на продаже периодических печатных изданий, 1029 площадок сетевого FMCG-ритейла, магазинов детских и канцелярских товаров. В определенном смысле к объектам книгораспространения в Москве можно отнести и 501 расположеннное на её территории отделение почтовой связи (АО «Почта России») с наличием демонстрационных книжных стендов, которые одновременно выполняют функции ПВЗ интернет-магазинов (Book24, Labirint, OZON, My-shop).

Диаграмма 8.1.

Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на сентябрь 2016-2021 гг.



Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2016-2021 гг.

С учетом полного спектра объектов, коэффициент книготорговой обеспеченности москвичей на октябрь 2021 года составляет 1:3709 (или один объект на 3,7 тыс. жителей) с высоким уровнем территориальной доступности – 1 объект в пределах 0,74 км². Общая торговая площадь, выделенная под книжные издания в Москве, составляет 47978 м² (суммарно по книжным магазинам, киоскам, отделениям почты и FMCG-объектам), что на 6,3% меньше аналогичного показателя 2020 года (51182 м²) и на 6,9% – показателя 2019 года (51505 м²).

Диаграмма 8.2.

Динамика суммарного числа физических книготорговых объектов в Москве в 2014-2021 гг.

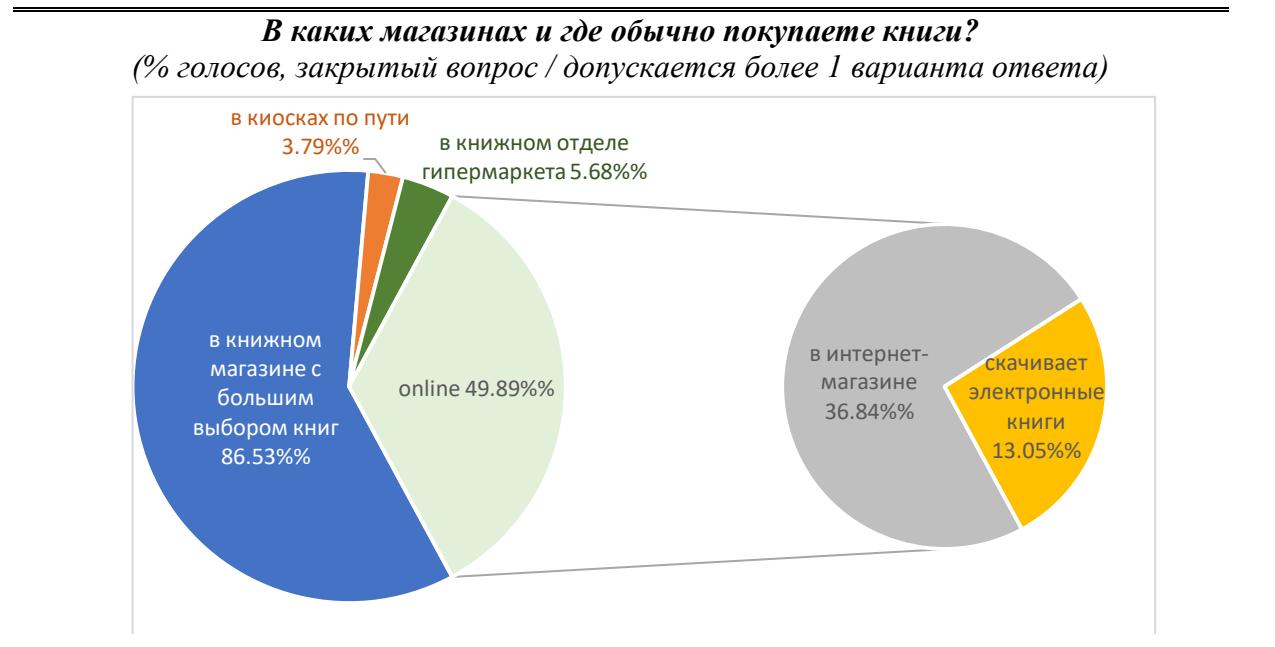


Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2021 (2014-2020) гг.

Несмотря на столь широкий спектр мест потенциальной покупки книг, всё же, согласно проведенному в рамках Мониторинга социологическому опросу, москвичи, проживающие во всех АО столицы, по-прежнему предпочитают приобретать книги в «книжном магазине с большим выбором книг». Причем «вес» этого предпочтения москвичей сохраняется последние шесть лет на очень высоком уровне – 86,5% от общего числа респондентов в сентябре 2021 года (84,3% - в сентябре 2020; 84,9% - в сентябре 2019; 87,9% - в сентябре 2018; 89,8% - в сентябре 2017; 93,3% - в сентябре 2016). На фоне сохраняющейся привязанности к традиционным книжным магазинам, в 2021 году социологический опрос продемонстрировал серьезное снижение интереса москвичей к покупкам по пути, что отчасти можно объяснить сокращением книжной выкладки в непрофильном ритейле и уменьшением количества киосков печатной продукции на улицах столицы. И если на покупку книг в отделах супермаркетов параллельно с другими товарами приходится сегодня лишь 5,7% голосов респондентов (в 2020 – 13,6%; в 2019 – 15,8%), то доля ответов о приобретении книг «по пути» на лотках/киосках упала в сентябре 2021 года до 3,8% (в 2020 – 17%; в сентябре 2019 – 10,8%).

Диаграмма 8.3.

Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2021 г.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 30 сентября – 5 октября 2021 г.)

По понятным причинам в новой COVID-реальности трафик покупателей книг постепенно перераспределяется в пользу интернет-магазинов. В 2021 году доля москвичей склонных к онлайн приобретению печатных книг выросла до 36,8% (до пандемии в сентябре 2019 года она составляла 29%). А вот интерес жителей столицы к скачиванию электронных книг остается на достаточно низком уровне в 2020 и 2021 годах – только порядка 13% респондентов сообщили о практике чтения цифрового книжного контента, в то время как в сентябре 2019 года таковых насчитывалось 23%. Очевидно, что в эпоху пандемии мы сталкиваемся с избытком виртуального и традиционная книга воспринимается москвичами как один из способов возвращения к нормальной (реальной) жизни. Хотя, в целом, в силу

обстоятельств онлайн-сервисы (интернет-магазины) становятся всё более востребованными у москвичей, в том числе и для приобретения книг.

8.2. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины

По состоянию на октябрь 2021 года «Книжный Лабиринт» и московский филиал федеральной ОРС «Читай-город / Буквоед» – крупнейшие книжные ритейлеры столицы, насчитывающие соответственно 55 и 76 стационарных розничных объектов на её территории.

Собственно, распределение книжных магазинов по «старой» Москве выглядит достаточно равномерно, исключая «минимализм» Зеленоградского АО и очевидное лидерство Центрального столичного округа. Здесь, в ЦАО, по-прежнему сосредоточена пятая часть (22%) всех книжных магазинов Москвы. И даже потери значительного числа книжных магазинов «Республика» (по причине нерентабельности работы в условиях распространения коронавирусной инфекции) не изменили статуса центральных районов города, где в 2020-2021 гг. значимо наращивает свое присутствие сеть «Читай-город». У небольших специализированных (комиксы, детство и пр.) книжных магазинчиков излюбленным местом дислокации стал ЦДМ на Театральном проезде, а также улицы Покровка, Мясницкая, Воздвиженка и Театральный проезд. В 2021 году активно развивается и книготорговля Троицкого и Новомосковского округов, фактически на треть увеличив число книжных магазинов.

Суммарная торговая площадь книжных магазинов Москвы по состоянию на октябрь 2021 года составляет 42015,54 м² (в 2020 – 41772,41 м²; в 2019 – 67197,2 м²; в 2018 – 65583,3 м²; в 2017 – 58882,3 м²), и за последний год она даже подросла на скромные 0,6% в связи с закрытием преимущественно малоформатных объектов и их заменой на большие по торговой площади. Однако если проводить параллели с 2019 годом, то за период пандемии в целом Москва потеряла более трети (37,5%) своих

книжных магазинов, причем в той или иной степени эти потери коснулись всех округов «старой» Москвы в пределах МКАД. И очевидно, что на этом потери столичной книготорговли не закончились. Введение «нерабочих дней» или локдауна с 28 октября 2021 года самым негативным образом скажется на работе книжных магазинов, большая часть которых размещается в крупных торгово-развлекательных центрах.

Диаграмма 8.4.

География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2017-2021 гг.



Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2017-2021 гг.

Ситуация в традиционной книжной рознице Москвы на протяжении всего 2021 года продолжает оставаться сложной, трафик отличается высокой волатильностью и даже к сентябрю 2021 года так и не восстановился до уровня сентября 2019 года. Две ведущие книготорговые сети столицы («Книжный Лабиринт» и «Читай-город») предпочитают открывать свои магазины в торговых центрах. И хотя активность ритейлеров по открытию новых магазинов восстановилась, товарооборот и посещаемость самих ТЦ все еще остаются ниже докризисного периода. Это подтверждается данными Watcom: по их подсчетам, Shopping Index (показатель посетителей на 1 тыс. кв. м) в

июле-сентябре 2021 года отставал от значений 2019 года на 9,9%. Так что заметный на фоне 2020 года рост экземплярных и рублевых продаж в январе-августе 2021 года (+15% и +24% соответственно), тем не менее, не позволяет говорить о полном восстановлении книжной розницы к допандемийному уровню. В среднем оборот книжных магазинов Москвы за I-III кварталы 2021 года не добирает более 11% по сравнению с продажами в аналогичный период 2019 года. Наиболее значимое падение демонстрируют магазины книготорговых сетей и универсальные VIP-магазины, работающие с советских времен в Центральном АО Москвы, в то время как независимые книжные клубного формата отмечают даже некоторое увеличение выручки к допандемийному уровню.

Кроме того, в Москве сложная эпидемиологическая ситуация лишь усугубила обострившиеся в последние годы системные проблемы книготорговли, связанные с ежегодным снижением трафика и острой ценовой конкуренцией с интернет-магазинами. Дебаты с издателями на протяжении последних полутора лет по контролю цен на интернет-площадках пока не увенчались успехом, стороны выдвигают взаимные обвинения, хотя понимание важности совместной работы по ценовому регулированию рынка в какой-то степени достигнуто.

Надежда Михайлова, ОЦ «Московский дом книги»:

To, что произошло в 2020 году, совершиенно «вышло из колеи» книжные магазины. Трафик стал катастрофически падать еще в марте, когда начались разговоры о коронавирусе, о возможной изоляции. И когда в конце марта мы ушли на карантин и открылись в июне, трафик оказался на уровне -50%. Где-то к сентябрю он подрос, мы обрадовались и думали, что к концу 2020 года наши показатели подтянутся к запланированному 15%-ному падению денежного оборота по году в целом, но после ужесточение антиковидных мер в конце осени, трафик опять упал практически на 48%. И совсем грустно, что по итогам первого квартала 2021 года мы имеем -47% трафика и -35% оборота.

Конечно, книжные магазины пытаются как-то выживать. Мы, например, перестраиваем работу собственного интернет-

магазина. И если до пандемии на интернет продажи приходилось 1% оборота ОЦ МДК, то сейчас мы фиксируем трехкратный рост по этому подразделению, что, впрочем, не может покрыть потерянных в онлайн-торговле продаж.

**Отраслевая конференция, Книги России,
Красная площадь 18.06.2021**

Марина Каменева, ТДК «Москва»:

2021 год, конечно, был непростым, но не более сложным, чем 2020-й. Во-первых, магазин не закрывали на 2 месяца, во-вторых, мы были более готовы к работе в новых условиях. Однако пандемия продолжается. Она стимулировала усиление внешних негативных факторов таких, как отток покупателей, снижение покупательной способности, конкуренцию с другими каналами продаж. 2021 год заставил нас задуматься над стратегией развития магазина, поэтому мы находимся в процессе осмысления своего места и роли на книжном рынке. Прогнозировать финал года достаточно сложно, потому что многое зависит не от качества нашей работы, а от внешних факторов. Однако надеемся, что 2021 год мы закончим с падением в 20 % по отношению к 2019-му, и с ростом продаж на фоне результатов 2020 года.

Михаил Иванцов, ОРС «Читай-город-Буквоед»:

2020 год был существенно сложнее из-за локдауна. Все магазины были просто закрыты, и мы внезапно остались практически без средств. Это был самый сложный момент за все время работы нашей компании.

В 2021 году трафик зависит от ситуации с коронавирусом – при снижении уровня заболеваемости трафик растет, а на новой волне падает. По объему продаж мы точно существенно превысим 2020 год. Проблемы с восстановлением трафика в этом году не сопоставимы с простоем магазинов в течение нескольких месяцев в прошлом году. Если не произойдет чего-то существенно негативного, то мы превысим и оборот 2019 года.

Пока нам продолжают мешать региональные бюрократы, закрывающие книжные магазины под предлогом противоэпидемических мер, хотя уже всем понятно, что книжные магазины не влияют на уровень заболеваемости.

«Книжная Индустрия», август 2021

После определенного воодушевления в связи с отсутствием локдаунов в первой половине 2021 года, книготорговцы столкнулись с серьезным спадом интереса москвичей к посещению книжных магазинов в связи с ускорением инфляции и снижением денежных доходов. Рост отпускных цен поставщиков в сентябре 2021 года в среднем на 13% и соответственно розничных цен только ухудшил ситуацию с трафиком и начинает «давить» на покупательское поведение. Оборачиваемость книжных изданий снижается и даже в сентябре 2021 года в ассортименте книжных магазинов столицы доля изданий 2018 и ранее года выпуска находится в диапазоне от 31% до 65%. Более или менее оптимистичные настроения небольших клубных магазинчиков вряд ли серьезно корректируют общий негативный фон просто потому, что в этой среде больше разговоров, кофе и перформанса, чем собственно торговли книгами.

В августе-сентябре 2021 года, т.е. в разгар школьной кампании, трафик и экземплярные продажи в книжных магазинах Москвы в сравнении с допандемийным 2019 годом снижаются на 19-44%. Иными словами, процесс восстановления фактически отсутствует, и выйти из этого кризиса самостоятельно книжникам столицы вряд ли удастся. Это прекрасно понимают крупные холдинги и считают необходимым по крайней мере высказываться в поддержку книжных магазинов.

Олег Новиков, «Эксмо-АСТ»:

С учетом тех акций и скидок, которые реализует интернет-магазин, разница цен с розницей может составлять те же 50% или даже больше. Я считаю, что это вопрос в первую очередь к издателям, потому что работая с маркетплейсами, они сами устанавливают цену и принимают решения об участии в тех или иных акциях. Мне кажется, важно понимать, что без традиционных книжных магазинов отрасль не выживет. Маркетплейсы тоже не благотворительностью пришли заниматься, они сегодня наращивают свою долю и объемы продаж, а завтра будут это монетизировать через ужесточение условий с поставщиками. Собственно, мы это видели в работе с FMCG-сетями, которые поначалу были крайне лояльны к издателям, а

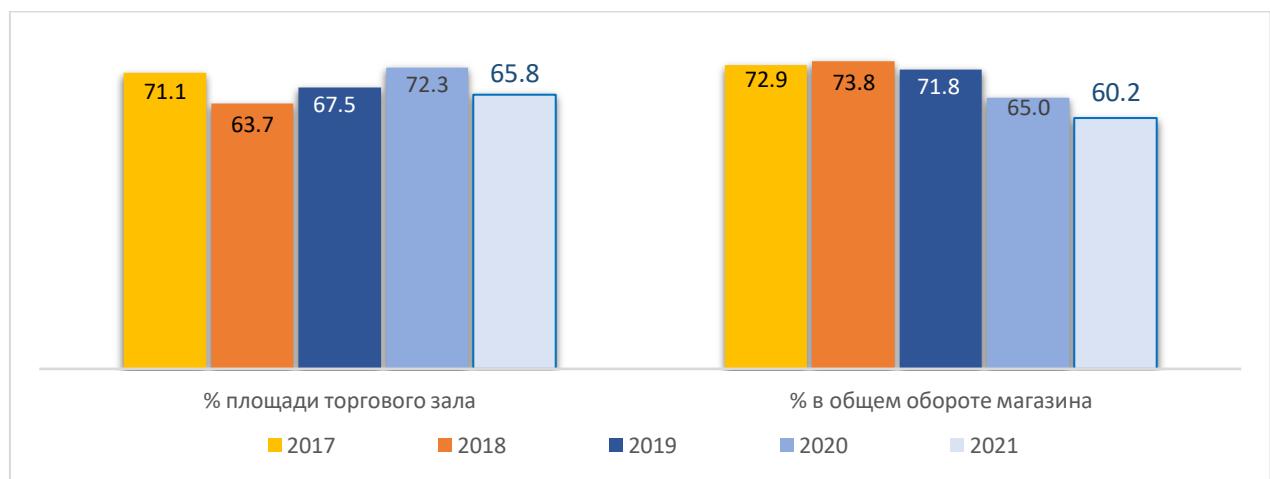
затем отыграли свою маржинальность за счет бонусов, за счет жесткой ценовой политики, за счет требования минимальных цен. Это не кризис именно книжных магазинов, это скорее общий кризис розничной торговли, вызванный санитарными ограничениями, которые, к сожалению, кое-где еще продолжают существовать. Но мы видим, что, как только ситуация становится благоприятной, когда снимаются ограничения, люди возвращаются в книжные магазины достаточно быстро, и объемы продаж восстанавливаются. Мы видим, что этот канал нужен, востребован, и помочь ему в долгосрочной конкуренции с маркетплейсами – это некая миссия издательств, если они думают о завтрашнем дне.

«Книжная Индустрия», октябрь, 2021

В последние десять лет значительное присутствие некнижных товаров и услуг в столичном книжном магазине считается нормой, вопрос лишь в объеме выделяемой торговой площади. В 2021-м книга может занимать от 40% до 99% площади книжного магазина, в обороте – 30-90%. Разброс значений достаточно высок даже в пределах одной сети. В 2019-2020-м книжная ассортиментная матрица растет за счет расширения предложения в нон-фикшн сегменте для взрослых, но в 2021 году она вслед за снижением доли книг в обороте магазинов и сокращением издательских поставок, вновь снижается.

Диаграмма 8.5.

Доля книг в торговом предложении книжных магазинов Москвы в III кв. 2017-2021 гг. (средневзвешенный показатель, %)



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2017-2021 гг.), аналитика Мониторинг

Средневзвешенный показатель долевого участия книги в онлайн-канале розницы Москвы в III кв. 2021 года составляет:

- ◆ **65,8% площади** торгового зала (показатель 2020 – 72,3%; показатель 2019 – 67,5%; 2018 года – 63,7%; 2017 года – 71,1%);
- ◆ **60,2% оборота** книготоргового предприятия (показатель 2020 – 65,0%; показатель 2019 года – 71,8%; 2018 года – 73,8%; 2017 года – 72,90%; 2016 года – 68,41%).

Значимое присутствие некнижной продукции в книжных магазинах может объясняться и концепцией объекта, и сугубо коммерческими соображениями, и объективными внешними обстоятельствами. Например, в связи со снижением спроса на учебную литературу для школ, московские книжные магазины сегодня более активно экспериментируют с сопутствующими товарами. Как правило, это канцелярия, подарки, медиапродукция (аудио и видео), сувениры, школьный и городской текстиль, периодика, товары для творчества и хобби, филателия и нумизматика, открытки и календари, игрушки (в т.ч. настольные игры), кондитерские изделия и бизнес-аксессуары.

Михаил Иванцов, ОРС «Читай-город-Буквоед»:

В этом году ассортиментная политика нашей сети практически не изменилась. Мы готовы получать все новинки, содержание которых не противоречит действующему законодательству. Оборачиваемость книжного ассортимента за последний год по понятным причинам несколько снизилась. При этом специально сокращать книжную полку мы не планируем.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2021

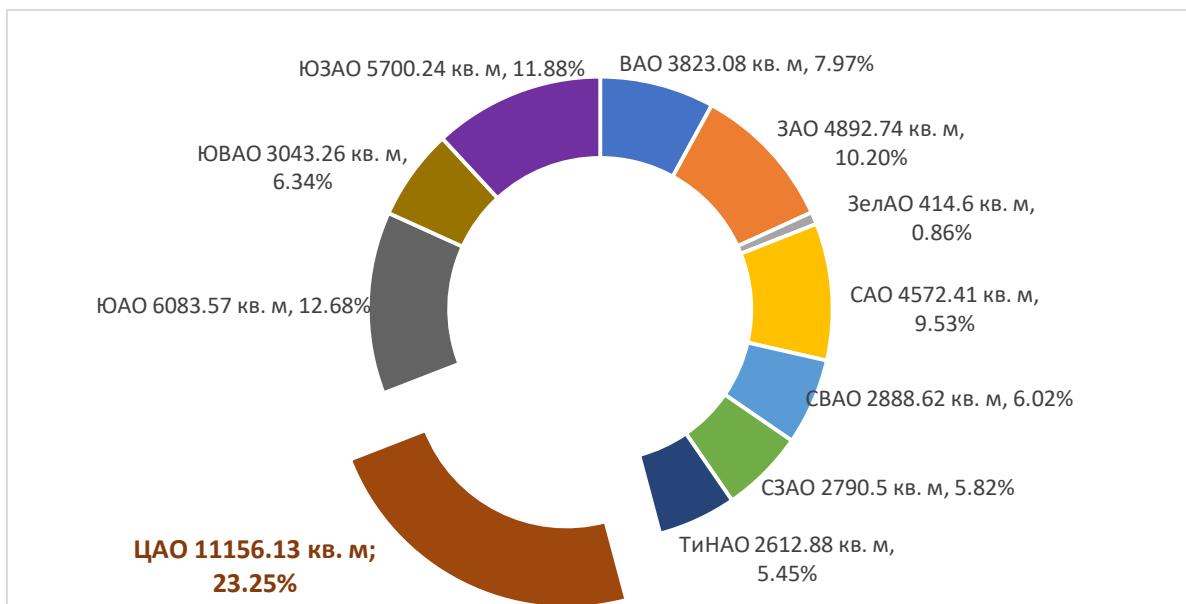
Наибольшим объемом книжной выкладки может похвастаться Центральный административный округ (23,25% от витрины книжных

магазинов столицы), и напротив, менее 1% книжной выкладки в Москве приходится на книжные магазины Зеленоградского АО.

В любом случае суммарно книжная выкладка книжных магазинов Москвы составила на октябрь 2021 года лишь 42,0 тыс.м² из 62,9 тыс.м² общей торговой площади (в 2020 – 41,8 тыс.м² из 51,4 тыс.м²; в 2019 – 44,2 тыс.м² из 67,2 тыс.м²; в 2018 – 43,5 тыс.м² из 65,6 тыс.м²; в 2017 – 39,3 тыс.м² из 58,9 тыс.м²; в 2016 – 35,6 тыс.м² из 53,5 тыс.м²).

Диаграмма 8.6.

Распределение суммарной книжной выкладки (кв. м) книжных магазинов по административным округам Москвы в сентябре 2021 г.



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2021 г.

В первом полугодии 2021 года книжные магазины фиксируют снижение спроса на отечественную художественную литературу, детскую книгу, путеводители и пособия по изучению иностранных языков. И напротив, наблюдают определенный рост интереса покупателей к изданиям по музыке и нон-фикшн гуманитарного профиля.

В связи с этим, летом 2021 года книжные магазины много внимания уделяют коррекции ассортиментной матрицы и ориентированы на большую лояльность ценовой политики. Тем не менее, средняя цена (691,17 руб.)

реализованного в августе-сентябре издания в этом канале по-прежнему демонстрирует положительную динамику (+8,8% к августу-сентябрю 2020 года или +18,4% к августу-сентябрю 2019 года).

8.3. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины

По понятным причинам с весны 2020 года интернет-канал принял на себя основную нагрузку по продвижению книг к читателям. Речь идет об интернет-магазинах с книжной витриной, приоритетно занимающихся именно дистрибуцией, а не об онлайн-подразделениях издательств. И в 2021 году это прежде всего OZON.ru, Лабиринт/Labirint.ru, Мой магазин/My-shop.ru, Book24.ru – площадка холдинга «Эксмо-АСТ», созданная на базе двух (READ.ru и KNIGA.ru) поглощенных интернет-магазинов, а также книжный департамент маркетплейса «Wildberries».

