



РОССИЙСКИЙ КНИЖНЫЙ СОЮЗ

Мониторинг состояния московского книжного рынка

Управляющий Вице-президент
Российского книжного союза

Л.Л. Палько



МОСКВА – 2022

Аннотация

Настоящий Мониторинг выполнялся по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы города Москва (Приказ № 02-02-53\22 от 09.03.2022г.) 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 2019-2022 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 усилением санкционного давления и структурной перестройки экономики, адаптации издательств и книготорговых предприятий к работе в условиях новых геополитических вызовов 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 октябре 2022 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 2022 года.

Объем отчета о Мониторинге – 231 страница (в т.ч. приложения);
включает 31 таблицу 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 2018-2022 гг.	19
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: отдельно по количеству наименований и суммарному тиражу	33
2.1. Обзор операторов книгоиздания Москвы и уровня их издательской активности	34
2.2. Анализ конкурентной среды книгоиздания в Москве и расчет рейтинга ведущих книгоиздательских компаний	39
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	48
3.1. Анализ динамики цен на книжные издания и уровня их доступности для потребителя	49
3.2. Структура ритейл-карты книжного рынка Москвы: Доли базовых каналов сбыта в реализации издательств	58
4. Характеристика активностей в рамках программ поддержки и продвижения книги и чтения на территории города Москвы и уровня их востребованности у москвичей	65
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	78
5.1. Динамика объема продаж книжной аудио-продукции и электронных книг в городе Москве	79

5.2. Уровень осведомленности москвичей о цифровой книге, предпочтения и привычки	87
5.3. Текущая инфраструктура рынка цифровой книги, ценовая и маркетинговая политика	96
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	102
7. Оценка мер государственной поддержки и регулирования, принятых в рамках распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19), уровень востребованности у предпринимателей и предприятий	108
8. Формирование реестра книжных магазинов и карты стационарных книготорговых объектов города Москвы с указанием доли предпочитаемых покупателями форм и форматов приобретения книжной продукции	119
8.1. Показатели обеспеченности и доступности стационарных книготорговых объектов. Предпочтения москвичей в плане форм и форматов приобретения книг	120
8.2. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины	125
8.3. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины	133
8.4. Ритейл-карта Москвы: FMCG-объекты и киосковые сети	142
9. Анализ динамики и особенностей московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ за исследуемый период	147
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	160
10.1. Южный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	161
10.2. Северо-Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	163
10.3. Юго-Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	165

10.4. Западный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	167
10.5. Северный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	169
10.6. Северо-Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	171
10.7. Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	173
10.8. Центральный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	175
10.9. Зеленоградский Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	179
10.10. Троицкий и Новомосковский Административные Округа: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	181
10.11. Юго-Восточный Административный Округ: Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период	183
11. Анализ сводной матрицы покупательских и читательских предпочтений посетителей книжных магазинов в разрезе административных округов г. Москвы	186
11.1. Южный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	187
11.2. Северо-Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	189

11.3. Юго-Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	190
11.4. Западный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	192
11.5. Северный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	194
11.6. Северо-Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	196
11.7. Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	197
11.8. Центральный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	199
11.9. Троицкий и Новомосковский Административные Округа. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	202
11.10. Юго-Восточный Административный Округ. Предпочтения клиентов книжных магазинов: желаемая цена, цель и частотность покупки	203
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	206
Приложение 1. Предложения по перспективным местам открытия книжных павильонов / нестационарных торговых объектов со специализацией «печать» (слайд 1-10)	217

Список диаграмм

Диаграмма 1.1. Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в январе-сентябре 2019-2022 гг., %

Диаграмма 1.2. Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I-III кв. 2018-2022 гг.

Диаграмма 1.3. Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в I-III кварталах 2022 года (LFL2021)

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

Диаграмма 1.5. Структура выпуска учебных и методических изданий для общеобразовательной школы в 2018/2022 гг.

Диаграмма 1.6. Федеральный перечень учебников на 2022/2023 учебный год: Доля издательств по количеству позиции, %

Диаграмма 1.7. Учебная литература: Сезонная карта продаж в 2018-2022 гг. (объем в натуральном выражении к предыдущему месяцу, %)

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 августе-сентябре 2021/2022 гг., % год к году.

Диаграмма 3.2. Средний чек покупателя (только книги) в третьем квартале 2018-2022 гг., руб.

Диаграмма 3.3. Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2022 году

Диаграмма 3.4. Средняя цена купленного на территории Москвы издания базовых тематик книжного ассортимента в августе-сентябре 2021/2022 гг.

Диаграмма 3.5. Средняя розничная цена книжного издания и годовая инфляция в основных каналах сбыта в третьем квартале 2022 г., руб.

Диаграмма 3.6. Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств в Московском регионе в августе/сентябре 2019-2022 гг.

Диаграмма 4.1. Социальные сети 2022: Оценка эффективности контактов с читателями

Диаграмма 4.2. Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I-III кв. 2018-2022 гг.

Диаграмма 4.3. Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2022 году

Диаграмма 4.4. Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2022 году

Диаграмма 5.1. Динамика доли москвичей, скачивающих электронные книги (тексты) в интернете. 2013-2022 гг.

Диаграмма 5.2. Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2022 гг., млн руб.

Диаграмма 5.3. Динамика численности интернет-пользователей в России / Москве в 2013-2022 гг.

Диаграмма 5.4. Предпочитаемые клиентами магазина ЛитРес устройства для чтения цифрового контента (электронных книг) в 2019-2022 гг.

Диаграмма 5.5. Рост продаж в Московском регионе в разрезе укрупненных тематических групп книг на площадках ЛитРес в I полугодии 2019 и январе-августе 2021-2022 гг. (YoY)

Диаграмма 8.1. Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на сентябрь 2016-2022 гг.

Диаграмма 8.2. Динамика суммарного числа физических книготорговых объектов в Москве в 2014-2022 гг.

Диаграмма 8.3. Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2022 г.

Диаграмма 8.4. География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2018-2022 гг.

Диаграмма 8.5. Динамика трафика книжных магазинов Москвы в августе-сентябре 2016-2022 гг. (средневзвешенный показатель, %)

Диаграмма 8.6. Распределение суммарной книжной выкладки книжных магазинов по административным округам Москвы в сентябре 2022 г.

Диаграмма 8.7. Динамика доли посетителей книжных магазинов, приобретающих печатные книги в том числе в интернет-магазинах в 2016-2022 гг., %

Диаграмма 8.8. Доля укрупненных тематических групп книжного ассортимента в обороте интернет-канала в III кв. 2017-2022 гг., %

Диаграмма 8.9. География распределения по административным округам Москвы отделений почтовой связи /ПВЗ интернет-магазинов с книжной выкладкой в 2022 году (доля объектов, %)

Диаграмма 8.10. Структура оборота категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на август 2022 г. (доля тематики, %)

Диаграмма 8.11. География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2022 г.

Диаграмма 8.12. География распределения объектов НТО «Печать» по административным округам Москвы в 2022 году (доля объектов, %)

Диаграмма 9.1. Динамика доли московского книготогового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ в 2018-2022 гг.

Диаграмма 9.2. Динамика рублевых продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в книжных магазинах Москвы в I полугодии 2021 г. (LFL2019)

Диаграмма 9.3. Средний чек офлайн книжной розницы Москвы в III кв. 2017-2022 гг.

Диаграмма 9.4. Средняя цена купленной книги в различных каналах книжной розницы Москвы в III кв. 2019-2022 гг.

Диаграмма 9.5. Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2014-2022 гг.

Диаграмма 9.6. Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2014-2022 гг.

Диаграмма 9.7. Частота покупки книг населением Москвы в 2018-2022 гг.

Диаграмма 9.8. Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2017-2022 гг.

Диаграмма 12.1. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы по состоянию на сентябрь 2022 г. (магазин на кв. км)

Диаграмма 12.2. Уровень интереса москвичей к покупкам печатных книг в интернет-магазинах в 2019-2022 гг. в разрезе АО Москвы

Диаграмма 12.3. Коэффициент обеспеченности населения объектами книгораспространения в разрезе АО Москвы в 2022 году

Диаграмма 12.4. Предпочтение offline формата покупки книги населением Москвы в 2017-2022 гг.

Диаграмма 12.5. Структура жанровых предпочтений москвичей в 2022 году

Список таблиц

Таблица 1.1. Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I-III кв. 2022 года

Таблица 1.2. Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I-III кв. 2022 года

Таблица 1.3. Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I-III квартал 2019-2022 гг.

Таблица 1.4. ТОП-10 Комиксы: Ведущие проекты по суммарным продажам в натуральном выражении (экземплярах) в январе-июне 2022 года

Таблица 2.1. Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I-III кв. 2022 года

Таблица 2.2. Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I-III кв. 2018-2022 гг.

Таблица 2.3. ТОП-15. Рейтинг издательской активности: Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2018-2022 гг.

Таблица 3.1. ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I-III кв. 2022 года

Таблица 5.1. Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в августе 2013-2022 гг.

Таблица 9.1. ТОП-25 авторов и книг по суммарным (экз.) продажам в книжных магазинах Москвы в I-III кв. 2022 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.

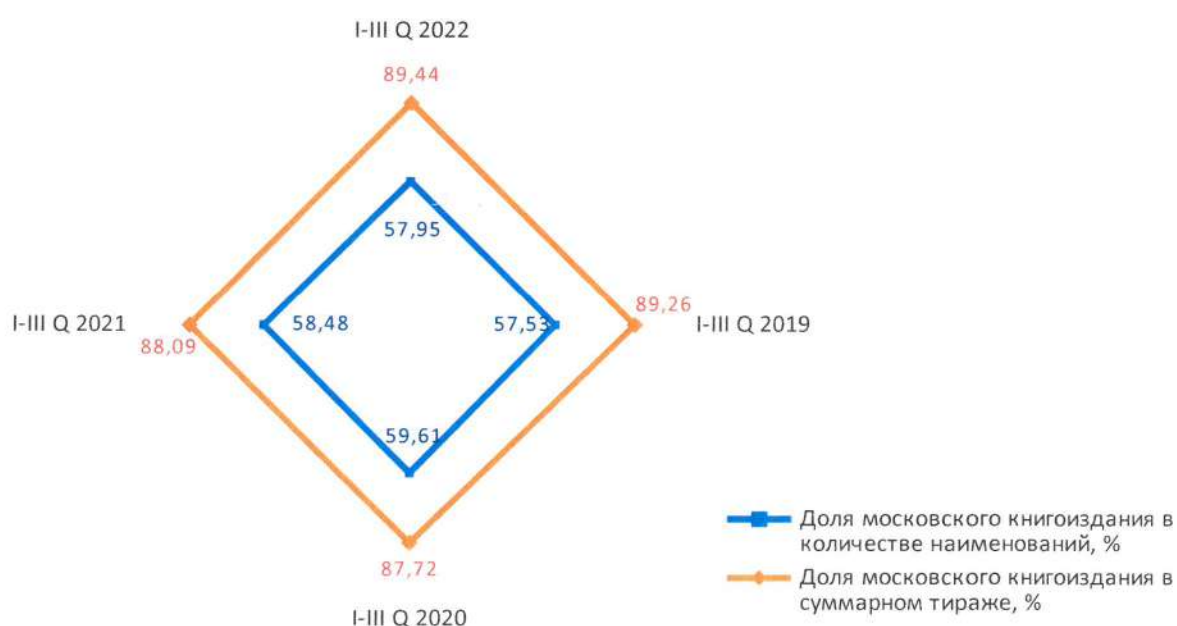
Оценка текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив по количественным и качественным параметрам, а также уровня инвестиционной активности и основных тенденций в тематической структуре книжного выпуска

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

Согласно данным государственной статистики в 2022 году Москва остается центром книгоиздания Российской Федерации. Несмотря на сохраняющиеся сложности, связанные с распространением коронавирусной инфекции, за I-III квартал 2022 года здесь вышли в свет 58% наименований (SKU) книг суммарного выпуска России. Фактически неизменной (89%) 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 2019-2022 гг., %

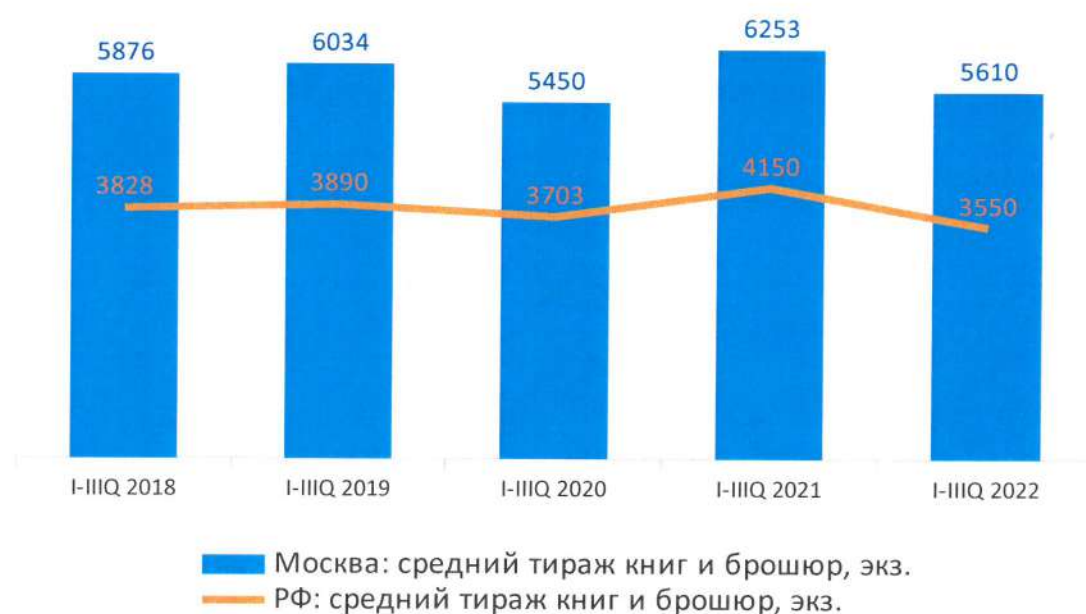


Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

В 2022 году суммарный выпуск в столице вырос на 6,1% по количеству наименований и сократился на 4,8% по суммарному тиражу в сравнении с девятью месяцами 2021 года, что в целом укладывается в общую динамику книгоиздания в Российской Федерации. Вполне позитивно выглядят эти результаты и в сравнении с показателями I-III кварталов 2019 года – и тиражные объемы выпуска практически восстановились к допандемийному уровню (-2,6%LFL2019), и инвестиционная активность в московском книгоиздании (вопреки всем проблемам российской полиграфии) продолжает расти вполне приличными темпами: +6,1% и +4,7% SKU к 2021 и 2019 гг. соответственно. Чего не скажешь о динамике среднего тиража.

Диаграмма 1.2.

Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I-III кв. 2018-2022 гг.



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

Средний тираж книг и брошюр с московским импринтом в январе-сентябре 2022 года составил 5610 экземпляров при среднеотраслевом показателе в 3550 экз. Значимое превышение отраслевых тиражных показателей традиционно для московского книгоиздания. Но даже так, в

сравнении с девятью месяцами относительно благополучного 2021 года средний тираж столичных изданий сократился фактически на 10,3% (при снижении среднеотраслевого тиража в РФ на 14,4%). Впрочем, это значительное снижение обеспечивается главным образом резким на 44-45% сокращением среднего тиража в группе брошюр (видимо в отсутствии необходимости печати агитационных материалов в отличие от 2021 года), при параллельной положительной динамике среднего тиража полноценных книг: с 4928 (I-IIIQ 2021) до 5307 (I-IIIQ 2022) экземпляров. Но уровень 2019 года (5614) в Москве пока не достигнут.

В наибольшей степени тиражность падает в группе новинок (-1100 шт. в среднем тираже или -21,9% LFL2021) и сериальных изданий (-1475 шт. в среднем тираже или -17,2% LFL2021), т.е. группах отражающих актуальность книжного ассортимента и объем лояльной читательской аудитории. Противоположная ситуация наблюдается по параметру «наименований»: по итогам девяти месяцев 2022 года объем SKU в группе «книги» смог заметно превзойти результат аналогичного периода 2021 года (+7,4%). Проще говоря, инвестиционная активность московских издателей растет вопреки росту цен на типографские услуги и расходные материалы, вопреки сокращению продаж книг в натуральном выражении (шт.) и удлинению срока оборачиваемости, наконец, вопреки новым ограничениям регулятора в области распространения информации и пропаганды. Как отмечают издатели:

Людмила Кондрашова, редакция «#Эксмодетство»:

Растут цены на материалы и услуги типографий, трудности возникли с дефицитом мелованной бумаги – пришлось переводить часть проектов на офсет. Возникают сложности и с производством книг в необычных форматах, с новыми концепциями. Сегодня издатель старается меньше рисковать и обращаться к проверенным формам и темам.

Дарья Дорофеева, издательство «Мозаика kids»:

Нам пришлось существенно уменьшить тиражи для снижения рисков в ситуации общей нестабильности. Беспокоит и значительный рост стоимости изготовления книг. Мы столкнулись с тем, что сейчас не всегда предсказуемо качество печати, так как типографии вынужденно меняют поставщиков материалов и из-за этого возникает много сюрпризов при производстве. Кроме того, сейчас отсутствует адекватная альтернатива зарубежным фотобанкам после их ухода с российского рынка. Еще одной стороной этой проблемы стало появление недобросовестных дельцов, которые пытаются предъявлять иски на якобы незаконное использование (фото)изображений.

Типографии в основном выдерживают сроки, ищут способы снижения издержек, стараются во всем идти навстречу. И в России мы продолжаем печататься в тех же типографиях, что и раньше. В этом году у нас временно приостановлена печать за рубежом, но мы планируем продолжить работу с партнерскими китайскими типографиями.

Алеся Черкашина, издательство «Феникс-Премьер»:

Уже сейчас можно сказать, что почти все дефициты миновали, крупные комбинаты закупили мелованные бумаги больших плотностей в Китае и начали предлагать хорошие цены для иллюстрированных работ. Типографии начали работать на новых расходных материалах и почти полностью перенастроили под них оборудование. Но, стоит отметить, что проблема с самоклеющимися материалами осталась, особенно с легкосъемным клеевым слоем на пленках. Что касается сроков изготовления, то на сегодняшний день они не превышают стандартов, но типографии в дальнейшем опасаются нехватки квалифицированного персонала среди мужчин, поэтому прогнозировать что-то сложно. Благодаря долгосрочным и крепким партнерским отношениям с типографиями мы почти полностью смогли перейти на полную постоплату за полиграфические услуги.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2022

Таблица 1.1.

Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I-III кв. 2022 года

	Число изданий, печ. ед.	В %% к I-IIIQ 2021 г.	Общий тираж, тыс. экз.	В %% к I-IIIQ 2021 г.	В %% к числу изданий	В %% к тиражу
Всего	49733	6,11	279000,65	-4,79		
Тиражом до 500 экз.	12129	-4,31	2868,68	-4,20	24,39	1,03
Тиражом до 1000 экз.	4232	8,90	3899,59	7,83	8,51	1,40
Тиражом до 5000 экз.	22667	12,87	71863,30	14,01	45,58	25,76
Тиражом до 10000 экз.	4838	4,70	39056,06	6,52	9,73	14,00
Тиражом до 50000 экз.	3260	2,94	71151,93	0,35	6,56	25,50
Тиражом до 100000 экз.	326	18,98	23393,72	19,40	0,65	8,38
Тиражом свыше 100 тыс. экз.	273	14,71	66767,38	-30,62	0,54	23,93
Без указания тиража	2008	4,31	0,00	0,00	4,04	0,00

Источник: Книжная палата

В 2022 году столичный книжный выпуск растет (LFL2021) по всем тиражным группам, кроме малотиражных изданий (до 500 экземпляров). Самые большие цифры – по книгам и брошюрам, тиражируемым в диапазоне 51-100 тыс. экземпляров: +19,0% по количеству наименований и +19,4% по суммарному тиражу, при этом можно видеть невероятные масштабы снижения экзemplярности в группе брошюр, тиражированных в количестве свыше 100 тыс. экземпляров: -30,6% (LFL2021). В традиционно книжных группах изданий с тиражом 1000-50000 экземпляров динамика более скромная, но положительная (плюс 2,9-14%). В I-III кварталах 2022 года сохраняется и прошлогодняя структура книжного выпуска по тиражным группам: столичные издатели в основном инвестируют в производство книг с тиражом от 1000 до 5000 экземпляров (45,6% 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 несмотря на публичные заявления об отзыве прав зарубежных правообладателей, в 2022 году столичные издатели печатают переводные издания в значительно большем объеме (+10,5% SKU и +16,9% тираж), чем годом ранее, запасаясь впрок для страховки от возможных рисков не продления лицензий в 2023 году.

Инвестиции растут (+23,9% SKU) в переиздания/допечатки, в то время как тексты новых авторов стартуют с меньшего тиража – 3927 (LFL2021 – 5031). Как результат, объемная доля лицензионных продуктов (переводов) в выпуске увеличилась на 1 п.п. и достигла 24% в общем количестве наименований. Аналогично растет и доля сериальных проектов в SKU: +4,25 процентных пункта в выпуске 2022 года.

Таблица 1.2.

Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I-III кв. 2022 года

	Число изданий, печ. ед.	В %% к I-IIIQ 2021 г.	Общий тираж, тыс. экз.	В %% к I-IIIQ 2021 г.	В %% к числу изданий	В %% к тиражу
Всего	49733	6,11	279000,65	-4,79		
Книги	42343	7,44	224734,37	15,72	85,14	80,55
Брошюры	7390	-0,91	54266,28	-45,10	14,86	19,45
В обложке	27466	6,55	194842,63	-11,37	55,23	69,84
В переплете	22267	5,58	84158,03	14,94	44,77	30,16
Новые издания	39792	2,44	156270,09	-20,04	80,01	56,01
Переиздания	9941	23,89	122730,57	25,73	19,99	43,99
Сериальные издания	33065	13,39	234749,53	-6,12	66,49	84,14
Переводные издания	11938	10,47	55904,24	16,86	24,00	20,04

Источник: Книжная палата

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Сегодня крайне важно работать с новыми партнерами в дружественных и недружественных странах, со всеми, кто готов с нами сотрудничать по авторским правам. Мы уже видим всплеск спроса на китайскую литературу, на корейскую литературу. И крайне важно расширять сотрудничество в этой области, и, конечно же, работать над снятием санкций во взаимодействии с нашими давними партнерами. Мы уже видим положительное движение в этой области: часть издателей, которые отказывались работать с нами на протяжении последних нескольких месяцев, объявили о готовности возобновить продажу прав, но пока что-то определенное сказать трудно.

Отраслевая конференция, ММКЯ 05.09.2022

Алексей Ильин, ИГ «Альпина»:

Доля иностранных авторов в портфеле группы «Альпина» составляет более 70%. С момента старта СВО отказались продолжать работать с Россией такие издательства как Hachette UK, Ebury, Penguin Random House, Simon & Schuster, Berrett-Koehler, Orion Books, агентство Michael O'Mara и Curtis Brown, большинство скандинавских правообладателей. Подчеркну, что речь идет об отказе от заключения новых контрактов и от продления старых, действующие контракты не разрывают. Но здесь есть проблемы с платежами по договорам: многие российские банки требуют от правообладателей предоставления письменных гарантий продолжения сотрудничества, а формы таких «согласий» зачастую не устраивают правообладателей. Эти сложности только усугубляют ситуацию. Впрочем, есть надежда, что после прекращения военных действий часть партнеров вернется к работе с Россией. А если нет, то честно говоря, в мире выходит огромное количество книг, и если одни правообладатели откажутся с нами сотрудничать, то будем сотрудничать с другими.

Александр Богуславский, издательство «АСТ»:

В новой реальности есть как плюсы, так и минусы. Из плюсов — снижение конкуренции за время читателя со стороны кинотеатров и подписных сервисов, что дало книжному рынку рост в первом полугодии 2022 года. Из минусов стоит отметить риск потерять часть европейских и американских авторов, что может сказаться на российском рынке уже в следующем году.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос август 2022

1.2. Основные тенденции в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2018-2022 гг.

В январе-сентябре 2022 года основные инвестиции московских издательств были по-прежнему сосредоточены в двух лидирующих сегментах

российского книжного рынка – детской и учебной книге. Именно эти разделы обеспечили 42,2% наименований (в 2021 – 41,8%; в 2020 – 50,2%; в 2019 – 50,3%; в 2018 – 48,5%) и 73,3% тиража (в 2021 – 79,5%; в 2020 – 78,0%; в 2019 – 77,2%; в 2018 – 76,3%) суммарного книжного выпуска Москвы за I-III кварталы 2022 года.

По данным Книжной палаты, в первые 9 месяцев 2022 года снижение издательских инвестиций зафиксировано только в сегментах технической и естественнонаучной литературы. Причем, на фоне аналогичного периода 2021 года суммарные потери составили лишь 213 наименований и менее 2% тиража. Заметно (минус 13-15% LFL2021) снизился суммарный тираж лишь в блоке книг по вопросам образования/культуры и в сельскохозяйственной литературе, сохранив при этом объем инвестиций по количеству наименований. В 2022 году невероятно впечатляющую позитивную динамику и по количеству наименований, и по тиражу демонстрирует выпуск художественной литературы (+1215 SKU и +36,8% суммарного тиража LFL2021). И в данном случае статистика Книжной палаты подтверждается в том числе экспертными наблюдениями о ходе продаж на книжном рынке.

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Феноменальный рост продаж художественной литературы для взрослых — это общемировая тенденция. Еще в финальную стадию пандемии во всех странах мира люди стали читать значительно больший объем фикшн-проектов. Всё-таки нон-фикшн сильнее привязан к текущей повестке, и, думаю, мы можем ждать новых актуальных бестселлеров в этом сегменте только в следующем году. Да и в целом, в сравнении первого полугодия 2020 и 2022 годов мы видим снижение читательской активности россиян: с 67,5% респондентов, прочитавших хотя бы одну книгу в последние полгода, до 59,1% (агентство Ipsos, исследование Российский индекс целевых групп).

Отраслевая конференция, ММКЯ 05.09.2022

Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I-III квартал 2019-2022 гг.

	Доля раздела в общем количестве наименований книг и брошюр, %				Доля раздела в суммарном тираже изданий, %			
	I-III квартал				I-III квартал			
	2022	2021	2020	2019	2022	2021	2020	2019
Политическая и социально-экономическая литература	18,56	19,43	19,22	19,89	8,19	6,56	7,37	7,71
Естественнонаучная литература	2,91	3,26	2,87	3,26	0,40	0,39	0,46	0,51
Техническая литература	3,55	4,05	3,86	4,66	0,70	0,69	0,84	0,95
Сельскохозяйственная литература	0,86	0,90	0,89	0,87	0,19	0,21	0,27	0,25
Медицинская и спортивная литература	4,14	4,30	5,08	4,32	1,45	1,52	2,01	2,00
Литература по образованию, культуре и сми	23,83	23,37	24,54	23,76	54,36	60,75	54,43	54,96
Художественная литература	22,36	21,13	19,73	18,94	14,56	10,13	10,49	10,78
Детская литература	18,35	18,43	18,47	18,37	18,96	18,72	22,62	21,23
Прочее	5,44	5,13	5,34	5,92	1,20	1,03	1,49	1,60

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

Произошла ли какая-либо коррекция читательских предпочтений? По мнению столичных издателей – отчасти, и прежде всего в книгах для взрослой аудитории, которой потребовалось больше психологической поддержки и книг с позитивным содержанием. Впрочем, большинство издательств говорят о стабильности спроса на традиционные бестселлеры. Для «Вече» – это прежде всего серии «100 Великих романов», «100 Великих», «Сибириада» и «Военные приключения». ИД «Лев» отмечает высокий спрос на свои лицензионные проекты, ИГ «Азбука-Аттикус» – рост интереса к комиксам и манге. Издательство «Вако» говорит о востребованности прежде всего тренажёров, контрольно-измерительных материалов, рабочих тетрадей и серии поурочных разработок «В помощь школьному учителю».

Ирина Антонова, ИГ «Альпина»:

24 февраля изменило жизнь всех людей в нашей стране. И мы на уровне маркетинга ИГ «Альпина» почувствовали эти изменения. Прежде всего, у нас резко изменилась структура спроса. По нашему издательскому портфелю мы увидели повышенный спрос на книги по психологии, о политике, растет интерес к художественной литературе. Это значит, что отделу маркетинга ИГ «Альпина» нужно было оперативно вносить коррективы в программу продвижения, перераспределять ресурсы, меняя приоритетность проектов. В редакционных планах также ввиду политической обстановки произошли изменения: какие-то проекты были заморожены, какие-то — сдвинуты по сроку выхода, либо вообще отменены в связи с ограничениями от зарубежных правообладателей.

**Отраслевая конференция, Книжный фестиваль
на Красной площади, 03.06.2022**

Екатерина Каширская, издательство «Пешком в историю»:

Книги дороже 1000 руб. продаются плохо, только какие-то очень интересные проекты. Например, для нашей «Истории письменности» мы сделали второй тираж, надеемся что и «История денег» того же автора будет востребована. Каких-либо изменений читательских вкусов я не заметила, но мы сейчас немного корректируем свой каталог: готовим черно-белые макеты плюс отказались от некоторых переизданий, так как неясно, какими по итогам осени будут продажи, может быть новые тиражи и не будут продаваться так быстро, как хотелось бы.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2022

Представители столичного книжного ритейла считают, что определенная коррекция покупательского спроса очевидна уже летом 2022 года, и речь идет не только о предпочтении определенных тематик, но и о зарубежном авторстве текстов. С точки зрения руководителей книготорговых предприятий:

Марина Каменева, ТДК Москва:

После снижения волны пандемии в первом полугодии 2022 года мы отметили увеличение притока посетителей в магазин и повышение интереса к книге. С точки зрения содержания книг, в художественной литературе отчетливо проявляется тенденция предпочтения книг с позитивным содержанием. Кроме того, у нас на рынке много лонгселлеров зарубежных авторов, т.е. книг, которые на протяжении многих лет стабильно продаются пусть не тысячами, но сотнями экземпляров в квартал или год. И мы вполне бы могли совместно с издательствами найти что-нибудь интересное в их архивах, достать эти книги и дать им вторую жизнь, тем самым предложив достойный выбор переводных изданий для российских читателей.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос, август 2022

Диаграмма 1.3.

Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в I-



III кварталах 2022 года (LFL2021)

Источник: данные экспертного опроса в рамках Мониторинга (сентябрь 2022); данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

В 2022 году в офлайн и онлайн книжной торговле Москвы быстрее всего восстанавливается спрос на художественную литературу, в то время как продажи учебной книги, сместившись в интернет, показывают в традиционных книжных магазинах значительную (-19,6% LFL2021) отрицательную динамику. В общем-то, не радуют они и онлайн-продавцов. Заметный спад спроса в физических магазинах столицы регистрируется в группе книг по бизнесу, и напротив, растет интерес покупателей к литературе по вопросам искусства и культуры.

В январе-августе 2022 года художественная литература востребована взрослой аудиторией москвичей в значительно большей степени, чем нон-фикшн проекты. Этому в немалой степени способствовали заявления зарубежных правообладателей о прекращении работы в России. Мнимая угроза изоляции поддержала интерес к переводной литературе, и прежде всего к книгам англоязычных авторов, а также к российским проектам, созданным на волне подражания идеям западного либерализма. Доля переводов в ТОП-50 бестселлеров на рынке литературно-художественной книги поднялась в марте-мае 2022 года до 76%. Безусловно, отмечаемый рост продаж в данном сегменте может рассматриваться в позитивном ключе. Но всё же здесь кроются и серьезные риски, связанные в том числе с необходимостью проведения платежей по контрактам с зарубежными правообладателями и с определенными претензиями российских контролирующих органов к предлагаемому на рынке контенту. Так что позитивный прогноз по динамике продаж художественной литературы конечно сохраняется, но конкретные цифры темпов прироста обременены целым рядом условий в области ценовой политики и инвестиционных программ крупнейших издательских холдингов РФ.

Ольга Лябина, издательство «Лайвбук»

Трудности проявились в покупке прав на иностранные книги, многие партнеры не отвечают по интересующим нас книгам, стало сложнее проводить авансовые и роялти выплаты в иностранной

валюте, большие административной нагрузки при проведении платежа, деньги идут дольше и зачисляются на счет получателя не сразу. Курсовые скачки и общая неопределенность на рынке валюты также вносят дополнительный риск в эти процессы.

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Отзыв западных лицензий в целом существенно влияет на показатели работы издательства. В данных условиях наша задача — расширять сотрудничество с дружественными странами, и, к счастью, нам это удается, чего стоит пример «Благословения небожителей» Монсян Тонсю. Тираж первого тома уже составил более 120 тыс. экземпляров, а стартовый тираж второго — 100 тыс. экземпляров. Среди угроз я бы выделил пиратство, и здесь нам важно всей отрасли действовать консолидировано, поскольку темпы прироста продаж цифровых книг снизились, а мы считаем этот сегмент одним из основных драйверов развития всего книжного рынка. И безусловно, для нас важен рост читательской и покупательской активности среди молодежи, поэтому нужно находить отечественные бестселлеры для этой аудитории, изучать ее и инвестировать в новые форматы продвижения.

Сергей Макаренко, ГК РИПОЛ классик

Да, сегодня не урегулированы сложности с оплатой зарубежным партнерам по правам, и у нас есть отказ ряда авторов на продление контрактов. Все это дало толчок на развитие платформенных решений по работе с российскими авторами. Надеюсь, что это оправдает себя в ближайшем будущем.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос, август 2022

Надо отметить, что рост продаж и выпуска литературно-художественной книги никак не связан с интересом аудитории к книгам-лауреатам литературных премий. Речь идет о жанровой беллетристике непрофессиональных литераторов, реализующих себя в том числе в self-pub пространстве. Еще одним сигналом об изменении структуры спроса в этом разделе стали растущие продажи комиксов. Графические романы как модель рассказывания истории наконец-то вышли за пределы МКАД, перестали быть

нишевым сегментом и, заняв свое место на общедоступной розничной полке, постепенно набирают аудиторию. Во многом потребительская мотивация здесь строится вокруг известных франшиз кинематографических вселенных (DC Comics и Marvel Comics) или культовых авторов-классиков жанра. Значительную роль в продвижении комиксов сыграли профильные сообщества в соцсетях, где демонстрируется распаковка изданий, и конечно растущая популярность сериалов на стриминговых сервисах: «Атака на титанов», «Наруто», «Академия Амбрелла», «Тетради смерти» и пр.

Таблица 1.4.

ТОП-10 КОМИКСЫ: Ведущие проекты по суммарным продажам в натуральном выражении (экземплярах) в январе-июне 2022 года*

	автор	название	издатель	год выпуска	Цена 1 экз., руб.
1	Нечитайло Ф.К.	Земля Королей: Трефовый том	Эксмо: Комильфо	2021	1317-1755
2	Нечитайло Ф.К.	Земля королей: Червовый том	Эксмо: Комильфо	2021	1420-1895
3	Мосян Тунсю	Благословение небожителей. Т. 1	Эксмо	2022	1008-1308
4	Фудзимото Т.	Человек-бензопила. Кн. 1: Пес и бензопила. Бензопила против нетопыря	Азбука, Азбука-Аттикус	2022	831-1024
5	Фудзимото Т.	Человек-бензопила. Кн. 2: Убить Дэндзи. Мощь огнестрельного оружия	Азбука, Азбука-Аттикус	2022	814-929
6	Исаяма Х.	Атака на Титанов. Кн. 1	Азбука, Азбука-Аттикус	2022	766-844
7	Хорикоси К.	Моя геройская академия. Кн. 1	Азбука, Азбука-Аттикус	2021	795-854
8	Кисимото М.	Наруто. Кн. 1: Наруто Удзумаки	Азбука, Азбука-Аттикус	2021	948-1071
9	Исида С.	Токийский гуль. Кн. 1	Азбука, Азбука-Аттикус	2021	828-906
10	Фудзисава Т.	GTO. Крутой учитель Онидзука. Кн. 1	Эксмо	2021	1152-1323

* Традиционные книжные магазины

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

Несмотря на определенное снижение продаж в московской рознице, учебная книга для школ остается гарантом стабильности и предсказуемости в плане динамики и объема потребительского спроса. Её всё равно покупают. Конечно, и здесь в 2022 году фактор неопределенности внес свои коррективы.

Упрощение школьной программы и итогового тестирования в период пандемии вывело углубленное изучение предметов за пределы школьного класса, и сегодня конкуренция издателей сохраняется лишь в группе тест-тренажеров по подготовке к ежегодным ВПР/ОГЭ/ЕГЭ, а постоянные переносы сроков и сокращение объема проверочных работ не способствуют расширению и росту прибыльности этого направления издательского бизнеса. 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.

Диаграмма 1.4.

Выпуск учебных и методических изданий в РФ для всех ступеней образования



Источник: данные о выпуске РКП, аналитика «КИ»

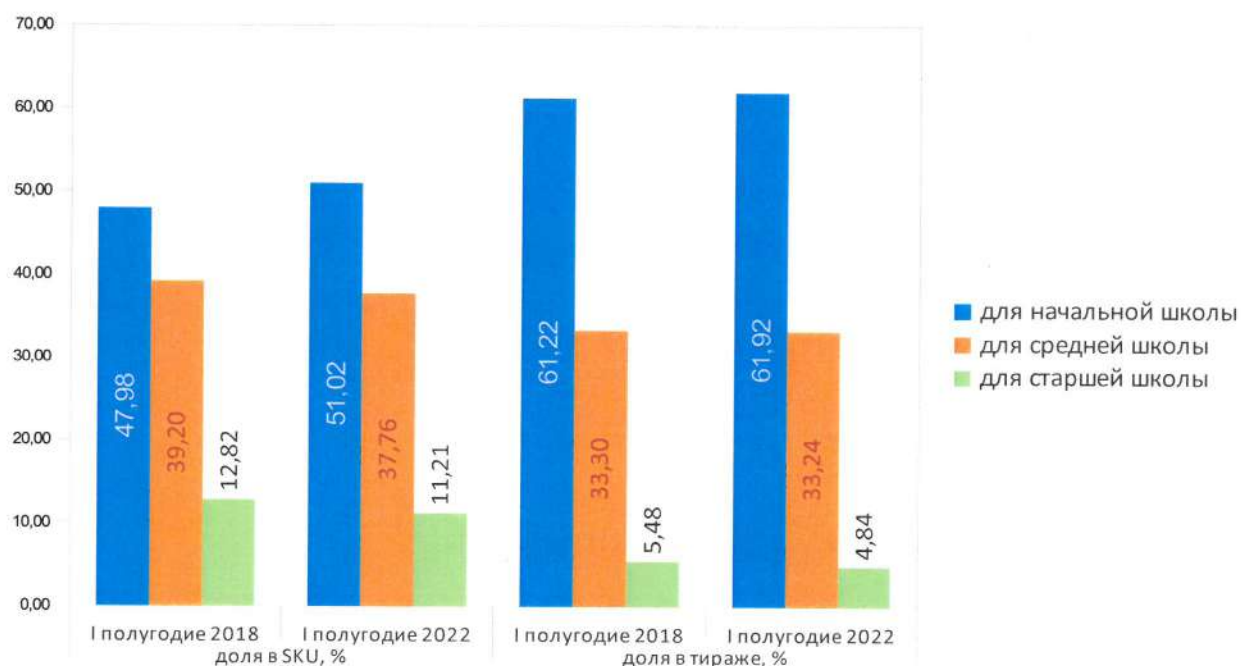
Если говорить о пятилетнем горизонте, то в сравнении первых полугодий 2018 и 2022 годов объем производства учебно-методической литературы в России вырос на 1,9% по количеству наименований и сократился лишь на 2,8% по суммарному тиражу. Учитывая сложности пандемии и проблемы отечественного полиграфического комплекса в последние годы, такая стабильность сектора учебной книги вызывает законное уважение.

Неизменной остается и архитектура репертуара учебной книги, где, как и пять лет назад, на учебные и методические пособия для школ приходится примерно треть (32% - в 1 полугодии 2022) наименований и более 80% суммарного тиража учебного книжного выпуска РФ. Несмотря на санкции и связанные с этим сложности тиражирования изданий (по бумаге и прочим расходникам), в 1 полугодии 2022 года, как и прежде, учебно-методические издания для школ печатаются средним тиражом 13-14 тыс. экземпляров, т.е. в 60 раз превышающем тираж вузовских изданий. Причем, более половины (51% по наименованиям и 62% по тиражу) общего объема школьных инвестиций издательств по традиции вложены в издания для начальной ступени образования.

Диаграмма 1.5.

Структура выпуска учебных и методических изданий для общеобразовательной школы в 2018/2022 гг.

Источник: данные о выпуске РКП, аналитика «КИ»



За первые семь месяцев 2022 года регулятор в лице Министерства просвещения РФ реализовал 4 важных инициативы по линии учебного контента для школьного образования. Во-первых, Приказом от 15.04.2022 №

243 утвердил порядок формирования федерального перечня электронных образовательных ресурсов (ЭОР), допущенных к использованию при реализации гос. программ начального, основного и среднего общего образования. Действительно, огромное количество цифровых решений, предложенных сторонними цифровыми и образовательными платформами, с одной стороны поддержали школы в период дистанционного обучения, но с другой, - создали массу проблем с проникновением некачественного контента. И отныне все электронные ресурсы, желающие участвовать в школьном образовании, должны будут проходить научную и педагогическую экспертизы подобно печатным учебным материалам. Разумеется, это не касается электронных форм учебников и пособий, уже представленных в ФПУ.

Во-вторых, Минпросвещения РФ в рамках заседаний научно-методического совета (в январе и в июле) добавило в Федеральный Перечень учебников (ФПУ) для школ 95 и 47 учебников соответственно. И если в январе подавляющее большинство новинок ФПУ пришлось на учебники по родным языкам (в т.ч. алтайскому, адыгейскому, татарскому, карачаевскому и чувашскому), а также на учебники по финансовой грамотности, кибербезопасности и пр., то на июльском заседании в первую очередь было обращено внимание на необходимость охвата всех категорий детей с ОВЗ, а Перечень пополнился 47 учебниками, которые в том числе предназначены для детей с интеллектуальными нарушениями и с нарушением зрения.

И, наконец, в мае по традиции последних лет был утвержден обновленный ФПУ на 2022/2023 учебный год. И здесь, в общем-то, обошлось без сюрпризов, хотя нельзя не отметить усиление позиций издательств национальных автономий России и увеличение числа учебников по родным языкам и литературам. В обновленный перечень включены более двух тысяч (2045) наименований, в том числе 125 позиций для коррекционной школы. Срок действия экспертного заключения для учебников – 25 сентября 2025 года или до 25 июня 2026 года.

Диаграмма 1.6.

Федеральный Перечень учебников на 2022/2023 учебный год: Доля издательств по количеству позиций, %

Источник: данные – Министерство просвещения РФ (fpu.edu.ru), аналитика – «КИ»



Учебники на родных (нерусских) языках составляют треть (31.2%) блока начального образования ФПУ, 15.7% блока общего и только 8% блока среднего образования ФПУ. Благодаря усилению национального блока доля АО «Просвещение» как правообладателя в основном списке учебников снизилась до 65.9% (в 2020 – 69.7%) позиций. Наибольшие потери в 2022 году в блоке начальной школы – 58.85% учебников (в 2020 – 87.1% учебников). Тем не менее, группа компаний «Просвещение» по-прежнему значительно присутствует в блоке общего (69.29% учебников) и среднего (69.23% учебников) школьного образования. Из издательств федерального уровня более или менее заметными поставщиками официального (с грифом) контента в общей и старшей школе остаются лишь «Русское слово – учебник» (8.9% и 8.0% позиций) и ИОЦ «Мнемозина» (2.5% и 7.1% позиций соответственно).

В конце марта – начале апреля 2022 года продажи учебной литературы в книжных магазинах демонстрировали неожиданный для этого времени года рост продаж, но затем вернулись к привычным для себя сезонным колебаниям:

в июне-июле продажи шли ровно, а школьная кампания августа-сентября, даже начавшись с запозданием, тем не менее, дала традиционный прирост продаж, хотя с учетом нынешнего ценника на рабочие тетради и атласы, ждать рекордов и не стоило.

Диаграмма 1.7.

Учебная литература: Сезонная карта продаж в 2018-2022 гг. (объем в натуральном выражении к предыдущему месяцу, %)

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



Но несмотря на определенные трудности и рост цен, учебная книга сохранит позиции лидера в тематической структуре книжного выпуска Москвы и в 2023 году. По крайней мере, руководитель ведущего издательства в этом секторе книжного рынка настроен вполне оптимистично.

Дмитрий Климишин, ГК «Просвещение»:

Пусть санкции затронули нас не напрямую, тем не менее они заметно отразились на нашей деятельности из-за временного прекращения поставок или дефицита иностранных комплектующих и материалов для наших партнеров — производителей бумаги и полиграфических услуг. Также пришлось оперативно реагировать на проблемы, возникающие по части программного обеспечения, когда

некоторые западные фирмы-поставщики, решили покинуть российский рынок. Однако нам удалось найти выход и оптимальные решения в каждой из ситуаций.

Мы не наблюдаем никаких проблем с динамикой дебиторской задолженности, также не отмечаем замедления оборачиваемости продукции, напротив, оборачиваемость ускорилась по отношению к прошлому году, количество прямых розничных партнеров также растет. В целом по динамике продаж и спросу на нашу продукцию в этом году можно однозначно сказать, что рынок чувствует себя хорошо и интерес к нашей продукции сохраняется на высоком уровне.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос, август 2022

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: отдельно по количеству наименований и суммарному тиражу

2.1. Обзор операторов книгоиздания Москвы и уровня их издательской активности

По данным Книжной палаты можно говорить о 1470 издательствах, осуществляющих свою деятельность в январе-сентябре 2022 года в Московском регионе (LFL2021 – 1720; LFL2020 – 1578; LFL2019 – 1759; LFL2018 – 1792). Впервые за последние пять лет столь малое количество операторов предоставило свои издания для учета в РКП. Это можно объяснить и погрешностями статистики, и общим настроением в книгоиздательском сообществе, но в любом случае предпринимательская активность в книгоиздании Москвы находится сейчас на минимальном уровне даже на фоне «провала» 2020 года в связи с ограничениями по распространению коронавирусной инфекции. Пострадала и структура столичного книгоиздания, где средние по объему выпуска игроки фактически исчезли, и всё очевиднее противостояние крупнейших холдингов и малых издательств (3-5 книг за 6 месяцев), на долю которых сегодня приходится порядка 60-70% от общего числа операторов. И по-прежнему состав аутсайдеров издательского бизнеса невероятно подвижен. В 2022 году здесь представлены издатели прописей для дошкольников (ИД «Цветной мир») и издательства, зарекомендовавшие себя в области медицинской литературы («Видар-М») или в выпуске детской и подростковой литературы («Октопус»), и прежде известные импринты, испытывающие в настоящий момент проблемы по ряду причин (издательства «Карьера Пресс», «Б.С.Г.-Пресс»), и конечно же малые предприятия, которые традиционно из года в год «пробуют» себя в издательском бизнесе или заняты спонсорскими печатными проектами (НИЦ «Луч», «Конверт»).

При этом пул по-настоящему крупных издательств (от 500 наименований книг в годовом исчислении) в январе-сентябре 2022 года немного превысил прошлогодний результат, даже с учетом слияний и объединения импринтов, и насчитывает 20 компаний (I-IIIQ2021 – 19; I-IIIQ2020 – 17 компаний, I-IIIQ2019 – 20 компаний, I-IIIQ2018 – 22 компании).

Сказался ли кризис периода неопределенности и структурной перестройки экономики на производственной составляющей книгоиздания Москвы? Конечно, и в отличие от периода пандемии он сказался не только на ресурсной базе типографий, но и на готовности издательств сохранить выпуск книжной продукции в прежних объемах. Согласно экспертному опросу журнала «Книжная Индустрия», только по итогам I полугодия 2022 года 56,3% издательств РФ сократили инвестиции, урезав выпуск на 2-37% наименований, и 49,9% снизили средний тираж на 12-40% (от 0,12 тыс. в учебной книге для вузов до 9-10 тыс. в детской и школьной книге).

Ольга Лябина, издательство «Лайвбук»:

Увеличились сроки печати книг, бумагу необходимо заказывать и оплачивать заранее, сделать допечатку в течение месяца, к сожалению, больше невозможно. Мы сокращаем тиражи выходящих новинок, с прежних 3 тыс. экземпляров опустили до 2-2,5 тыс. экземпляров, хотя их себестоимость выше. Мы надеемся по-прежнему печатать 2-3 новинки в месяц, но сейчас сильно сократился приток переводных новинок.

«Книжная Индустрия», август 2022

Дарья Дорофеева, издательство «Мозаика kids»

В первую очередь у нас «отвалились» совместные проекты с иностранными издательствами, среди которых традиционно было много сложных с полиграфической точки зрения книг. Например, мы сожалеем, что потеряли возможность печатать водные раскраски в Польше, и замену польским типографиям найти пока не смогли.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2022

Аналогичная ситуация складывается и по результатам проведенного в рамках Мониторинга сентябрьского опроса: 62,5% издательств Москвы сообщили о снижении опубликованных ими наименований книжной продукции и 51,1% – о снижении среднего тиража в январе-сентябре 2022 года в диапазоне 2-23% (LFL2021). Конечно, многие издательства (в т.ч. «Эксмо»,

«Вако», «АСТ», «Вече») ограничились снижением одного из показателей, но есть и просто удручающие результаты – ИД «Лев» сократил в 2022 году и число наименований, и средний тираж своих изданий на 14% и 20% соответственно (LFL2021).

По данным государственной статистики по итогам трех кварталов 2022 года большая часть (60% ТОП-25) лидеров коммерческого книгоиздания Москвы так и не восстановились по суммарному тиражу к допандемийному уровню (LFL2019). Значимая (минус 8-41%) отрицательная динамика этого показателя не зависит от профиля выпускаемых книг и отмечается как у издателей, специализирующихся на выпуске детской книги, – «Стрекоза-Пресс», ИД «Лев», «Клевер-Медиа-Групп», так и у издателей преимущественно художественной и нон-фикшн литературы для взрослых – «Вече», «Азбука-Аттикус», «Рипол Классик», «Эксмо» и т.д. И делать какие-либо обобщения на этом основании преждевременно, так как многие другие издатели детской литературы («СИМБАТ», «Фламинго») или универсалы («АСТ») и даже специализированные издатели («Проспект», «ГЭОТАР-Медиа», «Флинта»), напротив, продемонстрировали значительные восстановительные процессы в 2022 году, увеличив свой выпуск на 25% и более даже на фоне благополучного 2021 года. И, разумеется, в пандемию и сейчас серьезно растут по параметрам выпуска издатели учебной литературы для школ – «Просвещение» и «Русское слово – учебник».

В сравнении с I-III кв. 2021 года у большей части 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. Лишь условно у каждого четвертого участника ТОПа лидеров книгоиздания Москвы (и России) присутствует отрицательная динамика выпуска в годовом выражении по обоим показателям: «Эксмо», «Росмэн», «Стрекоза-Пресс», ИД «Лев», «Айрис-Пресс», «Инфра-М».

Выявить какие-либо закономерности в этой волатильности инвестиционных процессов достаточно сложно. Все эти издательства –

опытные участники книжного рынка столицы, проработавшие не один десяток лет, это команды с большим портфелем проектов и опытными сотрудниками, причем некоторые из них получили поддержку от государства не только в 2020-м, но и в 2022 году. Так что коррекция редакционных планов связана с индивидуальными решениями издательств в зависимости от состояния товарных запасов и портфеля прав в условиях усиления санкционного давления и общей структурной перестройки экономики в России.

Таблица 2.1.

Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I-III кв. 2022 года

Издательство (импринт)	Число книг и брошюр, печ. ед.	Общий тираж, тыс экз.	В %% к I-IIIQ 2021 г.		В %% к I-IIIQ 2019 г.	
			по числу книг	по тиражу	по числу книг	по тиражу
АСТ	7578	33693,61	22,36	26,09	24,58	16,59
Эксмо	7193	35756,74	-20,52	-8,15	-27,20	-26,24
Просвещение ИГ	6682	116575,51	18,06	16,11	15,83	7,52
Азбука-Аттикус ИГ	2452	14546,10	-6,80	1,13	0,49	-7,79
СИМБАТ	1484	7885,00	40,66	32,97	59,06	2,01
РИПОЛ классик ИГ	1441	822,72	7,38	22,96	146,32	-24,52
Экзамен	827	12109,00	15,02	30,22	-5,70	-2,00
Росмэн	736	6410,00	-6,84	-13,17	-18,76	84,24
Манн Иванов и Фербер	627	3741,71	6,45	87,41	10,58	29,25
Проспект	511	1667,17	-21,98	49,95	68,65	51,23
Стрекоза-Пресс	481	2798,00	-20,76	-29,27	24,61	-35,85
Флинта	473	88,76	83,33	38,88	15,65	-17,52
Клевер-Медиа-Групп	468	2248,35	12,77	36,28	-22,39	-10,49
ГЭОТАР-Медиа	466	396,93	27,67	34,17	32,01	32,25
Мозаика-Синтез	435	4874,50	20,83	-14,92	32,22	16,98
ИНФРА-М	418	104,16	-26,41	-3,81	-34,89	-8,89
Русское слово-учебник	403	4962,35	29,58	83,94	26,33	34,93
Вече	369	542,97	-7,52	13,07	-29,04	-34,05
Фламинго	335	7188,30	20,07	29,04	1,82	-5,46
Издательский дом Лев	296	3570,02	-39,71	-52,69	-32,11	-40,88
Альпина Паблишер ИГ	270	735,05	16,88	-28,00	21,62	11,03
ВАКО	254	3064,25	22,12	-59,88	-4,87	-67,76
Центрполиграф	238	1078,00	-4,03	0,18	-37,37	-38,58
Айрис-Пресс ИГ	203	1881,50	-1,46	-9,06	-7,73	-22,62
Детская литература	179	580,00	29,71	25,08	-1,10	-26,37

Источник: Книжная палата, данные издательств

Олег Вишняков, ИД «Лев»:

Наш журнальный бизнес серьезно пострадал из-за логистических проблем с Китаем, где мы закупаем игрушки-вложения в наши журналы. В результате мы были вынуждены сдвинуть по срокам выпуск нескольких номеров и, следовательно, недосчитались в обороте. Сейчас процессы более-менее отлажены, надеемся всё наверстать до конца года.

Ирина Балахонова, издательство «Самокат»:

Из-за роста себестоимости производства наше издательство заморозило выпуск ряда имиджевых/дорогостоящих проектов. Мы ужесточили критерии отбора книг для переизданий, уменьшили тиражи и планируем пересмотреть портфель прав 2023 года в сторону увеличения доли российских проектов.

«Книжная Индустрия», август 2022

И если по количеству новинок в 2022 году можно говорить о разнонаправленности тенденций в книгоиздании Москвы, то ситуация со средним тиражом не вызывает оптимизма с 2018 года: две трети (66,7%) издательств из ТОП-25 не смогли вернуть показатель среднего тиража к уровню 2019 года. Причем, среди «невозвратных потерь» ведущие издатели крупнейших холдингов страны – «АСТ», ИГ «Азбука-Аттикус», «Альпина», «Рипол классик». И вряд ли это можно списать на какие-то ограничительные меры или катастрофические последствия отсутствия гос. поддержки. В данном случае такая издательская политика является скорее следствием сокращения читательской аудитории в стране и/или сужением пропускной способности каналов сбыта.

Таблица 2.2.

Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I-III кв. 2018-2022 гг.