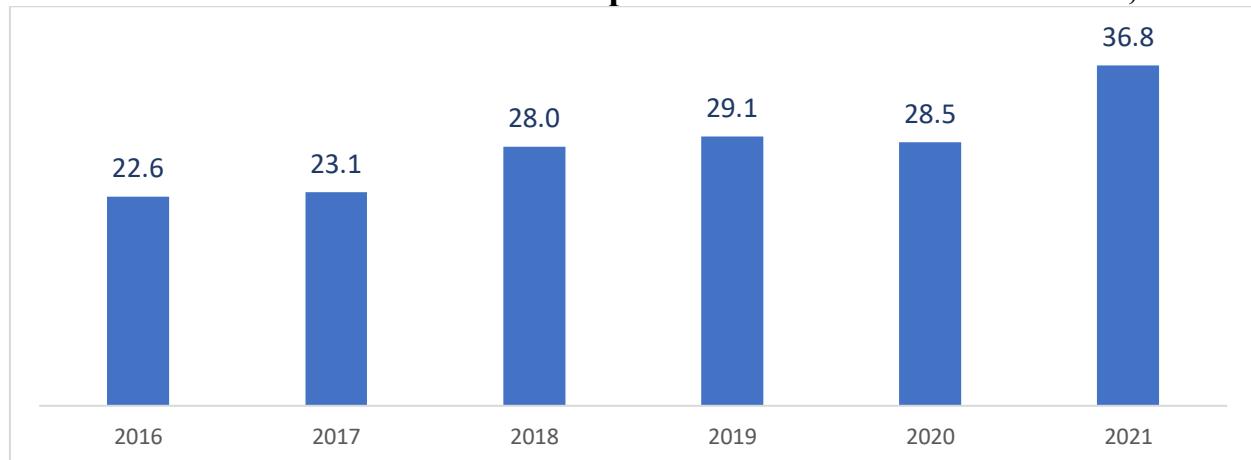
Благодаря пандемии (из-за режима самоизоляции и страха заразиться в местах скопления людей) в интернет-магазины пришло большое количество новых покупателей. И в 2021 году рост популярности онлайн-канала не остановился. Согласно исследованию РБК, в 2021 году число покупателей в интернет-магазинах среди россиян выросло на 8,3% по сравнению с прошлым годом, до 64,8 млн человек (14-16 сентября в форме опроса; 1857 респондентов 18+). Конечно, темпы роста оказались ниже, чем в прошлом году, когда показатель вырос на 19,3% по сравнению с предыдущим годом, до 59,8 млн человек. Наиболее высокая доля тех, кто покупает что-либо в интернет-магазинах, отмечается среди жителей Москвы (83,6%).

Но если мы говорим о приобретении именно книг, то согласно соцопросу посетителей книжных магазинов, проведенному в рамках Мониторинга, в 2021-м доля тех, кто регулярно покупает печатные книги в интернет-магазинах и маркетплейсах, выросла почти на треть – до 36,8%. Хотя, очевидно, что в условиях отсутствия ограничений физического доступа в магазины в этом году часть покупателей вернулась в онлайн.

В любом случае у российского e-commerce огромный потенциал. Ежегодно объем рынка электронной коммерции увеличивается на 15-20%. С увеличением количества пунктов выдачи и постаматов, заказы из интернет-магазинов становятся еще доступнее. Вместе с этим, снижаются сроки и стоимость доставки, а пользовательские сервисы, наоборот, становятся удобнее. С точки зрения экспертов, сформировавшаяся привычка покупать онлайн и интерес к этому направлению собственников бизнеса поможет сохранить и обогнать заданный темп. Все эти тенденции характерны и для книжного сегмента e-commerce.

Диаграмма 8.7.

Динамика доли посетителей книжных магазинов, приобретающих печатные книги в том числе в интернет-магазинах в 2016-2021 гг., %



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь 2016-2021 гг.)

OZON, для которого книжная категория остается в настоящий момент важной и в какой-то степени имиджевой, вырос в «книжном» товарообороте по итогам первого полугодия 2021 года на 25% (LFL2019), и на 47% в количестве заказов книг. Причем важно отметить, что это рост к высокой базе 2020 года, когда была закрыта онлайн розница и по большому счету онлайн-канал был едва ли не единственной возможностью купить

книжки для покупателей. В первом полугодии 2021 года только OZON выполнил 5,6 млн заказов книг со средним чеком более 800 рублей.

В структуре этого интернет-магазина развивается маркетплейс площадка, которая позволяет поставщику самостоятельно осуществлять маркетинг и продажи своих книг, используя возможности OZON. И в 2021 году на эту площадку помимо издательств, вышли такие компании как Mu-shop, сеть «Республика» и «Московский дом книги». По словам А. Камаева, руководителя направления «книги», OZON открыт для новых партнеров.

Значимо прибавил в обороте и книжный департамент маркетплейса Wildberries. В 2020 году, в максимально сжатые сроки в условиях карантина им были наняты несколько тысяч курьеров и сотрудников распределительных центров, работников других подразделений, разработаны собственные специальные мобильные приложения, оптимизированы процессы сотрудничества с издательствами.

Алексей Ильин, ИГ Альпина:

В чем выигрыш издателей? У нас резко улучшилась оборачиваемость, нет этих огромных рассрочек, когда отгрузив книги мы ждем 10 месяцев оплаты. На интернет-платформах мы продали и получили деньги на следующий месяц, а в Wildberries действует понедельная оплата. Это радикально улучшило ситуацию с денежным потоком по всему издательскому рынку, особенно с учетом очень гуманной комиссии, которая существует сейчас на онлайн-рынке благодаря конкурентной борьбе маркетплейсов. Здесь издатели оказались фактически бенефициарами.

«Книжная Индустрия», июнь 2021

Столкнувшись с потерями продаж в офлайн и задержкой платежей из интернет-магазинов, многие небольшие издательства Москвы приняли решение о самостоятельном выходе на маркетплейсы. И в этом им во многом помогал OZON, активно привлекавший новых партнеров в начале весеннего карантина 2020 года и запустивший целый ряд мер для их поддержки. Так, маркетплейс OZON вошел в число e-commerce площадок, продавцы которых

могут получить субсидии от Правительства Москвы и вернуть часть комиссии за продажу товаров. Если партнер маркетплейса подавал заявку на получение субсидии до 1 июня, то субсидироваться могла полная комиссия за продажи товаров на OZON, если она не превышает 20%, либо ее часть. Также OZON увеличил до 5 млн рублей максимальную сумму займа, который можно получить на платформе Ozon.Invest для продвижения или закупки партии товара. Наконец, в апреле 2020 года OZON запустил онлайн школу E-commerce Online School – бесплатную образовательную программу про e-commerce для предпринимателей.

Много работает в направлении привлечения издательств и книжный департамент Wildberries.

Алексей Кузменко, Wildberries

В период самоизоляции покупателей e-commerce стал надежным каналом сбыта продукции российских продавцов, сыграв роль «спасательного круга». Мы в Wildberries своей стороны стараемся помочь российским предпринимателям ускорить их переход в сегмент e-commerce.

Мы упростили регистрацию новых продавцов на своей онлайн-платформе, если раньше это занимало несколько дней, то сейчас - не больше 5 минут. Мы также обновили мобильное приложение для поставщиков Wildberries и расширили его функционал: теперь с помощью этого приложения можно зарегистрироваться на нашей онлайн-площадке, управления поставками, торговыми процессами, ценообразованием и даже подавать отчетность в ФНС (для самозанятых). Как результат, с января по ноябрь число предпринимателей, продающих свою продукцию через Wildberries, выросло в 4 раза до 80 тыс. При этом число продавцов, реализующих на нашей онлайн-площадке книги и книгопечатную продукцию, увеличилось в 4 раза год к году до 1100, а продажи книг в штуках за этот период выросли на 216% год к году.

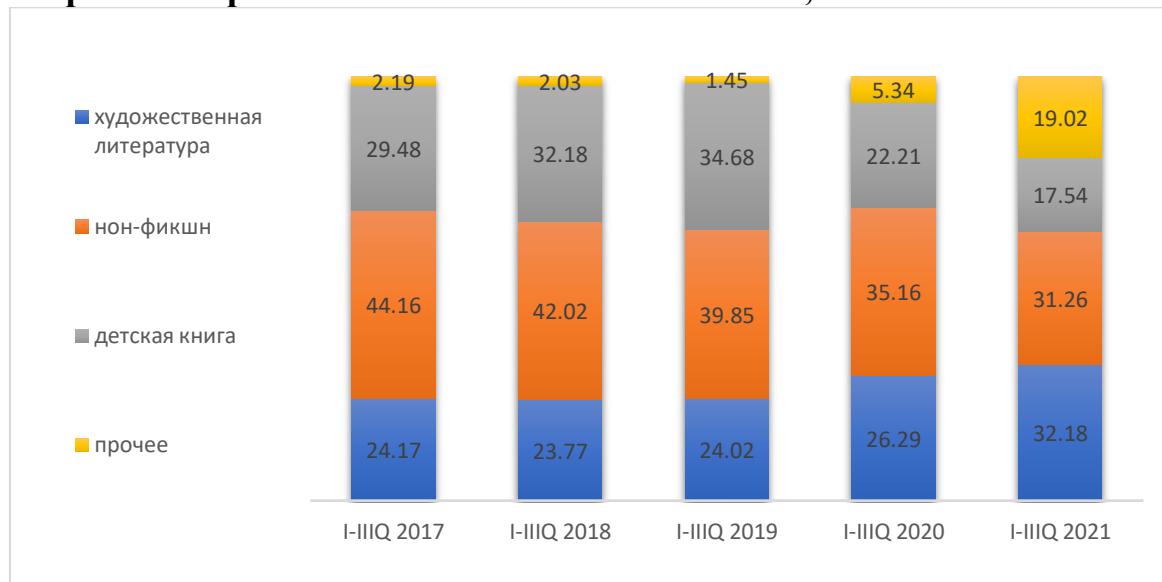
Мы полагаем, что события 2020 года позволили убедиться, что будущее ритейла – в цифровизации бизнес-процессов и необходимости развивать онлайн-канал продаж еще более интенсивно, чем ранее.

«Книжная Индустрия», январь 2021

По итогам 2020 года вполне устраивала издателей и работа интернет-магазина «Лабиринт». По словам Аллы Гладковой («Время»), интернет-магазин *Labirint* работал отлично («КИ», январь 2021).

Диаграмма 8.8.

Доля укрупненных тематических групп книжного ассортимента в обороте интернет-канала в III кв. 2017-2021 гг., %



Источник: экспертный опрос, сентябрь 2017-2021 гг.

Карта книжного ассортимента, востребованного москвичами в интернет-магазинах, демонстрирует в 2021 году заметное снижение доли взрослых нон-фикшн изданий при одновременном снижении востребованности детского ассортимента. И напротив растут продажи нетрадиционных для российского книжного рынка изданий (комиксы, авторские журналы и пр.) и художественной литературы. Для последней эта динамика в продажах интернет-канала – полная неожиданность за последние пять лет.

А. Камаев, OZON:

У нас в 2021 году растут продажи художественной литературы. Доля этого сегмента выросла на 7 процентных пунктов относительно сопоставимого периода прошлого года. И перераспределение произошло за счет в первую очередь, детской и

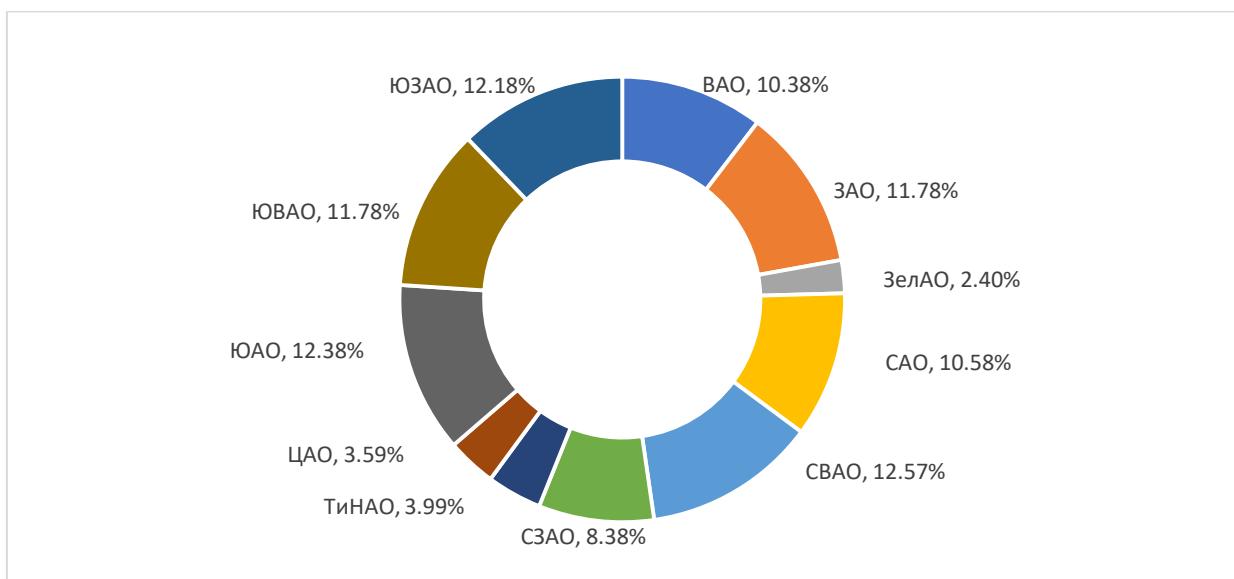
ненуждожественной литературы. Мы связываем это с двумя вещами. Первая – это сложности, с которыми столкнулись многие, в первую очередь, издатели детской литературы с печатью тиражей из-за ограничений весной и летом. Второе – это снижение выходов знаковых новинок в сегменте «ненуждожественная литература».

Отраслевая конференция, ММКЯ, 27.09.2021

Еще весной и летом 2020 года основная масса книжных интернет-магазинов перешла в плане логистики на работу со специализированными курьерскими службами и озабочилась проблемами «бесконтактной доставки». Поэтому если говорить о возможностях демонстрации книжного ассортимента в пунктах выдачи заказов интернет-магазинов, то эти функции готовы выполнять в 2021 году только отделения АО «Почта России», а именно 501 почтовое отделение на территории Москвы. В наибольшей степени этот сервис востребован в округах «новой Москвы».

Диаграмма 8.9.

География распределения по административным округам Москвы отделений почтовой связи /ПВЗ интернет-магазинов с книжной выкладкой в 2021 году (доля объектов, %)



Источник: данные ТД «Эксмо», октябрь 2021 г.

8.4. 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).

Несмотря на то, что издатели расширили список партнеров в этом сегменте, включив в него сетевой дискаунтер «FixPrice», доля покупок москвичей в непрофильных супермаркетах немного снижается осенью 2020 года – 13,6% (в 2019 – 15%), а в сентябре 2021 года уже только 5,68% посетителей книжных магазинов «сознаются» в практике покупки книг в отделах гипермаркетов параллельно с другими покупками¹. Треть (33,6%) книжного оборота в FMCG-объектах составляют детские книги, почти четверть (24,4%) – словари, справочники и учебные пособия преимущественно для домашнего использования. Средняя цена реализованного книжного издания в этом канале в августе 2021 года находится на уровне 248,08 руб. (в августе 2020 – 247.06 руб.; в августе 2019 – 273.02 руб.). Это единственный канал книжной продукции с годовым ростом средней цены покупки менее 1%. Снижение реальных денежных доходов населения в 2021 году существенно ограничили диапазон возможного роста цен на книги в продуктовом ритейле, что естественно требует соответствующих усилий и от производителей книжной продукции, особенно в условиях роста затрат на полиграфию и бумагу.

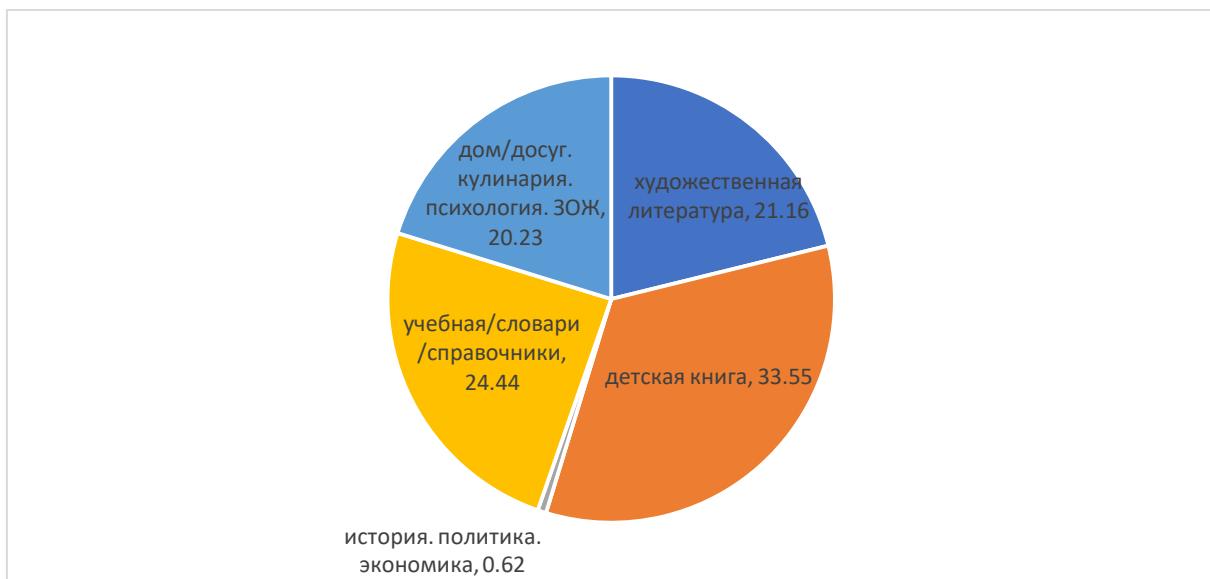
И понятно, что речь идет прежде всего о продукции категории эконом-класса: покет-изданиях детективов и женских романов, а также брошюра с раскрасками для детской аудитории и лунными календарями дачников. Бестселлеры 2021 года в этом канале: детективы В. Колычева, Д. Донцовой, Т. Поляковой; классика Золя, Флобера и Булгакова; сказки Х.К

¹ Экспертный и социологический опросы, проведенные в рамках Мониторинга, сентябрь-октябрь 2019-2021 гг.

Андерсена и братьев Гримм, чтение на лето и обучающие занятия для дошкольников/школьников; мотивирующие издания Д. Синцеро «НИ СЫ» и «НЕ НОЙ», «Все секреты Minecraft» М. Миллера и книжки с наклейками для всех возрастов.

Диаграмма 8.10.

Структура оборота категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на август 2021 г. (доля тематики, %)



Источник: Данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030» (АШАН, METRO, О'КЕЙ)

По данным компаний на сентябрь 2021 года книги присутствуют в ассортиментной матрице торговых площадок следующих непрофильных потребительских сетей:

Ашан, сеть гипер и супермаркетов – 29 площадок в Московском регионе, включая «Ашан-сити» и «Ашан».

Metro Cash & Carry – 12 площадок в Московском регионе.

Детский мир – 105 площадок в Московском регионе (ровное покрытие по АО Москвы, исключая ТиНАО).

Перекресток: сеть супермаркетов – 302 площадок в Москве.

МАГНИТ, сеть супермаркетов – 222 площадки в Москве.

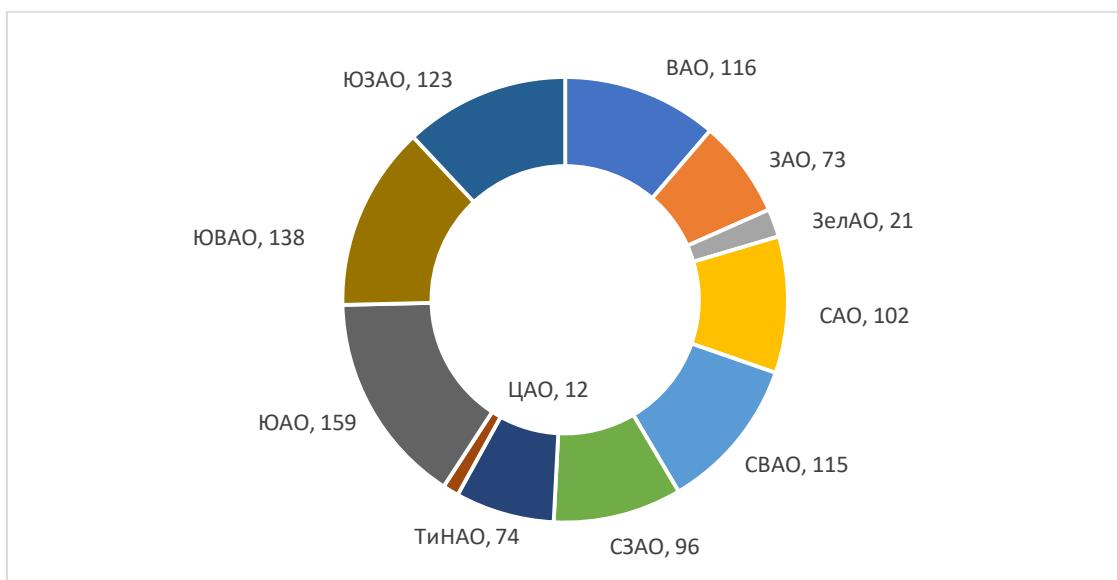
О'КЕЙ, сеть супермаркетов – 9 площадок в Москве.

FixPrice, сеть дискаунтеров «одной цены» – 299 площадок в Москве.

ЛЕНТА, сеть гипер и супермаркетов – 51 площадка в Московском регионе.

Диаграмма 8.11.

География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2021 г.



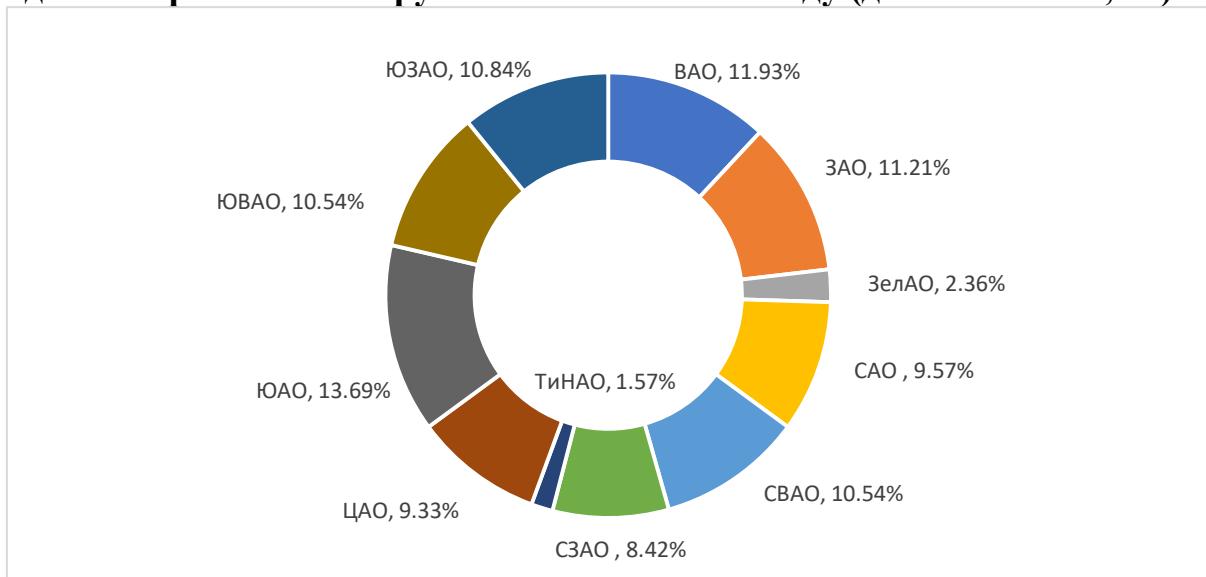
Источник: открытые данные компаний, аналитика в рамках Мониторинга

На данный момент канал киосковых сетей демонстрирует значительное сокращение объема книжных продаж – его пропускная способность свернулась до 0,1% общего объема реализации книжных издательств в Московском регионе, что, учитывая данные последних лет (2019 – 3,2%; 2018 – 2,9%; 2017 – 5,4%; 2016 – 6,9%) является критичным значением для данного канала.

Сами москвичи в ходе опроса в сентябре 2021 года заявили о своей полной НЕготовности совершать покупки в этом канале: только 3,8% респондентов (в 2020 – 17%; в 2019 – 10,8%; в 2018 – 7,05%) покупали книги в киосках/павильонах печатной продукции «по пути».

Диаграмма 8.12.

География распределения объектов НТО «Печать» (вид «киоск») по административным округам Москвы в 2021 году (доля объектов, %)



Источник: адресный перечень размещения нестационарных торговых объектов «Печать» (вид «киоск») на территории города Москвы на 06.10.2021 г.

В прогнозных значениях на 2022 год в структуре каналов книгораспространения для Московского региона возрастет значимость «крафтowych» уникальных магазинчиков и интернет-сервисов заказа/доставки книг. Востребованным останется и канал непрофильного сетевого ритейла с ограниченным предложением книг в качестве сопутствующего (дополнительного) товарного предложения, и традиционных книжных магазинов в ТЦ с широким выбором книг.

Тема 9.