	I-IIIQ 2018	I-IIIQ 2019	I-IIIQ 2020	I-IIIQ 2021	I-IIIQ 2022	2022 в % к 2021	2022 в % к 2019 справочно
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-----------------	---------------------------

Азбука-Аттикус ИГ	5898	6465	5765	5467	5932	8,51	-8,24
Айрис-Пресс	7748	11052	7821	10044	9268	-7,73	-16,14
Альпина ИГ	3174	2982	3134	4419	2722	-38,40	-8,72
АСТ	4669	4751	4508	4315	4446	3,04	-6,42
ВАКО	14598	35598	16610	36716	12064	-67,14	-66,11
Вече	1619	1583	1288	1204	1471	22,18	-7,08
ГЭОТАР-Медиа	893	850	872	810	852	5,19	0,24
ИД Лев	12968	13851	17221	15370	12061	-21,53	-12,92
ИНФРА-М	209	178	210	191	249	30,37	39,89
Клевер Медиа Групп	4485	4166	4746	3975	4804	20,86	15,31
Флинта	261	263	238	247	188	-23,89	-28,52
Манн, Иванов и Фербер	5674	5106	4059	3390	5968	76,05	16,88
Мозаика-Синтез	17875	12666	14294	15915	11206	-29,59	-11,53
Просвещение ИГ	27474	21565	20157	19470	17446	-10,40	-19,10
Проспект	3172	3638	2590	1697	3263	92,28	-10,31
РИПОЛ Классик ИГ	2140	1863	698	499	571	14,43	-69,35
Росмэн	2306	3840	6807	9345	8709	-6,81	126,80
Русское слово	13597	11529	12303	8675	12314	41,95	6,81
СИМБАТ	6373	8285	6974	5621	5313	-5,48	-35,87
Стрекоза-Пресс	7445	11300	6647	6517	5817	-10,74	-48,52
Фламинго	24042	23110	20297	19967	21458	7,47	-7,15
Центрполиграф	4123	4618	4110	4339	4529	4,38	-1,93
Экзамен	13709	14089	14763	12933	14642	13,21	3,93
Эксмо	5060	4907	4717	4285	4971	16,01	1,30

Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

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

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

К 2022 году процесс приобретений (покупок) и перевода прав с нескольких на одно юр. лицо фактически завершен, и основные изменения касаются уже внутренней структуры бизнеса. Так, официально процесс слияния/укрупнения АО «Просвещение» был завершен Приказом №766 от 23 декабря 2020 года о Федеральном перечне учебников (ФПУ), в котором окончательно зафиксирован переход прав на УМК от издательств «Бином», «Дрофа», «Вентана-Граф» и «Ассоциация 21 век» в центральный импринт

холдинга. Отныне группа выступала единым правообладателем учебников, занимая в ФПУ 66-70% позиций.

Процессы слияний и объединений, продолжавшиеся на протяжении последних десяти лет в коммерческом секторе книжной отрасли, также фактически завершились к 2022 году. Продажи О.Е. Новикову в августе 2021 года книжных активов А. Мамута (100% в типографии «Парето-Принт» и 51% в ИГ «Азбуке-Аттикус») стали последней большой сделкой акционеров ведущего издательского холдинга страны. Да, в августе 2022 года издательства «Popscorn Books» и «Individuum», ранее связанные с Bookmate, приобрел совладелец объединенной книжной сети «Читай-город – Буквоед» Денис Котов, а сеть «Республика» еще в конце весны перешла под управление менеджмента холдинга «Эксмо-АСТ», тем не менее, всё это укладывается в процедуру внутренней реструктуризации ведущего издательского холдинга на коммерческом книжном рынке РФ. Во многом именно внутренними мотивами объясняется и серьезная кадровая перестановка в холдинге в 2022 году. С августа в издательстве «Азбука-Аттикус» единственный акционер – ООО «Издательство АСТ», а также новый генеральный директор – Татьяна Горская, ранее занимавшая должность исполнительного директора издательства «АСТ». Контракт с прежним генеральным директором Леонидом Шкуровичем продлен не был. Кроме того, в связи «с текущей ситуацией» в мае на посту президента издательской группы «Эксмо-АСТ» Олега Новикова сменила Марина Емельянова (финансовый директор издательства «Эксмо»), что впрочем не помешало О.Е. Новикову оставаться главным человеком в холдинге. По данным СПАРК, Новиков сохранил доли в книжной сети «Читай-город / Буквоед» (36,65% в ООО «Новый книжный центр» и 87,65% в ООО «Читай-город»), ООО «Манн, Иванов, Фербер» (53,31%), Тверском полиграфическом комбинате (98,36%) и ряде других профильных активах холдинга.

Таким образом и коммерческий, и бюджетный сектора книгоиздания в РФ (и соответственно Москвы) контролируются в 2022 году крупнейшими издательскими холдингами РФ на 49,3% (по наименованиям) и 73,2% (по тиражам).

В 2022 году государственная статистика выпуска печатных изданий (Российская книжная палата) свидетельствует об увеличении роста напряженности в конкурентном ландшафте московского книгоиздания, отводя ТОП-10 ведущих издательств 59,4% по числу выпущенных названий и 87,5% суммарного тиража общего московского выпуска в первые девять месяцев текущего года (LFL2021 – 61,2% и 76,4% соответственно; LFL2020 – 54,6% и 75,9%; 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», а также издательств «АСТ» и «Экзамен», и в увеличении доли сразу по двум показателям у ведущего на сегодня игрока рынка детской книги – компании «Симбат». Компания с 1995 года работает на оптовом рынке детских игрушек, представляя свою продукцию не только на территории России, но и в Беларуси, Казахстане, Армении, Киргизии и т.д. С 2007 года плотно занимается книгами для дошкольников под собственной торговой маркой «Умка».

Дарья Дорофеева, издательство «Мозаика kids»:

Принудительное лицензирование? Нет, мы такой вариант не рассматриваем ни при каких условиях. И в нашем каталоге никогда не было много лицензионных книг. Мы с лицензиями работаем точно и всегда отдавали предпочтения российским мультфильмам. Сейчас в России производится много качественного контента, такие крупные игроки, например, как холдинг «СТС Медиа» и Группа компаний «Рики» (Riki.team) активно выпускают новинки и поддерживают на должном уровне свои уже вышедшие успешные проекты. У нас не возникает необходимости искать им замену.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2022

Олег Вишняков, ИД «Лев»:

Мы сейчас точно «набиваем» наш лицензионный портфель отечественными франшизами - как новинками, так и уже известными на рынке. Очевидно, что в отсутствие конкуренции их перспективы улучшаются. Расширяем ассортимент за счет новых форматов на стыке книг и других категорий – настольных игр и другими.

Борис Кузнецов, издательство «Росмэн»:

Конечно, выросла стоимость типографских услуг. И она еще будет расти. Возник дефицит материалов и полиграфических мощностей. Срывы и задержки производства стали регулярными. Издательская программа, естественно была скорректирована – что-то отпало, т.к. не смогли оформить договор на зарубежные авторские права, что-то пришлось срочно переделывать под реальные возможности российской полиграфии, что-то удешевлять, т.к. новые цены выводили эти проекты в очень дорогие сегменты. В целом издательская программа упростилась и сократилась. А сейчас мы очень быстро готовим ассортимент, подстраивающийся под надвигающуюся экономическую ситуацию. И у нас есть в разработке несколько крупных проектов, с которыми мы будем входить в новые ниши, где нас пока еще не было. Будем стараться диверсифицироваться. А 2023 год, естественно, будем планировать с ростом – это очевидный закон бизнеса – если ты планируешь падение, то компания начинает неизбежно сокращаться и этот процесс очень сложно остановить.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос 2022

Таблица 2.3.

ТОП-15. Рейтинг издательской активности: Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2018-2022 гг.

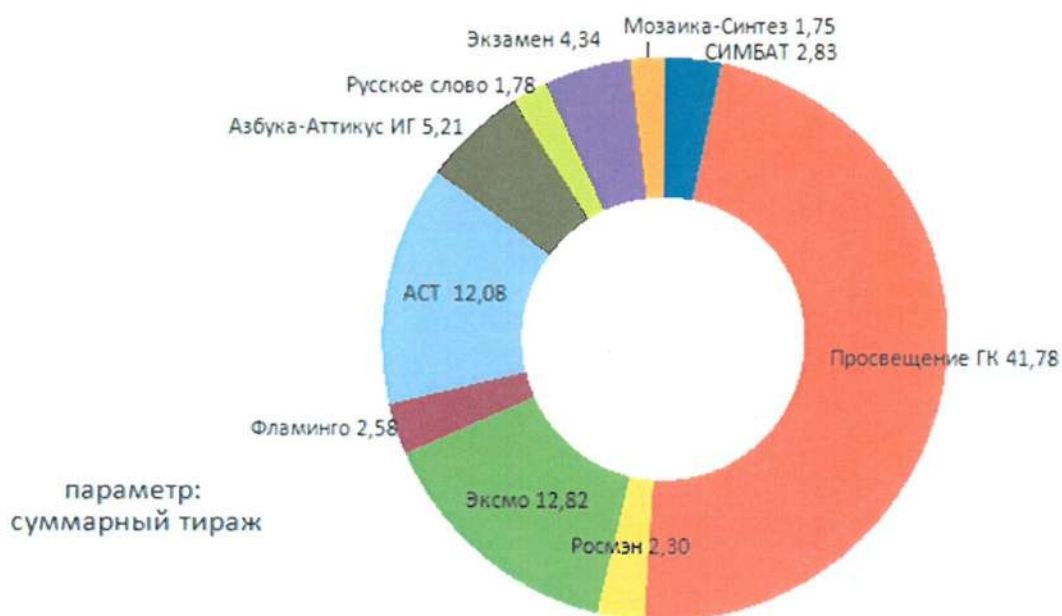
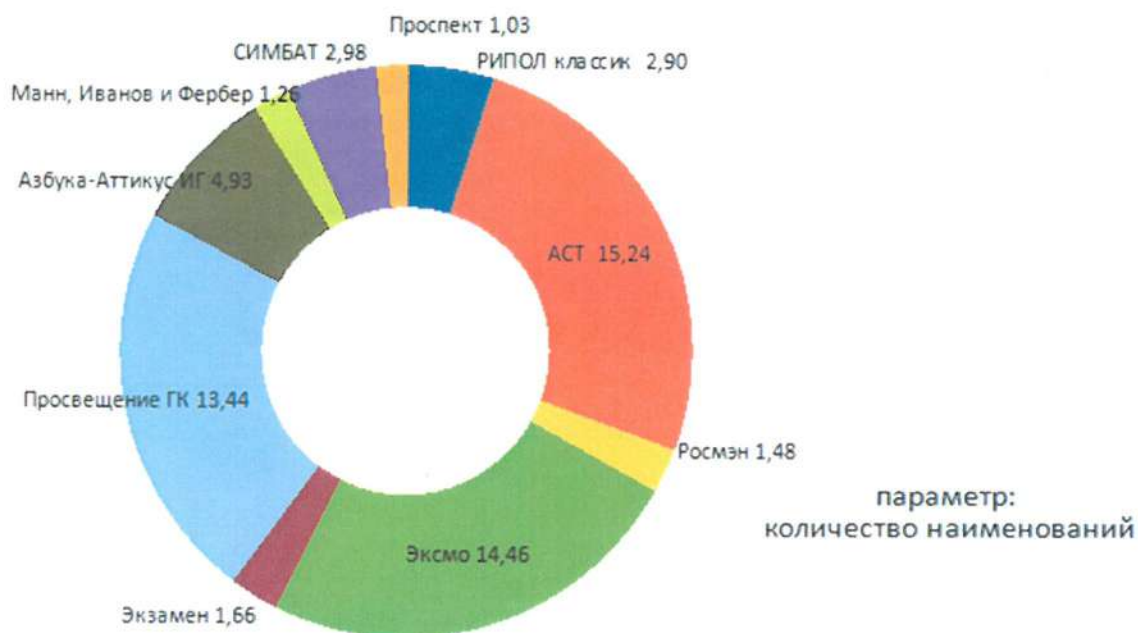
Параметр: количество наименований, %						Параметр: суммарный тираж, %					
	I-IIIQ 2022	I-IIIQ 2021	I-IIIQ 2020	I-IIIQ 2019	I-IIIQ 2018		I-IIIQ 2022	I-IIIQ 2021	I-IIIQ 2020	I-IIIQ 2019	I-IIIQ 2018
АСТ	15,24	13.21	12.65	12.81	12.21	Просвещение ГК	41,78	34.26	27.60	25.41	22.90
Эксмо	14,46	19.31	13.59	14.45	14.60	Эксмо	12,82	13.28	11.76	11.75	12.58
Просвещение ГК	13,44	12.08	7.46	7.11	4.90	АСТ	12,08	9.12	10.46	10.09	9.70

Азбука-Аттикус ИГ	4,93	5.61	5.47	5.14	2.57	Азбука-Аттикус ИГ	5,21	4.91	4.27	4.32	2.58
СИМБАТ	2,98	2.25	3.00	1.96	1.19	Экзамен	4,34	3.17	3.97	4.31	4.51
РИПОЛ классик	2,90	2.86	4.12	1.23	1.09	СИМБАТ	2,83	2.02	3.84	2.70	1.29
Экзамен	1,66	1.53	1.47	1.85	1.93	Фламинго	2,58	1.90	2.51	2.65	3.92
Росмэн	1,48	1.69	1.39	1.91	2.01	Росмэн	2,30	2.52	1.74	1.21	0.79
Манн, Иванов и Фербер	1,26	1.26	1.33	1.19	1.29	Русское слово	1,78	0.92	1.51	1.28	1.21
Перспектив	1,03	1.40	1.08	0.64	0.84	Мозаика-Синтез	1,75	1.96	2.05	1.45	2.48
Стрекоза-Пресс	0,97	1.30	0.70	0.81	0.94	Манн, Иванов и Фербер	1,34	0.68	0.99	1.01	1.25
Клевер-Медиа-Групп	0,94	0.89	0.78	1.27	0.65	ИД Лев	1,28	2.58	3.13	2.11	3.36
ГЭОТАР-Медиа	0,94	0.78	0.78	0.74	0.62	ВАКО	1,10	2.61	0.99	3.32	1.36
Мозаика-Синтез	0,88	0.77	0.78	0.69	0.82	Стрекоза-Пресс	1,00	1.35	0.86	1.52	1.19
ИНФРА-М	0,84	1.21	1.01	1.35	1.09	Клевер-Медиа-Групп	0,81	0.56	0.68	0.88	0.49
Вече	0,74	0.85	0.74	1.10	1.38	Айрис-Пресс	0,67	0.71	0.54	0.85	0.56
ИД Лев	0,60	1.05	0.99	0.92	1.52	Лабиринт Пресс	0,12	0.28	0.60	0.58	0.62

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. 2022 года



Источник: данные – Российская книжная палата, аналитика – Мониторинг

С учетом текущей ситуации общей неопределенности, геополитических вызовов и структурной перестройки экономики, 2022 год не показателен для оценки уровня монополизации книжного рынка. В целом, можно говорить об укреплении ведущими холдингами вертикальной интеграции, приобретении малозначимых активов, высвобождающихся в связи с уходом из России иностранных акционеров, и кулуарных попыток повлиять на конкурентную ситуацию в школьном секторе рынка. Пока количество и масштаб внешних вызовов для книжной отрасли и необходимость адекватной реакции на них, перевешивает желание «подмять под себя рынок».

В сентябре всё оказалось и проще, чем виделось в марте, и сложнее. Нынешний кризис заставил вспомнить, что книги — это прежде всего бизнес, а потом уже немного литература и, возможно, творчество. У издателей и книжников сегодня на первом плане ежедневный мониторинг операционной деятельности, рентабельности, движения денежных средств и баланса в целом.

Если мы говорим о прогнозных по итогам 2022 года значениях суммарной доли столичного рынка у пятерки ведущих импринтов, то каких-либо кардинальных изменений здесь не произойдет: уровень монополизации московского книжного рынка составит 53,5% (в 2021 — 55,1%; 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 2022 году стало ослабление позиций издательства «Эксмо» в составе ведущего издательского холдинга и находящейся в процессе поглощения группы «Азбука-Аттикус».

В настоящий момент в Москве есть издатели, которые растут быстрее рынка. Так, несмотря на реализацию противоположных издательских концепций, в 2022 году одновременно улучшили свои позиции на рынке «АСТ», «Вако», «Просвещение» и «Самокат». И 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), расширяет розничную сетку продаж, ищет новые каналы сбыта, а кто-то растет только за счет ценовой политики на новинки и сброс остатков склада по прошлогодним ценам. И, наоборот, из-за серьезных логистических проблем с доставкой тиражей из Китая, заметно сократили свою долю на рынке «Лабиринт-пресс» и ИД «Лев».

В любом случае конкурентная ситуация и в 2022 году остается подвижной лишь с 9-10-й позиции ежегодного рейтинга, и наибольшие потери сегодня испытывают издатели, так или иначе связанные с зарубежным производством или массивным присутствием переводной литературы в каталоге.

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 текущих условиях экономической неопределенности и инфляционных колебаний чувствительность покупателя к цене возрастает, и издатель уже не может корректировать прибыльность проектов за счет элементарного роста цен.

В сентябре 2022 года стоимость типографских услуг и бумаги в среднем выросла в сравнении с прошлым годом на 26,3% и 21,4% соответственно. А учитывая тот факт, что доля типографских расходов в структуре себестоимости книжного издания находится в среднем на уровне 68%, то вполне очевиден и порядок роста отпускных (издательских) цен даже при переходе издательства в режим максимальной экономии. В августе-сентябре 2022 года новые поступления в книжные магазины Москвы приходят по цене на 18-25-30% дороже, чем годом ранее. И это касается только прямых поставок от издательств, в то время как прайсы московских оптовиков (Лабиринт, Абрис) и поставщиков книг на языке оригинала выросли на 50-70%. Ни книжные магазины, ни издатели не готовы жертвовать маржинальностью бизнеса. И по заявлениям экспертов в четвертом квартале 2022 года издательская цена новой книги еще подрастет на 9-15%. Разумеется, речь идет прежде всего о продукции среднего ценового сегмента. Ведь комфортная для покупателя цена книги в Москве, несмотря на адаптацию под общие инфляционные процессы в стране, и сейчас находится в диапазоне 500-1000 рублей. Так что издатели, стартующие с более высокого чем нижняя граница ценника, вынуждены ограничивать свои расходы и перекладывать на плечи ритейла и покупателя лишь часть инфляционных моментов в логистике и производстве.

Олег Вишняков, ИД «Лев»:

Серьезным ударом стало не подкрепленное достаточными основаниями увеличение отпускных цен на бумагу отечественными

фабриками-изготовителями, что автоматически увеличило себестоимость нашей продукции на 30-40%. Мы были вынуждены искать новые варианты полиграф. материалов, где-то идти на компромисс в плане качества, хотя для нас, как для издателя детской лицензионной продукции, качество материалов – один из ключевых факторов успеха.

Леонид Дашков, издательство «Дашков и К»:

В стране существенно возросли цены на полиграфические услуги, причем цены на цветную печать возросли на 50-60 %. В этих условиях мы практически отказались от цветной печати, по возможности переводя книги в черно-белый формат, а также, в целях экономии, расширили выпуск книг в переплете КБС вместо 7БЦ. Мы стали акцентировать внимание на более рентабельных и пользующихся высоким спросом изданий.

Алексей Ильин, ИГ «Альпина»:

Сейчас главная проблема — резкое подорожание типографских услуг, с начала марта цены выросли на 30-50%. Больше всего выросла себестоимость цветной печати, и как следствие можно ожидать подорожания детских книг. Сохраняется напряженность и с поставками красок. Мы сейчас активно начинаем тестировать краски из Кореи и Индии и растворы из Китая, ищем новых поставщиков, думаем о возможном использовании других материалов. Конечно, новые логистические цепочки начинают функционировать, но скорее в сегменте поставки расходников и химии для производства бумаги.

«Книжная Индустрия», август 2022

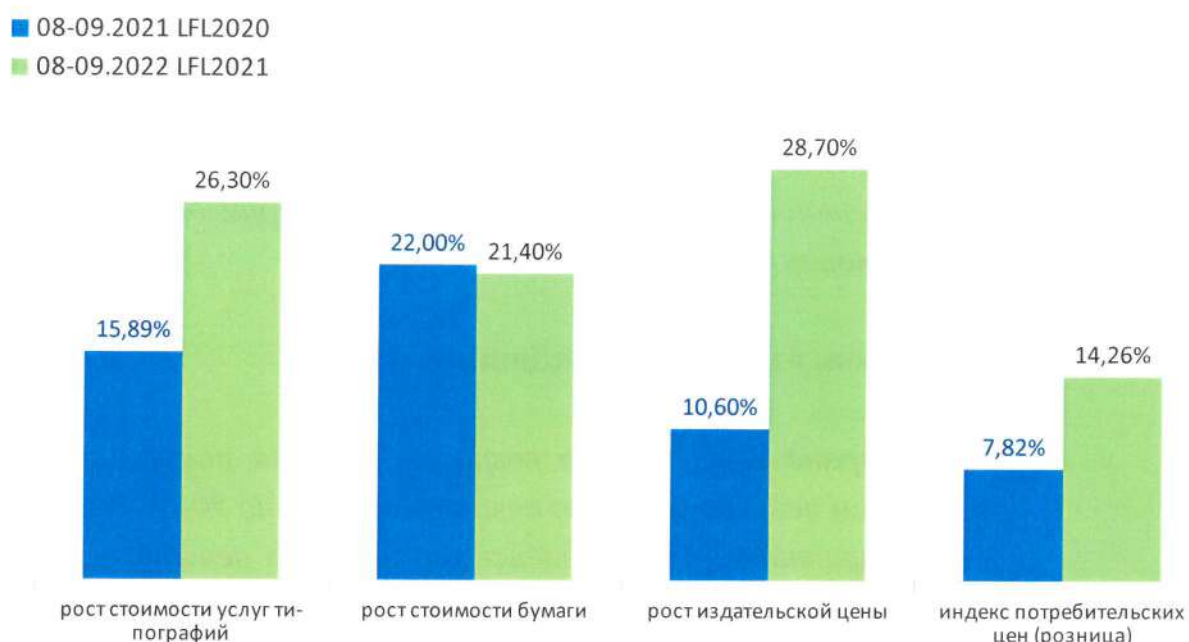


Диаграмма 3.1.

Рост стоимости производства печатной книги и динамика цен на книжном рынке Москвы в августе-сентябре 2021/2022 гг., % год к году

Источник: данные экспертного опроса в рамках Мониторинга (сентябрь 2021/2022); 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 поспособствует росту маржинальности бизнес-проектов. Согласно экспертному опросу в рамках Мониторинга, средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в сентябре 2022 года составил 366,68 руб. (+28,7% LFL2021; +85,8% LFL2019). И сегодня издатели в меньшей степени готовы идти на дисконтные акции для покупателей, уделяя больше внимания снижению затрат, прежде всего по фонду оплаты труда и рекламе.

Сергей Макаренков, ГК «РИПОЛ»:

На мой взгляд, жертвовать маржинальностью — это не самый лучший выход для печатных книг как «товара особого рода». Практика показывает, что при принятии решения о покупке во главе

угла стоят другие мотивы. Сейчас важно не урезать, а повышать эффективность вложенных средств. Но с этим, особенно в продвижении, есть вопросы.

Александр Богуславский, издательство «АСТ»:

В марте этого года был высокий подъем цен на производство (порядка 30%), что вынудило нас поднять цены на книги «АСТ» в конце марта на 15-20%. После этого, повышений у нас практически не было. Если учесть, что в этот период цены на различные товары поднимались на 30-50%, то рост розничных цен на книги в пределах 20%, к тому же растянутый во времени на март-май, обеспечил книжному рынку преимущество перед другими товарными рынками.

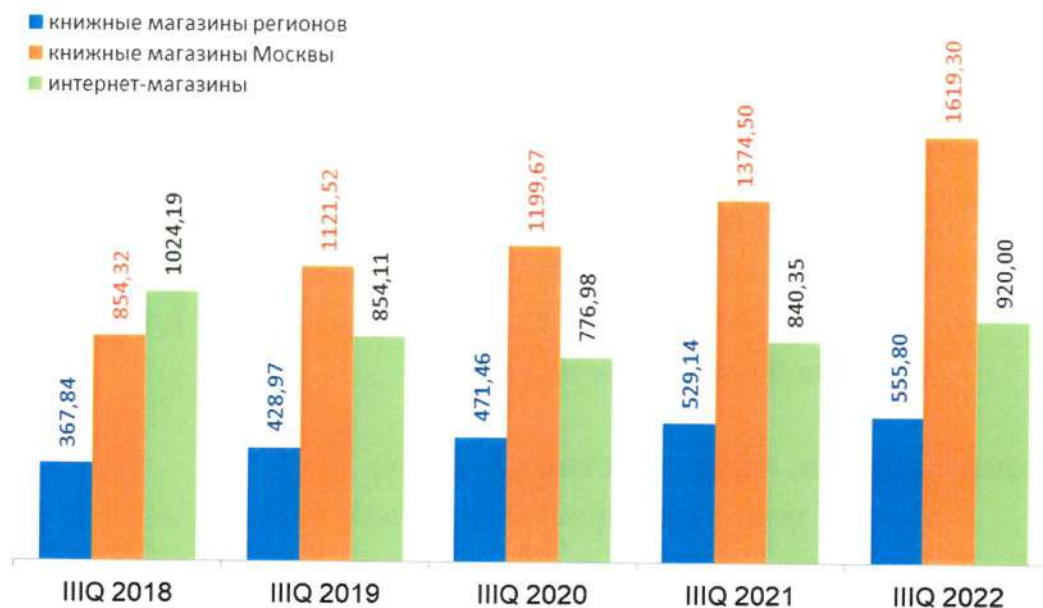
Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Вопрос цены очень чувствительный, поэтому мы поднимали цены в несколько этапов. Если рост себестоимости производства с начала года составил около 30%, то рост цен на книги — примерно 20%. В целом мы видим готовность аудитории покупать книги, однако снижение динамики продаж в штуках — это проблема. Она актуальна преимущественно в детском и нон-фикшн сегментах, при этом продажи художественной литературы продолжают расти главным образом за счет классики, YA-текстов и комиксов.

«Книжная Индустрия», август 2022

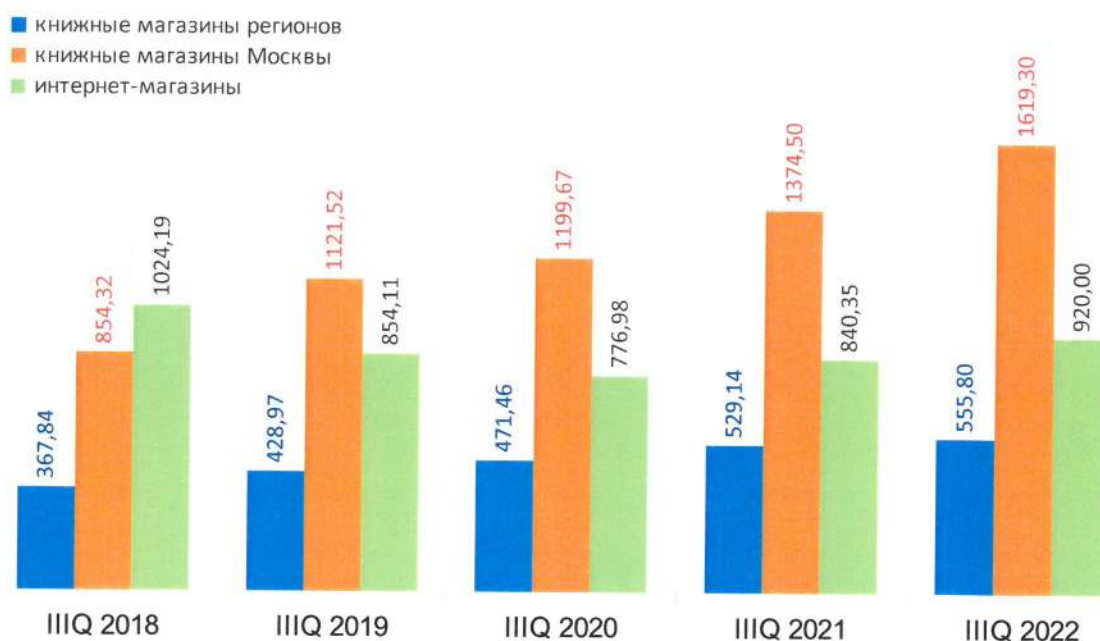
Диаграмма 3.2.