Анализ динамики и особенностей московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ за исследуемый период (с указанием ассортиментной матрицы, среднего ценового уровня продаж и ведущих авторских брендов)

В январе 2021 года на долю Москвы в структуре книжного рынка РФ приходится 26,6% в рублевом эквиваленте и 18,2% экземплярных продаж книжной продукции. Два последних года оказались очень сложными для книготоргового рынка Москвы. И связано это не только с распространением коронавирусной инфекции. В книжной отрасли столицы уже к 2019 году накопились серьезные системные проблемы, вызванные конфронтацией различных каналов книгораспространения, бесконтрольной ценовой политикой издательств и катастрофическим сокращением читательской аудитории. Книжники Москвы не успевали за инфраструктурными и демографическими преобразованиями в жизни крупнейшего мегаполиса России.

На протяжении всего 2020 года книжный рынок столицы показывал худший сценарий развития на фоне других субъектов федерации: он сильнее «проваливался» весной, в том числе по причине большего объема карантинных мероприятий, и медленнее восстанавливался летом и осенью, а запрет всех праздничных рождественских акций в декабре фактически лишил московских книжников возможности возместить потери, в том числе за счет туристического потока. По итогам 2020 года объем книжного рынка Москвы сократился на 3,7 млрд рублей (до 14,1 млрд руб.).

Первый квартал 2021 года книжный рынок Москвы также закрыл с существенными потерями: продажи книг в штуках снизились на 35% в январе и на 30% в феврале-марте 2021 года (LFL 2020). Трафик книжных магазинов снизился на четверть. Холдинг «Эксмо-АСТ», издательства «Росмэн», «Белый город» и другие московские компании объявили о планах по сокращению книжного выпуска в 2021 году. В целом, книжный рынок столицы показывал в 1 квартале 2021 года отрицательную динамику на уровне -15% (-600 млн руб.) к аналогичному периоду 2020 года. Ни о каком восстановлении речи не идет. Более того, индекс настроения книжников находится в нижней позиции – предприниматели пессимистичны в оценке перспектив своего бизнеса и готовятся «выживать».

К лету 2021 года традиционный книжный (печатная книга) рынок Москвы так и не перешел к пост-пандемийному восстановлению. Книжные магазины столицы отчитались о снижении оборота на уровне -27% к I полугодию 2019 года. В июне-июле 2021 года от катастрофического обвала продаж магазины спасает лишь рост (+25%) цены купленной книги и увеличение (+16% LFL 2019) среднего чека. Но трафик или количество посетителей книжных магазинов Москвы летом 2021 года сократился фактически на треть к лету 2019 года. По словам Александра Богуславского, коммерческого директора издательства «АСТ», «второй квартал был очень тяжелый, интернет-канал перестал расти к прошлому периоду и даже начал проседать, розница так и не восстановилась, и не вышла на уровень 2019 года». Для издателей серьезной проблемой стал рост затрат на полиграфию: только за 7 месяцев 2021 года бумага (оффсет) подорожала на 10%, переплетный картон – на 40%, услуги типографий – на 15%. И большинство издательств вынуждены перенести часть этих трат на плечи продавцов и покупателей, что с учетом текущей платежеспособности клиентов приводит к снижению экземплярных продаж.

Отсутствие ограничений в связи с распространением коронавирусной инфекции, масштабная школьная кампания, поддержанная в том числе социальными выплатами родителям учащихся и пенсионерам, позволили московской книготорговле в целом позитивно пройти третий квартал 2021 года. В некоторых книжных магазинах (преимущественно стрит-ритейл) наблюдался рост трафика на 10-17% к августу-сентябрю 2020 года, а в целом средний чек книжной розницы продемонстрировал заметную позитивную динамику – плюс 12,4% к августу-сентябрю 2019 года.

Однако, новые жесткие меры санитарно-эпидемиологического контроля, стартовавшие с конца октября 2021 года, а также длинные ноябрьские «каникулы» онлайн книготорговли не позволят столичным книжникам восстановиться в полной мере. Согласно экспертным прогнозам, по итогам 2021 года объем книжного рынка Москвы достигнет 15-16 млрд

рублей, показав положительную динамику к 2020 году (+9,9%), но окажется ниже значений двухлетней давности и займет около четверти (25-26%) оборота книжного рынка РФ.

Диаграмма 9.1.

Динамика рублевых продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в книжных магазинах Москвы в I полугодии 2021 г. (LFL2019)



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2021 г.), аналитика – Мониторинг

Вряд ли негативные тенденции книжного рынка в столичном регионе можно объяснить только низким уровнем обеспеченности москвичей комфортными современными книжными магазинами. Несмотря на тенденцию постепенного переключения читающих книги москвичей на альтернативные классическим книжным каналы сбыта, тем не менее, и в 2021 году жители столицы сохраняют привычку посещения книжных магазинов и с каждым годом тратят там всё больше и больше денег. В августе-сентябре 2021 года средний чек книжных магазинов в Москве поднялся до 1296,5 руб. (LFL2020 – 1080 руб.), в то время как средний «книжный» чек москвича в интернет-магазине опустился до 850 рублей (LFL2020 – 1020 руб.).

Диаграмма 9.2.

Средний чек онлайн книжной розницы Москвы в III кв. 2017-2021 гг.



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2017-2021 гг.), аналитика – Мониторинг

В 2021 году книжники Москвы по-прежнему говорят о значительном снижении трафика на протяжении всего первого полугодия. Причем в этой группе находятся книжные магазины в том числе Центрального АО столицы, которые обладают своим стилем и сложившейся клиентурой. И это можно объяснить не только отсутствием туристического потока, но и новыми покупательскими привычками москвичей, которые стимулируют трансформацию розницы в направлении магазинов шаговой доступности и развития онлайн-сервисов. Книготорговая же инфраструктура столицы, построенная на преимущественном размещении объектов в торговых центрах, не располагает достаточными инвестициями и опытом для подобной трансформации. Поэтому страдая от недостатка клиентов и снижения оборачиваемости книжной продукции, книжные магазины просто сокращают свою «книжную полку» и количество новых наименований книг, включаемых ежемесячно в ассортимент.

Марина Каменева, ТДК «Москва»:

Приток покупателей сократился, поэтому скорость продаж даже самых потенциально успешных книг снизилась. Уменьшилось количество экземпляров в поставках, а также число новинок в них. Последнее связано с тем, что, во-первых, новинок стало меньше и у издательств, во-вторых, с тем, что мы очень взвешенно относимся к их отбору. Следует отметить, что благодаря постоянной

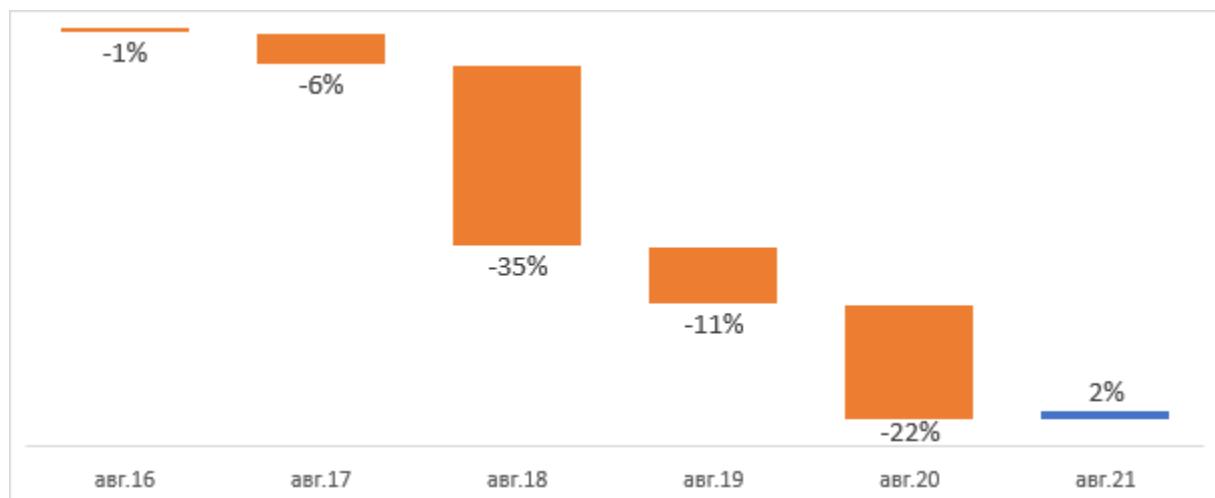
серьезной работе с товаром, оборачиваемость у нас осталась на прежнем уровне даже по сравнению с 2019 годом. Мы не прекращали связи ни с какими издательствами, работаем в обычном режиме. У нас даже прибавились новые поставщики с интересным ассортиментом. Значительных изменений в тематических предпочтениях наших покупателей в связи с пандемией не выявлено.

«Книжная индустрия», сентябрь 2021

Надо признать, что рост потока посетителей в книжных магазинах столицы закончился вместе с Годом Литературы (2015), и в 2017-2020 годы ситуация лишь ухудшилась. И если мы говорим о конкретных цифрах с учетом неоднородности книготоргового ландшафта мегаполиса, то VIP-магазины, расположенные в пределах Садового кольца, в августе-сентябре (т.е. в высокий сезон школьной кампании) могут рассчитывать на трафик в 2200-2500 человек в день, а магазины клубного формата – 12-55 человек в день. Стандартный же трафик сетевого книготоргового объекта в ТЦ любого другого района мегаполиса в среднем составляет в будни 100-200 человек, в выходные – 300-500 человек с коэффициентом конверсии в лучшем случае 30-35%.

Диаграмма 9.3.

Динамика трафика (LFL) книжной оффлайн розницы Москвы в августе 2016-2021 гг. (в % к аналогичному периоду предыдущего года)



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2016-2021 гг.), аналитика – Мониторинг

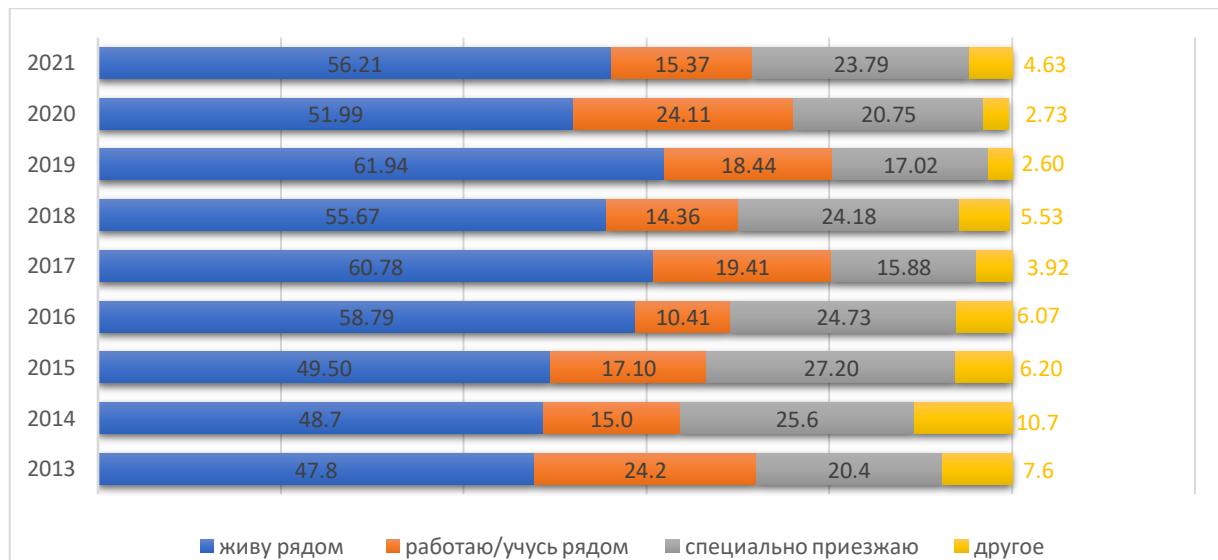
В 2021 году в книжных магазинах практически всех округов столицы заметно растет число посетителей, «специально приезжающих в конкретный магазин» по причине «большого выбора книг», «наличия скидочной карты» и для получения сделанных онлайн заказов. И, напротив, значимо снижается число тех, кто посещает книжный рядом с работой или учебой. Такое изменение потребительского поведения может иметь и долговременный эффект, но пока вполне укладывается в схему ограничения мобильности граждан (перевод на «удаленку» или дистанционное обучение) в связи с распространением коронавирусной инфекции. По-прежнему в большинстве случаев клиентский пул книготорговых объектов формируется непосредственным окружением книжного магазина – москвичами, проживающими в непосредственной зоне влияния торговой площадки (56,2% респондентов опроса в рамках Мониторинга).

Диаграмма 9.4.

Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2013-2021 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 offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2021 гг.)

Указываемый в качестве причины специального приезда в магазин «большой выбор книг» является скорее субъективным ощущением или сложившимися традициями в среде покупателей книг, чем отражением реального положения дел. В настоящий момент крупноформатные (300+ кв. м) с широким (50+ тыс наименований) книжным ассортиментом магазины «Читай-город» и «Книжный Лабиринт» представлены во всех без исключения округах Москвы. И судя по рейтингам продаж, список наиболее востребованных у москвичей авторов остается фактически неизменным на протяжении последних 3-5 лет.

Таблица 9.1.

ТОП-20 авторов и книг по суммарным (экз.) продажам в книжных магазинах Москвы в I-III кв. 2021 г.

	Автор	Название	Издатель	Год выпуска, доп. тиража	Цена 1 экз., руб.
1	Яхина Г. Ш.	Эшелон на Самарканد	АСТ, Редакция Елены Шубиной	2021	593-690
2	Бакман Ф.	Тревожные люди	Синдбад	2021	570-590
3	Сент-Экзюпери А.	Маленький принц / Рис. автора (пустыня)	Эксмо	2021	214-230
4	Оруэлл Дж.	1984 (Эксклюзивная классика)	АСТ	2020/2021	232-333
5	Роулинг Дж. К.	Гарри Поттер и Философский камень	Махаон, Азбука-Аттикус	2021	660-702
6	Лабковский М.	Хочу и буду. Принять себя, полюбить жизнь и стать счастливым	Эксмо, Альпина Паблишер	2020/2021	630-770
7	Водолазкин Е. Г.	Лавр	АСТ: Редакция Елены Шубиной	2021	772-840
8	Зыгарь М.	Все свободны: История о том, как в 1996 году в России закончились выборы	Альпина Паблишер	2021	690-723
9	Жукова Н. С.	Букварь. Пособие по обучению дошкольников правильному чтению	Эксмо	2020/2021	333-430
10	Водолазкин Е. Г.	Оправдание Острова	АСТ: Редакция Елены Шубиной	2021	672-840
11	Степнова М. Л.	Сад	АСТ: Редакция Елены Шубиной	2021	577-690
12	Фромм Э.	Искусство любить (Эксклюзивная классика)	АСТ	2021	240-480
13	Булгаков М.А.	Мастер и Маргарита	АСТ	2020	212-228
14	Харари Ю. Н.	Sapiens. Краткая история человечества	Синдбад	2020	660-757
15	Омер М.	Внутри убийцы	Эксмо	2020	478-489
16	Диспенза Дж.	Сила подсознания, или Как изменить жизнь за 4 недели	Эксмо, Бомбара	2020	420-670
17	Гэлбрейт Р.	Дурная кровь	Иностраница, Азбука-Аттикус	2021	723-880
18	Синцеро Дж.	НИ СЫ. Будь уверен в своих силах и не позволяй сомнениям мешать тебе двигаться вперед	Эксмо, Бомбара	2021	668-770
19	Сакович Н.	Лисья нора	Popcorn Books	2021	315-318

20	Акунин Б.	История Российского государства. Царь-освободитель и царь-миротворец: Лекарство для империи	АСТ	2021	1499-1667
----	-----------	---	-----	------	-----------

Источник: данные о продажах проекта «Книжный рынок России 2010-2030», аналитика – Мониторинг

Михаил Иванцов, ОРС «Читай-город – Буквоед»:

Наши эксперты тщательно следят за спросом и в случае необходимости мы перераспределяем пространство в магазинах в пользу более востребованного ассортимента. Например, в последнее время наблюдается рост спроса на книги о мировой экономике, финансах, бизнесе на ютубе и в других приложениях, хобби, строительству, эзотерике, также востребована женская психология, триллеры, комиксы и приключения. Напротив, снижение спроса мы отмечаем в группе путеводителей (кроме отдыха в РФ), книг по организации бизнеса и предпринимательству (кроме бизнеса в интернете), а также вопросам диеты и медицины.

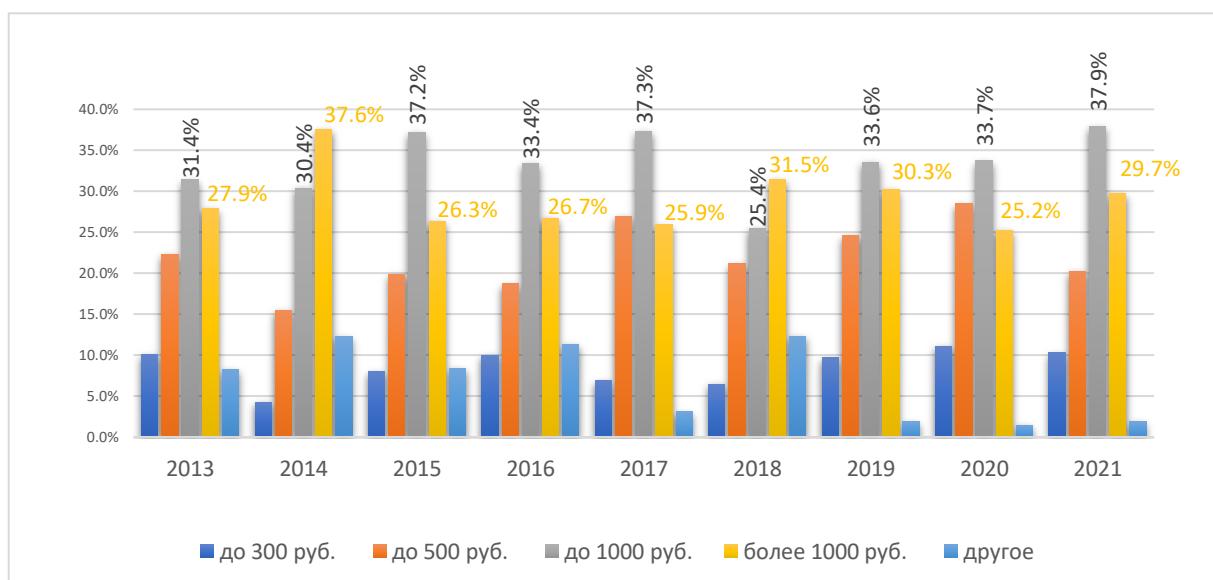
«Книжная индустрия», сентябрь 2021

Диаграмма 9.5.

Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2013-2021 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 offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2021 гг.)

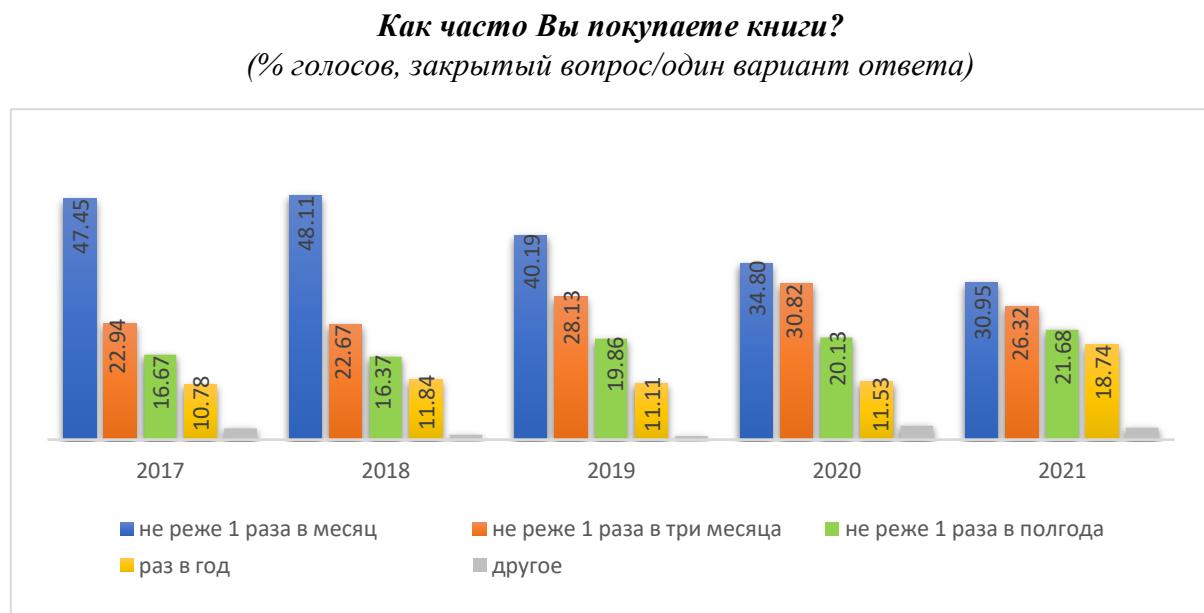
В целом, результаты опроса в сентябре 2021 года свидетельствуют о том, что читающие москвичи покупают книги в массе своей (57,3%) не реже одного раза в 1-3 месяца, тратя от 500 рублей (67,6%). При сопоставлении этих

данных с итогами аналогичных опросов, проведенных в рамках Мониторинга в 2014-2020 гг., можно видеть тенденцию к снижению частоты покупки книг при одновременном росте потраченной суммы. В большем временном диапазоне очевиден и постепенный рост доли тех, кто готов заплатить за книги скромные 100-500 рублей в месяц (с 20% в 2014 до 31% в 2021), а также посещает книжный магазин лишь один раз в год (с 11% в 2017-м до 19% респондентов в 2021-м).

Безусловно, среднестатистический москвич продолжает и сегодня тратить на книги значительно большие, чем житель регионов, суммы. И если в I полугодии 2021 года средняя цена книжного издания, реализованного на территории регионов РФ, составила 341,18 руб. (в 2020 – 312,52 руб.; в 2019 – 296,98 руб.), то в Москве – 425,42 руб. (+8,99% к I полугодию 2020 года).

Диаграмма 9.6.

Частота покупки книг населением Москвы в 2017-2021 гг.



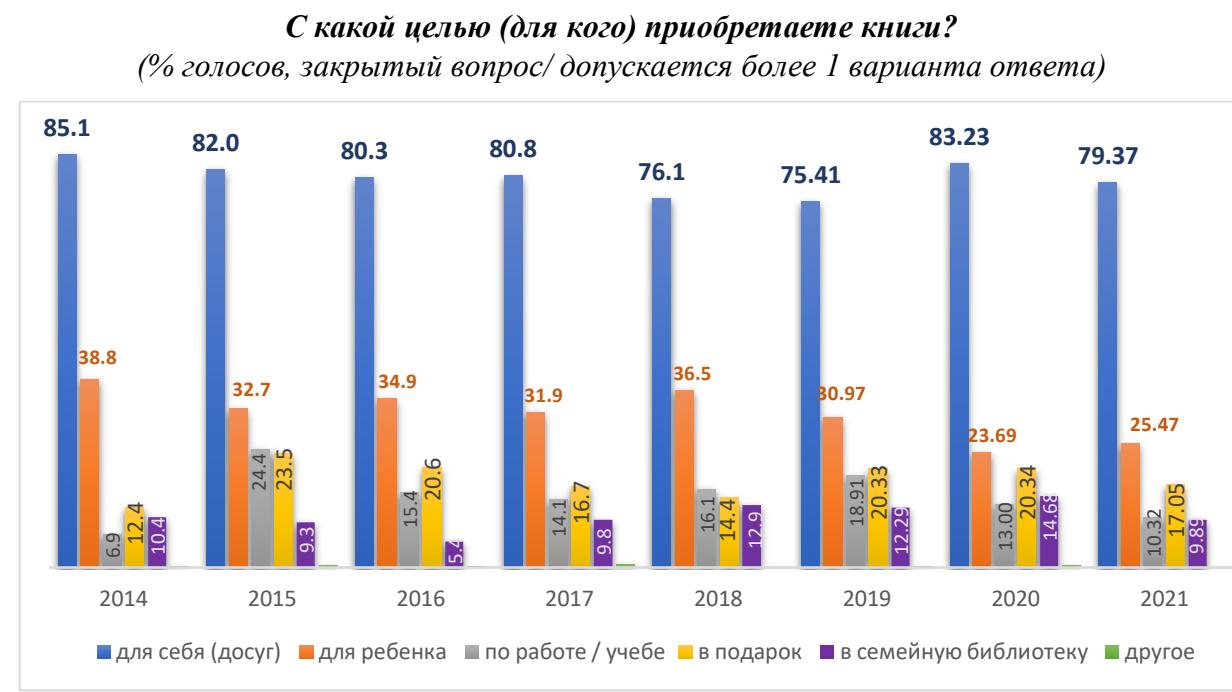
Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, 30.09-5.10.2021 | 23-30.09.2020 | 16-18.09.2019 | 28.09-02.10.2018 | 21-29.09.2017)

Целью покупки москвича является, как правило, приобретение книги «для собственного досуга» (79,4%) и «для ребенка» (25,5%). При этом доля тех, кто покупает книги «для ребенка» и «для работы/учебы» в годы пандемии

(2020-2021) немного снизилась, в то время как покупка книг для собственного развлечения (79-83%) и в подарок (17-20%) остается довольно высокой на фоне аналогичного опроса в сентябре 2019 года. Несмотря на финансовые трудности и COVID-19, читающие москвичи по-прежнему с очевидным рвением собирают домашние библиотеки (2021 – 9,89%; 2020 – 14,7%; 2019 – 12,3%; 2016 – 5,4%).