Средний чек покупателя (только книги) в третьем квартале 2018-2022 гг., руб.



Источник: данные экспертного опроса в рамках Мониторинга (сентябрь 2018-2022); данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

Разогнавшаяся к июню до 20,1% инфляция на московском книжном



рынке позволила хотя бы частично закрыть растущую себестоимость производства печатных книг, но снижение трафика в традиционной рознице и

растущая комиссия за выкладку на интернет-витринах спровоцировали издателей на более плотное сотрудничество с бюджетными организациями, прежде всего библиотеками всех ведомств. Книжной рознице тоже было непросто, ведь владельцы опустевших ТЦ с неохотой шли на снижение платы за аренду. Не добавляли оптимизма и ограничения объема книжных поставок из-за снижения тиражности, невозможность быстро сделать дозаказ и участвовавшие претензии поставщиков по поводу задолженности по товарному кредиту и увеличения сроков оборачиваемости проектов, хотя всё это вполне укладывается в нетрадиционный для лета скачок издательских цен.

Однако, в III квартале 2022 года индекс потребительских цен на книжном рынке Москвы резко пошел вниз – инфляция по книгам в августе-сентябре (в среднем по всем каналам сбыта) составила только 14,26% (LFL2021). Это значительно ухудшило ситуацию для целого ряда издательств, особенно для тех, кто в значительной части сбыта ориентирован именно на московский регион. Они оказались зажаты между растущими типографскими расходами и снижением трат на книги со стороны потребителей.

Но есть и позитивные моменты. Благодаря отказу издательств от участия в дисконтных акциях маркетплейсов, «вилка» между ценой на книгу в интернете и в классическом книжном магазине постепенно сокращается. Хотя именно в Московском регионе благодаря присутствию большого количества магазинов «Книжный Лабиринт» как витрины онлайн-продаж одноименного интернет-магазина, диапазон расхождения по-прежнему остается весьма внушительным. В сентябре 2022 года клиент платил за книгу в книжном магазине на 46,1% больше, чем в интернет-канале (в 2021 – на 50,2%), и на 120,3% (в 2021 – на 134,2%) больше покупки в FMCG-супермаркете. Книжные магазины выставляются в невыгодном свете, но договоренности по сокращению «ценовой вилки» онлайн и офлайн продаж по-прежнему не достигнуты.

Марина Каменева, ТДК Москва:

После снижения волны пандемии в первом полугодии 2022 года мы отметили увеличение притока посетителей в магазин и повышение интереса к книге. При этом в связи с выросшими ценами люди более серьезно подходят к выбору покупки.

Наш магазин несколько отличается от других книжных магазинов столицы. У нас есть антикварно-букинистический отдел со стабильным доходом, и мы на протяжении уже многих лет развиваем интернет-магазин, вклад которого в оборот нашего предприятия составляет сегодня порядка 30%. Так что, я не могу сказать, что у нас всё плохо, мы постоянно ищем альтернативные проекты, которые могли бы нас защитить от турбулентности рынка.

**Отраслевое совещание 12.04.2022;
«Книжная Индустрия», экспертный опрос, август 2022**

И осенью 2022 года ситуация с ценами у книжных магазинов продолжает ухудшаться. Средняя цена реализации в московской рознице в августе-сентябре 2022 года составила 682,67 руб. (LFL2021 – 661,15 руб.; LFL2020 – 634,87 руб.), хотя социологический опрос их посетителей, проведенный в рамках Мониторинга в октябре 2022 года, продемонстрировал по-прежнему достаточно низкую ценовую планку у большинства нынешних столичных читателей: роман для взрослого чтения (16+) для 57,6% (в 2021 – 68%; в 2019 – 79%) респондентов не должен стоить дороже 500 рублей; детская книга для 44,7% (в 2021 – 41%; в 2020 – 41%; в 2019 – 43%) респондентов – не дороже 300 рублей. Причем, только 10,7% москвичей готовы сегодня заплатить за детскую книгу более 500 рублей (в 2021 – 14%). И за столь очевидное превышение допустимого с точки зрения клиента ценника книжники расплачиваются снижением трафика.

Диаграмма 3.3.

Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2022 году



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, 5-9 октября, 2022 года)

Внушительный рост цен на книги и отсутствие привычной массовой рекламы уже привели к провалу школьной кампании 2022 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. И хотя в 2022 году размер трат на «книги» в семейном бюджете москвичей вырос благодаря в том числе социальным выплатам, но не настолько, чтобы закрыть рост издательских цен.



Среднее значение по основным каналам сбыта: книжный магазин, интернет, fmcg

Диаграмма 3.4.

Средняя цена купленного на территории Москвы издания базовых тематик книжного ассортимента в августе-сентябре 2021/2022 гг., руб.

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

Уже на старте школьной кампании в августе 2022 года инфляционный индекс по наиболее востребованным в книжных магазинах РФ позициям ГК «Просвещение» составил 35-55% к августу 2021 года. В этом диапазоне подорожали «Прописи» В.Г. Горецкого, достигнув 748-832 руб. за комплект из 4-х брошюр (в августе 2021 – 530-532 руб.), а цена на рабочие тетради по математике и окружающему миру из УМК «Школа России» для начальной школы превысила 450 руб. и 650 руб. соответственно (в августе 2021 – 330 руб. и 480 руб.). Атласы по географии в августе 2022 года обходятся родителям в 287 рублей за штуку, контурные карты – в 129 рублей (в августе 2021 – 197 руб. и 82 руб.).

Рост потребительских цен в диапазоне от 13% до 50% в зависимости от тематики (LFL2021) привел к значительному сокращению экземплярных продаж, причем во всех регионах России и во всех каналах сбыта. И сказался не только на традиционном для школьной кампании ассортименте. Так, например, третий квартал стал худшим в 2022 году для детской книги: экземплярные продажи снижались на 20-30%, а значит вместо условных 3-4 книг покупатель брал 2-3 книги. И дальнейший рост ценника по книгам сократит объем покупки до 1-2 экземпляров уже к нынешнему Рождеству.

Олег Вишняков, ИД «Лев»

Мы сейчас наблюдаем снижение покупательской активности – как в рознице, так и в онлайн. Это происходит во всех категориях непродовольственных товаров. В условиях неопределенности покупатель включил «режим экономии» до момента, когда появится хоть какая-то ясность или наступит привыкание.

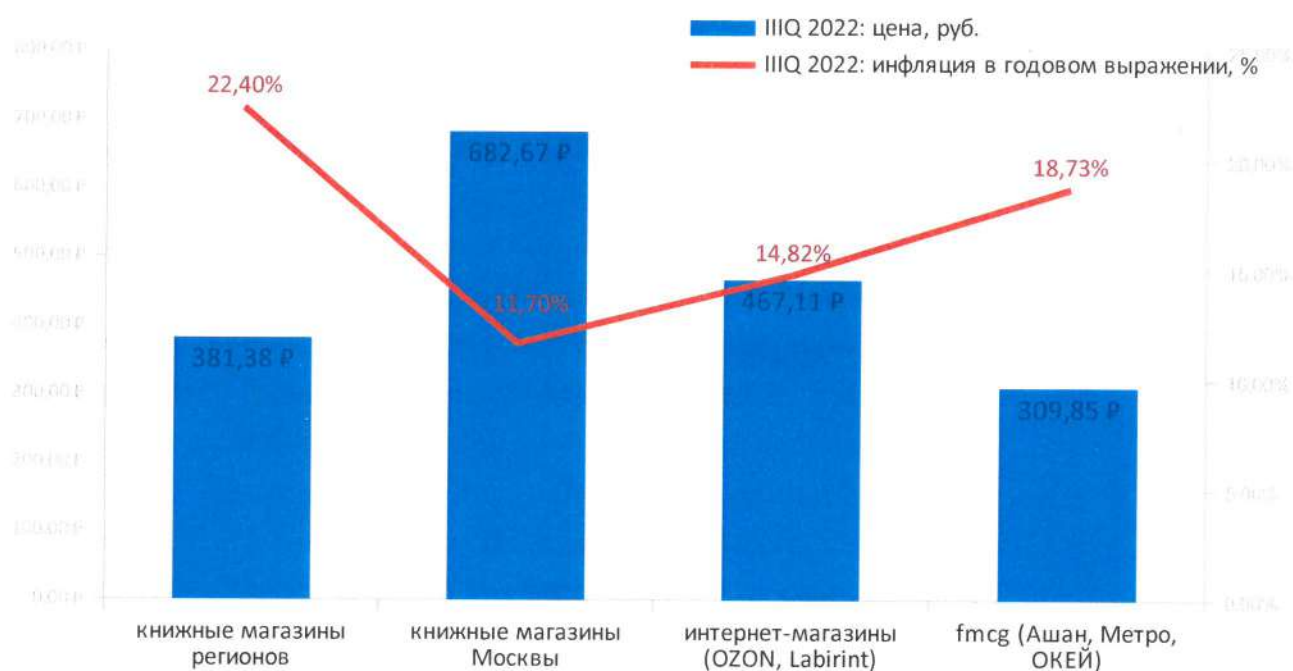
В силу специфики нашего ассортимента основным каналом продаж для нас являются федеральные сети масс-маркета, где маржинальность и так невелика. Дальнейшее ее снижение сделает бизнес просто бессмысленным. Поэтому мы вынуждены «ретранслировать» рост себестоимости в отпускные цены, хотя с сетями это и не так легко. Где это не получается, «играем» с полиграф-материалами, проводим ротацию ассортимента. Главное сейчас – найти баланс между качеством и ценой на полке.

«Книжная Индустрия», август 2022

Да, 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. И интернет-канал пытается это делать. 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 издательств вынуждала книжный магазин продавать на 30-35% дороже, чем, например, «Ozon» или «Wildberries». Это огромная проблема, без решения которой независимые



книжные магазины Москвы не смогут в условиях снижения спроса и покупательской способности выстоять. Уже сейчас книжные магазины работают в условиях снижения маржинальности до критического уровня.

Диаграмма 3.5.

Средняя розничная цена книжного издания и годовая инфляция в основных каналах сбыта в третьем квартале 2022 г.

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

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

Согласно данным ведущих издательств, в I-III кварталах 2022 года на книжный рынок Москвы приходится от 25% до 100% общего объема их реализации при средневзвешенном показателе в 46,5% (в 2021 – 40,4%; в 2020 – 37,1%; в 2019 – 39%; в 2018 – 46%; в 2017 – 53%; в 2016 – 45%). При этом две трети участников экспертного опроса сообщили о росте доли Московского региона в суммарных продажах за истекшие три квартала текущего года (средневзвешенный показатель – плюс 15 п.п.).

В целом, 62,5% издательств, участвовавших в опросе в рамках Мониторинга, сообщили о росте продаж в Московском регионе в I-III кварталах 2022 г. на 1-14%, и треть (37,5%) издательств (преимущественно детского/учебного профиля) сообщили о снижении в диапазоне 3-15% по отношению к продажам в аналогичный период 2021 года. Но несмотря на столь скромные результаты по итогам $\frac{3}{4}$ квартальных периодов, согласно сентябрьским прогнозам издательств абсолютное большинство из них (72,7%) предполагает по итогам 2022 года прирасти в обороте на 5-25% к 2021 году. Более того, многие рассчитывают значимо превзойти обороты допандемийного уровня, прибавив суммарно 25-65% к результатам 2019 года. Однако, речь идет только о рублевых продажах. Оборот растет, но продажи в натуральном выражении (экземплярах) практически у всех издателей уходят в глубокий минус в диапазоне от -7% до -23% за три квартала 2022 года. И по итогам 2022 года этот минус имеет все шансы увеличиться до рискованных значений, так как многие издательства наверняка пропустят традиционные ноябрьские распродажи в маркетплейсах («черные пятницы» или 11.11) из-за выросшей себестоимости книжных изданий.

Сергей Макаренков, ГК «РИПОЛ классик»:

Сейчас мы отказываемся от целого ряда дисконтных программ, нет желания работать себе в убыток. Дебиторка особенно у офлайн-розницы, к сожалению, растет, что приводит к сокращению поставок, а следовательно и к обеднению ассортимента на полках книжных магазинов.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос август 2022

Таблица 3.1.

ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I-III кв. 2022 года

Стационарный книжный магазин (сеть)	Киосковая сеть	Интернет-магазин	Непрофильный ритейл (FMCG)
ОРС Читай-город / Буквоед	Почта России	Wildberries	Ашан
Библио-Глобус ТД	Кардос ГК	OZON	Бэст прайс
Москва ТДК	Иммедиат Дистрибьюшен ООО	Labirint	Детский мир
Молодая Гвардия	Сейлс ООО	Yandex	Лента
ГУП ОЦ МДК	Газетта ООО	Chitai-Gorod	Окей

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

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2022

Конечно, в связи с пандемией и проведением карантинных мероприятий на территории Москвы традиционные книжные магазины начиная с 2020 года ожидаемо уступили первенство онлайн-площадкам. И в августе-сентябре 2022 года пропускная способность канала московской книжной розницы по-прежнему находится на довольно скромном уровне – в среднем 20,14% суммарной реализации столичных издательств (в 2019 – 32%). Более того, у целого ряда издательств только за последний год количество партнеров в этом сегменте сократилось на 8-50%.

И в 2022 году интернет-магазины продолжают лидировать по объему продаж книжной продукции. На интернет-канал приходится от 20% до 61%

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 (ЛЕСТА и PROSV.ru), но и сторонние интернет-магазины: прежде всего Labirint и Wildberries. В целом, структура реализации школьных учебников и в Московском регионе по-прежнему в значительной степени (до 68-75%) ориентирована на прямую продажу библиотекам и бюджетным организациям, а для изданий из списка дополнительных пособий (тесты, рабочие тетради и пр.) – до 100% на книготорговых оптовиков/логистов.

В целом, в обороте издательств доля онлайн-канала в августе-сентябре 2022 года составила 31,64%, что на 5 п.п. ниже результата аналогичного периода 2021 года (36,6%). Это немного, но тем не менее, демонстрирует усталость издателей от сотрудничества с маркетплейсами с их техническими и логистическими проблемами. Ряд издательств сочли более разумным вернуться к традиционному для себя варианту работы с интернет-магазинами (Labirint.ru или собственная витрина): *«мы возобновили сотрудничество с интернет-магазином «Лабиринт», это для нас хороший торговый партнер»* (Изд-во Ивана Лимбаха). Впрочем, вклад собственного интернет-магазина даже у тех издательств, кто уделяет этому повышенное внимание, как правило составляет 5-7% оборота.

Олег Вишняков, ИД «Лев»

Мы достаточно успешно работаем с маркетплейсами, прежде всего с WB, и очень ценим это партнерство. Действительно, последние нововведения WB в части принудительных промо для поставщиков не вызывают восторга и вынуждают еще более «творчески» подходить к выбору ассортимента и ценообразованию. Мы прекрасно понимаем, что WB – объемообразующий клиент для нас и для книжной отрасли в целом, а потому вынуждены искать выход, как минимизировать эти потери.

Что касается физической книжной розницы, то здесь мы всегда придерживались политики жесткого контроля за «дебиторкой». В условиях низкой оборачиваемости и оплат «по реализации» единственный вариант эффективной работы – не «перезгружать» магазины продукцией. Так что здесь все без изменений.

Марина Лобзина, издательство «Русское слово»

Ассортимент в физической рознице сократился примерно на половину, а в интернет-магазинах, наоборот, существенно увеличился. Мы участвуем только в тех акциях маркетплейсов, которые не влияют на нашу рентабельность, ставку делаем на отгрузку с наших складов, что существенно снижает риски. Также мы изменили процент скидки на те товары, которые подвергаются демпингу на интернет-площадках со стороны крупных розничных игроков. К сожалению, дебиторка растет и у книжных магазинов, и у школ, и мы в этом году чаще подключаем нашу юридическую службу для взыскания задолженности. Но мы рады, что партнеры остались с нами, хотя их оборот существенно снизился.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос август 2022

В 2022 году дальнейшее восстановление пропускной способности после спада в пандемию демонстрирует канал продаж оптовикам и логистам (до 31%). Именно эти структуры упрощают для издательств в том числе доступ к онлайн-витринам и работу с маркетплейсами.

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Уже сейчас по агрегированным данным на интернет-канал приходится порядка 44,8% продаж, то есть де-факто каждая вторая книга покупается с онлайн-витрины. При этом киосковые сети практически ушли с рынка, а продажи через FMCG-канал («Ашан» и «Metro») серьезно сократились в объеме и сейчас занимают около 3,7% коммерческого рынка бумажных книг.

Отраслевая конференция, ММКЯ 5.09.2022

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 ГК «Кардос», ООО «Сейлс», ООО «Иммедиат Дистрибьюшен» и пр. Пропускная способность этих каналов по состоянию на август-сентябрь 2022 года находится на уровне 1,35% объема реализации издательств Москвы по киосковым сетям и 8,27% по FMCG и «детскому» ритейлу.

Борис Кузнецов, издательство «Росмэн»:

К сожалению, в ситуации кризиса мы видим, что все FMCG-сети начинают резко сокращать количество непрофильных товаров, книжная полка сокращается. Остаются системы магазинов детских товаров. Но дело в том, что из игрушек сейчас уходят

основные производители и поставщики (lego, hasbro и так далее), которые драйвят рынок. Игрушку всегда покупали как избыточный товар. Вспомните, у каждого из нас в детстве была максимум коробка игрушек, у наших детей – 6 коробок и еще ровной россыпью по полу lego под ногами хрустит. Понятно, что это избыточная покупка, которая совершается под действием рекламы. И если нет больших компаний, нет менеджеров, нет рекламы, то нет и покупок. И сейчас детские магазины будут ждать очень тяжелый четвертый квартал, ведь нет рекламных бюджетов, нет этой рекламной тяги, а значит количество игрушек в покупках скорее всего будет сокращаться. Эту возможность можно использовать издателям там, где родители готовы перераспределить бюджет в пользу книги. Но это и угроза, потому что сети магазинов детских товаров — крупнейшие продавцы книг. Например, сеть «Детский мир» продает детских книг больше, чем «Читай-город». Им плохо, и нам тоже.

**Научно-практическая конференция «Книга будущего»
Москва, август 2022**

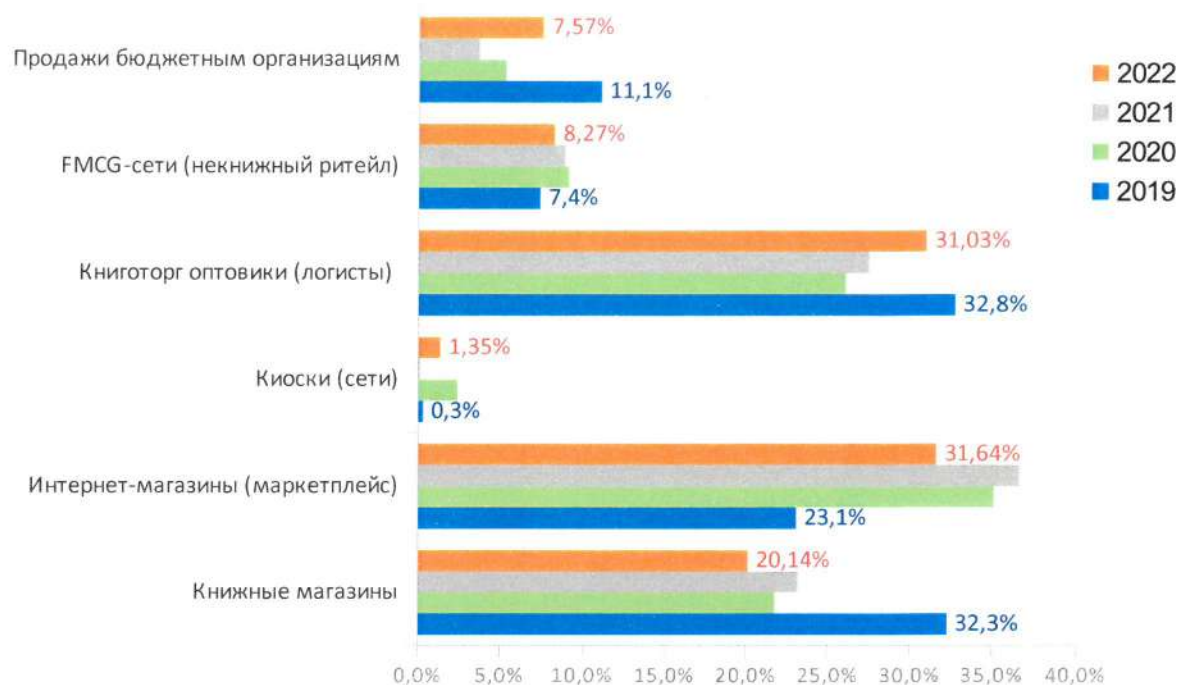


Диаграмма 3.6.

Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств в Московском регионе в августе/сентябре 2019-2022 гг.

Источник:
экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2019-2022 гг.

Тема 4.

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

Сегодняшнее игнорирование возможностей традиционной рекламы в плане поддержки и продвижения книжных проектов приводит к сужению сфер влияния книгоиздателей на читающую аудиторию России.

Когда-то у читателя был целый книжный магазин с полками, заставленными тысячами наименований. И само присутствие книги на этой площадке было рекламой, как и работа по автограф-встречам и литературным мероприятиям в магазинах создавала дополнительные возможности для взаимодействия с читательской аудиторией. Но из-за желаний издательств самостоятельно заниматься продажей книг в интернете, обострившихся в период пандемии, сегодня у читателя остался только экран смартфона со списком из 5-10 бестселлеров. Причем в формировании этого списка издатели не принимают участия и всё также полагаются на некий набор внешних инструментов.

Когда основная цель – стать ближе к своему покупателю, то очевидное решение для издателей – онлайн площадки, однако работа с ними вызвала целый ряд неожиданных трудностей. Да, социальные сети выглядят доступным и понятным способом влияния на читательскую аудиторию. Но в реальности у большинства издательств нет средств на значительную рекламную кампанию в сети, и нет возможности оплачивать работу штатного сотрудника по онлайн-продвижению собственных книг. Работа отдается на откуп сомнительного качества ботам и блогерам, заведомо принижавшим достижения российских авторов и выпячивавшим несуществующие достоинства авторов зарубежных. Весной 2022 года откровенно прозападная позиция многих литературных порталов, наряду с отменой русской культуры коллективным западом уже начинает вызывать отторжение у значительной части российской читательской аудитории. Последовавший за этим запрет на социальные сети компании META (Facebook, Instagram) потребовал от крупных издательств перестройки рекламных усилий и зачастую работы с нуля на новых площадках.

Ирина Антонова, директор по маркетингу ИГ «Альпина»:

Понятно, что у нас сократились каналы коммуникации с аудиторией. Всем известно, что некоторые медиа закрылись, некоторые ушли под VPN, что ограничивает доступ к ним широкой аудитории. Книжные (и не только) блогеры оказались в сложной ситуации, потому что после 24 февраля не сочли возможным для себя писать о чём-то развлекательном или говорить о книгах, которые не связаны с политикой, с поддержкой и так далее. Соответственно, у многих блогеров и лидеров мнений была тишина в эфире. А мы знаем сколь важна для книжного рынка рекомендация лидеров мнений, для многих читателей такие рекомендации служат ориентиром при выборе книги. Так что этот канал, к сожалению, очень сильно сократился. Кроме того, были перенесена книжная ярмарка Non-Fiction и отменено участие российских издателей в Болонской книжной ярмарке. Наш отдел маркетинга конечно же тратил усилия на подготовку к этим событиям, у нас всегда были большие программы на этих выставках. Соответственно, все эти усилия были обнулены. Наша команда оказалась в стрессовом состоянии, часть сотрудников уволилась, либо уехала из страны.

**Отраслевая конференция в рамках фестиваля
«Книги России», Красная площадь 3.06.2022**

Только за четыре последних года (с 2018) в структуре рекламных бюджетов издательств доля традиционной рекламы сократилась с 20% до 4,6%, в то время как доля трат на онлайн-рекламу выросла с 27% до 40%. Насколько неоправданным было это решение стало понятно уже весной 2022 года, когда у большинства издательств значимо сократилось количество рекламных инструментов. Те инструменты, которые раньше отлично работали, давали хорошую конверсию при относительно небольших бюджетах, в 2022-м оказались недоступны, а те что остались, стали стоить дороже. Например, тот же внутренний контекст на OZON.ru стал стоить дороже примерно раза в полтора. Так что издательства, в структуре дистрибуции которых значительная доля приходится на интернет-продажи (ИГ Альпина, Клевер Медиа групп и

пр.), были вынуждены на 50%-400% увеличить бюджет на рекламу, сместив фокус на маркетплейсы и предлагаемые ими инструменты поддержки продаж. Многие издательства переориентировались на социальную сеть ВКонтакте, где можно создать свой магазин и настроить возможность покупки, активизировались в Telegram, Яндекс.Дзен, реанимировали свои группы в Одноклассниках и продолжают плотно работать в YouTube.

К осени 2022 года ситуация во многом нормализовалась. Отчет Brand Analytics о ежедневной активности в социальных сетях в России с февраля по сентябрь 2022 года, в общем-то, подтвердил ожидаемое – российские сети чувствуют себя прекрасно, особенно хорошо – Telegram (+58% авторов и +24% контента), в Одноклассниках и во ВКонтакте тоже позитивная динамика: +13-15% по авторам и +7-9% по контенту. По сравнению с российскими соцсетями очень плохо себя чувствуют Instagram (-76% авторов и -74% контента), Facebook (-37% и -30%) и YouTube (-10% и -13%), не говоря уже о Tiktok (-85% авторов и -87% контента). В Twitter из российских книжных компаний мало кто представлен.

Осенью книжные магазины и издатели Москвы в качестве основных площадок общения с клиентами выбирают аккаунты во ВКонтакте и YouTube, книготорговцы также позитивно оценивают эффективность размещения информации в Дзен, в отличие от издателей, которые более пессимистичны. Можно сказать, что книгоиздание Москвы пока не сумело встроиться в новый дискурс соц. сетей, не участвует в мейнстрим-повестке и поэтому проигрывает по охватам и, в целом, по представленности книги в онлайн-пространстве.

Юлия Гурьева,
директор по интернет-маркетингу ИГ «Альпина»:

До февраля 2022 года мы охватывали до 1 млн человек в неделю, а сейчас хорошо, если за неделю наберется 100 тыс. человек. Это очень-очень печально. Доходы тоже упали. Если в 2021 году наша стратегия была нацелена на развитие Instagram и получение денег из Instagram и Facebook, а Telegram в основном служил для анонсов важной информации, то в 2022 году фокус резко сменился. Деньги мы

сейчас видим из ВКонтакте и YouTube. В Telegram мы еще не успели реализовать все, что задумали. Благодаря опыту настройки автоматизации на платформе Meta (признана экстремистской в РФ), сейчас в других соцсетях эта работа идет быстрее. Во ВКонтакте у нас уже настроен магазин, настроены подборки, всё автоматизировано, включая динамический ретаргетинг. Осталось докрутить «Одноклассники», и в 4 квартале 2022 года мы это сделаем. Кроме того, с февраля у нас добавилось много новых соцсеточек. Мы очень активно взяли за «Пинтерест», появились в «Одноклассниках» и «ТенЧате», вернули себе возможность публикаций в Tiktok, завели свой аккаунт в «НАТСоне» и 3 новых канала в Telegram – это «Альпина.Проза», «Альпина.Дети» и «Альпина.Янг».

Школа издательского мастерства, октябрь 2022

Диаграмма 4.1.

Социальные сети 2022: Оценка эффективности контактов с читателями

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2022 гг.



исключая площадки Книжного фестиваля на Красной площади (июнь) и Московской книжной ярмарки в Гостином Дворе (сентябрь).

Рекламные бюджеты издательств в лучшем случае сохранили нулевую динамику к прошлому году (как у издательства Вече), но чаще претерпели серьезное сокращение на 30-100% (издательства Вако, Самокат и др.). И основные расходы этих бюджетов (от 16% до 100%) пришлось на статью «участие в городских выставках/ярмарках», включая аренду места, затраты на логистику, доп. персонал и пр.

В целом сложно объяснить отказ столичных издательств от организации мастер-классов, конкурсов, лекториев и прочих PR-активностей в физическом городском пространстве Москвы в 2022 году. И вряд ли издатели на этом сэкономили. Такого рода активности всегда были наименее затратными с точки зрения бюджета инициативами. Наоборот, именно траты на онлайн-присутствие съедают львиную долю бюджета. Но в 2022 году, несмотря на запреты и информационный шум, издательства настойчиво увеличивали свое присутствие онлайн, доведя затраты на это направление до 40% рекламного бюджета.

Халимат Текеева, главный редактор журнала «Эксмо» и соцсетей:

Итогом ограничений в отношении соц сетей стала недоступность для нашего издательства целого ряда рекламных инструментов. И на этом фоне сохранение охвата аудитории в Facebook — для нас большая удача. В Instagram падение аудитории составило от 20% до 6% в зависимости от типа поста. Часть пользователей удалила Instagram, часть пользуется VPN-приложениями, которые работают с перебоями по техническим причинам и в связи с ограничительными мерами Роскомнадзора. Telegram-канал у нас показал активный рост (до 10 тыс. новых подписчиков за два месяца) и сейчас это один из наших приоритетов. В TikTok раскрученные аккаунты чувствуют себя хорошо. Сейчас некоторые пользователи здесь получают тысячи новых подписчиков просто потому, что их старые посты вирусятся из-за ограниченности контента.

Сеть ВКонтакте в разы увеличила показатели по новым регистрациям, новым друзьям, новым сообщениям и не только. Такие важные для SMM показатели как просмотр ленты новостей, просмотр историй, показывают здесь также достаточно серьезный рост. В этом плане очень важна сейчас достоверность контента и регулярность его размещения.

**Отраслевая конференция в рамках Книжного фестиваля
«Книги России», Красная площадь 03.06.2022**

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Несмотря на блокировки зарубежных платформ число активных русскоязычных авторов суммарно по всем площадкам социальных медиа снизилось незначительно (-10%), и в том же Telegram мы видим рост контента на 23%, во ВКонтакте – на 18%. Тройка самых популярных на сегодня соцсетей выглядит следующим образом: ВКонтакте, Telegram и ОК. И самое главное, что объем контента, посвященного книгам, в соцсетях не уменьшился. Это говорит о том, что авторы и читатели переключились и, соответственно, есть надежда на то, что книжный рынок все-таки будет и дальше расти, и популярность чтения будет увеличиваться.

Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 05.09.2022

Онлайн-реклама и участие в двух состоявшихся на территории Москвы больших книжных форумах (июнь, сентябрь) в сумме составили 82,2% расходов издательств на рекламу и PR в 2022 году (в 2021 году на три книжных форума и онлайн пришлось 77,6% бюджета).

Диаграмма 4.2.

Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I-III кв. 2018-2022 гг.



Источник: экспертный опрос издательств в рамках Мониторинга, сентябрь 2018-2022 гг.

В отличие от издательств, стационарные книжные магазины помимо собственно торговой деятельности продолжают вести в 2022 году пусть и в урезанном (до 50%) объеме, но по-прежнему большую работу по поддержке и развитию интереса к чтению и книги у москвичей. Это и встречи с авторами, и мастер-классы, и детские клубы, транслируемые в том числе на собственных каналах в YouTube и Дзен, и масштабные акции, подобные участию в «Книжной бессоннице 2022» (1.05.2022) или Дне книгодарения, прошедшего по традиции 14 февраля в ряде книжных магазинов Москвы. Тем более, что на поддержку издательств в этом вопросе рассчитывать не приходится, исключая редкие в 2022-м презентации книг и встреч с авторами. В последнем случае наиболее массовыми стали встреча с народной артисткой России Светланой Крючковой, прошедшая 1 августа в ТДК Москва, и здесь же презентация книги «Диагноз от Краснопольской» (01.04.22). По 150-180 человек собрали состоявшиеся в Доме книги на Арбате презентации книг Николая Дроздова

«Полет бумеранга. Австралия. Сорок лет спустя» (18.06.22) и Елены Вавиловой «Нетворкинг для разведчиков: как извлечь пользу из любого знакомства» (30.08.22).

Но всё же основными партнерами книжных магазинов по поддержке книг и чтения в Москве в 2022 году выступают Российская Государственная детская библиотека, Малый театр, Геликон-опера и театр Сатириконт. И вообще, театральной атмосферы в центральных книжных магазинах столицы было много. Чего стоит только спектакль "У меня зазвонил телефон" (по произведениям Корнея Чуковского "Телефон" и "Федорино горе") в исполнении юных артистов театра-студии "ТeaТролли", проведенный к 140-летию со дня рождения Корнея Чуковского на площадке Московского Дома книги 31 марта 2022 года.

Впрочем, как обычно, все эти усилия заметного эффекта в плане восстановления трафика в книжных магазинах не произвели. Информационная поддержка книг должна быть не разовой, а системной, что позволит сфокусировать внимание на проблематике книжного слова в целом и заинтересовать книгой не отдельных граждан, а целые слои населения. И в качестве направлений поддержки от Департаментов Правительства Москвы, которую хотели бы получить в 2022-2023 гг. столичные книжные магазины, помимо помощи в продвижении книг и чтения в СМИ и субсидий в размещении наружной рекламы, всё чаще звучит призыв расширить функционал «Пушкинской карты», включив покупку книг в книжных магазинах столицы. 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 несмотря на сложности текущей ситуации, в 2022 году Москва провела два больших книжных мероприятия. В июне (3-6) 2022 года на Красной площади уже в восьмой раз прошел книжный фестиваль «Книги России», где более 300

издательств из 50 регионов России представили свыше 100 тыс. наименований книг. Здесь в рамках Года культурного наследия народов России состоялся большой Фестиваль национальных литератур, который стал для москвичей уникальной возможностью услышать, на каких языках разговаривает Россия. Творческие встречи, лекции, дискуссии, презентации книг, концерты и мероприятия для детей от писателей, поэтов, блогеров и музыкантов из разных уголков нашей страны.

Московская международная книжная ярмарка (ММКЯ), переехав в очередной раз в новую локацию (Гостиный Двор), тем не менее, позволила гостям со 2 по 5 сентября поближе познакомиться с книгами 300 издательств (в том числе 72 издательств из 28 регионов России), а также пообщаться с представителями книгоиздания из 21 иностранного государства — Грузии, Ирана, Италии, КНР, Испании, Ирака, Кореи, Хорватии, Турции, Вьетнама, Украины, Германии и т.д. В рамках ММКЯ-2022 проведено 344 мероприятия на 11 площадках, в том числе церемония награждения лауреатов Национального конкурса «Книга года – 2022», выездная сессия Евразийского женского форума «Женское предпринимательство в книгоиздании: вызовы и перспективы развития» и конечно же многочисленные презентации новинок издательств.

В последние пять лет регулярным и достаточно массовым мероприятием в Москве является и «Библионочь», приуроченная к международному Дню книги (23.04), но в 2022 году прошедшая в офлайн-формате только 28-29 мая при самом активном участии библиотек Москвы. Так, Российская государственная библиотека для молодежи пригласила всех желающих на программу «Понедельник начинается в субботу», превратив свои интерьеры в фантастическое учреждение – НИИ КУСТ – Научно-исследовательский институт Культурных Скреп и Традиций. А на 89-м этаже башни «Федерация» в «Москва-Сити» 28 мая открылась самая высокая библиотека в мире – на высоте 374 метра, откуда открывается впечатляющий вид на Москву через панорамные 6-метровые окна.

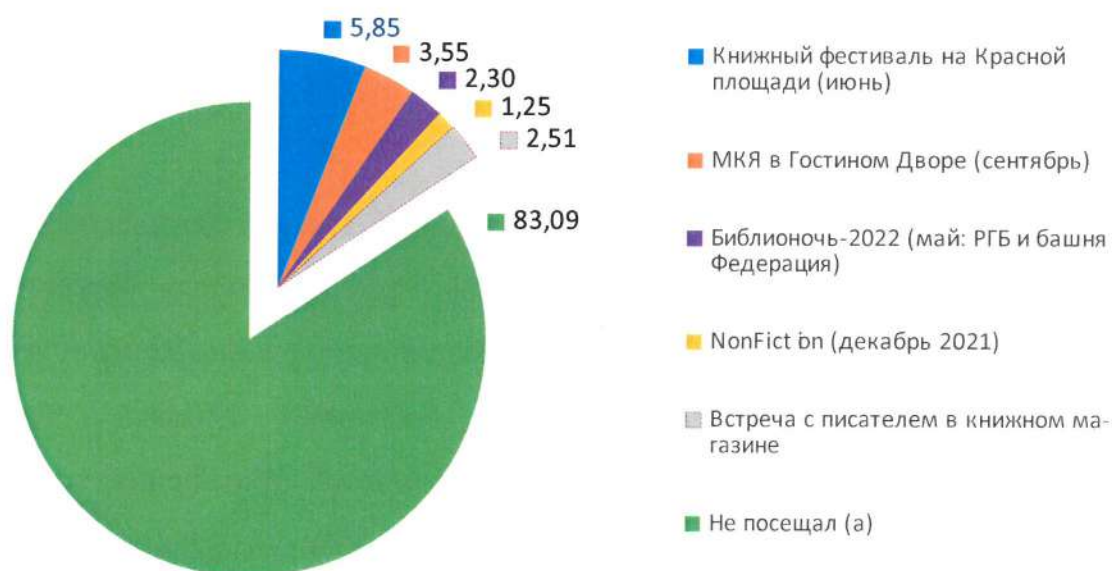
В целом, в ходе мониторинга проектов в поддержку книги и чтения, реализуемых на территории Москвы, было выявлено достаточное количество инициатив, но их разрозненность не позволила достичь масштабного эффекта. Как показал опрос, аудитория покупателей книжных магазинов и посетители выставок и фестивалей фактически не пересекаются. Все около-книжные мероприятия на публичных площадках не ведут к приобретению книги и весьма относительно в плане эффективности возвращения потенциального читателя в круг чтения. Более того, за три последних года (с 2019 по 2022) доля респондентов отказавшихся от посещения любых книжных мероприятий выросла на 4 процентных пункта.

Диаграмма 4.3.

Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2022 гг.

(% голосов, допускается более одного варианта ответа)

Какое книжное мероприятие вы посетили в 2022 году?



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, октябрь 2022 г.), 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 2022 году выяснилось, что на 83,1% (в 2021 – 84,6%; в 2018 – 77,8%; в 2017 – 72%) покупателей книг в стационарных книжных магазинах не готовы к посещению любых мероприятий, включая встречи с писателями, как правило, в силу отсутствия времени или желания. Даже такое «раскрученное» в интеллектуальных кругах столицы как Ярмарка интеллектуальной литературы (Non|Fiction) в Гостином Дворе, прошедшая еще в довоенном декабре, посетило лишь 1,25% респондентов. Более-менее сумел сохранить прошлогодний уровень востребованности только июньский Книжный Фестиваль на Красной площади – 5,85%, хотя еще в карантинном 2020-м о посещении этого мероприятия сообщило 6,5% респондентов социологического опроса (в 2021 – 6,2%; в 2016 – 12,6%). Невероятно малое количество упоминаний клиентами книжных магазинов второй год подряд показывает и Московская Международная книжная ярмарка: в 2022-м лишь 3,55% (в 2021 – 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 в мае «Библионочь-2022» набрала 2,3% голосов, вернувшись к допандемийному уровню (в 2019 – 2,6%; в 2018 – 3,3%; в 2017 – 2,9%; в 2016 – 2,4%) респондентов опроса. Аналогично и популярность инициатив издательств и книжных магазинов по поддержке книги и чтению прежде всего в формате «встреч с авторами/автограф-сессий на торговых площадках» остается по-прежнему крайне низкой – 2,5% (в 2020 – 1,9%; в 2019 – 2,8%). Традиционно в плане посещения разного рода книжных мероприятий инициативу проявляет

именно женская аудитория. И в 2022-м именно покупательницы книг в ходе опроса «вспоминали» о книжных мероприятиях, в которых так или иначе участвовали, нередко называя конкретные имена, в частности неоднократного упоминания удостоился Захар Прилепин.

Диаграмма 4.4.

Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей



в 2022 году

Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 5-9 октября 2022 г.), аналитика – Мониторинг

Необходима узнаваемость книжных проектов. 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 2022 года составил 2,1 млрд руб. при темпах роста к аналогичному периоду 2021 года в 2,88%. В годовом исчислении объем столичного рынка прогнозируется на уровне 2,5-2,6 млрд рублей (плюс 6,5% к итогам 2021 года), т.е. его годовые темпы прироста сократятся в четыре раза.

Доля продаж электронного книжного (текст) контента зарегистрированным пользователям Московского региона находится на уровне 25% от общероссийского оборота электронных текстов. И в 2022 году она снижается (пока на 2 п.п.), что отчасти связано с прекращением работы иностранных цифровых сервисов весной 2022 года (Google box, Litnet) и запретом на распространение в цифровом виде ряда переводных книжных проектов на территории РФ. Москвичи гораздо резче региональных подписчиков отреагировали на «закрытие» цифрового пространства, и по всей видимости в дальнейшем доля столицы в продажах электронных книг будет снижаться, вопреки сохранению платежеспособности москвичей на фоне проседания доходов граждан в других субъектах федерации в 2022 году. Впрочем, 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, особенно сегодня, когда остро стоит вопрос о принудительном лицензировании медиа-контента и однозначно отрицательного отношения к этому шагу нет даже на уровне экспертов издательского бизнеса, что уж говорить о потребителях. Уже в начале ноября продукция компаний Marvel, Disney Pixar, DC Comics вошла в обновленный

перечень товаров для параллельного импорта, и хотя пока это не распространяется на фильмы/мультфильмы и прочий медиа-контент, тем не менее в любой момент ситуация может быть исправлена в пользу российского зрителя/читателя.

Поэтому на данный момент можно только предварительно прогнозировать рост оборота по электронной (созданной издательствами) книге в 2022 году на уровне 3%. Более того, в октябре даже эти минимальные темпы роста электронной книги для чтения под вопросом. Второй по значимости (после «ЛитРес») игрок этого рынка — компания Bookmate Limited — летом этого года начал распродавать свои активы в России. В конце июня была закрыта сделка с «Яндексом», в результате которой интернет-компания получила лицензию на использование технологической платформы сервиса и права на бренд Bookmate на территории СНГ. Осенью активный интерес к продаже электронных книг проявили операторы сотовой связи (бренды «Билайн» и «МТС»), более активную позицию занял Wildberries, где электронные книги продаются с 2021 года. Но 30 октября Министерство юстиции России включило в реестр СМИ-иноагентов компанию «Букмейт Лимитед» и двоих её сооснователей/владельцев (Докучаев А.А. и Баев А.С.). Это конечно вряд ли коснется новых активов компании Yandex, но тем не менее негативно скажется на рынке цифровых книг в целом, и на самой возможности «раскачивать продажи» в сегменте за счет прихода новых игроков.

Так что основным драйвером роста продаж электронных текстов в 2022 года станут самиздат-проекты от digital-авторов, не связанных юридическими обязательствами с профессиональным книгоизданием. Доля этого selfpub-сегмента с 2019 по 2022 годы выросла в пять раз и составляет на сегодня порядка 15% оборота московского рынка цифровой книги.

Вклад столичных жителей в приобретение аудиокниг в последние два года чуть больше их участия в обороте электронной текстовой книги, но в 2022 году он снизился до 26% от общероссийских продаж (2021 — 28%). И в данном случае можно говорить о некоем инерционном эффекте от разогретого

усилиями «Storytel» рынка в 1 квартале 2022 года, т.е. могло бы быть и хуже. К сожалению, сервис аудиокниг «Storytel» объявил об окончательном уходе из России с 1 октября, предложив пользователям вернуть деньги за неиспользованные месяцы годовой подписки, и воспользоваться предложением «ЛитРес» о трех бесплатных периодах при переходе на аудиосервис этой компании. Конечно, это не сохранит аудиторию, и не позволит продажам аудиокниг расти прежними темпами. Только за январь-август 2022 года легальный рынок аудиокниг в столице сократился на 3%, в то время как динамика за те же месяцы в 2021 году – плюс 45%; в 2020 – плюс 40%. Согласно экспертам, в годовом исчислении объем продаж аудиокниг в Москве не превысит 0,6 млрд рублей. Таким образом, аудиокнига потеряет свой статус драйвера рынка и с высокой вероятностью в 2023-2024 гг. сравняется по объему продаж с весьма привлекательным сегодня для москвичей selfpub-продуктом, продолжая фактически в три раза проигрывать обороту электронных книг для чтения, подготовленных профессиональными издателями.

Развитию самиздата в России во многом будет способствовать и приобретение Борисом Макаренковым (акционер Т8, ген директор «Storytel Россия») прав на работу платформы для независимых авторов «Литнет» на территории РФ. Эта площадка остается доминирующей на международном рынке продаж платных подписок и завершенных произведений self-pub авторов. Новый владелец, сохранив функционал платформы без критических изменений, тем не менее предпринял ряд шагов к увеличению её аудитории. Так, несмотря на перевод серверов и офиса в Россию, и полное согласование работы с российским законодательством, «Литнет» остается международной компанией, т.е. проживающие за пределами России авторы продолжают получать свои гонорары в привычных евро, а заграничные читатели смогут беспрепятственно покупать книги. Более того, с авторов были сняты блокировки, сделанные предыдущей администрацией, и запрет на параллельную выкладку книг на Litnet и Author.Today, а летом 2022 года

обновленный «Литнет» предлагал авторам 100% роялти. Русскоязычная платформа «Литнет» – литературный портал, который позволяет авторам публиковать свои тексты, а пользователям – читать законченные произведения, а также следить за черновиками и влиять на развитие сюжета. Аудитория портала в апреле 2022 года, по ее собственным данным, составила более 30 млн человек.

В целом же, рынок цифровой книги в РФ в 2022 году переживает совершенно очевидный кризис в связи с уходом сильных бизнес-игроков и спадом интереса аудитории из-за перегруженности информационного пространства геополитической повесткой. Но тем не менее, благодаря инерции от высоких темпов развития в предыдущие годы, по итогам 2022-го рынок сохранит рост на уровне 6-7% год к году. Все последствия технических сложностей по проведению платежей, запрета на распространение в цифровом виде ряда зарубежных книжных проектов и пр. «новаций» гибридной войны скажутся на динамике этого рынка только в 2023 году и приведут в итоге к его значительной структурной перестройке в 2024-м.

Сергей Анурьев, ЛитРес:

Стоит сказать, что события, произошедшие в феврале-марте этого года, моментально оказали влияние на рынок цифровой книги России. Уже в первом квартале 2022 года мы увидели более скромные по сравнению с нашими ожиданиями цифры, но, конечно, основная корректировка рынка пришлась на второй квартал. В третьем квартале, мы видим определенное восстановление продаж, и принимая во внимание планы новых игроков, надеемся, что четвёртый квартал позволит нам вернуться к положительным цифрам прироста ёмкости рынка. Но в целом мы ожидаем, что в 2022 году рынок цифровой книги как совокупность электронных и аудио проектов останется на уровне прошлого года.

Начиная с февраля мы находимся под воздействием целого ряда негативных факторов. Санкции в отношении платёжных систем, привели к тому, что привычная модель потребления цифровой книги сломалась. Потеря тех продаж, которые ушедшие из России платформы генерировали для издательств и авторов, негативно скажется как минимум в краткосрочной перспективе. Еще один

негативный момент связан с блокировкой российских аккаунтов в зарубежных рекламных сетях. Например, если сейчас вы зайдёте на сайт Google в поисковик, то не увидите присутствовавшей здесь ранее контекстной рекламы, на территории РФ её больше нет. Аналогичная ситуация с Facebook, Instagram. И хотя посещаемость этих ресурсов упала, там остается достаточно существенная аудитория, работать с которой сегодня не представляется возможным.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2022

Но надо иметь в виду, что и до 2022 года ситуация на рынке цифровой книги в России оставляла желать лучшего. Например, все вместе взятые преимущества электронной книги почему-то не привели к взрывному росту продаж в условиях пандемии. Это отмечают и ведущие компании розничного сектора, и электронно-библиотечные системы учебной и научной литературы. А объем бесплатных и платных скачиваний по каталогу «ЛитРес» в 2021 и 2022 годах остается фактически равнозначным: 550 VS 440.

Кроме того, несмотря на очевидное сохранение положительных темпов роста, в целом московский рынок цифровой (текстовой и аудио) книги пока слишком компактен и предполагаемый рост его объема с 14,25% (2021) до 14,46% (2022) от продаж печатной книги в Москве за последний год принципиальной роли не играет. 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 октябре 2022 года о скачивании электронных книг из интернета сообщили лишь 7,93% москвичей, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2021 года составила 13,05% (в 2020 – 13,2%; в 2019 – 23,2%; в 2018 – 11,6%; в 2017 – 16,7%). Динамика рынка явно носит негативный характер, сократив в три раза столичную армию поклонников электронной книги только за три последних года.

Диаграмма 5.1.

Динамика доли москвичей, скачивающих электронные книги (тексты) в интернете. 2013-2022 гг.

(респонденты, ответившие утвердительно на закрытый вопрос, %)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2022 гг.), аналитика – Мониторинг

В лучшем случае после восстановления и выхода из нынешнего кризиса рынок электронных книг к 2024-2025 годам 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.

Кроме того, с уходом из России крупных зарубежных компаний (ирландской Bookmate и шведской Storytel) цифровая книга лишилась не только объемных рекламных бюджетов, но и инвестиций в собственный оригинальный продукт. В последние годы для обеспечения значительных темпов роста дистрибьюторы цифрового контента прибегали к экспериментам с продуктом и диверсификации бизнеса в смежные области: компания «Bookmate» инвестировала в издательства бумажной книги и новые модели доступа к

контенту, «Storytel» развивал подкасты и занимался созданием собственного уникального контента. Конечно, российские компании тоже работали в этом направлении: «ЛитРес» вкладывается в рекомендательные сервисы (LiveLib), а «Ridero» запускает образовательные проекты для авторов («Наставники»), но, безусловно, инвестиций и соответственно усилий по раскачиванию рынка в 2022-2023 гг. станет значительно меньше.

Кроме того, определенные сложности могут возникнуть и в развитии самиздат-направления. Дело в том, что selfpub-каталоги цифровых сервисов в массе своей предлагают огромное количество детективных историй, фантастических сюжетов и любовных романов, в том числе с участием квин-персонажей. Поддержанный ГосДумой РФ в первом чтении в конце октября 2022 года резонансный закон о полном запрете пропаганды нетрадиционных отношений, педофилии, а также о запрете на распространение информации об ЛГБТ накладывает определенные обязательства на владельцев электронных каталогов книжных платформ, увеличивает стоимость функционирования такого рода площадок и, в целом, делает этот бизнес более рискованным и менее интересным для инвестиций и, вероятно, для значительной части клиентов.

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.

Возможности для расширения рыночного сегмента электронной книги появляются и в связи с Распоряжением Правительства РФ от 13.08.2022 № 2234-р, в котором утвержден перечень мобильных приложений и программ для обязательной предустановки на смартфоны, планшеты, компьютеры и Smart-TV с 1 января 2023 года, и где среди прочих представлен книжный сервис «ЛитРес».

С позитивной точки зрения можно рассматривать и рост интереса к рынку электронных книг со стороны маркетплейсов (YM; WB) и операторов сотовой связи (МТС и Билайн), что позволит задействовать рекламные кампании совсем другого масштаба. Чего стоит только один рекламный ролик сервиса «Строки» от МТС, который ежедневно демонстрировался на ТВ с конца октября 2022 года.

Но всё же

- уход из России сильных зарубежных компаний
- ограничения в области авторских прав
- проблемы с проведением транзакций
- усталость аудитории и её перегруженность геополитической повесткой
- законодательные инициативы по регулированию контента
- сокращение рекламных площадок для взаимодействия с аудиторией, –

всё это, так сказать по совокупности причин, позволяет говорить о реальном глубоком кризисе в цифровом сегменте книжной отрасли. Так что, несмотря на присутствие значительного количества потенциальных возможностей, цифровое книгоиздание и дистрибуция в 2022 году должны ставить для себе целью максимум сохранение прошлогодних объемов продаж. И объем цифрового сектора книжного рынка Москвы суммарно по итогам года не превысит 2,5 млрд рублей или порядка 14% от объема продаж печатной книги в столичном регионе.



Диаграмма 5.2.

Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2022 гг., млн руб.

Источник: экспертная оценка, опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014-2022 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 остается неизменной второй год подряд и в августе 2022 года составляет в среднем 2,59% оборота (в августе 2021 – 2,6%; в августе 2020 – 4,9%). Причем, с октября 2022 года основным партнером московских издательств после ухода из России Storytel и получения Bookmate статуса иноагента, остается только ЛитРес. Так что в 2023 году возможности участия профессиональных издательств в цифровой дистрибуции будут еще более ограничены.

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

Считается, что рост интернет-аудитории в России перестал быть драйвером рынка цифровой книги. И события марта 2022 год (шквал русофобских заявлений и проявлений настоящего буллинга в отношении России и россиян) вряд ли поспособствовали значимому приросту интернет-аудитории в нашей стране. Уже в конце марта 2022 года ФОМ опубликовал результаты опроса, согласно которым более половины россиян (52%) узнают новости из традиционных СМИ, что на 7 п.п. больше, чем ещё в феврале этого года (45%). И, наоборот, в конце марта обращаются за новостями в интернет только 37% россиян, в то время как в феврале 2022 года приоритет новостной онлайн-ленте отдавали 46% граждан РФ.

Тем не менее, по данным Mediascope, в апреле 2022 года интернетом в России пользовалось 80% населения в возрасте старше 12 лет или 97,5 млн человек. По данным ФОМ среди самых молодых жителей страны почти все являются пользователями интернета, среди пожилых (65+) – половина.

Но всё же, для электронной книги важен не столько физический объем аудитории потенциальных потребителей, сколько сложившиеся привычки поведения пользователей в сетевом пространстве. И в этом смысле конечно в 2022 году мы имеем уникальную ситуацию, которая не укладывается ни в какие традиции и тенденции предыдущих лет.