Диаграмма 9.7.

Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2014-2021 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2014-2021 гг.)

Тема 10.

Описание текущего состояния книготорговой структуры города Москвы в разрезе различных каналов, форматов и форм книжного предложения жителям столичного региона, с учетом динамики восстановления продаж в посткарантинный период (с обязательной дифференциацией по административным округам города Москвы)

10.1. Южный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Южного АО располагается 476 торговых объектов распространения книжных изданий (13,95% Москвы), в том числе:

29 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (12,6% данного формата в Москве);

226 киосков по продаже печатной продукции (13,7% киосков в Москве);

62 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,4%);

159 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (15,45% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2021 году – 1:61765 (в 2020 – 1:59876; в 2019 – 1:49818; в 2018 году – 1:45778; в 2017– 1:51789; в 2016 – 1:48316), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 6083,57 м² (в 2020 – 6466,9 м²; в 2019 – 7056,8 м²; в 2018 – 7055,6 м²; в 2017 – 6050,6 м²). Южный административный округ уже в прошлом пандемийном году потерял значительное количество (8) книжных магазинов. Поэтому в нынешнем 2021-м потери не столь велики. В ЮАО было закрыто по одному магазину сетей «Книжный Лабиринт» и «Читай-город», 2 магазина «Clever» одноименного издательства и магазинчик христианской литературы «Сирин». При этом открылся новый «Читай-город» в ТРК «Ереван Плаза», а также «Книжный Лабиринт» въехал в двухэтажное помещение, ранее занимаемое книжным магазином «Республика» в ТРК «Вегас», и открылся в Парке развлечений "Остров Мечты". Поэтому уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЮАО сохранился примерно на прошлогоднем уровне – один объект на 4,54 км² (в 2020 – 4,39 км²; в 2019 – 3,66 км²; в 2018 – на 3,38 км²). И это один из лучших показателей среди административных округов столицы, конечно не считая ЦАО. Принимая во

внимание тот факт, что 86,2% книжных магазинов округа относятся к крупноформатным объектам (превышая площадь в 100 кв. м), а также активное обращение жителей ЮАО к услугам онлайн-агрегаторов по приобретению/скачиванию электронных книг, данный показатель можно рассматривать как соответствующий реальным потребностям жителей ЮАО.

Таблица 10.1.

Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№29 "Дом книги в Чертаново"	Чертановская ул., д. 14 корп. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	190.2	76%	универсал	самообслуж
№30 "Дом книги в Орехово"	Каширское шоссе, д. 88/26 стр.2	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	322.4	84%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	24-й км МКАД, ТРК "Вегас"	10.00-22.00	700	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Автозаводская ул., д.18, ТРЦ "Ривьера"	10:00-22:00	244.8	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Андропова пр-т, д. 8, ТРЦ "Мегаполис"	10:00-21:00	189	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Андропова пр-т, д. 1, парк развлечений "Остров Мечты", 1-й этаж	10.00-22.00	258	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Вавилова ул., д. 3, ТРЦ "Гагаринский", 2-й этаж	10:00-22:00	455.1	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Варшавское шоссе, д. 87Б, ТЦ "Варшавский", 3-й этаж	10:00-22:00	191	70%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Каширское шоссе, д. 14, ТРЦ "Гудзон"	09.00-22.00	126.3	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Покрышкина ул., д. 5, 2-й этаж	10:00-21:00	271	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Поляны ул., д. 8, ТЦ "ВиВа", 2-й этаж	10:00-21:00	257	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Автозаводская ул., д. 18	10:00-22:00	164.9	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Андропова пр-т, д. 38	10:00-22:00	599.2	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Андропова пр-т, д. 8, ТРЦ "Мегаполис"	10:00-22:00	322.5	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Большая Тульская ул., д. 13, ТРК "Ереван Плаза"	10:00-22:02	184.13	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Борисовские Пруды ул., д. 26 корп. 2	09:00-22:00	303.6	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Каширское шоссе, д. 61, корп. 2, ТЦ "Каширская Плаза"	10:00-22:00	278	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Кировоградская ул., д. 13а, ТРЦ "Колумбус"	10:00-22:00	563.2	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Кировоградская ул., д. 9, корп. 4, ТЦ "Южный" 1-й этаж	09:00-22:00	648.1	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Кустанайская ул., д. 6, ТЦ "Столица"	10:00-22:00	311.5	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Ореховый б-р, д. 22а, ТРК "Облака" 3-й этаж	09:00-22:00	348	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Пролетарский пр-т, д. 20 стр.2	09:00-22:00	254.9	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Чонгарский б-р, д. 7, ТЦ "Ангара"	10:00-22:00	189.2	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Шаболовка ул., д. 30/12	09:00-22:00	187.4	70%	универсал	самообслуж
Школа Семи гномов в ТРЦ "Нора"	Андропова пр-т, д. 22, ТРЦ "Нора" 1-й этаж	10.00-22.00	70	50%	профиль: детская, развивающая	самообслуж

Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Северное Чертаново ул., вл. 1А, ТРЦК "Авантурा"	10.00-22.00	120	60%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Борисовские Пруды ул., д. 14, корп. 4	10:00-20:00	60	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Россошанский пр-д, д. 5 корп.1	10:00-20:00	80	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Судостроительная ул., 29	10:00-20:00	50	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж

10.2. Северо-Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Северо-Западного АО располагается 291 торговых объекта распространения книжных изданий (8,53% Москвы), в том числе:

14 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (6,1% данного формата в Москве);

139 киосков по продаже печатной продукции (8,4% киосков в Москве);

42 отделение почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (8,4%);

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

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:72242 (в 2020 – 1:67,5 тыс.; в 2019 – 1:67,3 тыс.; в 2018 – 1:71,5 тыс.; в 2017 – 1:65 тыс.; в 2016 – 1:60 тыс.), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 2790,5 м² (2020 – 3291,2 м²; 2019 – 2939,6 м²; 2018 – 2714,13 м²; 2017 – 3221,3 м²). Если в 2020 году, несмотря на карантин, ситуация по обеспеченности книжными магазинами оставалась в округе достаточно стабильной, то в 2021-м было закрыто сразу 2 книжных магазина («Книжный Лабиринт» и «Читай-город»). В результате уровень территориальной доступности книжных магазинов в округе ухудшился – один объект на 6,66 км² (в 2020 – 6,22 км²; в 2019 – в 6,22 км²; 2018 – 6,66 км²; в 2017 – 6,22 км²; в 2016 г. – 5,83 км²). Хотя по-прежнему значимое количество (92,9%) книжных магазинов СЗАО

относятся к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 10.2.

Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№33 "Дом книги в Тушино"	Яна Райниса б-р, д. 21	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	320.0	69%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	66-й км МКАД, Международная ул., д. 12, ТРК "Вегас" в Крокус-Сити, 3-й этаж	10:00-24:00	241.0	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Маршала Бирюзова ул., д. 32 ТРЦ "Пятая Авеню"	10:00-22:00	110.0	70%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новокуркинское шоссе, д. 1	10:00-21:00	350.0	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Соколово-Мещерская ул., д. 16/114	10:00-21:00	120.0	50%	универсал	самообслуж
Читай-город	Дубравная улица, 34/29, ТРЦ "Ладья"	09:00-22:00	461.9	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Маршала Бирюзова ул., д. 17	09:00-22:00	239.0	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Маршала Катукова ул., д. 25, ТЦ "Солнечный ветер" 3-й этаж	10:00-22:00	195.0	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Митинская ул., д. 48	09:00-22:00	108.5	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Планерная ул., д. 7, ТПУ "Планерная" 2-й этаж	10:00-22:00	487.3	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Сходненская ул., д. 50	09:00-22:00	275.0	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Химкинский б-р, вл. 7-23, ТРЦ "Калейдоскоп"	10:00-22:00	172.9	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Щукинская ул., д. 42, ТРЦ "Щука"	09:00-22:00	244.7	70%	универсал	самообслуж
МОРКНИГА	Пятницкое шоссе, д. 7, корп. 1	пн-пт 09:00-19:00; сб 10:00-16:00	69.0	75%	профиль: морская тематика	смешанный

10.3. Юго-Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Юго-Западного АО располагается 390 торговых объектов распространения книжных изданий (11,43% Москвы), в том числе:

27 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (11,69% данного формата в Москве);

179 киосков по продаже печатной продукции (10,8% киосков Москвы);

61 отделение почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,2%);

123 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,95% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2021 году – 1:53572 (в 2020 – 1:53634; в 2019 – 1:49828; в 2018 году – 1:46363; в 2017 – 1:52389; в 2016 – 1:55789), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 5700,24 м² (2020 – 5875,8 м²; 2019 – 5705,6 м²; в 2018 – 5627,6 м²; в 2017 – 5004,5 м²; в 2016 – 4489,8 м²). Ситуации с обеспеченностью жителей округа книжными магазинами в отчетный период остается стабильной. Потери в виде закрытого зимой магазина «Академкнига» на ул. Вавилова и прекративших работу двух магазинов «Детский книжный» были возмещены благодаря открытию летом 2021 года двух магазинов «Книжный Лабиринт» и магазина «Читай-город» в ТРЦ «Северное сияние» (б-р Дмитрия Донского). В итоге уровень территориальной доступности книжных магазинов остался неизменным – один объект на 4,12 км² (в 2020 – 4,12 км²; в 2019 – 3,84 км²; в 2018 – 1:3,59 км²; в 2017 – 1:4,14 км²), и сегодня абсолютно все (100%) книжные магазины ЮЗАО относятся к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) объектам с универсальным книжным ассортиментом. На этом фоне нельзя не отметить тот факт, что в округе произошло снижение числа других (непрофильных) объектов книготорговли – продуктовых супермаркетов и киосков печатной продукции.

Таблица 10.3.

Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№11 "Дом технической книги"	Ленинский пр-т, д. 40	пн-пт 9.00-22.00 сб-вс 10.00-22.00	907.9	80%	профиль: детская, учебная	самообслуж

№14 "Дом книги на Ленинском"	Ленинский пр-т, д. 86	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	269.1	78%	универсал	самообслуж
№31 "Дом книги на Профсоюзной"	Профсоюзная ул., д. 7/12	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	210.2	71%	универсал	самообслуж
№36 "Дом книги в Беляево"	Миклухо-Маклая ул., д. 18, корп. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	422.4	70%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Вернадского пр-т, д.39А	09:00-22:00	572.8	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Домодедовская ул., д. 28, корп.1, ТД "Белград", цокольный этаж	10:00-21:00	150	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Каховка ул., д. 29А, ТРК "Прайм Плаза", 3-й этаж	10.00-22.00	292.15	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Куликовская ул.. д. 6, ТЦ "Алфавит"	10:00-22:00	187.5	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ленинский пр-т, д. 62/1	10:00-21:00	187	40%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ленинский пр-т, д.123В, ТЦ «Галеон», 2-й этаж	10.00-22.00	198.24	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Миклухо-Маклая ул., д. 32А, ТЦ "Капитолий", 2 этаж	10:00-22:00	225	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр-т, вл. 7, ТЦ "Калита"	09.00-22.00	187.9	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр-т, д. 1, ТЦ "Спектр", 2-й этаж	10:00-21:00	289	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Севастопольский пр-т, д. 11-е, ТЦ "Капитолий"	09.00-22.00	143.2	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Адмирала Лазарева ул., д. 24, ТЦ "Успех" 3-й этаж	10:00-22:00	473	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Азовская ул., д. 24 корп. 3	10:00-22:00	294	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Большая Черемушкинская ул., вл. 1, ТЦ "РИО", 3-й этаж	10:00-22:00	130	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Дмитрия Донского б-р, д. 1, ТРЦ "Северное Сияние"	10:00-22:00	310.87	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Новоясеневский пр-т, д. 11, ТРЦ "Форт"	09:00-22:00	311.3	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 102 стр. 1, ТЦ "Ареал"	10:00-22:00	148.3	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 126 корп. 2, ТЦ "Коньково Пассаж"	10:00-22:00	162.8	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 129а, ТРЦ "Принц Плаза"	09:00-22:00	258	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 56, ТДЦ "Черемушки" 3-й этаж	10:00-22:00	225.7	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 61а, ТЦ "Калужский" 1-й этаж	10:00-22:00	406.7	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Чечёрский пр-д, д. 51, ТРЦ "Бутово Молл"	09:00-22:00	305.2	70%	универсал	самообслуж
Республика	Ленинский пр-т, д. 109, ТРЦ «РИО», 4-й этаж	10.00-22.00	324	45%	универсал	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. творчество	Голубинская ул., д. 28, 2-й этаж	10.00-20.00	124	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж

10.4. Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Западного АО располагается 340 торговых объектов распространения книжных изданий (9,96% Москвы), в том числе:

23 специализированных на продаже книжных изданий магазина (9,96%);

185 киосков по продаже печатной продукции (11,2% киосков в Москве);

59 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (11,8%);

73 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (7,1% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:60695 (в 2020 – 1:58213; в 2019 – 1:58041; в 2018 – 1:65834; в 2017 – 1:79061; в 2016 – 1:77466), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 4892,74 м² (в 2020 – 5172,9 м²; в 2019 – 4770,6 м²; в 2018 – 4480,95 м²; в 2017 – 3748,26 м²; в 2016 – 3296,47 м²). ЗАО по традиции плотно освоен сеткой «Книжный Лабиринт». И в марте 2021 года эта сеть открыла в округе очередной магазин «Книжный Лабиринт» в ТРЦ «Kvartal West». Однако параллельно пул книжных магазинов запада Москвы лишился магазинчика «Детский книжный» на ул. Авиаторов. В итоге уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЗАО изменился не намного – один объект на 6,65 км² (2020 – 6,38 км²; 2019 – 6,28 км²; 2018 – 7,29 км²; 2017 – 8,85 км²), но при этом качество книжных магазинов улучшилось – уже 91,3% (2020 – 87,5%) книжных магазинов ЗАО можно отнести к крупноформатным (торговая площадь >100 кв. м) объектам с универсальным книжным ассортиментом. Большинство книжных магазинов округа открыто в период с 2015 по 2021 годы и представляют современные концепции книготорговли с качественным оборудованием и промоушеном.

Таблица 10.4.

Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адресс	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной	книжный ассортимент	метод торговли
№39 "Дом книги в Очаково"	Б. Очаковская ул., д. 23/8	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	240	75%	универсал	самообслуж
Дом книги на Мичуринском	Мичуринский пр-т, д. 31 корп. 4	пн-пт 11:00-19:00; сб-вс 11:00-18:00	158	80%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Академика Анохина ул., д. 2 к. 1б, ТЦ "Виктория", 2-й этаж	10:00-21:00	229	70%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Аминьевское шоссе, д.6, ТРЦ «Kvartal West»	10.00-22.00	356	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Багратионовский пр-д, д. 5, ТРЦ "Филион", 3-й этаж	09.00-22.00	128.7	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Большой б-р, д. 40, территория инновационного центра Сколково БЦ «Амальтея»	09:00-21:00	162	50%	универсал	самообслуж

Книжный Лабиринт	Вернадского пр-т, д. 6, ТЦ "Капитолий" 3-й этаж	10:00-21:00	384	65%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, д. 7 корп. 1, ЖК Шуваловский	09:00-22:00	485.1	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, Олимпийская деревня, д.3, корп.1 , ТРЦ "Фестиваль"	10:00-22:00	397.8	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Осенний б-р, д. 7, стр. 1, ТЦ "Матрица", 1-й этаж	10:00-22:00	185	70%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Пресненская набережная, д. 2, ТРЦ "Афимолл сити" 4-й этаж	10:00-22:00	376.2	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Солнцевский пр-т, д. 21, ТЦ "Столица", 3-й этаж	10:00-21:00	189	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ярцевская ул., д. 19, ТЦ "Кунцево Плаза" , 4-й этаж	09:00-22:00	214.2	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Вернадского пр-т, д. 14а	10:00-22:00	348	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Вернадского пр-т, д. 86а, ТЦ Avenue Southwest	10:00-22:00	363.4	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Киевского Вокзала пл., д. 2, ТРЦ "Европейский"	10:00-22:00	746.2	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Кутузовский пр-т, д. 57, ТРЦ "Океания"	10:00-22:00	424	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Можайское шоссе, д. 31, универмаг "Молодежный"	10:00-22:00	362	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Рублевское шоссе, д. 62, ТРЦ "ЕвроПарк"	10:00-22:00	177.2	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Ярцевская ул., д. 25а, ТЦ "Трамплин" 4-й этаж	09:00-22:00	341.5	70%	универсал	самообслуж
Академкнига	Мичуринский пр-т, д. 12	пн-пт 11:00-20:00, сб 11:00-19:00	90	88%	профиль: история, философия, право	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Ярцевская ул., д. 19, МФК «Кунцево плаза», 4-й этаж	09:00-22:00	87	90%	профиль: детская книга	самообслуж
Pioneer Bookstore	Кутузовский пр-т, д. 21, 2-й этаж	10:00-22:00	150	60%	профиль: искусство	самообслуж

10.5. Северный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Северного АО располагается 338 торговых объектов распространения книжных изданий (9,91% Москвы), в том числе:

25 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (10,82% данного формата в Москве);

158 киосков по продаже печатной продукции (9,6% киосков Москвы);

53 отделения почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (10,58%);

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

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:47445 (в 2020 – 1:42440; в 2019 – 1:42336; в 2018 –

1:42022; в 2017 – 1:46046; в 2016 – 1:47100; в 2015 – 1:55642), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 4572,41 м² (в 2020 – 5465,97 м²; в 2019 – 5012,6 м²; в 2018 – 4848,94 м²; в 2017 – 5039,42 м²). В 2021 году Северный АО столицы лишился сразу четырех книжных магазинов – небольшой детской по профилю «Школы семи гномов», «Дома книги на Волкова» (ОЦ МДК) и двух больших универсальных магазинов «Читай-город». Но так как основной корпус книготорговых объектов в этом округе представляет сеть «Читай-город», то и в 2021 году на замену закрытым объектам появилось два новых книжных «Читай-города» в ТЦ «Нева» и ТЦ «Гавань». Так что, уровень территориальной доступности книжного магазина в САО снизился не столь критично, как могло бы быть – один объект на 4,55 км² (в 2020 – 4,06 км²; в 2019 – 4,06 км²; в 2018 – 4,06 км²; в 2017 – 4,55 км²). При этом 92% книжных магазинов округа относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 10.5.

Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№16 "Дом книги в Коптево"	3. и А. Космодемьянских ул., д. 31 корп. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	283.4	77%	универсал	самообслуж
№19 "Дом книги на Соколе"	Ленинградский пр-т, д. 78, кор.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	320.8	81%	универсал	самообслуж
№28 "Дом книги на Петрозаводской"	Петrozаводская ул., д. 3 корп. 2	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	280.0	75%	универсал	самообслуж
№ 40 "Дом книги на Космодемьянских"	Ленинградское шоссе, д. 8 корп. 3	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	63.4	64%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ленинградский пр-т, вл. 36 , МДРК "Арена Плаза", 1 этаж	10:00-22:00	321	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новопетровская ул., д. 6, ТЦ «Петровский», 3-й этаж	10:00-22:00	288	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Правобережная ул., д. 1Б, ТЦ "Капитолий", 2-й этаж	10:00-21:00	152	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ходынский б-р, д.4., ТЦ "Авиапарк", 4-й этаж	10:00-22:00	246	50%	универсал	самообслуж
Читай-город	Беломорская ул., д. 16 а, ТРЦ "Нева"	10:00-22:01	176.21	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Головинское шоссе, д. 5 корп. 1 ТРК "Водный"	10:00-22:00	172	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 15	09:00-22:00	393	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 89, ТРЦ "XL" 2-й этаж	10:00-22:00	204.1	70%	универсал	самообслуж

Читай-город	Кронштадтский б-р, д. 3а, ТЦ "Гавань"	10:00-22:00	484.1	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Ленинградский пр-т, д. 62а, ТЦ "Галерея аэропорт"	09:00-22:00	442	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Ленинградский пр-т, д. 76а, ТЦ "Метромаркет" 3-й этаж	10:00-22:00	173	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Ленинградское шоссе, д. 16а стр. 4, ТЦ "Метрополис"	10:00-22:00	314	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Лобненская ул., д. 4а, ТЦ "Зиг Заг"	10:00-22:00	154	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Локомотивный пр-д, д. 4, ТРЦ "Парус"	10:00-21:00	178	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Фестивальная ул., д. 2б, ТРЦ "Речной" 1-й этаж	10:00-22:00	113.1	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Хорошевское шоссе, д. 27, ТРЦ "Хорошо"	10:00-22:00	398.6	70%	универсал	самообслуж
Республика	Ходынский бульвар, д. 4, ТРЦ «Авиапарк»	Вс-чт: 10.00-22.00, пт-сб: 10.00-23.00	308	45%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изда-ва	Ленинградское шоссе, 16А стр. 8, ТРЦ "Метрополис" 3-й этаж	10.00-23.00	95	80%	профиль: детская книга	самообслуж
Школа Семи гномов в ТРЦ "Хорошо"	Хорошевское ш., д. 27, ТРЦ "Хорошо" 3-й этаж	10.00-22.00	105	60%	профиль: детская, развивающ ая	самообслуж
Школа Семи гномов на Полежаевской	Мневники ул., д. 7 корп. 2	10:00-20:00	120	70%	профиль: детская, развивающ ая	самообслуж
УЗНАЙ-КА!	Дмитровское шоссе, д. 25 корп. 1	10:00-20:00	220	90%	профиль: учебная лит-ра	смешанный

10.6. Северо-Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Северо-Восточного АО располагается 366 торговых объектов распространения книжных изданий (10,73% Москвы), в том числе:

14 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (6,06% данного формата в Москве);

174 киоска по продаже печатной продукции (10,5% киосков в Москве);

63 отделения почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,6%);

115 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,2% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения книжными магазинами остается в СВАО одним из худших – один книжный на более чем 100 тыс. жителей или 1:102327 (в 2020 – 1:102489; в 2019 – 1:84234; в 2018 – 1:83762; в 2017 – 1:87683; в 2016 – 1:86700), суммарная торговая площадь,

выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 2888,62 м² (в 2020 – 3362,5 м²; в 2019 – 4199,8 м²; в 2018 – 3441,56 м²; в 2017 – 3532,7 м²). Округ отличается подвижной книготорговой инфраструктурой. Ещё в 2015 году округ потерял 9 полноценных книжных магазинов (сеть «Буква» и «Книжный Лабиринт»), в 2017-м был закрыт работавший с 1975 года Дом книги в Бибирево, в сложном 2020-м СВАО потерял два магазина под брендом «Книжный Лабиринт» и один «Читай-город». В по-прежнему сложном для работающих в ТЦ книжных магазинов 2021 году в Северо-восточном АО столицы закрылся «Книжный Лабиринт» на улице Декабристов, но при этом параллельно открылся «Читай-город» в ТРЦ «Будапешт». Благодаря этому и уровень обеспеченности книжными магазинами, и уровень их территориальной доступности остались прежними – 1 объект на 7,28 км² (в 2020 – 7,28 км²; в 2019 – 5,99 км²; в 2018 – 5,99 км²; в 2017 – 1:6,36 км²). Причем, 92,86% книжных магазинов СВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом. Крупнейшим объектом округа является «Читай-город» на проспекте Мира (578,7 м²), работающий с 2003 года.

Таблица 10.6.
Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№2 "Дом книги в Бескудниково"	Бескудниковский б-р, д. 29, к.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	292.0	80%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	84-й км МКАД, ТРК "Весна"	10:00-22:00	318.3	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Алтуфьевское шоссе, д. 86, корп. 1, ТЦ "Ареал", 2-й этаж	10.00-22.00	178.0	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Шереметьевская ул., д. 20, ТЦ «Капитолий»	10:00-22:00	220.0	50%	универсал	самообслуж
Читай-город	Декабристов ул., д. 12, ТЦ "Золотой Вавилон" 2-й этаж	10:00-23:00	259.0	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 163а, ТРЦ "РИО"	09:00-22:00	146.0	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Лескова ул., д. 14, ТРЦ "Будапешт"	10:00-22:00	166.4	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Мира пр-т, д. 182/2	10:00-22:00	578.7	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Пришвина ул., д. 22, ТЦ "Александр Лэнд"	10:00-22:00	142.1	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Снежная ул., д. 27, ТРЦ "Свиблово"	10:00-22:00	168.0	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Шереметьевская ул., д. 6 корп. 1, ТРЦ "Райкин Плаза"	09:00-22:00	308.2	70%	универсал	самообслуж

Республика	Большая Новодмитровская ул., д. 36, Дизайн- завод FLACON	10.00-22.00	173.0	45%	универсал	самообслуж
Чук и Гик	Новодмитровская ул., д. 1 стр. 13, Хлебозавод 9	12:00-21:00	70.0	70%	профиль: комиксы, фантастика	смешанный
Дом книги Медведково	Заревый пр-д, д. 12	10.00-21.00	389.0	60%	универсал	самообслуж

10.7. Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Восточного АО располагается 389 торговых объектов распространения книжных изданий (11,4% Москвы), в том числе:

24 специализированных на продаже книжных изданий магазина (10,4% данного формата в Москве);

194 киоска по продаже печатной продукции (11,93% киосков в Москве);

52 отделения почтовой связи с книжной выкладкой (10,38%);

116 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,27% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:63511 (в 2020 – 1:72729; в 2019 – 1:66236; в 2018 – 1:68906; в 2017 – 1:74792; в 2016 – 1:67164; в 2015 – 1:86328; в 2014 году – 1:73379), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 3823,08 м² (в 2020 – 4046,8 м²; в 2019 – 3835,8 м²; в 2018 – 3863,5 м²; в 2017 – 4082,58 м²). ВАО – один из немногих округов, где уровень обеспеченности населения книжными магазинами заметно вырос в 2021 году, вопреки закрытию сразу двух больших книжных магазинов ОЦ МДК – Дом книги на Парковой и Дом книги на Молдагуловой. Дело в том, что в округе за отчетный период (IV квартал 2020 – III квартал 2021) открылись сразу два «Читай-города» в ТЦ «Щелково» и ТЦ «Сокольники», а также «Дом книги на Плющева» и магазин эконом-класса – «КнигаMag Дискаунтер» на Вешняковской улице.

Традиционно основной корпус книготорговых объектов округа составляют стабильно работающие с советских времен магазины ОЦ «Московский Дом книги», магазины сети «Читай-город», ориентированные в том числе на выдачу интернет-заказов, и объекты эконом-класса сети «Детский книжный». В последние годы со стороны книжников были попытки разместить в этом округе более фешенебельные современные магазины, но большинство окончилось неудачей. Так, за 2017-2019 гг. «Книжный Лабиринт» закрыл четыре своих магазина в округе и открыл только один, и за этот же период Восточный АО пополнился лишь одним магазином новой франшизы «Территория: Книги. Мысли. Впечатления». Учитывая взаимные открытия/закрытия объектов книготорговли уровень территориальной доступности книжных магазинов в ВАО остается достаточно скромным – один объект на 6,45 км² (в 2020 – 7,37 км²; 2019 – 6,73 км²; в 2018 – 1: 7,04 км²; в 2017 – 1:7,7 км²). Кроме того, лишь 75% книжных магазинов ВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 10.7.

Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№13 "Дом книги в Измайлово"	Измайловская пл., д. 2.	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	318.7	76%	универсал	самообслуж
№24 "Дом книги на Преображенке"	Преображенский вал, д.16	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	435.4	75%	универсал	самообслуж
№25 "Дом книги в Гольяново"	Байкальская ул., д. 25	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	254.3	67%	универсал	самообслуж
№27 "Дом книги "Новый"	Энтузиастов шоссе, д. 24/43	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	247.9	82%	универсал	самообслуж
№38 "Дом книги на Рокоссовского"	Маршала Рокоссовского б-р, д. 18	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	152.2	77%	универсал	самообслуж
Дом книги на Плющева	Плющева ул., д. 17 корп. 1		160.0	65%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Большая Семёновская ул., 17а, ТЦ «Март», 1-й этаж	10.00-22.00	280.0	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Большая Черкизовская ул., д. 2 корп. 1	10:00-22:00	411.7	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Вешняковская ул., д. 18, ТЦ "Вешняки"	10:00-22:00	279.1	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Новокосинская ул., д. 29	09:00-22:00	135.0	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Первомайская ул., д. 42, ТЦ "Измайловский"	09:00-22:00	187.4	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Русаковская ул., д. 31, ТЦ "Сокольники"	10:00-22:00	298.1	60%	универсал	самообслуж

Читай-город	Семеновская пл., д. 1, ТЦ "Семеновский" 3-й этаж	10:00-22:00	255.4	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Щёлковское шоссе, вл. 75, ТРЦ "Щёлковский"	10:00-22:00	524.3	60%	универсал	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Хабаровская ул., д. 12/23	09.00-21.00	156.0	60%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Просторная ул., д. 8	10:00-21:00	90.0	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Саянская ул., 5а, цокольный этаж	10:00-20:00	77.0	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Челябинская ул., д. 15	10:00-20:00	60.0	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Новокосинская ул., д. 15А	10.00-20.00	66.0	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Перовская ул., д. 6 корп. 1	10.00-20.00	120.0	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Сиреневый б-р, д. 63	10.00-20.00	138.0	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Старый Гай ул., д. 9	10.00-20.00	145.0	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
КнигаМаг Дискаунтер	Вешняковская ул., д. 13А, ТЦ "Моя ветка", 2-й этаж	10.00-21.00	70.0	80%	универс	самообслуж
Арткласика	Амурская ул., д. 2 стр. 2	пн-пт 10:00-17:30	40.0	70%	профиль: искусство	смешанный

**10.8. Центральный Административный Округ:
Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики
восстановления в пост-карантинный период**

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Центрального АО располагается 235 торговых объектов распространения книжных изданий (6,89% Москвы), в том числе:

51 специализированный на продаже книжных изданий магазин (22,08% данного формата в Москве);

154 киоска по продаже печатной продукции (9,33% киосков в Москве);

18 отделений почтовой связи с книжной выкладкой (3,59%);

12 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (1,17% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:15281 (в 2020 – 1:15998; в 2019 – 1:15334; в 2018 – 1:16508; в 2017 – 1:15848; в 2016 – 1:18808; в 2015 – 1:9891), суммарная

торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 11156,13 м² (в 2020 – 11673,4 м²; в 2019 – 11879,2 м²; в 2018 – 11500,39 м²; в 2017 – 11119,80 м²). Летом 2020 года именно Центральный административный округ Москвы в наибольшей степени пострадал от решений менеджмента сети «Республика» - 8 магазинов под этим брендом не смогли открыться после карантина: в ГУМе и в ТК «Охотный ряд», на Пресненской набережной в ДЦ «Москва-Сити» и в Стремянном переулке, на проспекте Мира и т.д. В 2021 году прекратили работу еще 3 из оставшихся книжных магазинов этой обанкротившейся сети. По одному магазину закрыли в ЦАО и две другие крупные книжные сети – «Читай-город» и «Книжный Лабиринт». В 2021 году закрылся на Калужской площади совсем недавно открытый (2019) «Дом детской книги», а в Климентовском переулке прекратил работу магазин комиксов «Чук и Гик».

Столь серьезные потери среди книжных магазинов были в значительной степени возмещены тремя новыми магазинами «Читай-город», один из которых въехал в помещение бывшей «Республики» на проспекте Мира. И кроме того, в 2021-м в ЦАО также открылось довольно большое число маленьких независимых магазинчиков – Книжный в клубе "Клуб", патриотическая «Листва», «Добролавка» (книжный с кофейней) и «Бункер». Так что уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЦАО остается высоким – один объект на 1,30 км² (в 2020 – 1,35 км²; в 2019 – 1:1,30 км²; в 2018 – 1:1,41 км²; в 2017 – 1:1,37 км²). Этот показатель очень близок к европейскому уровню обеспеченности населения книжными магазинами. Но в данном случае следует иметь в виду, что лишь 62,8% книжных магазинов ЦАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 м²), и очень многие из них далеки от традиционного представления о книжном магазине и по ассортиментной матрице, и по организации внутреннего пространства. Значительное количество таких магазинов располагается на Покровке, так что эту улицу вполне справедливо назвать главной книжной улицей Москвы. Прогуливаясь по ней, житель или гость

столицы встретит на своем пути магазины «Букашки» и «Я люблю читать» детских издательств «Розовый жираф» и «Настя и Никита», недавно открытый при поддержке оренбургского фонда Евразия «Бункер – последний книжный на земле», а также распахнувший свои двери покупателям в 2013 году авторский магазин «Ходасевич». Всё на той же Покровке вдумчивых читателей ждут умные книги в «Primus Versus», а поклонников нетрадиционных целительных практик и эзотерики встречают колоды и книги ТАРО в магазине «Белые облака».

Таблица 10.8.

Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№4 "Дом иностранной книги"	Кузнецкий мост, д.18\7	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	219.0	86%	профиль	самообслуж
№9 "Дом книги на Фрунзенской"	Комсомольский пр-т, д. 25, к. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	268.5	70%	универсал	самообслуж
№10 "Дом педагогической книги"	Большая Дмитровка ул., д. 7/5 стр.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	815.9	77%	Профильт: педагогика и учебная книга	самообслуж
Московский дом книги	Новый Арбат ул., д. 8	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	3648.3	71%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Кутузовский пр-т, д. 48, ТЦ «Времена года»	11:00-22:00	165	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Марксистская ул., д. 1, корп.1	10:00-21:00	286	50%	универсал	самообслуж
Читай-город	Земляной Вал ул., д. 33, ТРЦ "Атриум"	10:00-22:00	175	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Малая Сухаревская пл., д. 12, ТЦ "Садовая Галерея"	09:00-22:00	754	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Манежная площадь, д. 1 стр. 2, ТЦ "Охотный ряд", -2 этаж	09:00-22:00	283	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Мира пр-т, д. 11 корп. 2, ТРЦ "Европолис"	10:00-22:00	363.51	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Мира пр-т, д. 40	10:00-22:00	192.00	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Таганская ул., д. 1 стр.1, ТЦ "Звездочка"	09:00-22:00	216.6	70%	универсал	самообслуж
Республика	1-я Тверская-Ямская ул., 10	круглосуточно	603.2	70%	универсал	самообслуж
Республика	Комсомольский пр-т, 24, стр. 1, ТЦ «К24»	10.00-22.00	82.5	50%	универсал	самообслуж
Республика	Мясницкая ул., 24/7, стр. 1	10.00-22.00	193.4	55%	универсал	самообслуж
Республика	Цветной б-р, д. 15, стр. 1, Универмаг «Цветной», первый этаж	10.00-22.00	530	60%	универсал	самообслуж
Республика	Земляной вал ул., д. 33, ТЦ "Атриум", 3-й этаж	10.00-23.00	341	45%	универсал	самообслуж
Республика	Малый Патриарший пер., д. 5 стр. 1	09.00-22.00	198	40%	универсал	самообслуж
Академкнига	Б. Спасскоглинищевский пер., д. 8, стр.4	пн-пт 10.00-19.00, сб 10.00-18.00	90	80%	профиль: гуманитарная книга	смешанный

Чук и Гик	Большой Палашевский пер., 9	12.00-20.00	15	70%	профиль: комиксы	смешанный
Clever: Магазин изд-ва	Театральный пр-д., д. 5/1, ЦДМ, 3-й этаж, магазин 3-16а	10.00-22.00	88	90%	профиль: детская книга	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Театральный пр-д, д. 5, ЦДМ, 3-й этаж	10.00-22.00	250	70%	универс	самообслуж
Bookashki / Букашки	Покровка ул., д. 45 стр. 4, этаж 0	11.00-20.00	98	90%	профиль: детская книга	самообслуж
Comic Street	Театральный пр-д, д. 5, ЦДМ, 4-й этаж	10:00-22:00	50	70%	профиль: комиксы	самообслуж
MONITORbox: Книжный магазин	Нижняя Сыромятническая ул., д. 10 стр. 10 (Центр дизайна Artplay)	11.00-22.00	80	80%	профиль: искусство, дизайн	смешанный
Букбридж	Большая Татарская ул., д. 7	09.00-21.00	259	90%	профиль	самообслуж
Москва ТДК	Тверская ул., д. 8 стр. 1	10.00-01.00	560	87%	универсал	самообслуж
Молодая Гвардия ДК	Б. Полянка ул., д. 28 стр. 1	09.00-21.00	1200	70%	универсал	самообслуж
магазин Дома русского зарубежья им. А. Солженицына	Нижняя Радищевская ул., д. 2, 1-й этаж	пн-сб 11:00-19:00	120	80%	универсал	самообслуж
Бункер	Покровка ул., д. 17, 2-й этаж	12:00-22:00	126	90%	профиль: гуманитарная книга	самообслуж
Добролавка / Книги и Кофе	Столярный пер., д. 3 корп. 13	9:00-21:00	80	90%	профиль	самообслуж
Живет и работает	Миллютинский пер., д. 15 стр. 1	12:00-22:00	40	90%	профиль: small-press, зины, советский букинист	самообслуж
У Кентавра, книжный магазин РГГУ	Миусская площадь, д. 6 стр. 6	пн-пт 11:00-20:00; сб 11:00-18:00	135	90%	профиль	смешанный
Фаланстер	Тверская ул., д. 17	11:00-20:00	350	100%	профиль: гуманитарная книга	самообслуж
Ходасевич	Покровка ул., д. 6 стр. 2	11.00-21.00	45	80%	универс	самообслуж
Циолковский	Пятницкий пер., д. 8 стр. 1, офис 5	11:00-22:00	140	99%	профиль: гуманитарная книга	самообслуж
Листва	Жуковского ул., д. 4	11.00-22.00	40	70%	профиль	смешанный
Я люблю читать: Магазинчик детских книг	Покровка ул., д. 11, 2-й подъезд	пн-пт 10:00-20:00, сб-вс 11:00-19:00	30	70%	профиль: детская книга	смешанный
Primus Versus. Умные книги	Покровка ул., д. 27 стр. 1	пн-сб 11:00-23:30; вс 14:00-22:00	120	80%	универсал	смешанный
Белые облака	Покровка ул., д. 4 стр. 1	пн-пт 10.00-22.00	200	40%	профиль: религия, эзотерика	смешанный
Библио-Глобус ТД	Мясницкая ул., д. 6/3, стр. 1	пн-пт 09.00-22.00, сб-вс 10.00-21.00	1100	72%	универсал	самообслуж
БукВышка. Книжный магазин ВШЭ	Мясницкая ул., д. 20, стр. 1	пн-пт 10:00-20:00; сб 10:00-19:00	40	80%	профиль: университетская книга	самообслуж
Гиперион, Книжный клуб	Хохловский пер., д. 7/9 стр. 3	12.00-22.00	100	60%	профиль	самообслуж
Центральная Книжная лавка писателей	Кузнецкий мост ул., д. 18/7	пн-пт 10:00-20:00, сб 12:00-20:00	80	80%	профиль	самообслуж
Маршак: независимый детский книжный	Казарменный пер., д. 4 стр. 3	11.00-20.00	40	80%	профиль: детская книга	смешанный
ПК "Русская деревня"	Рождественка ул., д. 12/1	11:00-20:00	58	80%	профиль: малотиражная литература	смешанный
Пархоменко	Бутырский вал, д. 32	10:00-21:00	40	95%	универсал	самообслуж
Достоевский	Воздвиженка ул., д. 1	10:00-22:00	270	80%	универсал	смешанный
Garage Bookshop	Крымский вал, 9, стр. 32	11:00-22:00	110	50%	профиль: искусство	смешанный
Книжный в клубе "Клуб"	Покровский б-р, д. 6/20 стр. 1, «Клуб»	12:00-24:00	40	50%	профиль: книги, зины, винилы	самообслуж
Самокат	Малая Ордынка ул., д. 18 стр. 1	пн-сб 11:00-20:00	35	99%	профиль: детская книга	самообслуж

10.9. Зеленоградский Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в посткарантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Зеленоградского АО располагается 75 торговых объектов распространения книжных изданий (2,2% Москвы), в том числе:

- 3 специализированных на продаже книжных изданий магазина (1,3% данного формата в Москве);
- 39 киосков по продаже печатной продукции (2,36% киосков в Москве);
- 12 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (2,4%);
- 21 FMCG-объект с присутствием книг в ассортиментной матрице (2,04% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:83391 (в 2020 – 1:83484; в 2019 – 1:82178; в 2018 – 1:81028; в 2017 – 1:58122; в 2016 – 1:56619; в 2015 – 1:73900), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, FMCG и отделения Почты России), – 414,6 м² (в 2020 – 591,54 м²; в 2019 – 422,1 м²; в 2018 – 422,81 м²; в 2017 – 900,17 м²). Ситуация в этом округе остается относительно стабильной на протяжении последних лет. Как и в 2020-м, в 2021 году книжных магазинов в округе по-прежнему лишь три. Уровень их территориальной доступности в ЗелАО остается низким – один объект на 12,4 км² (в 2020 – 12,4 км²; в 2019 – 12,4 км²; в 2018 – 1:12,4 км²; в 2017 – 1:9,3 км²), но при этом все магазины относятся к крупноформатным (более 100 м²) площадкам с универсальным ассортиментом.

Основные изменения в книготорговом ландшафте округа связаны с ежегодным сокращением числа киосков печатной продукции и объектов непрофильного ритейла, торгующего в том числе книгами.

Таблица 10.9.
Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	Зеленоград, 23 мкр. "Зеленый бор", корп. 2309А, ТЦ "Столица"	10:00-22:00	186,7	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Зеленоград, Панфиловский пр-т, д. 6А, ТЦ "Панфиловский", 3 этаж	10:00-22:00	189	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Зеленоград, Крюковская пл., д. 1	10:00-22:00	137,8	70%	универс	самообслуж

**10.10. Троицкий и Новомосковский Административные Округа:
 Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики
 восстановления в пост-карантинный период**

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории ТиНАО располагается 133 торговых объекта распространения книжных изданий (3,9% Москвы), в том числе:

13 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (5,63% данного формата в Москве);

26 киосков по продаже печатной продукции (1,57% киосков Москвы);

20 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (3,99%);

74 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (7,19% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:31217 (в 2020 – 1:36814; в 2019 – 1:32253; в 2018 – 1:29908; в 2017 году – 1:48609; в 2016 году – 1:40244), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG) – 2612,88 м² (в 2020 – 2189,9 м²; в 2019 – 2266,0 м²; в 2018 – 1946,9 м²; в 2017 – 1084,40 м²). Еще до пандемии (в 2018-2019 гг.) ситуация с книготорговым бизнесом в округе претерпела позитивные изменения. Районы «новой Москвы» стали активно осваивать сети «Книжный Лабиринт» и «Читай-город», в Троицке открылся двухэтажный (190 м²) книжный магазин

«Территория: Книги. Мысли. Впечатления» (франшиза «Эксмо»). И хотя в 2020 году по понятным причинам новых магазинов книжники здесь не открывали, напротив, закрылся «Книжный Лабиринт» в пос. Коммунарка и «Республика» в ТРЦ «Мега-Теплый стан», но в 2021 году случился настоящий бум открытий. Сеть «Книжный Лабиринт» открывает сразу три новых магазина в поселках Сосенское, Крекшино и ГП Московский, а переехавший два года назад на задворки в ларек площадью 35 м², Троицкий Дом книги вернулся в свое прежнее двухэтажное просторное (150 м²) помещение на Сиреневом бульваре. Так что, уровень территориальной доступности книжных магазинов ТиНАО и их качество в сентябре 2021 года выглядит намного лучше прошлогодних данных и тем более данных четырехлетней давности – один объект на 111,21 км² (в 2020 – 1:131,4 км²; в 2017 – 1:247,0 км²). При этом 92,31% книжных магазинов «новой Москвы» относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 м²) с универсальным книжным ассортиментом.

**Таблица 10.10.
Рейтинг-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины**

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	22-й км Киевского ш., БП "Румянцево", корп. Б, 1-й этаж	10:00-21:00	370	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Первомайское пос., д. Рогозинино, ул. Луговая, д. 20А, стр. 1	10:00-22:00	192	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Московский ГП, ул. Хабарова, д. 2, ТРК «Новомосковский»	10:00-22:00	411	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Сосенское пос., Николо-Хованская ул., д. 28 стр. 5, МФК «Николин Парк», 2-й этаж	10:00-22:00	352.2	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Крекшино пос., Озёрная ул., д. 2, ТЦ «Ярмарка Крёкшино»	10:00-22:00	318.2	50%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Троицк, Городская ул., д. 6, ТЦ "Троицк", 3-й этаж	10:00-21:00	270.0	70%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Московский ГП, Никитина ул., д. 2, ТЦ "Столица", 3-й этаж	10:00-22:00	356.1	50%	универсал	самообслуж
Читай-город	Московский ГП, 23-й км Киевского шоссе, д. 1, ТРЦ "Саларис"	10:00-22:00	356.2	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	ЖК "Бутово Парк", 8 корп.1, ТРЦ "Бутово-Парк"	10:00-22:00	356	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Внуковское пос., Летчика Ульянина ул., д. 5	10:00-22:00	292	70%	универсал	самообслуж

Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Троицк, Академическая площадь, д. 3	09.00-21.00	189	70%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Коммунарка пос., Ясная ул., д. 5	10.00-20.00	74	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
МУП "Магазин Центральный" / "Дом книги"	Троицк, Сиреневый б-р, д. 2	пн-сб 09:00– 20:00; вс 09:00–18:00	150	50%	универс	смешанный

10.11. Юго-Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории ЮВАО располагается 379 торговых объектов распространения книжных изданий (11,11% Москвы), в том числе:

8 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (3,46% данного формата в Москве);

174 киоска по продаже печатной продукции (10,5% киосков Москвы);

59 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (11,78%);

138 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (13,4% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:178968 (в 2020 – 1:143383; в 2019 – 1:118203; в 2018 – 1:117138; в 2017 – 1:136386; в 2016 – 1:111558; в 2015 – 1:169125; в 2014 – 1:150333; в 2013 году – 1:135300), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, почтовые отделения и FMCG) – 3043,26 м² (в 2020 – 3786,6 м²; в 2019 – 3416,7 м²; в 2018 – 3322,36 м²; в 2017 – 2236,80 м²). После некоторого улучшения состояния в 2016 году, в 2017-м в связи с закрытием «Книжного Лабиринта» на Волгоградском проспекте и Дома книги в Выхино (ОЦ МДК) книготорговая инфраструктура ЮВАО вновь оказалась в кризисном состоянии, и в последующие годы ситуация лишь ухудшалась. Сегодня здесь не просто худший по Москве показатель обеспеченности населения книжными магазинами. Такой уровень (1 книжный на 179 тыс.

жителей) характерен скорее для горных районов Дагестана и степей Калмыкии, но никак не столичного округа, расположенного в пределах МКАД. И если в сложном 2020-м в ЮВАО прекратил существование только филиал сети «Мир школьника», сократив выкладку книг до 10% торговой площади, то в 2021 году закрылся очередной «Детский книжный» и несколько киосков печатной продукции, а также десятки FMCG-маркетов, расположенных в округе, прекратили работать с книгами. Если говорить об уровне территориальной доступности книжных магазинов в ЮВАО, то он остается одним из худших в «старой» Москве: 1 объект на 14,7 км² (в 2020 – 11,8 км²; в 2019 – 9,9 км²; в 2018 – 1: 9,8 км²; в 2017 – 1: 12,03 км²). Впрочем, жители округа по традиции и в 2021 году достаточно много обращаются к услугам интернет-магазинов и чаще жителей других АО Москвы скачивают электронные книги в онлайн магазинах и библиотеках. Спасает положение и тот факт, что 75% книжных магазинов ЮВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 м²) с универсальным книжным ассортиментом.

**Таблица 10.11.
Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины**

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	7-я Кожуховская ул., д. 9, ТРЦ «Мозаика»	10.00-22.00	278.0	60%	универсал	самообслуж
Книжный Лабиринт	Поречная ул., д. 10, ТРК "Мари	10:00-22:00	152.3	60%	универсал	самообслуж
Читай-город	Волгоградский пр-т, д. 78/1	10:00-22:00	947.9	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Люблинская ул., д. 171	09:00-21:00	315.6	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Перерва ул., д. 43 корп. 1, ТЦ "БУМ"	10:00-22:00	1078.4	70%	универсал	самообслуж
Читай-город	Рязанский пр-т, д. 46	10:00-22:00	519.5	70%	универсал	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Шоссейная ул., д. 30	10.00-20.00	50.0	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Филадельфия	Волгоградский пр-т, д. 17 стр. 1	пн-сб 10:00-19:00	54.0	60%	профиль: христианская лит-ра	смешанный

Тема 11.