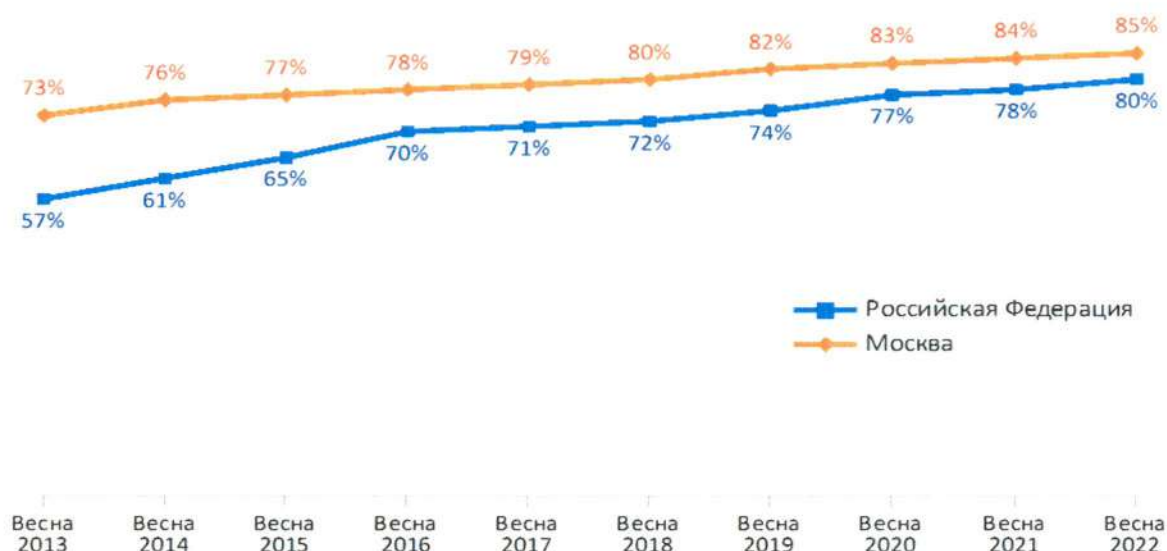
По данным Mediascope, в среднем россияне ежедневно проводят в интернете 3 часа 40 минут, при этом основная доля времени интернет-потребления приходится на мобильные устройства. В самой младшей возрастной группе, от 12 до 17 лет, время в интернете достигает 6 часов в день. С увеличением возраста аудитории время интернет-потребления снижается, в старшей возрастной группе (65+ лет) оно составляет 1 час 14 минут.

Больше половины времени, проведенного в интернете, россияне тратят на социальные сети (21%), просмотр видео (18%) и мессенджеры (15%). После начала специальной операции в Украине россияне стали проводить больше

времени на новостных интернет-ресурсах: в конце февраля аудитория новостей в интернете выросла вдове по сравнению со значениями начала года. Затем последовал спад, но в апреле население России продолжало тратить на новости в интернете больше времени, чем в начале года. Интерес к новостям также стал причиной роста аудитории социальных сетей в конце февраля – начале марта 2022, однако затем россияне стали меньше проводить времени в социальных сетях по причине блокировки Facebook и Instagram (компания META запрещена в РФ). По данным Mediascope, аудитория заблокированных социальных сетей уже к апрелю распределилась между остальными ресурсами. Наибольший приток аудитории на фоне блокировок и роста интереса к новостям ощутили социальная сеть «ВКонтакте» и мессенджер Telegram. В апреле среднесуточный охват «ВКонтакте» составил 40% населения старше 12 лет против 38% в январе-феврале 2022 года. Охват Telegram за этот период вырос с 22% до 34% населения. Наконец, крупнейшей видео-площадкой в стране остаётся Youtube – его каждый день посещают порядка 40% (Медиаскоп) или 55% (ФОМ) населения России старше 12 лет, а время потребления видео-контента достигло почти 1,5 часов в день.

Диаграмма 5.3.

Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2013-2022 гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 18+)



Источник: ФОМ, Mediascope

Согласно летнему опросу ФОМ, 31% россиян считают блокировку соцсетей необходимой сейчас мерой, 27% - не считают это оправданным. Сторонники меры чаще всего аргументируют свою позицию так: из-за блокировки «меньше будет лживой информации», в интернете «выкладывают что надо и что не надо», «клеветают на Россию». Доводы противников блокировки соцсетей сводятся к тезисам: «не вижу в этом никакого смысла», «народ должен быть в курсе событий» и пр. Стоит отметить, что только для 4% респондентов опроса ФОМ блокировка Facebook|Instagram стала «ощутимой потерей» (fom.ru, июнь 2022).

Бесплатного контента по-прежнему достаточно много в интернете. И, пожалуй, с марта 2022 года его стало еще больше, несмотря на блокировки и ограничения. Более того, 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 применение позитивно сказывается на снижении пиратского контента. 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.

Тема пиратства, безусловно, является крайне важной не только для книгоиздания, но и в сфере защиты смежных и авторских прав вообще. Еще в ноябре 2018 года так называемый антипиратский меморандум между собой заключили правообладатели аудиовизуальных произведений и крупнейшие интернет-компании. Суть этого меморандума заключалась в том, что его участники добровольно удаляют ссылки на пиратскую продукцию в поисковой выдаче. По словам главы комитета ГосДумы по информационной политике А.Е. Хинштейна, за три с половиной года работы этого меморандума в общей сложности из поисковой выдачи было удалено свыше 64 млн ссылок на нелегально размещенный контент, что, конечно, позволило существенно снизить его доступность. Но книгоиздатели пока к Меморандуму не подключились, так как в книжной отрасли отсутствует единый ресурс, на котором были бы собраны сведения обо всех правах в книгоиздании. По словам А.Е. Хинштейна, «ЛитРес» как агрегатор контента под эту категорию не подходит. Более того, значительная часть самиздата на рынке цифровой книги требует самого серьезного осмысления в рамках этой законотворческой инициативы.

По мнению Сергея Матвеева, Президента Федерации интеллектуальной собственности, специального закона о единых базах данных у книжной отрасли не будет никогда, поскольку Бернская конвенция говорит о том, что права возникают без всяких формальностей. И книжникам здесь можно двигаться только через гарантии защищенности этого права, опираясь, например, на

блокчейн инфраструктуру Ассоциации IPchane, которая регулируется РЦИС, специально созданным указом Президента РФ о создании «Российского центра оборота прав на результаты творческой деятельности» (28.06.2021).

К тому же сделки с правами с 2019 года на основании изменений внесенных в статью 166 Гражданского кодекса РФ могут осуществляться в цифровой форме. Достаточно фиксировать все объекты прав в цифровой форме и там же заключать сделки. И добровольная регистрация, по мнению С. Матвеева, – это удобный и дешевый инструмент, ведь автор должен просто депонировать рукопись, загрузив её на сайт, что влечет за собой фиксацию авторских прав инструментами блокчейн: дата, время, место, – всё ляжет в блокчейн-запись, которая будет с точки зрения законодательства идентифицировать объект права. И как только издатель покупает рукопись, сведения о том, что он стал правообладателем, также появляются в блокчейне, что защищает от несанкционированного распространения.

Сергей Матвеев, Президент Федерации интеллектуальной собственности:

Никогда не мыслите в цифровом мире категориями прошлого столетия: «должен быть регистратор, вот Книжная палата регистрирует 80%, жаль, что не 100%». Махните на это рукой. Не зря Президент РФ подписал Указ о создании «Российского центра оборота прав на результаты творческой деятельности», который является организатором распределенного реестра. Каждый участник рынка вкладывает в этот реестр то, что его интересует, и именно его децентрализация позволяет учитывать интересы всех участников.

**Научно-практическая конференция «Книга будущего»,
МПУ август 2022**

Очевидно, что грамотная борьба с пиратством в интернете законными способами у книжной отрасли еще впереди. Да, и противопоставить пиратам сегодня в легальном цифровом пространстве книжникам почти нечего при том,

что проблемы «импортозамещения» в цифровой книге даже более актуальны, чем в печатной, особенно в связи с уходом зарубежных компаний.

Так, в ушедшем Bookmate Originals много инвестировали в создание собственного контента практически любого формата: от образовательных историй до лонгридов The New York Times, просто потому что руководители этого проекта верили в то, что контент – это главный драйвер роста, а разные форматы только увеличивают аудиторию. Storytel Original создает собственный уникальный контент во всех странах присутствия Storytel, и везде аудиосериалы пользуются большим спросом. И в России это направление до последнего времени активно развивалось. Но российские компании, тот же ЛитРес акцентировали внимание не столько на контенте, сколько на неких навигаторах, которые помогают пользователям ориентироваться в контенте. Например, LiveLib – книжный рекомендательный сервис с большой коллекцией рецензий на русском языке. Здесь ведут онлайн дневник читателя, пишут рецензии и статьи, выписывают цитаты, составляют подборки литературы.

Попытку сформировать новые форматы для контента и продвижения авторов реализует российская компания «Ридеро» через систему конкурсов и грантов. По словам, исполнительного директора холдинга Э. Логуновой, есть множество авторов, которые с помощью обычного издательства скорее всего никогда не дотянутся до читателя, просто потому что они — неформат. И объединение таких авторов по тому или иному признаку, создание сообщества позволяют им стать более успешными, ведь такое сообщество более заметно и продуктивно.

Эвелина Логунова, холдинг Ридеро

Объединение действует сообща более мощно, чем один независимый автор. И, на мой взгляд, вполне естественно, когда сообщество творческих людей объединяется под общим знаком жанра. У нас есть авторский импринт Антона Чижова, который объединяет самых талантливых авторов детективов, отбирая лучших после череды литературных конкурсов.

Еще один наш проект - «Экранизация» - это просто мечта каждого независимого автора. Мы совместно с продюсерским центром «Стардаст» уже два года проводим большой конкурс экранизации. Подается обычно более 4000 работ независимых авторов. Победители получают возможность работать с профессиональными сценаристами и известными продюсерами, которые готовы приобретать права на экранизацию лучших произведений. По итогам авторы имеют счастье в виде переговоров, покупки прав на экранизацию.

«Книжная Индустрия», июль 2022

Но, тем не менее, проблема контента остается и будет только усугубляться по мере роста предложения пиратских ресурсов, ограничений зарубежных правообладателей и низкой вовлеченности аудитории. Ведь согласно данным ЛитРес, 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.

Сергей Анурьев, ЛитРес:

Еще один негативный фактор, который нам, видимо, ещё только предстоит осознать, – это ограничения по продаже новинок зарубежных авторов. Когда книга тиражируется в печатном виде, то запрет автора (или агентства, или издательства) будет иметь последствия только через 6-9 месяцев, когда тираж этой книги закончится на складе. Но в электронном виде этот запрет сказывается моментально, мы вынуждены снимать книгу с продаж в течение дня, она сразу же становится недоступной. Так, например, произошло с книгами Агаты Кристи и циклом про Гарри Поттера. Мы надеемся, что на замену выйдут российские авторы. Мы видим активный рост сегмента самиздата, видим возвращение наших больших писателей и надеемся на то, что их популярность на фоне ограничений зарубежных авторов только вырастет. Уже сейчас в рейтинге авторов (по выручке в 2022 году) мы видим только 7 иностранных имен из ТОП-30, то есть ситуация выглядит достаточно управляемой.

В январе-августе 2022 года в сервисах «ЛитРес» было продано 15,2 млн экземпляров цифровых книг, причем четверть (25%) из этого объема приходится на московский рынок.

ЛитРес:

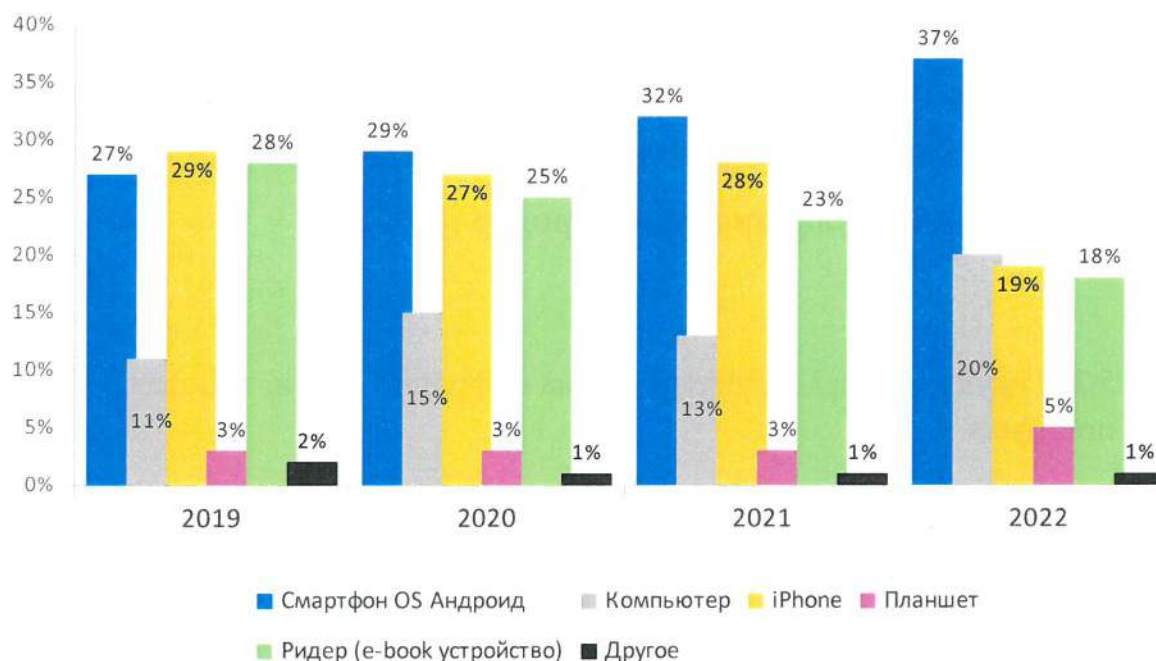
ТОП-5 платных скачиваний в январе-сентябре 2022 года (Москва)

1. Ольга Примаченко. К себе нежно: Книга о том, как ценить и беречь себя, Издательство Эксмо (349 руб.)
2. Сергей Лукьяненко. Месяц за Рубиконом. Издательство АСТ (369 руб.)
3. Татьяна Мужичкая. Роман с самим собой: Как уравновесить внутренние ян и инь и не отвлекаться на всякую хрень. Издательство Эксмо (439 руб.)
4. Сергей Лукьяненко. Лето волонтера. Издательство АСТ (199 руб.)
5. Эдит Ева Эгер. Выбор: О свободе и внутренней силе человека. Издательство Манн, Иванов и Фербер (499 руб.)

Если говорить о предпочтениях именно москвичей, то наиболее востребованная ими тематика электронных книг в 2022 году – это современные любовные романы, любовное фэнтези, историческая и боевая фантастика (попаданцы), современные детективы. Иными словами жители мегаполиса больше не интересуются бизнесом, среди их предпочтений — любовь к себе, книжные таблетки от депрессий и ромкомы в любом формате.

Сергей Анурьев, ЛитРес:

Несколько слов о тематических акцентах рынка. В 2022 году мы зафиксировали рост интереса к художественной литературе. Последние пять лет этот сегмент стагнировал, постепенно уступая место нон-фикшн, но в этом году мы увидели резкий разворот тенденций. Любовные романы вернулись на второе место по популярности, у пользователей растет интерес к young-adult



литературе, особенно к корейской и японской, а значит молодёжь постепенно переходит в легальное поле электронных и аудиокниг. И наоборот, в сегментах бизнес-литературы, психологии и саморазвития мы отмечаем спад интереса и спроса.

Если посмотреть на ТОП-10 продаж за первые 8 месяцев 2022 года, то можно отметить, что сегодня здесь представлена лишь одна аудиокнига, хотя год назад их было три, и нон-фикшн книг стало заметно меньше. Впервые за последние 10 лет в нашем ТОПе отсутствует книга «Подсознание может всё!» Джона Кеа.

Отраслевая конференция, ММКЯ сентябрь 2022

Диаграмма 5.4.

Предпочитаемые клиентами магазина ЛитРес устройства для чтения цифрового контента (электронных книг) в 2019-2022 гг.

Источник: данные ЛитРес, экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2019-2022 гг.

Повышенная «мобильность» читателей из Москвы отражается на выборе ими устройства / формата для чтения электронных книг. Конечно, электронные книги сегодня можно читать одновременно на нескольких устройствах, но всё же в 2022 году более половины (56%)

столичных клиентов сервисов «ЛитРес» предпочитают читать электронные книги на устройствах «всё в одном», т.е. смартфонах (iOS, Android), и гораздо реже используют для этого компьютер (20%), планшет (5%) или специализированный ридер (18%).

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

Если мы говорим о профессиональном цифровом книгоиздании и дистрибуции в целом, то в 2022 году в России (и Москве) лидером потребительского рынка по-прежнему остается компания «ЛитРес», которой (по её собственной оценке) принадлежит 67% московского рынка цифровой дистрибуции (B2C) в январе-августе 2022 года (LFL2021 – 65%; 2020 – 65%; 2019 – 65%; 2018 – 70%). Разумеется, речь идет о суммарном обороте всех сервисов компании, в т.ч. приложения «Читай!» и «Слушай!», подписки MyBook, платформы для независимых авторов «ЛитРес: Самиздат» и «ЛитРес: Библиотека» для государственных и публичных библиотек, портала LiveLib и пр. И конечно, с осени 2022 года, когда было объявлено об окончательном уходе из России «Storytel» и «Bookmate» по большому счету конкурентов у «ЛитРес» не остается и в 2023 году рынок электронной книги в РФ будет уже на 90% контролироваться этим холдингом, оставшаяся часть распределится с учетом интеграции в российский бизнес компании «Литнет» и между pr-инициативам маркетплейсов (WB и YM). Это в лучшем случае. Но в реальности у «ЛитРес» больше шансов остаться в одиночестве.

За первые девять месяцев 2022 года компания «ЛитРес» увеличила количество скачиваний на 10%, причем 24,5% от всей выручки составили продажи новинок, что на 8% больше, чем за аналогичный период 2021 года. По словам Сергея Анурьева, доля новинок – это важный показатель

для сервиса, и более 60 тыс. новинок в электронном и аудиоформате появилось на платформах «ЛитРес» с января по август 2022 года.

Общий ассортимент «ЛитРес» на август 2021 года насчитывает 946 тыс. электронных и аудиокниг, в том числе 64% – русскоязычных наименований. Основу каталога компании составляет художественная литература (55%), базовые партнеры – холдинг «Эксмо-АСТ/Азбука-Аттикус». Доля зарегистрированных в Москве покупателей составляет лишь пятую часть от всех клиентов «ЛитРес» в I-III квартале 2022 года. Ежемесячное количество скачиваний в январе-августе 2022 года – 990 тыс. (+10% LFL2021), в том числе 495 тыс. приходится на платные загрузки контента (+11% LFL2021). Кроме того, «ЛитРес» в 2021-2022 гг. активно продвигает модель продаж «ЛитРес: Абонемент», на которую за первые восемь месяцев 2022 года приходится уже 18% совокупной выручки сервиса.

Если мы говорим именно о Москве, то и здесь у «ЛитРес» произошли определенные изменения в тематической структуре продаж. В целом в 2022 году заметно снизились темпы продаж детской книги и серьезной нон-фикшн литературы для взрослых (экономика; политика; бизнес; техника); более или менее стабильно с хорошей динамикой продаются книги по психологии и художественная литература; наконец, значимо (-6% LFL2021) сократилась выручка от школьной (учебной) книги.

Диаграмма 5.5.

Динамика (%) продаж в Московском регионе в разрезе укрупненных тематических групп книг на площадках ЛитРес в I полугодии 2019 и январе-августе 2021-2022 гг. (YoY)

Источник: данные компании ЛитРес

В Москве на протяжении последнего десятилетия средняя цена купленной электронной книги «проигрывает» цене бумажного аналога. И если в 2015-2016 гг. ежегодный рост цен на электронную книгу составлял 20-30%, то в августе 2022 года средняя стоимость купленной электронной книги в «ЛитРес» составила 212,31 руб. с положительной динамикой в



8,6% к августу 2021 (в 2021 году – 195,5 руб или +9,1% LFL2020). При этом средняя стоимость купленной текстовой книги в 2022 году остается более чем лояльной для покупателя – 206 руб. (193 руб. в 2021; 182 руб. в 2020), аудиокниги – 270 руб. (252 руб. в 2021; 240 руб. в 2020), а приобретение в сегменте самиздата обошлось пользователю в 151 рубль (144 руб. в 2021; 134 руб. в 2020).

Средний чек покупателя электронного контента у легального поставщика в Москве в январе-августе 2022 года демонстрирует широкий диапазон значений в зависимости от дистрибьютора или тематики контента – от 202 руб. (только текстовые книги) до 259 руб. (только аудиокниги). Средневзвешенный показатель (с учетом самиздата) – 218 руб. с динамикой +1,4% к данным января-августа 2021 года.

Таблица 5.1.

Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в августе 2013-2022 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	661,15	195,50	238,18
2022	366,68	682,67	212,31	221,54

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

Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030», экспертный опрос: август-сентябрь 2013-2022, 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, до последнего времени они достаточно активно участвовали в мероприятиях по поддержке и продвижению чтения и слушания цифровой книги.

В частности «ЛитРес» тратит свой многомиллионный бюджет на рекламную кампанию по ТВ сервиса «Литрес:Абонимент» в январе-феврале 2022 года и на поддержку сервиса «ЛитРес: Подписка» (август-октябрь 2022, DOOH|TV). В октябре 2022 года «ЛитРес» запускает рекламную кампанию в поддержку новой книги Виктора Пелевина «KGBT+».

К сожалению, большинство рекламных бюджетов «ушли» из России вслед за зарубежными компаниями. Но по крайней мере поддержка премий и конкурсов, как одного из популярных промо-направлений среди российских компаний цифрового сегмента рынка, точно останется. Так, уже пятый год подряд «Ридеро» является официальным партнером литературной премии для молодых писателей и поэтов «Лицей». Кроме того, с 2020 года «Ридеро» является площадкой для литературного конкурса «Экранизация» совместно с агентством «Stardust». Так как «Ридеро» – это не только коммерческая история, то холдинг реализует много проектов в рамках собственной гуманитарной миссии. Например, конкурс стихов и рассказов о животных «Рядом», задача которого — возродить литературу о животных и объединить авторов, которые пишут на эту тему. Конкурс проводится исключительно силами энтузиастов при поддержке «Ридеро». Конкурсанты присылают свои стихи, рассказы, из которых выбираются победители. В итоге публикуется сборник, все доходы от продаж которого направляются на содержание бездомных и брошенных животных. И авторов-участников этого проекта становится все больше и больше, только в 2021 году их было более 450. Или проект

«Моя земля» / «Городские легенды» – это собранные в разных регионах страны городские легенды, мифы, притчи, рассказы местных жителей, на основании которых собираются необычные путеводители по городу или даже по региону. Такой путеводитель доступен всем желающим бесплатно, и он не ограничивается только текстом, в рамках проекта создаются аудиокниги, квесты на основании собранных легенд, документальные короткометражные фильмы, ролевые компьютерные игры с использованием айдентики региона и т.д. Проект очень амбициозный, и по словам исполнительного директора «Ридеро», он ещё находится *«в процессе формирования, но уже успел насобирать наград»* (Э. Логунова).

Возможно определенную поддержку рынку электронной книги окажут новые игроки — операторы сотовой связи (МТС, Beeline) или маркетплейсы «Wildberries» и «Яндекс.Маркет». Но серьезно рассчитывать на их участие всё же не стоит. Ведь электронная книга для этих компаний не является полноценной товарной категорией, это скорее промо-бонус для поддержки собственных сервисов (услуг связи, каталога и пр.).

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

По результатам экспертного опроса в рамках Мониторинга, 71,4% издательств рассчитывают завершить 2022 год с положительной (плюс 10-25%) динамикой оборота к итогам 2021 года. И это вполне реальные прогнозы. Дело в том, что книжная отрасль РФ 90% своих доходов получает от продажи печатной продукции и 70% от сотрудничества с традиционными (offline) каналами дистрибуции: магазинами, оптовиками, библиотеками, в т.ч. школьными, fmcg-сетями и прочим непрофильным для книг ритейлом. Производство книги и её сбыт и до 2022 года были массово ориентированы на собственную (российскую) полиграфическую базу, российских издателей и внутренний рынок (российского читателя), объем поступлений от продажи прав в другие страны находился на уровне погрешности.

Наиболее пострадавшим сегментом по итогам 2022 года станет рынок цифровой (электронной и аудио) книги. Последствия технических сложностей по проведению платежей, запрета на распространение в цифровом виде ряда зарубежных книжных проектов, уход иностранных компаний (Bookmate и Storytel) и фактически двукратная потеря аудитории в столице (с 13% 2021 до 7,9% 2022) не позволят цифровой книге сохранить прежние темпы роста, ограничив продажи в лучшем случае нулевой динамикой к 2,5 млрд руб. и 14% от рынка печатной книги Москвы.

Да, в неоднозначном 2020-м была правительственная поддержка, а 2021-й оказался не столь успешным как рассчитывали книжники в связи с инфляцией по прайсам типографий и сокращающегося трафика книжных магазинов, но на 2022 год возлагались действительно серьезные надежды в плане восстановления покупательского спроса и в целом традиционных каналов книжного рынка. Однако, новый список вызовов стал полной неожиданностью для издательств, по крайней мере, в плане ограничения лицензий и авторских прав со стороны зарубежных партнеров, а также российских законодательных инициатив по защите традиционных ценностей и

включение Минюстом РФ в реестр СМИ-иноагентов ряда известных авторов (Д. Быкова, М. Зыгаря, Д. Глуховского и др.).

Конечно, не меньшую проблему создали для книжного рынка и полиграфисты, объявив в марте 2022 года переход на предоплату услуг и кратный рост цен из-за невозможности реализации существующих логистических схем поставки расходных материалов и запчастей для печати книг, т.е. основной товарной номенклатуры книжной отрасли.

Анна Титова, издательство «Питер»:

Весь 2021 год росли цены на типографские услуги, а в марте и апреле 2022 года они просто «улетели в космос». От ряда проектов пришлось отказаться в связи с очень высокой стоимостью полиграфии. Так, мы серьезно пересмотрели свои планы по детской литературе в сторону уменьшения (-20%), есть понимание, что в целом сегмент просел и очень сократились продажи в FMCG, а цена на полиграфию, наоборот, сильно увеличились именно в цветной детской книге. С рядом типографий, жестко требовавших 100%-й предоплаты, пришлось временно прекратить сотрудничество, но нашлись новые, с более лояльными условиями работы. Хотя, в целом условия сотрудничества с типографиями ухудшились: сократилась или вообще исчезла отсрочка платежа.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос август 2022

Но, вопреки страшным историям, рассказанным на конференции в апреле 2022 года, российская полиграфия вполне себе справилась с многочисленными санкционными пакетами, не забыв в очередной раз «подкрутить» ценник на собственные услуги и расходные материалы. У издательств всё немного хуже и результаты первого полугодия 2022 года могут колебаться в диапазоне: от оптимистичного — «количество напечатанных наименований выросло на 17% и на 4% выросли продажи в штуках» («Эксмо»), до негативного — «мы рассчитывали на рост, однако планы пришлось менять уже в 1 квартале и если

не произойдет изменений в худшую сторону, мы закончим год снижением оборота на 12-15%» (ИД «Лев»). И если разогнавшаяся к июлю 2022 года до 20% инфляция по книгам в столичном регионе позволяла хотя бы частично закрыть растущую (+25-28%) себестоимость производства печатных книг, то к сентябрю в Москве книжный индекс потребительских цен снизился до 14% в годовом выражении, трафик в книжных магазинах сократился, а последовавшая за провальной школьной кампаний мобилизация в рамках СВО, окончательно вытеснила книги из актуальной новостной повестки москвичей.

Спасительные еще год назад онлайн-витрины маркетплейсов (OZON, WB) вызывают сегодня у издателей больше вопросов, чем ответов в плане растущих комиссий и участвовавших «наказаний» в случае отказа от участия в глобальных дисконт-акциях. А вероятное снижение трафика в торговых центрах и сокращение книжной полки fmcg-супермаркетов ставят под сомнение возможность окупить затраты в канале непрофильного ритейла.

Но несмотря на большое количество проблем и целый ряд негативных моментов в производстве, в ценовой политике и каналах дистрибуции, в 2022 году издатели демонстрируют позитивный предпринимательский настрой. По словам Евгения Капьева, *«исходя из результатов первого полугодия, «Эксмо» дает достаточно позитивный прогноз на весь год по динамике рынка в денежном выражении (+19% к 2021 году), хотя, конечно же, точные цифры роста обсуждать в настоящий момент сложно»* (Отраслевая конференция, ММКЯ, 5.09.2022).