Анализ сводной матрицы покупательских и читательских предпочтений посетителей книжных магазинов в разрезе административных округов города Москвы

11.1. Южный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

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 (65,3%). Причем, по сравнению с аналогичным опросом прошлого года значимо (до 2%) сократилось число клиентов магазина, посещающих его по причине близости работы. Видимо, значительное количество жителей этого округа было переведено на удаленку. И напротив, значительно (с 7% до 31%) выросло количество специальных посещений книжного магазина, в том числе по причине «низких цен». В 2021 году треть респондентов опроса в Южном АО Москвы посещают книжные магазины с периодичностью не реже одного раза в месяц (32,65%), и почти половина (45%) предпочитает заходить в книжные гораздо реже – один раз в год или полгода. Для жителей этого округа в приоритете «широкий ассортимент» и «низкие цены», поэтому их предпочтениям отвечают прежде всего специализированные книжные магазины (89,8%) и интернет-магазины печатных книг (32,65%). При этом достаточно заметная часть респондентов опроса в ЮАО практикует в 2021-м скачивание и чтение электронных книг (16,3%). Нельзя не отметить и значительный рост числа экономных покупателей среди респондентов опроса: в 2021 году 61,2% посетителей книжных магазинов ЮАО готовы ежемесячно тратить на книги от 100 и до 500 рублей, в 2020-м таковых насчитывалось лишь 31,7%; а также снижение доли покупок книг для детей (с 41,6% в 2020 до 28,6% в 2021) при параллельном росте веса мотива приобретения книг в семейную библиотеку (до 31%) и в качестве подарка (20%). По-прежнему не менее двух третей клиентов книжных магазинов ЮАО приобретает книги для собственного

досуга (65,3%), отдавая предпочтение фантастике и книгам по психологии и саморазвитию.

На фоне других «спальных районов» столицы жители ЮАО почти всегда игнорируют крупные книжные ярмарки и фестивали (Красная площадь, Гостиный Двор, Экспоцентр), а также встречи с авторами на территории книжных магазинов.

Таблица 11.1. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Южного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги в Чертаново / Чертановская ул., д.14, кор.1; 30 сентября 2021 г.)

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
	32,65	18,37	20,41	24,49	4,08
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе/учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	65,31	28,57	22,45	20,41	30,61
Сколько денег готов потратить на книги <u>в месяц</u> 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.
	2,04	18,37	40,82	22,45	14,29
Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% 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
	89,80	12,24	0,00	32,65	16,33
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/ один вариант ответа)	Художественная литература для взрослых			Детская книга	
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.
	24,49	57,14	18,37	22,45	53,06
					24,49

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	широкий выбор книг	уровень персонала	другое
	65,31	2,04	30,61	53,3	46,7	0,0	0,00

11.2. Северо-Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории СЗАО, книжные магазины данного округа столицы по-прежнему пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (73,9%). Тем не менее, на фоне прошлогоднего опроса заметно (с 3,4% до 18,6%) подросла доля тех, кто специально приезжает за книгами в магазины округа, хотя большинство из них и представляют собой типовой формат сетевого книжного объекта. В целом, жители и гости Северо-Западного АО Москвы достаточно регулярно покупают книги (65,8% – не реже одного раза в 1-3 месяца), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам (83,8%) и/или интернет-магазинам (41,0), то есть широкий выбор – абсолютный приоритет в мотивации покупки, как и печатный формат издания, в то время как электронные книги читают/скачивают лишь 14% респондентов проведенного опроса. Среднестатистический посетитель книжных магазинов СЗАО в 2021 году тратит на книги в месяц до 1000 рублей (61,6%), посещая книготорговые объекты, как правило, с целью приобретения книг для собственного досуга (79,4%) и для ребенка (22,0%). Предпочитаемая тематика – фантастика и классика. Житель СЗАО в большинстве случаев считает, что цена на романы для взрослых не должна превышать 500 рублей, а на книги для детей – 300 рублей. 89% респондентов из этого АО не посещали никаких массовых

книжных мероприятий или встреч с авторами, зачастую объясняя это ограничением мобильности в связи с распространением коронавирусной инфекции.

Таблица 11.2.

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 – Дом книги в Тушино / Яна Райниса б-р., д. 21; 30 сентября 2021 г.)

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
	29,61	36,23	14,49	14,58	5,1
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	79,44	22,01	10,46	20,05	13,22
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.
	0,90	4,30	14,32	42,14	38,37
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
	83,81	5,19	6,89	41,04	14,05
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная литература для взрослых			Детская книга	
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.
	23,79	51,44	22,98	51,24	36,96
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
	55,36	18,52	18,61	4,2	95,8
				уровень персонала	другое
				0,0	7,52

11.3. Юго-Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

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 (62,9%), тем не менее, здесь и достаточно клиентов, специально приезжающих ради «большого выбора» (24,19%). Жители Юго-Западного АО Москвы не часто покупают книги (59,7% - один раз в 3-6 месяцев), предпочитая для этого специализированный книжный магазин с большим выбором книг (85,48%) и интернет-магазин (41,9%) с курьерской доставкой или самовывозом, а также почти совсем не интересуются электронными книгами (только 1,6% респондентов сообщили о чтении эл. книг). В целом, посетители книжных магазинов ЮЗАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (58,1%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (75,8%) и для ребенка (37,1%). Причем, в покупке книг для работы или учебы «сознались» всего лишь 3,2% респондентов. Предпочитаемая тематика посетителей книжных магазинов в этом округе – фантастика, фэнтези, современная беллетристика и книги по психологии (преимущественно для женской аудитории). Кроме того, они гораздо чаще, чем жители других округов, посещали в 2021 году книжные фестивали. Особой популярностью пользовалась Non|Fiction в Гостином Дворе (24,2% респондентов опроса) и ММКЯ в Экспоцентре (11,3% респондентов).

Таблица 11.3.

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 – Дом книги в Беляево/Миклухо-Маклая ул., д. 18, корп. 1; 1 октября 2021 г.)

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	
	20,97	35,48	24,19	17,74	1,61	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку	
	79,44	22,01	10,46	20,05	13,22	
Сколько денег готов потратить на книги <u>в месяц</u> 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.	
	0,00	9,68	16,13	41,94	27,42	
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	
	85,48	1,61	4,84	41,94	1,61	
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга		
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	
	16,13	38,71	45,16	40,32	54,84	
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
	62,90	9,68	24,19	6,7	93,3	0,0

11.4. Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (60,7%), но и специальные посещения по причине «большого выбора книг» нередки (17,9%). Жители Западного АО Москвы не

имеют четких приоритетов относительно места покупки книг, это может быть и онлайн книжный магазин (82,1%), и заказ в интернет-магазине с курьерской доставкой (48,2%), и онлайн-витрина электронных книг (30,4%), и даже покупка книги в Ашане или МЕТРО для жителей ЗАО не редкость (8,93% респондентов). Кроме того, на фоне других округов столицы частотность покупки книг здесь довольно высокая – почти две трети респондентов (60,7%) заявили, что приобретают книги не реже 1 раза в месяц-квартал.

В целом, посетители книжных магазинов ЗАО готовы ежемесячно тратить на книги от 500 и более рублей (80,4%), но считают, что цена на книгу для взрослого читателя должна укладываться в 300-500 рублей (46,4%), а для ребенка – в 100-300 рублей (58,9%). Они, как правило, приобретают книги для собственного досуга (75%) и в семейную библиотеку (23,2%), отдавая предпочтение детской литературе, фантастике и книжной классике. В ходе опроса 85,7% респондентов «сознались» в том, что НЕ посещали каких-либо книжных выставок и прочих книжных мероприятий в 2021 году. И это неплохой показатель для административного округа в период ковидных ограничений.

Таблица 11.4.

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 – Читай-город / Ярцевская ул., д. 25а, ТЦ "Трамплин" 4-й этаж; 30 сентября 2021 г.)

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
	28,57	32,14	16,07	17,86	5,36
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе/учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	75,00	21,43	16,07	14,29	23,21
Сколько денег готов потратить на книги в	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.

месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	1,79	5,36	12,50	37,50	42,86
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 эл. книги из интернета
	82,14	7,14	8,93	48,21	30,36
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых		Детская книга		
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.
	25,00	46,43	25,00	58,93	30,36
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
	60,71	16,07	17,86	0,0	100,0
				уровень персонала	другое
					5,36

11.5. Северный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории САО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих и работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (70,97%). Жители Северного АО Москвы в 2021-м как правило регулярно, то есть не реже 1 раза в 3 месяца (71,0%), приобретают книги, при этом отдают предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором (85,5%) и интернет-магазинам (33,9%), тратя в месяц на книги от 500+ рублей (80,7% респондентов) и в значительно меньшей степени, чем жители других АО Москвы, пользуясь для книжных покупок fmcs-маркетами (лишь 4,8%

респондентов). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (83,9%) по предпочтаемой тематике: фантастика, детективы и современная проза. В ходе опроса выяснилось, что жители САО если и выбирались из дома на книжные мероприятия в 2021 году, то исключительно на книжный фестиваль на Красной площади (4,84%), но в большинстве своем предпочли их пропустить (91,9%), как максимум «придя» на встречу с автором в онлайне (3,2%).

Таблица 11.5.

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 – Читай-город / Ленинградский пр-т, д. 62А; 1 октября 2021 г.)

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 раза в год	другое
	30,65	40,32	12,90	11,29	4,84
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	83,87	22,58	4,84	25,81	3,23
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	3,23	16,13	46,77	33,87
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
	85,48	3,23	4,84	33,87	17,74
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый	Художественная литература для взрослых			Детская книга	
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.

вопрос/один вариант ответа)	22,58	56,45	20,97	43,20	43,35	12,90	
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
	50,00	20,97	19,35	8,3	91,7	0,0	9,68

11.6. Северо-Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории СВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью у москвичей, проживающих непосредственно в зоне влияния торговой площадки (60,0%), но при этом достаточно высока и доля тех, кто специально выезжает в специализированный книжный за «большим выбором» книг (23,3%). В 2021 году жители и гости Северо-Восточного АО Москвы стали значительно реже покупать книги, в ходе 66,7% респондентов заявили о том, что делают это не чаще одного раза в полгода – год, в то время как в 2020-м преимущественная (64,1%) частотность покупок находилась в пределах «раз в квартал». Впрочем, жители округа по-прежнему отдают предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (83,3%), всё чаще прибегают к заказам книг в интернет-магазине (50,0%) и в отличие от жителей других округов никогда (0% респондентов) не покупают книги «по пути» в киосках или fmсg-супермаркетах: АШАН, Лента или FixPrice. В целом, посетители книжных магазинов СВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 500+ рублей (68,3%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (75,0%), для ребенка (25,0%) или в подарок (21,7%). С точки зрения жанров и тематик они отдают предпочтение учебной литературе и изданиям по психологии и саморазвитию. И впервые за несколько лет проведения в рамках Мониторинга аналогичных соцопросов, все (100%) посетители книжных

магазинов СВАО отказались от посещения любых книжных ярмарок, фестивалей и выставок, прошедших в 2021 году на территории Москвы.

Таблица 11.6.

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 – Дом книги в Медведково / Заревый пр-д, д. 12; 5 октября 2021 г.)

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 раза в год	другое	
	20,00	13,33	38,33	28,33	0,0	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе/учебе	в подарок	в семейную библиотеку	
	75,00	25,00	11,67	21,67	3,33	
Сколько денег готов потратить на книги в месяц (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.	
	5,00	8,33	18,33	38,33	30,00	
Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% 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	
	83,33	0,00	0,00	50,00	6,67	
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная литература для взрослых			Детская книга		
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.
	1,67	41,67	55,00	28,33	23,33	31,67
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
	60,00	11,67	23,33	35,7	57,1	7,2
						другое

11.7. Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью и у тех, кто проживает в непосредственной близости от торговой площадки (58,1%), и у тех, кто рядом работает или учится (24,2%). В меньшей степени, но всё же достаточно много среди посетителей местных книжных магазинов и москвичей, которые готовы специально приезжать по причине «низких цен и большого выбора» (16,1%). При этом, среди жителей и гостей Восточного АО Москвы достаточно много (20,96%) клиентов, которые потратят на покупку книг в месяц только 100-300 рублей. Кроме того, почти половина (46,8%) респондентов считают, что цена детской книги не должна выходить за рамки данного диапазона, то есть не более 300 рублей.

Жители ВАО не имеют четко выраженного графика посещения книжного магазина – треть респондентов (30,7%) делают это раз месяц и примерно столько же (33,9%) заходят в книжный не чаще одного раза в год. Отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором (83,9%), жители округа не видят причин отказаться от покупки печатных книг в интернет-магазинах (35,48%) или даже от скачивания и чтения электронных книг (9,68%). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (80,65%) и для ребенка (19, 4%), что обуславливает и набор читательских предпочтений: фэнтези, детективы, современная проза и учебная книга. При этом, клиенты книжных магазинов этого округа по-прежнему и в 2021 году достаточно активно посещают онлайн-выставки – 4,84% респондентов (фестиваль на Красной площади), 6,45% (ММКЯ в Экспоцентре) и 1,61% (Non|Fiction в Гостином Дворе), несмотря на ограничения Роспотребнадзора.

Таблица 11.7.

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; 30 сентября 2021 г.)

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	
	30,65	16,13	17,74	33,87	1,61	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку	
	80,65	19,35	12,90	14,52	14,52	
Сколько денег готов потратить на книги в месяц (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.	
	8,06	12,90	16,13	29,03	33,87	
Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% 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	
	83,87	0,00	6,45	35,48	9,68	
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная литература для взрослых			Детская книга		
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.
	27,42	41,94	30,65	46,77	32,26	16,13
Критерии выбора (<i>«любимого»</i>) 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
	58,06	24,19	16,13	30,0	60,0	10,0
						другое

11.8. Центральный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

Когда-то книжные ЦАО столицы пользовались популярностью преимущественно у москвичей, специально приезжающих в «особые» центральные магазины по причине «большого выбора книг» или, правильнее сказать, «особой подборке книг» и вообще атмосферы или многолетней привычки. Сегодня многое изменилось. Постоянное ожидание очередных ограничений Роспотребнадзора на перемещения в рамках мегаполиса, система QR-кодов в связи с распространением коронавирусной инфекции и снижение туристического потока привели к пугающей пустоте торговых залов в весенние и летние месяцы, и к значимому снижению трафика даже в высокий осенний сезон. Конечно, в центральные магазины или книжные клубы и сегодня специально приезжает достаточное число клиентов (33,87% респондентов опроса), тем не менее, основу их трафика на 56,5% создают москвичи, которые работают или живут в «шаговой доступности» (2-3 станции метро) от магазина и случайные прохожие (11,3%), большинство из которых – активно читающие книголюбы.

Посетители книжных магазинов Центрального АО Москвы, как правило, не реже одного раза в 1-3 месяца покупают книги (69,4%) и имеют четкую привязку к «любимому книжному», предпочитая делать покупки в специализированном книжном онлайн магазине (95,2%) и нередко в интернет-магазине (30,7%). 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 (85,5%), для ребенка (38,7%), а также в подарок (11,3%).

В отличие от других АО Москвы, аудитория респондентов ЦАО, скачивающих электронные книги из интернета, нынешней осенью сократилась до удивительного 0% (в 2020 – 15,2%; в 2019 – 16,7%). И среди посетителей магазинов округа по-прежнему мало тех, кто покупает книги «по пути» параллельно с другими покупками (3,2-9,7%).

Осенью 2021-го лишь треть (32,26%) респондентов ЦАО готовы потратить более 1000 рублей в месяц на приобретение книг (в сентябре 2019 – 56%), но при этом большинство уверено, что ценовой диапазон романа для взрослых должен ограничиваться пределами 300-500 руб. (53,2%), а детской книги – пределами 100-300 рублей (62,9%). Еще одной особенностью 2021 года стало снижение на фоне опроса 2020 года числа респондентов, посетивших ММКЯ в Экспоцентре (с 13,8% до 3,2%), но при этом выросло число доехавших в июне до Красной площади книголюбов (с 1,7% до 6,45%). По-прежнему среди посетителей книжных магазинов ЦАО достаточно тех (87,1%), кто так и не смог выбраться ни на одно книжное мероприятие столицы.

Таблица 11.8.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЦАО Москвы (выборка 150 человек, книготорговый объект –Молодая Гвардия / Полянка, д. 28; 1 октября 2021 г.)

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
	48,39	20,97	24,19	6,45	0,0
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	85,48	38,71	3,23	11,29	3,23
Сколько денег готов потратить на книги в месяц (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	1,61	4,84	17,74	35,48	32,26
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
	95,16	3,23	9,68	30,65	0,00
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная литература для взрослых			Детская книга	
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.
	27,42	53,23	17,74	62,90	29,03
					3,23

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
	35,48	20,97	33,87	19,1	80,9	0,0	11,29

11.9. Троицкий и Новомосковский Административные Округа. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ТиНАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (64,1%) или специально приезжающих в ТЦ из близлежащих районов (27,4%). Жители и гости ТиНАО Москвы не имея четко выраженного графика покупки книг, тем не менее, предпочитают приобретать книги не чаще раза в квартал или в полгода, отдавая предпочтение лоткам, книжным магазинам (87,6%) и интернет-заказам печатных книг до пункта самовывоза (37,3%). Как правило, покупка совершается с целью приобретение книг для собственного досуга (70,6%) и для ребенка (32,8% - один из самых высоких показателей среди округов столицы), что обуславливает и выбор читательских предпочтений: современная проза, детские книги и учебная литература. В отличие от предыдущих лет, осенью 2021 по результатам опроса выявлено достаточно скромное число респондентов, скачивающих электронные книги из интернета – 8,97% (в 2020 – 13,2%; в 2019 – 34,3%; в 2018 – 29%; в 2017-м – 26%; в 2016-м – 35%). И наконец, нельзя не отметить значимый процент респондентов (43,5%) в ТиНАО, склонных к экономной модели поведения в отношении книги и не готовых тратить более 500 рублей на книжное издание. С другой стороны, жители ТиНАО с большим удовольствием посещают всевозможные книжные мероприятия. Так, перенесенный по датам книжный фестиваль на Красной площади и

неожиданно переехавшую в Экспоцентр ММКЯ в 2021 году посетило 4-6% респондентов опроса в ТиНАО и более 12% сообщили о своем посещении выставки Non|Fiction в Гостином Дворе в начале весны.

Таблица 11.9.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ТиНАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Читай-город / ГП Московский, 23-й км Киевское шоссе, д. 1, ТРЦ "Саларис"; 4 октября 2021 г.)

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
	26,81	26,93	22,30	21,10	2,85
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	70,56	32,84	12,84	14,23	17,73
Сколько денег готов потратить на книги <u>в месяц</u> (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	1,02	14,03	28,48	32,20	20,86
Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% 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
	87,64	6,93	2,42	37,30	8,97
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная литература для взрослых			Детская книга	
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.
	20,31	47,93	31,76	31,39	53,95
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
	64,11	5,86	27,4	8,3	91,7
			уровень персонала	0,0	1,62

11.10. Юго-Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих непосредственно в зоне влияния торговой площадки (59,7%). Хотя по причине малочисленности книжных магазинов в округе многим (25,8%) приходится «специально приезжать» за «большим выбором книг». Жители Юго-Восточного АО Москвы достаточно часто покупают книги – не реже одного раза в квартал (67,7%), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (87,1%), и заметно больше жителей других АО столицы скачивая книги у онлайн продавцов (24,2%). В целом, посетители книжных магазинов ЮВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (75,8%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (90,3%) или в подарок (20,97%). С точки зрения жанров и тематик они отдают предпочтение фантастике, фэнтези, женским романам и классике. И при этом жители ЮВАО в 2021 году неожиданно много посещают книжные выставки и фестивали столицы. Лишь 79% (в 2020 – 95%) респондентов проведенного в книжных магазинах опроса так и не выбрались никуда в 2021 году.

Таблица 11.10.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Читай-город/ Волгоградский пр-т, д. 78/1; 30 сентября 2021 г.)

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
	35,48	32,26	19,35	11,29	1,61

Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку	
	90,32	11,29	11,29	20,97	1,61	
Сколько денег готов потратить на книги <u>в месяц</u> (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.	
	0,0	3,23	27,42	48,39	20,97	
Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% 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	
	87,10	4,84	9,68	22,58	24,19	
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга		
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.
	14,52	48,39	35,48	22,58	59,68	17,74
Критерии выбора (<i>«любимого»</i>) 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
	59,68	14,52	25,81	0,0	93,8	6,2
						другое

Источник: данные Мониторинга, 30 сентября – 5 октября 2021 г.

Тема 12.

Оценка текущей структуры книгораспространения книжного рынка города Москвы с указанием сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений. Предложения по перспективным местам открытия книжных магазинов / точек продаж

Собранные в рамках Мониторинга данные о размещении и эффективности работы объектов книгораспространения позволяют объективно оценить текущее состояние книжной инфраструктуры в административных округах Москвы по четырем основным каналам:

- книжные магазины;
- универсальные магазины с книгами в ассортименте;
- отделения почтовой связи: пункты выдачи заказов /ПВЗ/;
- киоски/павильоны со специализацией «печать».

По уровню обеспеченности населения книжными магазинами среди АО Москвы по-прежнему лидирует Центральный округ с коэффициентом 1:15281 (или 1 магазин на 15 тыс. жителей). Несмотря на то, что в 2020-м этот округ больше других столичных АО пострадал от закрытия магазинов сети «Республика», к осени 2021 года он смог полностью восстановиться. Фактически все небольшие книжные магазины, кулуарные книжные клубы и VIP-объекты книжной торговли центра Москвы сохранили лояльную аудиторию покупателей. Более того, в 2021 году в ЦАО появилось пополнение в лице андеграундного «Бункера», Книжного клуба в «Клубе» и патриотической «Листвы», а сеть «Читай-город» заняла опустевшее после банкротства «Республики» помещение на проспекте Мира и вдобавок открыла «по соседству» еще парочку новых магазинов.

В отчетном году наблюдается ухудшение ситуации с книжными магазинами в 46% административных округов Москвы. Наиболее заметна отрицательная динамика коэффициента обеспеченности жителей книжными магазинами в Северном и Юго-восточном (САО, ЮВАО) округах столицы, где осенью 2021 – 1 магазин приходится на 47 тыс. жителей (в 2020 – на 42 тыс.) и 1 магазин на 179 тыс. жителей (в 2020 – 143 тыс.) соответственно. Относительно стабильная книготорговая инфраструктура в этих округах в предыдущие годы, в 2021-м претерпела серьезную ротацию (закрытие существующих и открытие новых) по объектам сети «Читай-город» и

закрытие независимых небольших по формату и профилированных (преимущественно на детской книге) магазинов.

Напротив, значительное улучшение ситуации с обеспеченностью населения книжными магазинами мы видим в Восточном АО столицы, где после значительных потерь зимой 2020/2021 гг., в том числе закрытия двух крупноформатных объектов сети «Московский Дом книги», книготорговая инфраструктура к осени 2021 года практически восстановилась благодаря активности сети «Читай-город» и ОЦ МДК.

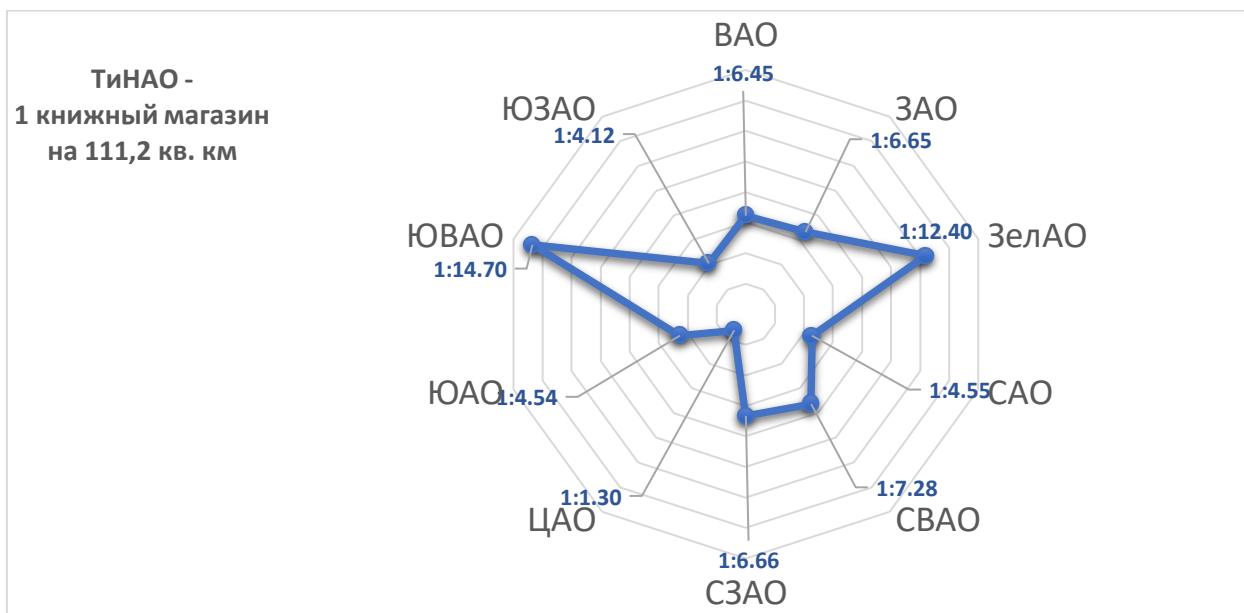
В текущем году относительно стабилен книготорговый ландшафт лишь в СВАО, ЮЗАО и ЗелАО, где один книжный магазин приходится на 102 тыс., 55 тыс. и 83 тыс. жителей соответственно, а территориальная доступность профильных объектов книготорговли колеблется в диапазоне от 1:4,12 км² до 1:12,4 км².

В 2021-м Юго-Восточный округ столицы остается аутсайдером по присутствию книжных магазинов – 1 магазин на 179 тыс жителей (2020 – 1:143 тыс.; 2019 – 1:118 тыс.; 2017 – 1:136 тыс.). Более того, за текущий год ситуация здесь заметно ухудшилась. Стоит сказать, что по уровню обеспеченности книжными магазинами ЮВАО по-прежнему уступает даже округам «новой» Москвы (ТиНАО), где в 2021 году, напротив, можно видеть большое количество открытий магазинов сети «Книжный Лабиринт» и соответственно значимое улучшение показателя обеспеченности до 1:31217 или 1 магазин на 31 тыс. жителей (в 2020 – 1:36814).

Необходимо отметить, что большинство (84%) книжных магазинов Москвы – это сетевые объекты, принадлежащие в том числе крупным книготорговым операторам с ровным покрытием по всем АО Москвы, что во многом нивелирует расхождения округов в ассортиментной карте и ценовой политике.

Диаграмма 12.1.

Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы по состоянию на сентябрь 2021 г. (магазин на кв. км)



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2021

После активной фазы сокращения числа книжных магазинов в 2014-2015 гг., когда закрылись более 20 крупноформатных магазинов московского филиала сети «Буква» и 10 магазинов ОЦ МДК, обанкротилась «Лавка детских книг», более спокойные 2017-2019 годы восполнили потери. Значимо приросли по числу магазинов не только два лидера московской книготорговли – сети «Книжный Лабиринт» и «Читай-город», но и ОЦ «Московский Дом книги», развивается франшиза холдинга «Эксмо/АСТ» («Территория: Книги. Мысли. Впечатления»), открываются магазинчики комиксов («Чук и Гик», «Comic Street»), пополняется новыми объектами и профицированный на детских книгах ритейл: развиваются сети магазинов издательства «Clever» и «Школа семи гномов» издательства «Мозаика-Синтез». И стоит сказать, что сложные 2020-2021 годы пока спровоцировали банкротство только сети «Республика». Остальные книготорговые сети Москвы (отчасти в урезанном виде) и независимые книжные магазины, несмотря на снижение

покупательского трафика покупателей и закрытия в связи с ухудшением эпидемиологической ситуации в Москве, тем не менее, продолжают работать.

Однако в 2021 году в Москве значимо сократился пул непрофильных для книжников (FMCG) магазинов с присутствием книг в ассортименте. Если еще в 2020-м издатели активно продвигали книги в открытых в период карантина супермаркетах «Пятерочка» и «Перекресток», «FixPrice» и «Ашан», то в 2021 году «X5 Retail Group», а вслед за ним и «Магнит» отказались от выкладки книг/печатной продукции в торговых залах своих супермаркетов. Таким образом, только за год москвичи лишились более трети (36%) мест приобретения книг «по пути» одновременно с товарами первой необходимости. В 2021 году по уровню обеспеченности населения универсальными (FMCG) магазинами с присутствием книг в ассортиментной карте среди округов Москвы лидирует Южный АО. Именно здесь, а также в Юго-Восточном АО, расположено наибольшее количество этих объектов – 159 и 138 соответственно. Эти же округа лидируют и по уровню доступности (плотности размещения) универсалов на своей территории – 1 объект на 0,8-0,9 кв. км. Но как показал социологический опрос, жители Южного АО никогда, а Юго-Восточного АО достаточно редко (в 9-10% случаев) приобретают книги параллельно с другими покупками в супермаркетах популярных брендов: «Ашан», «FixPrice», «Детский мир» и пр.

Обеспеченность москвичей киосками печатной продукции в 2021 году несколько снижается до уровня 1:7665 или один объект на 7-8 тыс жителей (в 2019 – 1:6886). Порядка 80% книжного предложения киосковых сетей составляют издания художественной литературы для взрослых и детские книги. В разрезе округов с точки зрения территориальной доступности и коэффициента обеспеченности киосками наиболее благополучная ситуация складывается в Центральном, Зеленоградском, Северном и Северо-Западном АО Москвы, и, напротив, очевидно недостаточное развитие киосковой инфраструктуры наблюдается в Северо-Восточном и Юго-Восточном АО. Особняком стоят округа Москвы, географически размещенные за пределами

МКАД. В Троицком и Новомосковском административных округах коэффициент территориальной доступности киосков и в 2021 году составляет невероятные 1:56 км² (в 2019 – 1:50 км²).

Кроме того, в 2020-2021 годах на столичной карте пунктов выдачи интернет-заказов (ПВЗ) остались лишь отделения почтовой связи (АО «Почта России») с компактной книжной выкладкой. Услуги доставки интернет-магазины полностью передали в аутсорсинг или в партнерские транспортные компании / курьерские службы (в т.ч. Boxberry, DPD, 5POST, Delivery), а также в собственные и партнерские пункты выдачи заказов, где о демонстрации книжного ассортимента речи конечно не идет. Коэффициент территориальной доступности отделений АО «Почта России» с книжными демонстрационными панелями в октябре 2021 года в среднем по Москве составляет 1:5,04 км². Этот сервис достаточно востребован, особенно на территориях Троицкого и Новомосковского округов. И хотя рост покупок печатных книг в интернете наблюдается повсеместно, тем не менее в большинстве округов Москвы и в сентябре-октябре 2021 года жители отдают предпочтение физическому контакту с книгой в момент приобретения и традиционным книжным магазинам.

Диаграмма 12.2. Уровень интереса москвичей к покупкам печатных книг в интернет-магазинах в 2019 и 2021 гг. в разрезе АО Москвы



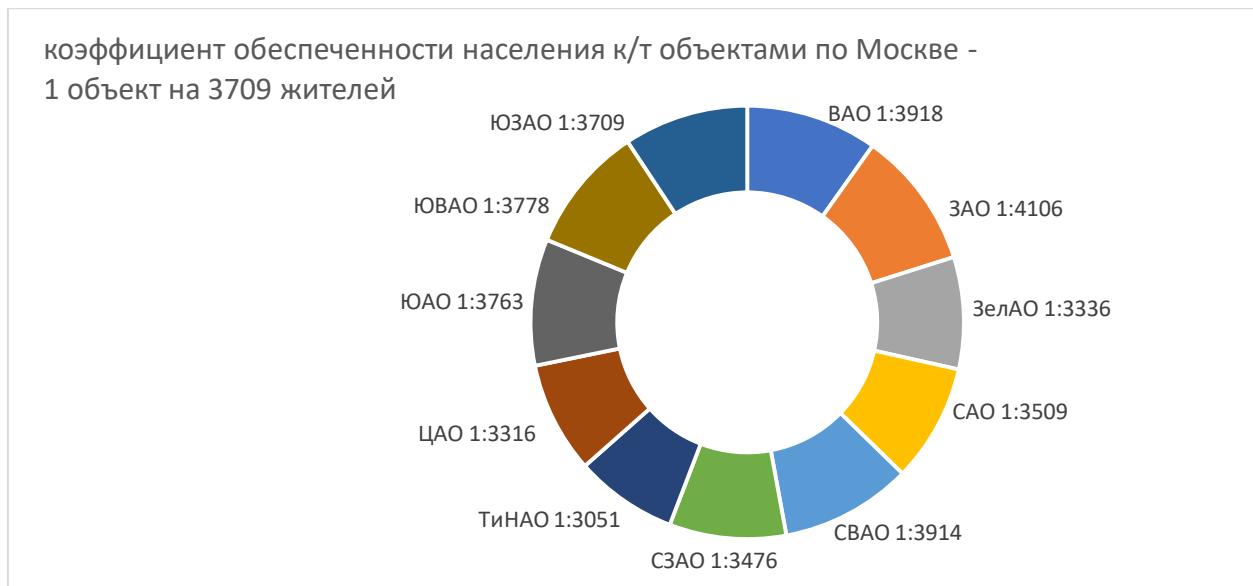
Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2019 и 2021 гг.)

С учетом всех перечисленных выше аналитических оценок и расчетных показателей итоговый рейтинг административных округов Москвы по параметру «традиционное книгораспространение» возглавляют ЦАО, ЮАО и СЗАО. Именно в этих округах представлена развитая традиционная инфраструктура для чтения, обеспечивающая максимальную доступность, широту и качество книжного ассортимента.

Во всех же остальных округах требуется принятие решений по корректировке сложившейся схемы объектов традиционного книгораспространения, и, прежде всего в ЮВАО и ЗелАО как округах с недостаточным (низким) уровнем территориальной доступности книжных магазинов.

Диаграмма 12.3.

Коэффициент обеспеченности населения объектами книгораспространения в разрезе АО Москвы в 2021 году



Источник: Данные Мониторинга (суммарно по книжным магазинам, ПВЗ, FMCG-объектам и киоскам со специализацией «печать»), сентябрь 2021 года

Безусловно, эти решения должны основываться на сложившихся покупательских привычках и актуальных тенденциях читательских предпочтений москвичей.

Так, по данным социологических опросов посетителей книжных магазинов, проводимых в рамках исследовательских проектов Департамента СМИ и рекламы Правительства Москвы, москвичи в последние пять-шесть лет предпочитают приобретать книги в специализированных книжных магазинах. Причем, в 2021 году привычка приобретать книги «по пути» (в универсальных супермаркетах и киосках) отмечается гораздо реже, чем в 2017 году. И хотя издательства стали плотнее работать с интернет-магазинами, но москвичи, тем не менее, продолжают тратить время на специальную поездку в специализированный книжный магазин, и в 2021 году таких посетителей у книжников значительно больше, чем в 2017 году – 23,8% против 15,9%.

Диаграмма 12.4.

Предпочтение offline формата покупки книги населением Москвы в 2017-2021 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2017-2021 гг.), аналитика – Мониторинг

Безусловно, формат покупки «по пути» может быть очень привлекателен с точки зрения развития книготорговли в Москве, так как позволяет получить трафик с минимальными арендными нагрузками. Однако в данном случае возникает проблема обеспечения важного для москвича условия «широкого выбора книг», что на пространстве в 10-20 кв. м физически невозможно. Решением в данном случае могло бы стать определенное профилирование ассортиментных карт павильонов/киосков в соответствии с жанровыми и/или тематическими предпочтениями москвичей. И надо сказать, эти предпочтения достаточно консервативны, что подтверждают результаты опросов клиентов книжных магазинов, проведенные в рамках мониторинга в 2014-2021 гг.

Диаграмма 12.5.

Структура жанровых предпочтений москвичей в 2021 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, 30 сентября – 5 октября 2021 г.), аналитика – Мониторинг

Лидирующие позиции у книголюбов столицы занимает беллетристика (преимущественно зарубежная) при параллельном

значительном интересе к книгам массовых жанров – фэнтези и детективам. Акцентом 2021 года стал повышенный интерес к книгам по психологии и саморазвитию на фоне снижения интереса москвичей к приобретению детской литературы и классики. Кроме того, на протяжении последних пяти лет в числе книжных предпочтений москвичей следует выделить устойчивый интерес к женским романам и исторической документалистике.

Именно эти тематические группы могли бы стать базовым профилем при формировании ассортиментных карт для малых форматов книгораспространения (киосков/павильонов). Выбор фэнтези, книг по психологии и ЗОЖ или учебной литературы в формате доступных изданий (300-500 руб.) как основы ассортимента – это экономически эффективное решение для апробации новых форм предложения книги клиенту.

Для размещения экспериментальных площадок в рамках мониторинга было отобрано 10 локаций, преимущественно в местах закрытия книжных магазинов в 2020-2021 гг. и/или с низким уровнем территориальной доступности объектов книгораспространения (см. Приложение 1: слайд 1-10).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 1



Адресные ориентиры: ВАО,
Молдагуловой ул., д. 3А

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

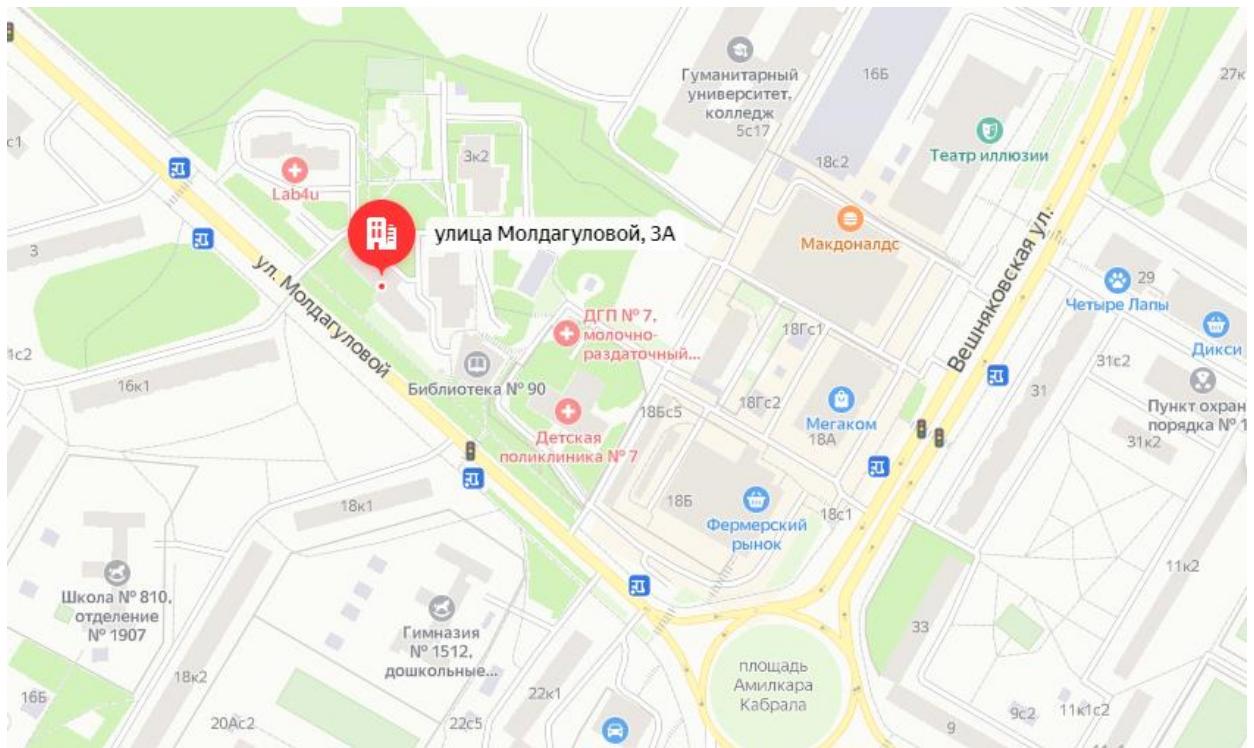
Описание места расположения:
ТЦ «Вешняки», «Перекресток»,
«Магнит», «Дикси», Фермерский
рынок

Проходимость: низкая

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией**

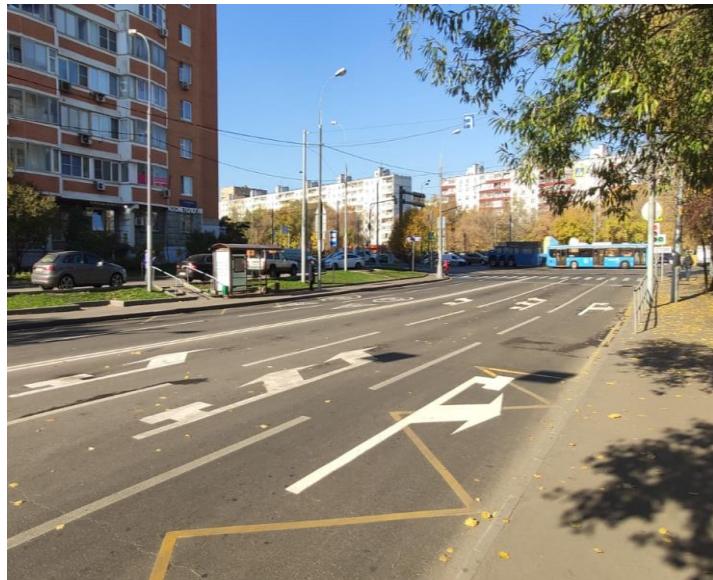
«Печать»: в 2021 году по данному
адресу закрыт Дом книги (ОЦ
МДК)

**Карта с указанием ● предполагаемого
места распространения
книжной продукции**



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 2



Адресные ориентиры: ВАО,
15-я Парковая ул., д. 60

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать / книги,
пресса/

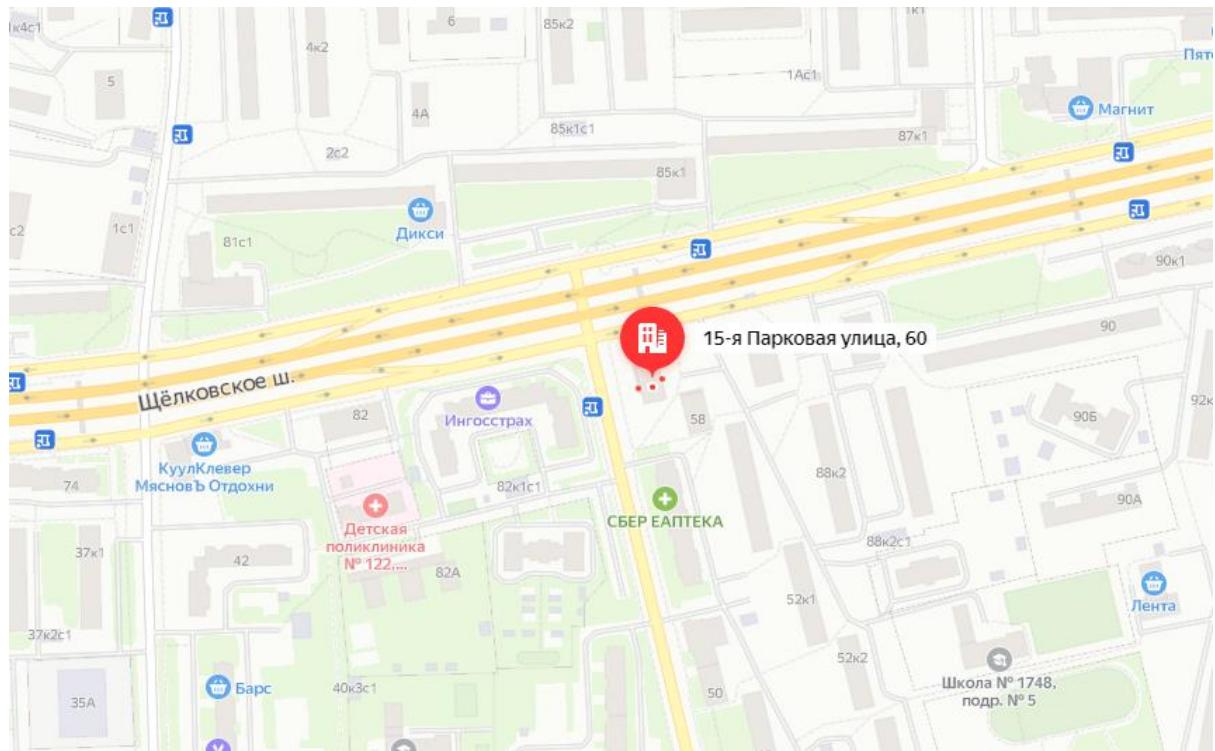
Описание места расположения:
остановка, аптека, детская
поликлиника, супермаркет
«Дикси»

Проходимость: низкая

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией**

«Печать»: в 2021 году по данному
адресу закрыт Дом книги (ОЦ
МДК)

**Карта с указанием ● предлагаемого
места распространения
книжной продукции**

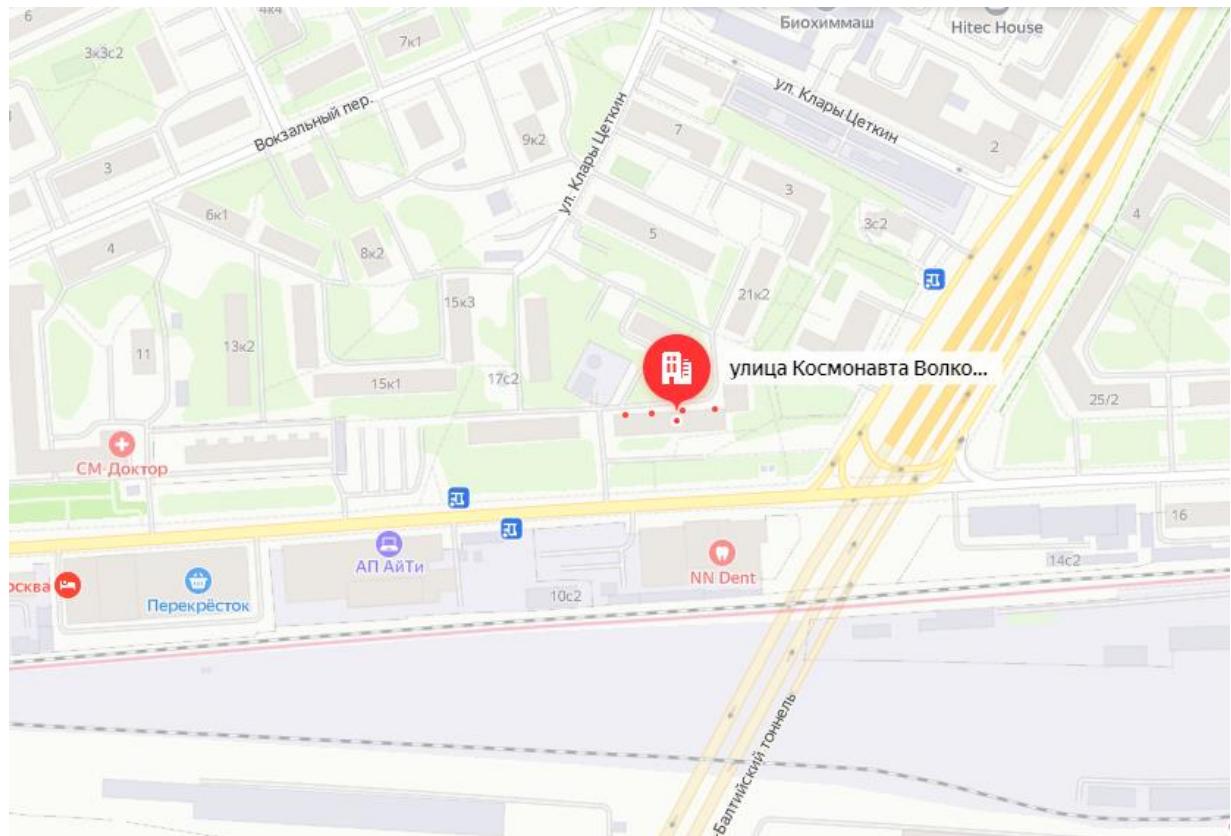


Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 3



Карта с указанием ● предлагаемого места распространения книжной продукции



Адресные ориентиры: САО,
Космонавта Волкова ул., д. 19

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
«FixPrice», «Аптека», остановка,
офис «Мои Документы»