Действительно, согласно данным Книжной палаты выпуск книг и брошюр в Москве в 1-3 кварталах 2022 года растет (+6%) по количеству наименований и незначительно (в пределах 5%) снижается по суммарному тиражу к выпуску за аналогичный период 2021 года. И это очень неплохой результат, принимая во внимание возросшую стоимость полиграфии и ограничения по использованию прав и сложности проведения платежей зарубежным партнерам. Не стоит забывать, что 35,6% каталога среднестатистического российского издательства приходится на зарубежные

лицензии. Но издатели подстраиваются под ситуацию, продемонстрировав высокие адаптивные способности. И в 2023 году издатели планируют инвестировать преимущественно в проекты отечественной прозы, фантастики и фэнтези, в комиксы, книги по психологии, учебники и книги для детей и юношества.

Екатерина Каширская, издательство «Пешком в историю»

В начале текущего года мы сократили издательский план и добавили в него книг собственного производства (а не переводы), чтобы меньше зависеть от валютного курса и желания/нежелания зарубежных издателей сотрудничать с Россией. Этого же планируем придерживаться в 2023 году.

Тиражи остались прежними – 2-3 тыс. экземпляров. Сейчас мы уже подготовили в печать и продолжаем работать над новыми ч/б вариантами макетов. Это действительно совсем новый продукт, а не изменение предыдущих вариантов изданий, так что по качеству печати и «познавательности» они не уступают цветным. С бумагой пока ничего ужасного не произошло, но мы почти не делаем книг, для которых нужны сложные материалы – картон, вырезки, вставки, ляссе и т.д. Пока никаких типографий вне РФ мы не рассматривали, так как непонятно, что с платежами и какая логистика.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2022

Разумеется, в марте-апреле многие пророчили коллапс полиграфии и соответственно экономики книжного рынка, ориентированного на печатную книгу. Прогнозировали инфляцию в десятки процентов на книги и упрощение, снижение качества книжных изданий: «мы будем делать более дешевый ассортимент; сократим объем издания, используем более дешевую бумагу и картон для обложек» (Б. Кузнецов, «Росмэн»).

Конечно, в основном эти пророчества не сбылись. Но если говорить про маржинальность, то она из печатной книги улетучивалась достаточно быстро за счет роста цен на полиграфические материалы и стоимость каналов сбыта. Причем, кризис цифрового сегмента рынка не позволил компенсировать хотя

бы отчасти это падение маржинальности электронным книгоизданием, доля продаж которого составляет у большинства московских издательств совсем небольшие проценты общего оборота (2-3%). И в целом ограничения и блокировка соцсетей как основного канала рекламной коммуникации с читателем в значительной степени сократила возможности работы в онлайн-среде для издателей и книготорговцев.

И тем не менее, книжный рынок Москвы покажет 5%-й рост по итогам 2022 года, что можно считать отличным результатом в контексте обстоятельств. К сожалению, в 2023 году многое в рамках экономики книжной отрасли станет только хуже.

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-мае, а кое-кто и субсидией Роспечати из ФБ для организаций, издающих социально-значимую литературу, а также поддержкой из местных региональных бюджетов (в т.ч. Департамента предпринимательства города Москвы) или Ростуризма. К сожалению, среди тех, кто так и не смог воспользоваться никаким видом господдержки есть и крупные коммерческие издательства столицы, и малые издающие организации, и даже государственное издательство «Художественная литература».

Несмотря на отсутствие коронавирусных ограничений и в целом более мягкую эпидемиологическую ситуацию в России, проблем у книжной отрасли в 2022 году меньше не стало. Разрыв логистических связей в полиграфии, санкционное давление в финансовом и правовом поле на фоне эпатажной русофобии, развернувшейся в культурном пространстве западно-европейской цивилизации, - через всё это издателям и книготорговцам России пришлось пройти при минимальной поддержке со стороны государства.

В марте 2022 года первой о серьезных проблемах заявила книжная полиграфия. Да, большинство этих проблем существовали и до 24 февраля. В частности, проблемы с импортной (мелованной) бумагой начались не в феврале и не в марте, а еще во втором полугодии 2021 года. Уже тогда очередь на заказ бумаги достигала пяти месяцев, причем выполнения полного объема заказа никто не гарантировал. Это действительно результат пандемии, закрытия

мощностей в Европе и Китае, и других вполне объективных причин. Конечно, в марте шел невероятный рост цен из-за турбулентности рынков, но уже к лету он остановился просто потому, что экспортные возможности ЦБК были ограничены логистическими проблемами и потерей ряда рынков сбыта, что не позволило ценам расти дальше. Картон для обложек книг также вполне успешно производили две фабрики в Белоруси и России, поэтому производство книг в мягкой обложке осуществлялось без сбоев. Но вопрос с красками для печати и другими расходными материалами полиграфии оставался нерешенным, особенно после принятия Евросоюзом 5-го пакета санкций 8 апреля 2022 года. Здесь, как и в плане закупок бумаги, полиграфисты столкнулись с ростом закупочных цен из-за нарушений регулярных поставок на протяжении двух лет пандемии. Так как многие вредные канцерогенные производства давно были выведены из Европы в Китай и в Индию, но глубокие локдауны в 2020-2021 гг. в этих странах заморозили поставки, а если что и привозилось, то в спекулятивно малом количестве, провоцируя рост цен. Но все же до 8 апреля 2022 года 98% поставщиков из недружественных стран продолжало работать с российскими предприятиями. А далее перед книгопроизводством в РФ встала проблема не только бумаги и прочих расходников, но и запчастей для полиграфического оборудования.

Татьяна Климова, «Октопринт/Хубергруп Рус»:

Надо понимать, что полиграфия – это достаточно компактная и далеко не приоритетная отрасль, и естественно, что многие необходимые нам материалы мы просто не можем получить в силу своего масштаба закупок. Например, для производства синего пигмента необходимы карбонат и окислы меди. Но медь – это важный компонент для производства электроники и соответственно основной объем поставок меди идет туда, а в полиграфию – по остаточному принципу. И так во всём. К примеру, во время коронавируса была паника, поля не засеяли, урожай не собрали и в итоге все получили дефицит льняного масла, да еще и нефтепромышленники заменили у себя какой-то компонент именно

на льняное масло и скупили основные его запасы. В итоге для нас рост цен на льняное масло, как основной компонент для закрепления краски в полиграфии, составил 30%. Фотоинициаторы для УФ полимеризации производит только Китай, потому что это очень вредное производство. Китай вкладывает немислимые деньги в его развитие и использует основной объем для внутренних нужд, отгружая всему остальному миру по остаточному принципу.

Игорь Полтавцев, АО «Первая Образцовая типография»:

Офсетной и мелованной бумаги для книжников (не для гляцевых СМИ) в принципе должно было хватить, вопрос только в её качестве. С клеями ситуация похожая, весь клей шел из Европы. Сейчас все экспериментируют, пытаются работать с линейкой клея из мебельной отрасли ... посмотрим, в общем получается по-разному. И если вопрос с краской и прочим так или иначе может решиться, то с запчастями – нет. Это утопия, что мы сможем договориться через Казахстан или Киргизию. На сегодняшний день такие иллюзии начинают развеиваться, потому что многие поставщики занимают крайне жесткую позицию, всем дилерам дано строжайшее указание поставок в Россию не осуществлять.

Отраслевая конференция, Москва 12.04.2022

Книжные издательства заказывали печать на бумаге в основном от шведских и финских производителей, поскольку найти что-то похожее по качеству в России было сложно. Но шведские и финские компании приостановили поставки в Россию и работу в стране в начале марта. В ситуацию пришлось вмешаться Министерству цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ и по его инициативе 29 апреля 2022 года Евразийская экономическая комиссия приняла решение обнулить ставки ввозных таможенных пошлин на мелованную бумагу и картон, а также на другие импортируемые виды бумаги, которые используются в производстве издательской печатной продукции. Решение будет действовать в течение 6 месяцев. Кроме того, таможенные пошлины временно были обнулены на другие материалы, используемые в полиграфическом производстве. Минцифры РФ закономерно предполагало, что это решение поддержит полиграфическую и издательскую отрасли, будет способствовать насыщению отечественного рынка различными видами мелованного картона и бумаги, а также сдерживанию роста розничных цен за счет уменьшения себестоимости готовой продукции.

Но если вопрос с дефицитом к лету 2022 года был снят с повестки, в том числе благодаря производству на Котласском ЦБК, то на сдерживании розничных цен обнуление пошлин никак не отразилось.

Игорь Полтавцев, АО «Первая Образцовая типография»:

Как известно, на Котласском целлюлозно-бумажном комбинате есть седьмая линия, где производится наиболее качественная офсетная бумага. Часть этой бумаги идет на продажу в виде офисной нарезки А4 в пачках, за ценообразованием на которую мы все недавно с большим интересом наблюдали. Другая часть этой офсетной бумаги поступает на полиграфический рынок, а часть идёт дальше в переработку и на выходе мы получаем мелованную бумагу марки «Омела». Насколько я знаю, сегодня меловальная установка этого комбината работает с максимальной нагрузкой, поэтому дополнительных объемов мелованной бумаги ждать точно не стоит.

Отраслевая конференция, Москва 12.04.2022

Некоторые игроки книжного рынка уже весной 2022 года экспериментировали с мелованной бумагой, произведенной в России, так называемой «омелой», но по словам Леонида Шкуровича (ИГ Азбука-Аттикус) «мнения о её качестве расходятся, говорят, что оно не очень стабильное, плюс производитель не может обеспечить нужные рынку объемы даже с условием поставок европейской бумаги».

В итоге, как известно, не подкрепленное достаточными основаниями увеличение отпускных цен на бумагу отечественными фабриками-изготовителями автоматически увеличило себестоимость книжной продукции на 30-40% и невероятный (на 50-60 %) рост цен на цветную печать. Разумеется, всё это напрямую транслировалось в розничную цену для покупателя.

Следующей по времени, но не по значению, проблемой для книжного рынка России стал отказ крупных глобальных издательств и авторов с мировым именем от работы с Россией. Публичные заявления С. Кинга, отказ от публикаций в электронном виде владельцев прав на романы А. Кристи и франшизы «Гарри Поттер», изъятие из календаря российского кинопроката продукции компании «Дисней», а затем (30 сентября) объявление о полном

сворачивании деятельности в России, - всё это несмотря на резко возросший спрос на книжную продукцию, создавал серьезные проблемы для издателей. Конечно, большой плюс для издательств заключался в длительности контрактов (на 3-5 лет), которые разорвать до окончания срока действия практически невозможно, и иностранные крупные правообладатели по большому счету могли только просить «не печатать» или «заморозить» книги. В частности это касается и «Гарри Поттера» в формате печатной книги. Но, к сожалению, вопросы взаимодействия с известными авторами как в плане продления, так и в плане приобретения прав на новинки, остаются.

Алексей Ильин, ИГ Альпина:

Уже начинают прилетать отказы по каким-то значимым для нас авторам. Мы со всеми своими правообладателями находимся в постоянной связи, переписке, объясняем нашу позицию. Но у наших зарубежных партнеров всё зависит от позиции акционеров, руководства. И, к сожалению, даже теплые отношения, которые выстроены за два десятка лет работы, не помогут.

Отраслевая конференция, Москва 12.04.2022

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

К сожалению, мы видим, что часть крупных глобальных издательств отказалась сегодня от работы с Россией. А так как доля зарубежных авторов в каталогах наших издательств составляет от 40 до 90%, то, конечно, это серьезно влияет на рынок. Количество предложений от западных правообладателей сократилось где-то в два раза, идёт серьезное давление на наших зарубежных партнеров со стороны правительств недружественных стран. Всё это конечно, будет иметь серьезные последствия. Уже сейчас мы видим рост пиратства по выпадающим наименованиям. Ведь отсутствие в легальном поле популярных книг вынуждает читателей переключаться на пиратские ресурсы. И это касается не только новых книг. Мы сталкиваемся сегодня с непродлением старых договоров по уже представленным на рынке наименованиям. Так что,

к сожалению, книг зарубежных авторов в России в скором времени будет существенно меньше.

Отраслевая конференция, ММКЯ 5.09.2022

Реакцией на эти трудности книгоиздательского сообщества стала весьма неожиданная для книжной отрасли инициатива комитета ГосДумы по информационной политике, информационным технологиям и связи. В конце августа 2022 года главой этого комитета А.Е. Хинштейном был направлен для получения отзыва в Правительство РФ законопроект, который предлагал внести изменения в редакцию действующей статьи 6.21 Кодекса об административных правонарушениях, убрав ограничения по возрасту для запрета пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений и (или) предпочтений. Согласно тексту законопроекта штраф за пропаганду ЛГБТ по новой статье составит для юридических лиц от 800 тыс. до 1 млн рублей. Если нарушения совершены с применением СМИ (а книга трактуется как средство массовой информации) или интернета, то штрафы будут выше. В сентябре законопроект получил поддержку Правительства РФ, а в октябре был поддержан Гос Думой в первом чтении. И в дальнейшем его ждет редакция только в плане ужесточения наказания.

Александр Хинштейн, комитет ГосДумы по информационной политике, информационным технологиям и связи

Для квалификации в качестве пропаганды важно, чтобы распространяемая информация подчеркивала как минимум равнозначность ЛГБТ-отношений с традиционными, как максимум — их преимущество. Отдельно это касается пропаганды педофилии, которая у нас как ни странно вообще отсутствует. И сегодня мы с определенной настороженностью, не побоюсь этого слова, наблюдаем за тем, как ряд книжных издательств очевидно в преддверии появления этих новых норм начинает исполнять какой-то «дембельский аккорд». Например, в Центральном Доме книги в Ялте на столике приоритетной выкладки («новинки», «рекомендуем почитать») стоят книги ЛГБТ-тематики. Когда я написал об этом в пятницу в Telegram... в субботу Дом книги добавил на столик небезызвестную книгу «Лето в пионерском галстуке». Да, сегодня эта книга не нарушает закон, потому что есть формально указанные на обложке 18+, но при этом проведенные Роскомнадзором экспертные исследования четко показали, что книга адресована и ориентирована именно на детскую и подростковую аудиторию. Понятно, что издатель распространяя такую литературу рассчитывает на скандал для увеличения коммерческого успеха, на рост продаж. И разумеется это происходит. Заходим в московский магазин «Республика» и видим выставленный ТОП продаж, в котором под номером 1 — «Лето в пионерском галстуке», кстати уже вторая книга вышла. Более того, в интернете начали рекламировать другую аналогичную литературу о подростковой любви мальчиков. И эта литература, на мой взгляд, представляет собой очевидную ЛГБТ-пропаганду, в отличие, допустим, от неоднозначной набоковской «Лолиты».

Государственная дума Российской Федерации рассматривает закон о запрете в России пропаганды ЛГБТ и смены пола.

Отраслевая конференция, ММКЯ 5.09.2022

Разумеется, книжная отрасль осознает всю меру ответственности за качество книжного ассортимента, демонстрируемого в публичном пространстве, и однозначно всегда работало и будет работать в правовом поле Российской Федерации, но всё же нельзя не признать тот факт, что «ЛГБТ-инициатива» комитета ГосДумы по информационной политике создает дополнительные сложности для издательств, столкнувшихся в 2022 году с форс-мажором по треку взаимодействия с иностранными правообладателями. Тем более, что только в марте книжники прошли через подобную процедуру, когда признание компании META экстремистской организацией с последующей блокировкой Facebook, Instagram и инструментов Ads Manager, связанных с этими сетями, привело к юридическим рискам размещения логотипа Instagram, Facebook в публичном пространстве и в частности в торговых залах книжных магазинов. В итоге книжные издания, в названии которых упоминались эти сети, были изъяты из продажи. Учитывая значимое число романов (18+) с квир-персонажами, представленное сегодня на полках бестселлеров и новинок в книжных магазинах Москвы, одновременное изъятие их из продажи не останется незамеченным столичным покупателем и вряд ли добавит оптимизма книжному бизнесу.

Ирина Антонова, ИГ Альпина:

Понятно, что планировать работу дольше чем на 2-3 месяца стало просто невозможно, поскольку практически каждую неделю мы получаем какие-то новые ограничения... законодательные, экономические, какие угодно. И соответственно планировать что-то и быть уверенным в реализации задуманного сейчас очень сложно.

**Отраслевая конференция в рамках фестиваля Книги России,
Красная площадь 3.06.22**

Тем не менее, всё же определенную поддержку от государства некоторым издателям удалось получить. Конечно, объем этой поддержки не сопоставим с полученными отраслью в 2020 году субсидиями и льготами. Но тем не менее, издательство «Эксмо», например, в качестве системообразующего предприятия книжной отрасли воспользовалось льготой по отсрочке (переносу на следующий год) выплат ЕСН. И по словам гендиректора Е. Капьева, так как доля ФОТ в себестоимости проектов издательства составляет достаточно значимую часть, то это, конечно, стало крайне серьезной помощью в текущей ситуации. Льготным кредитованием «Эксмо» не воспользовалось, хотя имело для этого все основания. Льготным кредитованием и отсрочкой по ЕСН воспользовался ИД «Лев». Возможностью переноса на 2023 год платежа по соцвзносам за 2 и 3 кварталы 2022 года также воспользовалась ИГ «Альпина».

Кроме того, издательства, относящиеся к субъектам малого и среднего бизнеса, зарегистрированные в Москве, смогли получить компенсацию части затрат (субсидию) на участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях от Департамента предпринимательства и инновационного развития Москвы. Из городского бюджета традиционно была выделена субсидия и на издание социально-значимой литературы. Пониженными тарифами на страховые взносы воспользовались и некоторые книготорговцы столицы. Но не менее 50% книгоиздателей Москвы не смогли воспользоваться никакими льготами в 2022 году.

Серьезную поддержку от государства получил, пожалуй, только цифровой сегмент книжного рынка. Наряду со снижением ставки налога на добавленную стоимость вдвое (до 10%) для электронных и аудиокниг, связанных с образованием, наукой и культурой (Постановление от 09 октября № 1643 Правительство РФ), Распоряжением от 13.08.2022 № 2234-р Правительство РФ утвердило перечень мобильных приложений и программ для обязательной предустановки на смартфоны, планшеты, компьютеры и Smart-TV с 1 января 2023 года, где среди прочих представлен книжный сервис «ЛитРес».

Так что, вопросы остались и по полиграфии, и по субсидированию в части рекламной деятельности по продвижению книги и чтения. Поэтому в 2023-2024 гг. книгоиздатели столицы хотели бы получить поддержку от Департаментов Правительства Москвы и федеральных ведомств по следующим направлениям:

- субсидии на производство / увеличение субсидий на выпуск социально-значимой литературы;
- компенсацию затрат на производство (частично) и выплату вознаграждение (роялти) российским правообладателям в рамках действующих лицензионных контрактов;
- льготное налогообложение, возврат НДС;
- бронь от мобилизации ключевых сотрудников;
- размещение баннера «Сделано в Москве» в рамках уже существующей программы, независимо от места печати (адреса типографии) издания.

Книготорговцы продолжают настаивать на создании аналога «Пушкинской карты» и включение в её функционал покупку книг в книжных магазинах.

Тема 8.

Формирование реестра книжных магазинов и карты стационарных книготорговых объектов города Москвы с указанием доли предпочитаемых 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 2022 года на территории Москвы насчитывается 241 специализированный на продаже книжных изданий (>50% торговой площади под книги) стационарный торговый объект. Расчетный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами составил 1:52429 (или один магазин на 52,4 тыс. жителей), что заметно лучше ситуации 2021 года (1:54784), но по-прежнему уступает показателю 2019 года: до пандемии один книжный приходился на 50 тыс. жителей столицы. По традиции последних лет в 2022 году книжные магазины в столице закрывались, переезжали и открывались с равным энтузиазмом. Основные потери в пуле московских книжных магазинов пришлось на весну 2022 года и связаны с общей ситуацией нервозности и противоречивости бизнес-прогнозов даже в краткосрочном периоде. К лету ситуация стабилизировалась и начинается активное открытие объектов в сети «Книжный Лабиринт» и «Детский книжный». Но тем не менее, даже с учетом новых объектов столица по уровню обеспеченности населения книжными магазинами в текущем году уступает Санкт-Петербургу (1:19344), Казани (1:28162), Новосибирску (1:38615) и другим городам-миллионникам в России и не только им.

В целом, с октября прошлого года по нынешний сентябрь столица приросла на 4% от общего числа книжных магазинов, но и потерь было немало. С октября 2021 года по сентябрь 2022 года ликвидировало сразу 7 магазинов единственное государственное на территории столицы книготорговое предприятие ГУП ОЦ МДК. С декабря 2021 года закрылись магазинчик детских книг издательства «Клевер», объект франшизы «Территория» и очередной магазин знаменитой «Академкниги». Продолжили практику закрытия своих нерентабельных магазинов и столичные филиалы

межрегиональных розничных сетей «Книжный Лабиринт» (-2 объекта) и «Читай-город» (-5 объектов), еще на 2 магазина ужалась обанкротившаяся ранее сеть «Республика». Но, тем не менее, по традиции книжные сети не только закрывали, но и параллельно открывали новые магазины в других локациях: у «Книжного Лабиринта» – 16 новых магазинов, у «Читай-города» – 8 новых магазинов. Завершилось реформирование менеджмента (переход под новое управление) в сети магазинов «Республика» и к осени 2022 года новая команда открыла собственный объект. Еще в ноябре-декабре 2021 книготорговая диаспора столицы пополнилась клубными магазинами издательств «Никея» и «Поляндрия», а также филиалом авторского магазина «Во весь голос» (СПб). Филиал на Никитской открыл столичный магазин «Достоевский». На протяжении всего отчетного периода открывала и закрывала магазины сеть «Детский книжный».

Несмотря на итоговую позитивную динамику 2022 года, всё же темпы прироста книжных магазинов в Москве остаются недостаточными для восполнения потерь карантинных периодов: количество книжных магазинов в столице сегодня не достигло допандемийного уровня 2019 года (250 книжный). Более того, доля малых (по площади) книжных магазинов в столице пусть не намного, но подросла (до 17%). Сохранилась и тенденция сокращения работы с книжным ассортиментом в среде непрофильных универсальных FMCG-маркетов (прежде всего площадок X5Retail Group и Магнит/Дикси), а также негативная динамика по числу киосков печатной продукции на улицах столицы. 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 2022 года в распространении книжных изданий на территории Москвы

принимали участие 1472 киоска со специализацией на продаже периодических печатных изданий, 684 площадки сетевого FMCG-ритейла, магазинов детских и канцелярских товаров. В определенном смысле к объектам книгораспространения в Москве можно отнести и 492 расположенных на её территории отделений почтовой связи (АО «Почта России») с наличием демонстрационных книжных стендов, которые одновременно выполняют функции ПВЗ интернет-магазинов небольших московских издательств.

Диаграмма 8.1.

Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по



состоянию на сентябрь 2016-2022 гг.

Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2016-2022 гг.

С учетом полного спектра объектов, коэффициент книготорговой обеспеченности москвичей на октябрь 2022 года составляет 1:4374 (или один объект на 4,37 тыс. жителей) с высоким уровнем территориальной доступности – 1 объект в пределах 0,88 км². Общая торговая площадь, выделенная под книжные издания в Москве, составляет 46818 м² (суммарно по книжным магазинам, киоскам, отделениям почты и FMCG-объектам), что на 2,4%

Динамика суммарного числа книготорговых объектов в Москве в 2014-2022 гг.



меньше аналогичного показателя 2021 года (47978 м²) и на 9,1% – показателя 2019 года (51505 м²).

Диаграмма 8.2.

Динамика суммарного числа физических книготорговых объектов в Москве в 2014-2022 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 семь (десять) лет на очень высоком уровне – 85,4% от общего числа респондентов в октябре 2022 года (86,5% – в сентябре 2021; 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 2022 году социологический опрос продемонстрировал восстановление интереса москвичей к покупкам по пути, что отчасти можно объяснить растущим нежеланием тратить время на приобретение книг на фоне сокращения книжной выкладки в непрофильном ритейле. В 2022 году растет доля покупок книг и в отделах FMCG-супермаркетов параллельно с другими товарами до 10,65% голосов респондентов (в 2021 – 5,7%; в 2020 – 13,6%; в 2019 – 15,8%), и доля ответов о приобретении книг «по пути» на лотках/киосках – в октябре 2022 года до 9,2% (в 2021 – 3,8%; в 2020 – 17%; в сентябре 2019 – 10,8%).

Диаграмма 8.3.

Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2022 году
(% респондентов ответивших на закрытый вопрос / допускается более 1 варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 5-9 октября 2022 г.)

В 2022-м очевидна и определенная усталость от покупок книг в интернет-магазинах. После всплеска интереса к онлайн покупкам в период пандемии, серьезный рост цен на книги и снижение объема онлайн-рекламы, необходимого для поддержания трафика на маркетплейсах, привели к тому, что в 2022 году доля москвичей склонных к приобретению печатных книг в интернете вернулась на допандемийный уровень — до 29,23% (в сентябре 2019 года она составляла также 29%). Высокий ценник (до 30% только за последний год) и зачастую отсутствие внушительного дисконта на онлайн-витрине приводят к отказу от онлайн-покупок в пользу предварительного физического контакта с книгой. Более того, интерес жителей столицы к скачиванию электронных книг в 2022-м вернулся фактически на уровень 2013 года и составил лишь 7,9% от общего числа покупателей книг в столице, хотя еще в сентябре 2019 года 23% респондентов сообщали о практике чтения цифрового книжного контента. Безусловно, этому провалу 2022 года немало поспособствовала первоначальная заморозка деятельности, а затем и уход с российского рынка цифровых книг столь крупных игроков как Storytel и Bookmate (с октября 2022 года определяется как иноагент). В целом же, вне книжного пространства, онлайн-сервисы (интернет-магазины) становятся всё более востребованными у москвичей. И возможно именно так проявляет себя уникальность книги как «товара особого рода».

8.2. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины

По состоянию на октябрь 2022 года «Книжный Лабиринт» и московский филиал федеральной ОРС «Читай-город / Буквоед» – крупнейшие книжные ритейлеры столицы, насчитывающие соответственно 69 и 82 стационарных розничных объекта 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 почти четверть (23,2%) всех книжных магазинов Москвы. В 2021-2022 гг. здесь значимо наращивают свое присутствие кулуарные книжные магазины-клубы и магазины-лектории, что позволило закрыть потери объектов в сети «Республика» в период распространения коронавирусной инфекции. 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 2022 году активно развивается и книготорговля Северо-Восточного административного округа Москвы, где по два новых книжных магазина открыли сразу и сеть «Книжный Лабиринт», и сеть «Читай-город». И, наоборот, заметно сократилось количество магазинов в Северо-Западном АО столицы: минус 4 объекта под вывесками «Московский Дом книги», «Читай-город» и «Книжный Лабиринт». В других округах столицы профильная книготорговая матрица серьезных изменений не претерпела, и ликвидация/переезд книжных магазинов зачастую с лихвой перекрывались открытием новых книжных.

Суммарная торговая площадь книжных магазинов Москвы по состоянию на октябрь 2022 года составляет 64150,1 м² (в 2021 – 62919,1 м²; в 2019 – 67197,2 м²; в 2018 – 65583,3 м²; в 2017 – 58882,3 м²), и за последний год она подросла только на скромные 1,96% в связи с закрытием преимущественно крупноформатных объектов и их заменой на меньшие по торговой площади. Однако если проводить параллели с 2019 годом, то за период пандемии в целом Москва потеряла менее 5% (4,5%) общей площади своих книжных магазинов, причем в той или иной степени эти потери коснулись всех округов в пределах МКАД и таким образом для покупателя столичная карта книжных магазинов осталась фактически неизменной. Впрочем, очевидно, что на этом потери пула книжных магазинов Москвы не закончатся. Уход из России крупных брендов и соответствующее сокращение трафика в столичных торговых центрах уже негативным образом сказываются на работе книжных магазинов, большая часть которых сегодня размещается в крупных ТРЦ столицы. И хотя

активность книжных ритейлеров по открытию новых магазинов восстановилась, товарооборот и посещаемость самих ТЦ все еще остаются ниже докризисного периода. Если сравнить с показателями годом ранее, то в октябре 2022 г. посещаемость торговых центров Москвы упала на 13%, а с 2019 года — на 28%. По итогам III квартала доля пустующих площадей в ТЦ Москвы выросла до 12%. И по мнению экспертов, если этот негативный тренд сохранится до конца года, то доля незанятых помещений достигнет 15%, а к середине 2023 года вакантность может вырасти до 20-22% (www.retail.ru/news/). И вполне вероятно, что эти процессы приведут к



массовому закрытию книжных магазинов, размещенных в торговых центрах уже в январе 2023 года.