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией**

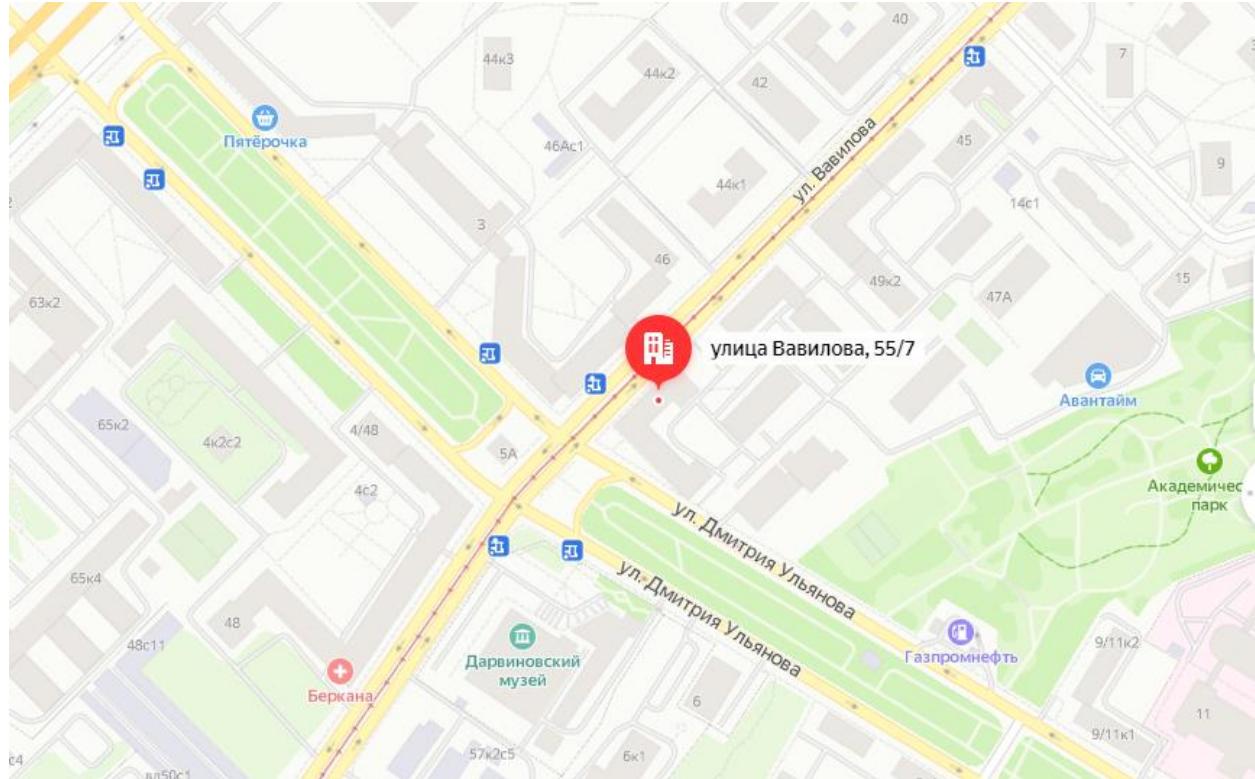
«Печать»: в 2021 году по данному
адресу закрыт Дом книги (ОЦ
МДК)

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 4



Карта с указанием ● предполагаемого места распространения книжной продукции



Адресные ориентиры: ЮЗАО,
Вавилова ул., д. 55/7

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
Дарвиновский музей, «Вкус Вилл»,
«Суши сеть», остановка,
«Фудмаркет»

Проходимость: высокая

Расположение близлежащего объекта со специализацией

«Печать»: в 2021 году по данному адресу закрыт книжный магазин
«Академкнига»

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 5



**Адресные ориентиры: ЮВАО,
Шоссейная ул., д. 30**

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

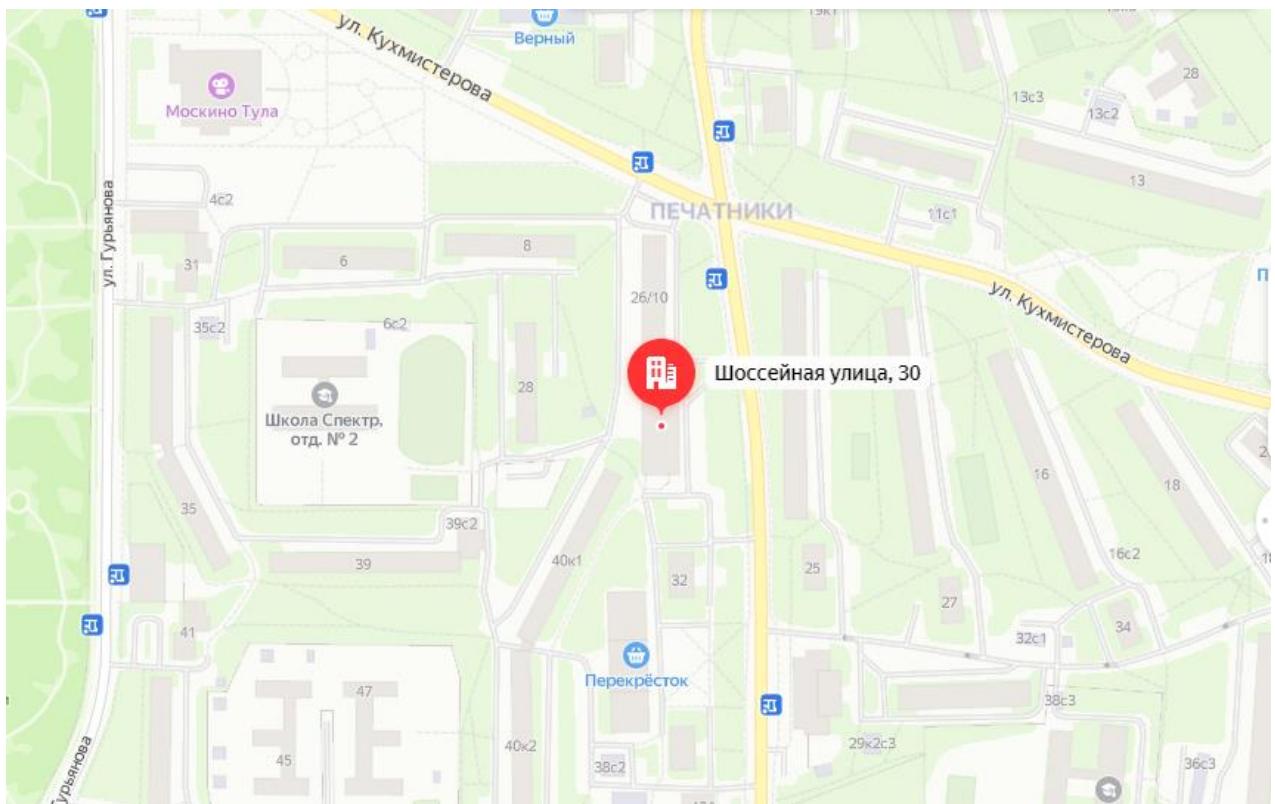
Описание места расположения:
«FixPrice», «Пятерочка»,
«МясновЪ», «Студия красоты»,

Проходимость: высокая

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией**

«Печать»: в Торговых рядах
расположен магазин «Детский
книжный»

**Карта с указанием ● предполагаемого
места распространения
книжной продукции**



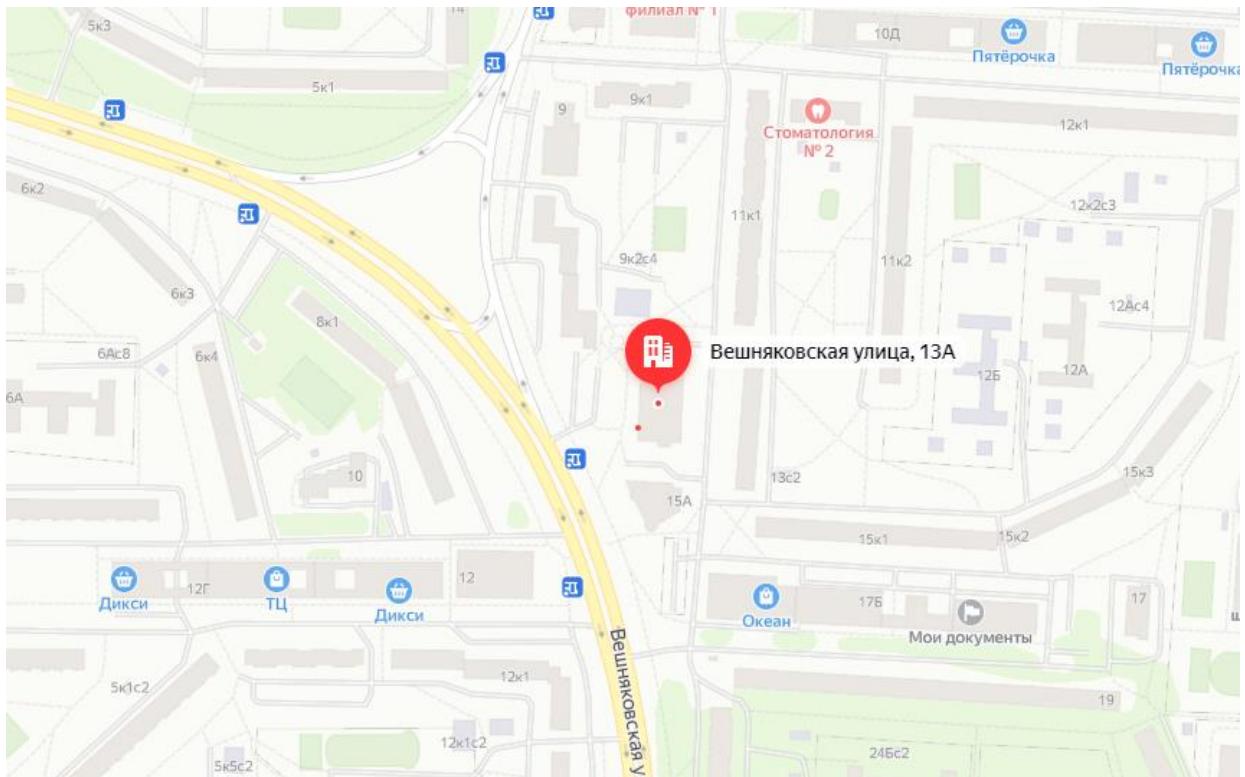
Приложение 1

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 6



Карта с указанием ● предполагаемого места распространения книжной продукции



Адресные ориентиры: ВАО,
Вешняковская ул., д. 13А

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
ТЦ «Океан», остановка, «Дикси»,
«Вешняковская Google 3D-
панорама», «Экоферма»

Проходимость: высокая

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией**

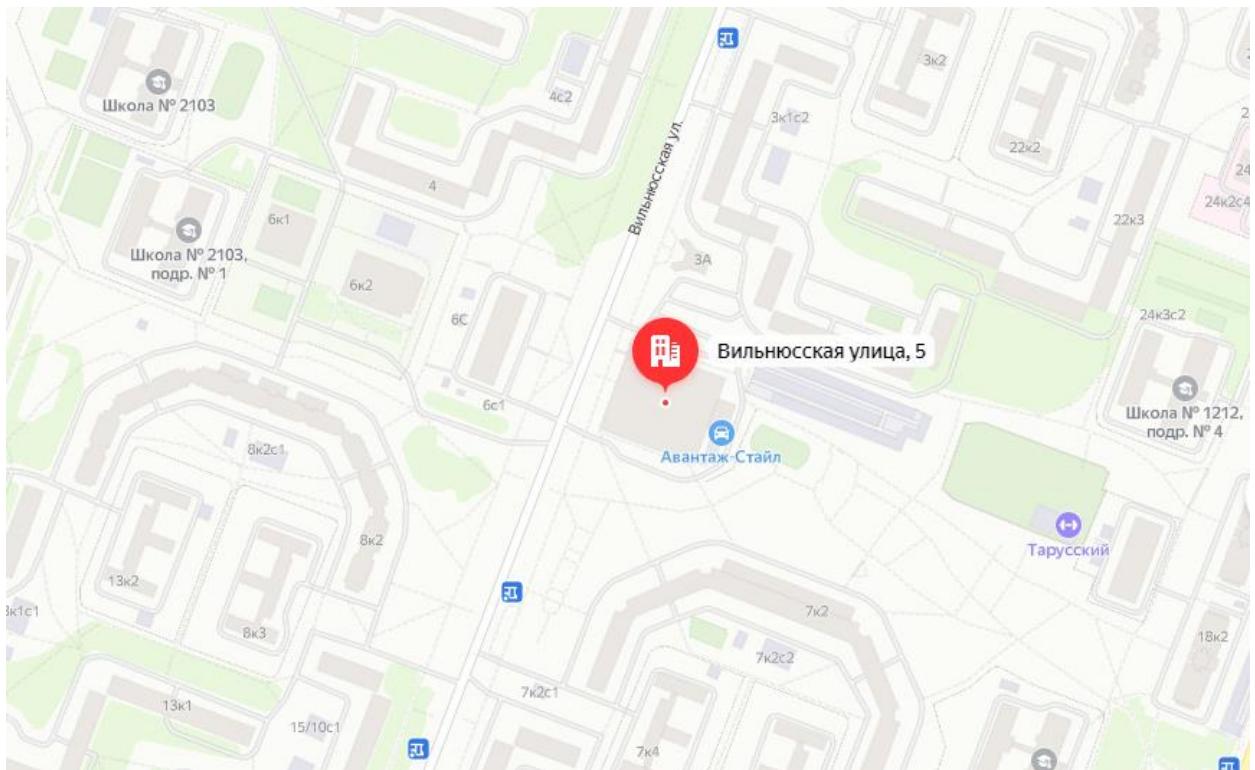
«Печать»: в ТЦ расположен
книжный дискаунтер «КнигаMag»

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 7



Карта с указанием ● предполагаемого места распространения книжной продукции



**Адресные ориентиры: ЮЗАО,
Вильнюсская ул., д. 5**

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:

«ПочтаБанк», аптека, школа № 2103
и школа № 1212, «Дочки-сыночки»,
«Пятерочка»

Проходимость: высокая

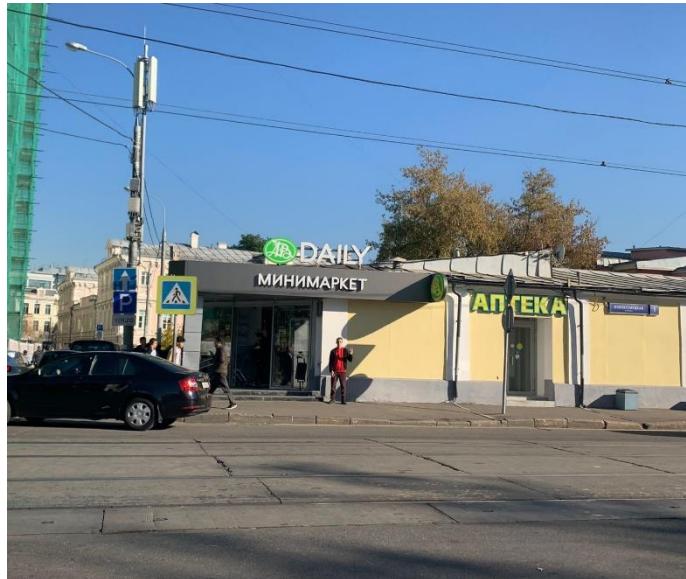
**Расположение близлежащего
объекта со специализацией**

«Печать»: в ТЦ расположен магазин
«Детский книжный»

Приложение 1

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 8



Адресные ориентиры: ЦАО,
Новокузнецкая ул., д. 1 стр. 3

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

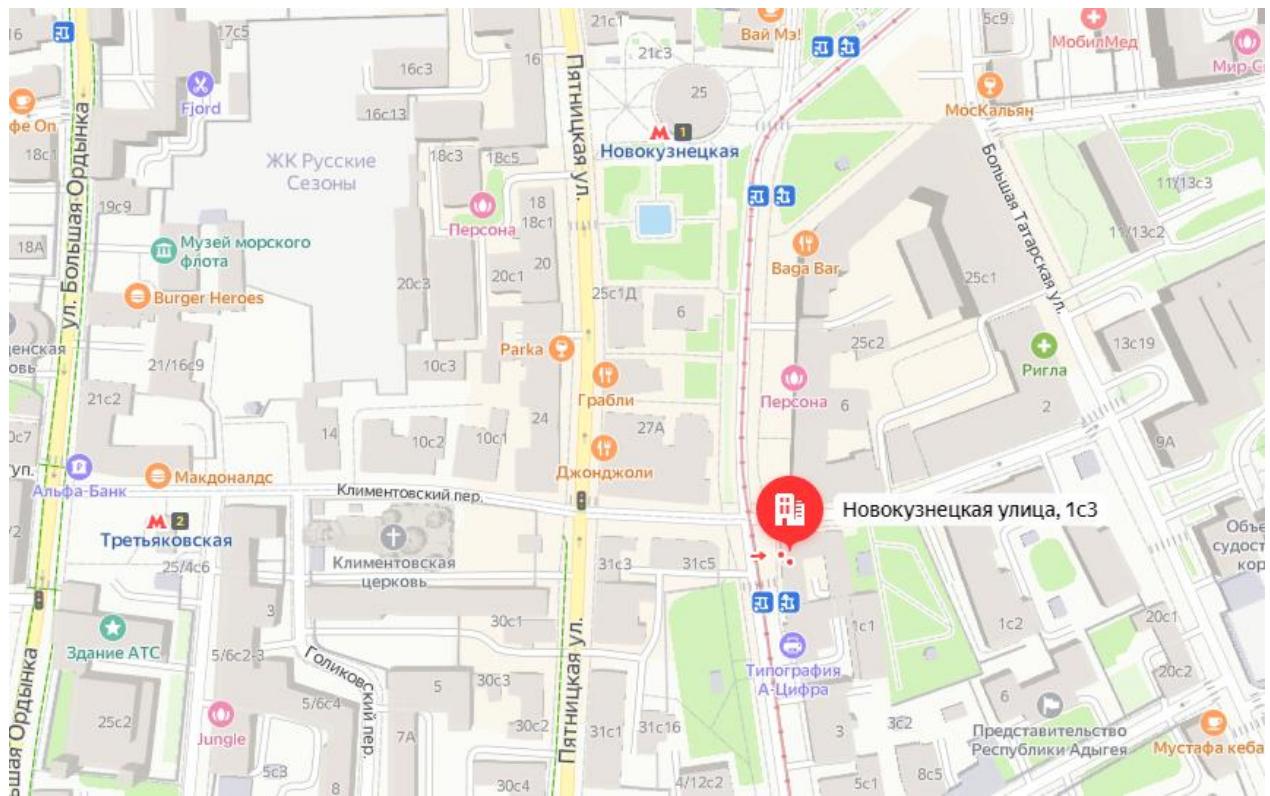
Описание места расположения:
«Азбука Вкуса», «Кофе Фреш»,
«Оптика», «Салон связи»

Проходимость: высокая

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией**

«Печать»: в 2021 в 20 м
(Климентовский пер., 6) был закрыт
магазин комиксов «Чук и Гик»

**Карта с указанием ● предлагаемого
места распространения
книжной продукции**



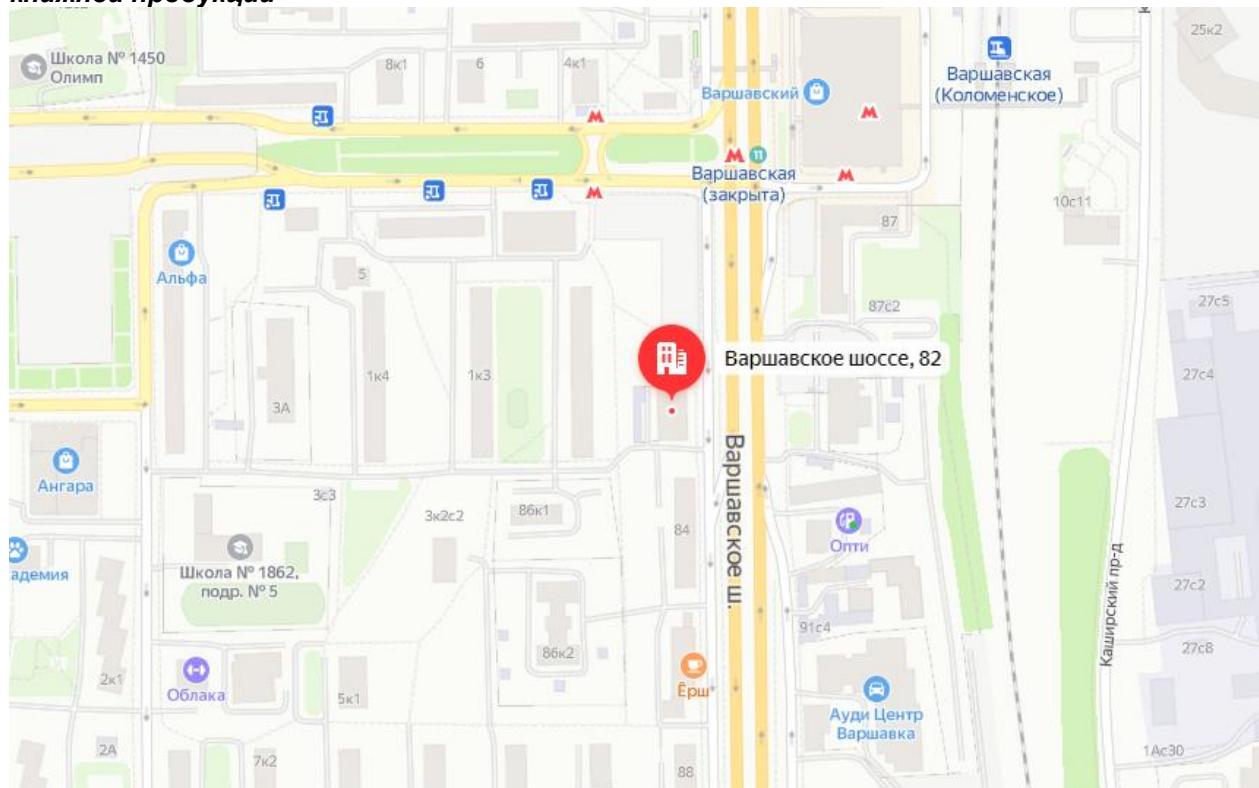
Приложение 1

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 9



Карта с указанием ● предполагаемого места распространения книжной продукции



Адресные ориентиры: ЮАО,
Варшавское шоссе, д. 82

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
МКБ банк, «Алло! Пицца», фотогателье, школа № 1862

Проходимость: средняя

Расположение близлежащего объекта со специализацией

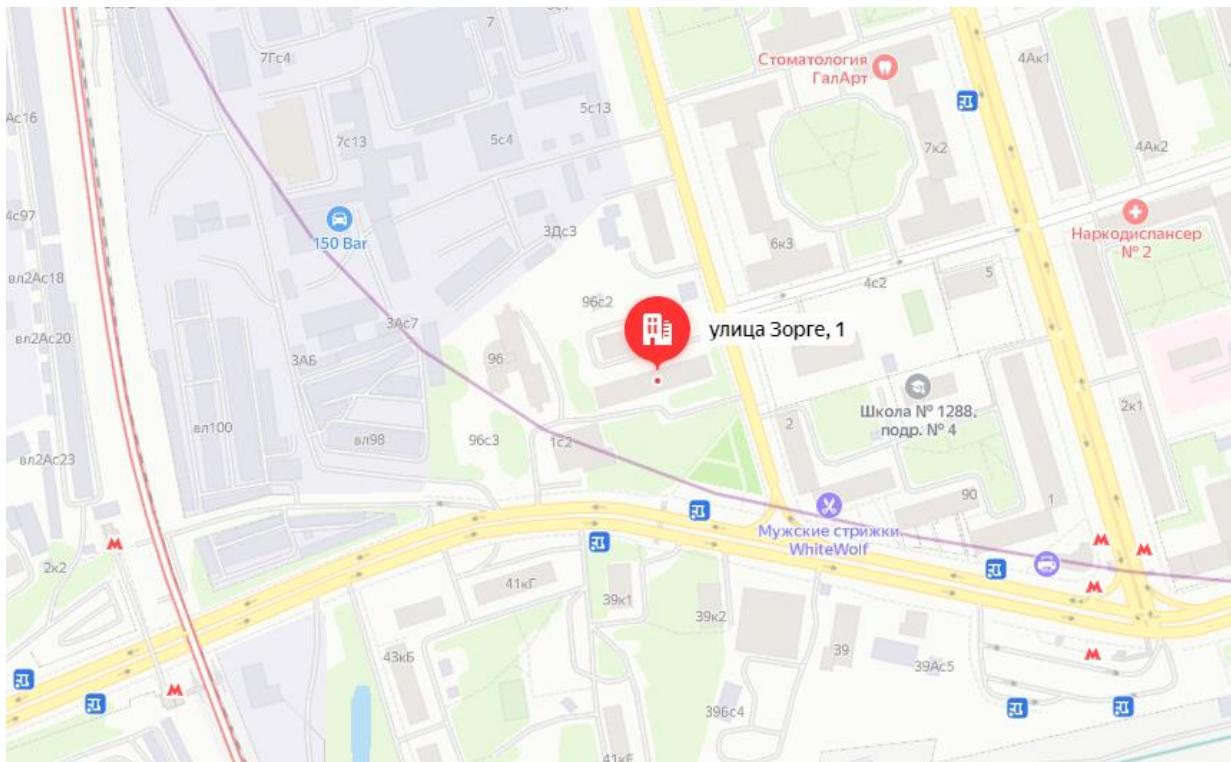
«Печать»: в 2021 году по данному адресу закрыт магазин «Читай-город»

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 10



Карта с указанием ● предполагаемого места распространения книжной продукции



Адресные ориентиры: СЗАО,
Зорге ул., д. 1

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
Магазин швейной фабрики,
«Инвирто», «Пятерочка», офисы
издательства «Эксмо: Бомбара»

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией**

«Печать»: в 2021 году по данному
адресу закрыт магазин «Читай-
город»