Диаграмма 8.4.

География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2018-2022 гг.

Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2018-2022 гг.

Ситуация в традиционной книжной рознице Москвы на протяжении всего 2022 года продолжает оставаться сложной, трафик отличается высокой волатильностью и не восстановился до уровня 2019 года.

2022 год начался для книжной розницы серьезным проседанием продаж. В среднем оборот книжных магазинов Москвы за I квартал 2022 года не добирает более 3% по сравнению с продажами в аналогичный период 2021 года, вопреки значительному росту цен в 4 квартале 2021 года. Наиболее значимое падение по экземплярным продажам (до 30%) 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 потока посетителей к допандемийному уровню.

Резкое мартовское обострение русофобии и скачок цен от полиграфистов в связи с обвалом логистики расходных материалов во многом спровоцировали неожиданный для апреля рост продаж качественных красочных изданий для детей, комиксов, иллюстрированных изданий для взрослых. И хотя к июню 2022 года ситуация нормализовалась и на рынках, и в полиграфии, 2 квартал стал лучшим в продажах книжных магазинов столицы, показав не только значительный рост оборота (от 13% до 36% LFL2021), но и положительную динамику экземплярных продаж, чего не наблюдалось в столице последние пять лет из-за острой ценовой конкуренцией с интернет-магазинами. Дебаты с издателями на протяжении последних двух 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.

Марина Каменева, ТДК Москва:

В первом полугодии 2022 года мы выполнили план по сумме продаж, но в основном за счет повышения цен, количество проданных экземпляров книг выросло только на 2%. Рост цен поставщиков в среднем составил 25%, и в некоторых случаях заметно снижение

качества издания (бумага более низкого сорта). Участившееся сегодня отсутствие нужных позиций на складе поставщиков случалось и ранее, так что напрямую отнести этот факт к нынешней экономической ситуации нельзя. Со случаями требования предоплаты мы не сталкивались. Никаких изменений в соотношении «книги — не книги» как на выкладках, так и в общем товарном запасе в магазине «Москва» не произошло. Увеличились продажи книг организациям через интернет.

Нина Беликова, ДК «Молодая гвардия»

Значительный рост цен и напряжённая обстановка в стране не лучшим образом сказываются на трафике магазина, но никаких существенных изменений в работе с книжным ассортиментом в последнее время у нас нет. Работа с поставщиками ведется на прежних условиях. С теми, кто в силу сложившихся обстоятельств переходит на условия предоплаты, прекращаем сотрудничество. Главное, что таких издательств немного, большинство партнеров всё понимает и идёт навстречу. Но о каких-либо возможностях сейчас трудно говорить. В последнее время наблюдается небольшой подъём розничной торговли, но нет уверенности, что это навсегда.

«Книжная Индустрия», сентябрь 2022

После определенного роста трафика и спроса во втором квартале 2022 года в связи с озвученным отказом зарубежных авторов от сотрудничества с Россией и предстоящим подорожанием полиграфии красочных книг, книготорговцы столицы столкнулись с серьезным спадом интереса москвичей к посещению книжных магазинов уже к концу лета. Рост отпускных цен поставщиков в августе-сентябре 2022 года в среднем на 18-24% (и соответственно розничных цен) только ухудшил ситуацию с трафиком и начал «давить» на покупательское поведение. В сентябре 2022 года на старте нового сезона издатели не смогли предложить рынку большое количество интересных громких новинок, период оборачиваемости книжных изданий растет и даже осенью 2022 года в ассортименте книжных магазинов столицы доля изданий

2019 и ранее года выпуска находится в диапазоне от 20% до 30%. 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 2022 года, т.е. в разгар школьной кампании, трафик и экзemplярные продажи в книжных магазинах Москвы в сравнении с 2021 годом снижаются на 16% и на 10,3% соответственно. Иными словами, школьная кампания, которая традиционно поддерживала книжников на протяжении года фактически провалена. И предстоящий предновогодний сезон продаж вряд ли дает повод для оптимизма. Это прекрасно понимают крупные холдинги и считают необходимым по крайней мере высказываться в поддержку книжных магазинов.

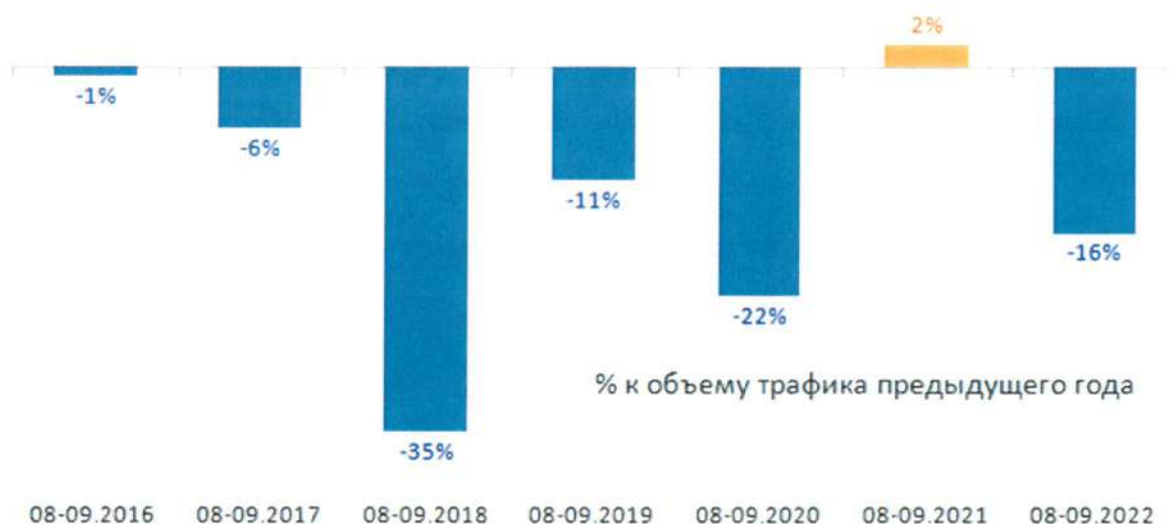
Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Очень важный момент – восстановление канала книжной розницы. Сейчас из регионов поступает очень разнородная информация – где-то идет увеличение продаж, где-то – снижение. И, конечно же, крайне важно поддерживать рост региональных сетей, потому что под давлением интернет-игроков риск закрытия большого количества книжных магазинов существенно возрастает.

«Книжная Индустрия», октябрь, 2022

Диаграмма 8.5.

Динамика трафика книжных магазинов Москвы в августе-сентябре 2016-2022 гг. (средневзвешенный показатель, %)



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2017-2022 гг.), аналитика Мониторинг

В последние десять лет значительное присутствие некнижных товаров и услуг в столичном книжном магазине считается нормой, вопрос лишь в объеме выделяемой торговой площади. В 2022-м книга может занимать от 40% до 85% площади книжного магазина, в обороте – 30-80%. Разброс значений достаточно высок даже в пределах одной сети.

Средневзвешенный показатель долевого участия книги в офлайн-канале розницы Москвы в III кв. 2022 года составляет:

- **62,7% площади** торгового зала (показатель 2021 – 65,8%; 2020 – 72,3%; показатель 2019 – 67,5%; 2018 года – 63,7%; 2017 года – 71,1%);
- **55,4% оборота** книготоргового предприятия (показатель 2021 – 60,2%; 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, 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.

Марина Каменева, ТДК Москва:

После снижения волны пандемии в первом полугодии 2022 года мы отметили увеличение притока посетителей в магазин и повышение интереса к книге. При этом в связи с выросшими ценами люди более серьезно подходят к выбору покупки. С точки зрения содержания книг, в художественной литературе отчетливо проявляется тенденция предпочтения книг с позитивным содержанием. Достаточно сильно возрос интерес к книгам по истории. На сегодняшний день в топ-100 рейтинга книжного магазина «Москва» российские авторы составляют 75%. Поэтому необходимо делать акцент на книгах российских авторов и открывать читателям новые имена.

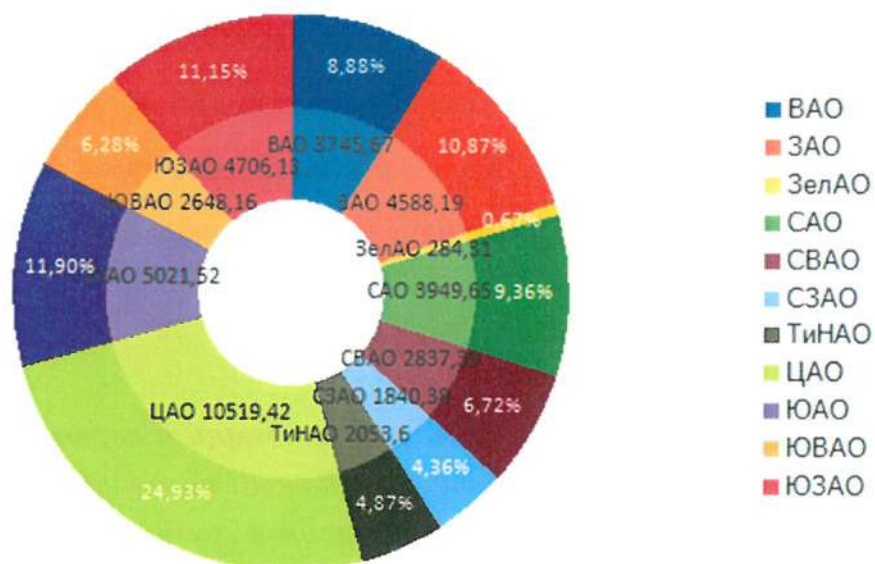
«Книжная Индустрия», август 2022

Наибольшим объемом книжной выкладки может похвастаться Центральный административный округ (24,93% 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 2022 года лишь 42,2 тыс.м² из 64,2 тыс.м² общей торговой площади (в 2021 – 42,0 тыс.м² из 62,9 тыс.м²; 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 2022 г.



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2022 г.

В марте-сентябре 2022 года книжные магазины фиксируют снижение спроса на книги по досугу, медицине, экономике и на зарубежную литературу, представленную на языке оригинала. И напротив, наблюдают определенный рост интереса покупателей к художественной литературе, биографической прозе, комиксам и детской книге, а также к изданиям по вопросам истории.

В связи с этим, летом 2022 года книжные магазины много внимания уделяют коррекции ассортиментной матрицы и ориентированы на формирование товарных запасов по лояльной цене. Тем не менее, средняя цена (682,67 руб.) реализованного в этом канале издания в августе-сентябре демонстрирует положительную динамику: +11,7% к августу-сентябрю 2021 года и +49,9% к августу-сентябрю 2019 года.

8.3. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины

Согласно данным Ассоциации компаний интернет-торговли, объем покупок россиян на отечественных интернет-площадках в первом полугодии 2022 года составил 2,2 трлн рублей, что на 50% больше чем в аналогичный

период 2021 года. В общем объеме розничных продаж доля e-commerce увеличилась по сравнению с прошлым годом на треть — до 11,2% (LFL2021 8,8%). И если в период пандемии (2020-2021 гг.) рост онлайн-торговли был вполне оправдан введенными в связи с распространением коронавируса ограничениями, то в 2022 году именно геополитическая и экономическая ситуация в стране, по мнению экспертов «Ведомости» стала катализатором процесса.

Книги никогда не входили в число наиболее популярных товаров среди покупок на онлайн-витрине. И в 2022 году три четверти от общего числа интернет-покупок приходится на электронику/бытовую технику, товары для дома и красоты/здоровья, одежду/обувь и продукты питания. Более того, пандемия продемонстрировала не столько возможности, сколько ограничения интернет-канала в качестве дистрибьютора книг. Это прежде всего ограниченный объем витрины для демонстрации новинок и высокие требования к размеру рекламного бюджета (к чему российские издатели в массе своей оказались не готовы). Специфика книги как товара заключается в том, что только 5-10% издательского каталога (и ассортимента книжного магазина) могут похвастаться скоростью оборачиваемости в 2-3 месяца. А значит только эту часть каталога можно продавать без страха «налететь» на доп. платежи за длительное пребывание товара на складе (в каталоге) маркетплейса. В книгоиздании слишком много нишевых продуктов, дистрибуция которых строится на длинных цепочках поставок и затратна по времени и привлекаемым ресурсам. Поэтому в 2022 году совершенно очевидна усталость от работы с интернет-каналом даже у крупных издателей.

Богуславский А., издательство «АСТ»:

Мы небольшие, это надо понимать. Основное внимание менеджмента Wildberries сосредоточено на других товарных группах, где больше оборот и больше денег. Не всё, что бы мы хотели реализовать для ускорения роста продаж, возможно на этой платформе.

Что нас еще тревожит? Маркетплейс – это площадка с открытой офертой, то есть ее могут менять тогда, когда возникнет такое желание. Не то чтобы мы на пороховой бочке, но в целом, если руководству Wildberries захочется серьезно изменить условия оферты, то они это сделают, а мы как поставщики будем просто поставлены перед фактом.

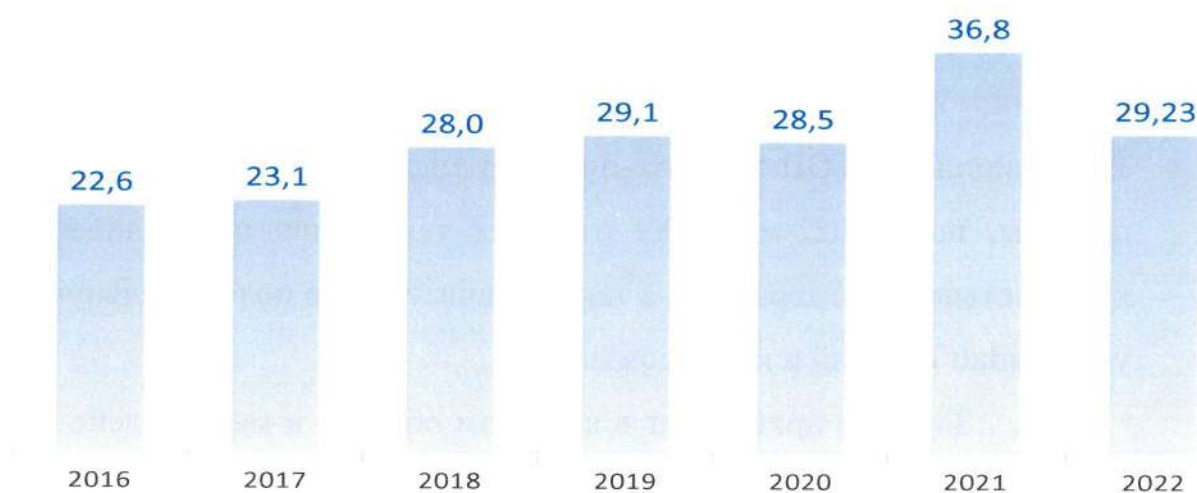
Кроме того, маркетплейс можно сравнить с большим рынком, где каждый пришел со своим лоточком и может представить любой товар. Ничего страшного, когда книга с издательской ценой в 500 рублей выставляется на онлайн-витрине за 2000 рублей, но есть и другие продавцы, которые ставят ценник в 300 рублей. И когда потребитель заходит на площадку и видит 10 предложений с разным ценником, то он может вообще уйти, потому что не понимает, что правильно и что хорошо, он дезориентирован. Как с этим бороться мы пока не знаем.

«Книжная Индустрия», февраль 2022

К 2022 году инициатива по продвижению и продаже книг в интернете полностью перешла от онлайн-подразделений издательств к маркетплейсам. Более того, банкротство компании Мой магазин/My-shop.ru и его приобретение в марте акционерами Лабиринт/Labirint.ru сократило число независимых онлайн площадок с книжной витриной. И летом 2022 года это прежде всего OZON.ru, Лабиринт/Labirint.ru, а также книжный департамент маркетплейса «Wildberries».

И если рост онлайн-торговли в РФ в целом вполне объясняет нестабильная ситуация в физической рознице (сокращение ассортимента, уход иностранных брендов) и достаточным количеством товарных позиций в онлайн в том числе благодаря программе параллельного импорта (Президент АКИТ Артем Соколов), попыткой населения сократить затараты, то для книжного ассортимента физическая книжная розница вполне сохраняет актуальность. Более того, резкое удорожание книг в 2022-м году вывело в число приоритетов необходимость прямого физического контакта с книжным продуктом, а не покупку по картинке.

Если мы говорим о приобретении именно книг, то согласно соцопросу посетителей книжных магазинов, проведенному в рамках



Мониторинга, в 2022-м доля тех, кто регулярно покупает печатные книги в интернет-магазинах и маркетплейсах, сократилась на пятую часть – до 29,2%, вернувшись к допандемийным значениям. Очевидно, что в условиях отсутствия ограничений физического доступа в книжные магазины часть покупателей (каждый пятый) вернулась в офлайн или в принципе отказалась от покупки книг, рассматривая посещение книжного магазина как элемент культурного досуга.

Диаграмма 8.7.

Динамика доли посетителей книжных магазинов, приобретающих печатные книги в том числе в интернет-магазинах в 2016-2022 гг., %

Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2016-2022 гг.)

OZON, для которого книги являются сейчас достаточно зрелой категорией, по итогам первого полугодия 2022 года вырос в «книжном»

обороте на 33% (LFL2021), и на 32% – в количестве заказов книг. Причем важно отметить, что это рост зафиксирован не только в столице, но и в регионах. И если на конец прошлого года доля столицы в продажах OZON составляла 40%, то уже ко второму полугодию 2022 года она сократилась до 38%. Впрочем, в абсолютном значении цифры книжных продаж на маркетплейсе OZON остаются внушительными: в первом полугодии 2022 года только OZON выполнил 7,4 млн заказов книг по средней цене позиции в 450 рублей. Традиционно в ТОП-5 этого интернет-магазина представлены нон-фикшн проекты, но в 2022-м OZON отмечает тенденцию на увеличение продаж художественной литературы, а также значительную положительную динамику young-adult изданий и комиксов/манги.

Значимо прибавляет в книжном обороте и маркетплейс Wildberries. книжный департамент которого в 2019 году продает более 6,6 млн изданий, в 2020 – 20 млн, а в 2021 году в активе Wildberrie уже 33 млн проданных экземпляров в 23 млн книжных заказов, серьезный рост в деньгах (среднегодовой на уровне 80%) и в экземплярах. На начало 2022 года Wildberries – это 3 тыс. действующих поставщиков, 3.5 млн SKU, 90 тыс. ПВЗ в 20 странах мира и все типы книжной продукции: от цифры до букинистки.

Алексей Кузменко, книжный департамент Wildberries:

Первый квартал 2022 года мы закончили хорошо. Конечно, в марте темпы продаж снизились до 75% в годовом выражении, но этому есть вполне разумное объяснение. Во-первых, в середине марта у нас произошел внутренний технический сбой, связанный в том числе с санкционным давлением. Во-вторых, из зарубежных продаж мы сохранили только рынки Израиля и стран СНГ. Вся Европа, которая до спецоперации довольно активно покупала у нас детские книги, в марте прекратила покупки. Но если говорить о географии книжных продаж, то 90% приходится на Россию, в том числе 30% – Москва/Петербург и 60% – регионы. Кроме того, у нас 10 крупных складских комплексов суммарной площадью более 1 млн квадратов. И Wildberries продолжает строительство новых складских объектов и сортировочных центров на территории РФ.

На нашем маркетплейсе представлены практически все виды книжных поставщиков: издатели, оптовики (специализированные и те, что помимо прочего предлагают книги), издатель-дистрибуторы в том числе и сторонней издательской продукции, авторы, офлайн книжные магазины и сети и сторонние книжные онлайн магазины. Проще говоря, на маркетплейсе сегодня торгуют все и Wildberries работает со всеми. Кстати, в 2021 году к нам пришло довольно много самозанятых. Это говорит о том, что любой, даже владелец домашней библиотеки, может прийти к нам и продавать книги.

«Книжная Индустрия», май 2022

Сейчас маркетплейс предлагает издателям три варианта сотрудничества. Классическая модель, когда поставщик-издатель заранее отгружает товар на склад маркетплейса, и площадка сама оформляет заказ и занимается его доставкой покупателю. Есть модель FBS, т.е. продажа со склада продавца, когда он не хранит товар на складе Wildberries или OZON, а просто размещает свое товарное предложение на витрине, и получая заказ, привозит его на склад маркетплейса уже упакованным для дальнейшей доставки клиенту. Есть модель DBS (delivery by seller) – это разновидность предыдущего варианта, когда поставщик-издатель работает с маркетплейсом без складского хранения, но одновременно с этим берет на себя еще и функции логиста. То есть издатель только получает заказ с онлайн-витрины, а дальше сам этот заказ упаковывает и везет в заявленный клиентом пункт выдачи. По словам А. Кузменко (Wildberries), третья модель составляет на WB уже порядка 15%.

Столкнувшись с потерями продаж в офлайн и задержкой платежей от оптовиков, в 2020-2021 гг. многие издательства Москвы приняли решение о самостоятельном выходе на маркетплейсы. И в этом им во многом помогал OZON и Wildberries. Впрочем, к 2022 году по этому каналу накопились и претензии к сотрудничеству, и, наоборот, позитивные впечатления.

Борис Кузнецов, издательство «Росмэн»:

Естественно, в дистрибуции появились проблемы. У книжной розницы увеличивается просроченная дебиторская задолженность. Это одна из главных опасностей и мы всеми средствами стараемся ее регулировать, даже за счет сокращения отгрузок. Кроме того, приходится очень аккуратно и последовательно работать с соблюдением рекомендованных розничных цен (особенно это касается ситуации на маркетплейсах) и постоянно бороться с демпингующими поставщиками нашей продукции в интернет-магазинах.

Александра Смирнова, издательство Ивана Лимбаха:

У нас по большому счету пока ничего не изменилось. Мы возобновили сотрудничество с интернет-магазином «Лабиринт», это для нас хороший торговый партнер. С маркетплейсами напрямую не работаем, поэтому в акциях не участвуем.

Анна Титова, издательство «Питер»:

Канал интернет-магазинов и маркетплейсов, включая наш собственный интернет магазин, постоянно растет у нас с 2019 года, и в первом полугодии 2022 года дорос до 52% оборота при том, что доля розничных магазинов падает. Отрицательный тренд в этом канале связан и с санитарными ограничениями, и с закрытием магазинов. Например, очень беспокоит ситуация с ОЦ МДК, и по региональным партнерам очень сильно снизился объем продаж. В целом всё это печально, потому что маркетплейсы ведут между собой ценовые войны, сражаясь за клиента за счет поставщиков. Мы пытаемся удержать ситуацию, но далеко не всегда это нам удается, и «принудительное» участие в дисконтных программах очень некомфортно.

«Книжная Индустрия», экспертный опрос август 2022

Впрочем, по итогам 2021 года и работа интернет-магазина «Лабиринт» устраивала издателей в гораздо меньшей степени. По словам

Константина Чеченева («Белый город»), «интернет-магазин Labirint привлекая различные группы книжного ассортимента к участию в собственных дисконт-программах (зачастую без предупреждения правообладателей), вынуждает издательства поднимать отпускные цены по всему каталогу» (КИ, январь 2022).

Стоит сказать, что значительный рост продаж демонстрирует в 2021-



2022 гг. интернет-магазин федеральной книжной сети «Читай-город/Буквоед», позволяя клиентам и ознакомиться с книгой в физическом торговом зале, и заказать её дешевле (со скидкой до 25%) в собственном интернет-магазине. На протяжении более 10 лет аналогично в качестве ассортиментных кабинетов использует свою физическую книготорговую сеть под брендом «Книжный Лабиринт» интернет-магазин Labirint.ru.

Диаграмма 8.8.

Доля укрупненных тематических групп книжного ассортимента в обороте интернет-канала в III кв. 2017-2022 гг., %

Источник: экспертный опрос, сентябрь 2017-2021 гг., октябрь 2022 г.

Карта книжного ассортимента, востребованного москвичами в интернет-магазинах, демонстрирует в 2022 году дальнейшее значительное

снижение доли ассортимента детской книги при одновременном росте востребованности художественной литературы. Наиболее активно в текущем году растут продажи нетрадиционных для российского книжного рынка изданий: комиксов, авторских журналов и букинистической литературы. Рост онлайн-продаж букинистики опережает рост книжной категории в целом при том, что средняя стоимость проданного экземпляра здесь на треть выше средней стоимости нового издания. Среди букинистических изданий наиболее востребован формат собрания сочинений русских классиков, а также б/у комиксы о приключениях супергероев (Marvel).

А. Карпова, OZON:

В 2022 году художественная литература – это драйвер роста всей книжной категории на OZON, 20% всех проданных экземпляров приходится именно на худлит. Доля этого жанра в корзине постоянных покупателей книг на OZON за два последних года выросла до 16,1%. Если посмотреть на рейтинг продаж, то традиционно в ТОПе раздела у нас представлены романы «Атлант расправил плечи», «Мастер и Маргарита», «1984», но в то же время мы видим сегодня и young-adult произведения и комиксы.

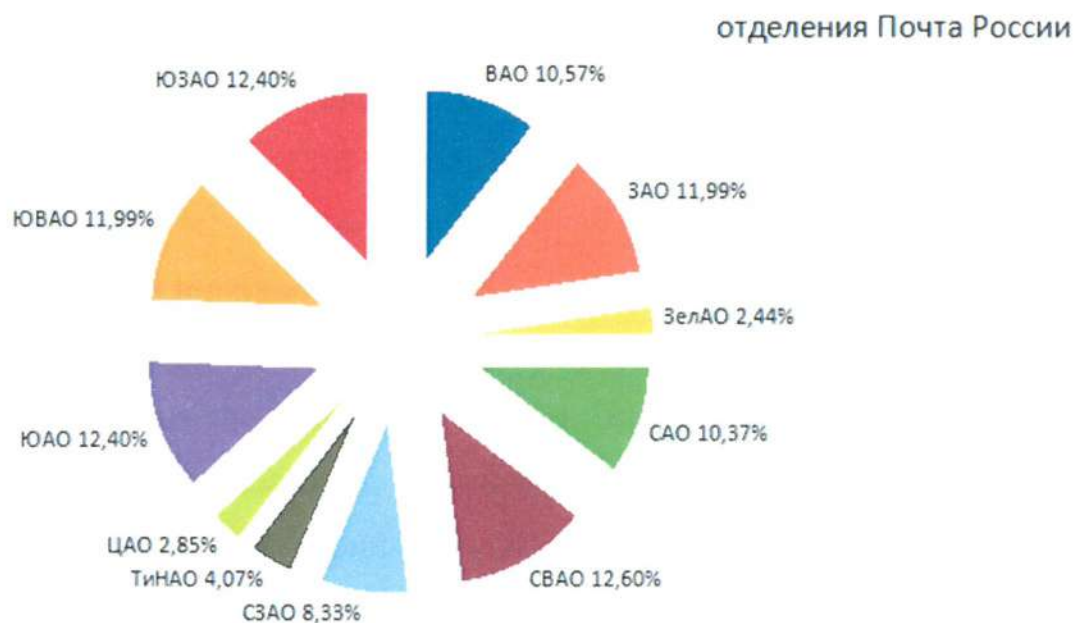
Нехудожественная литература по-прежнему остается базовой для нашего магазина, 25% всех проданных экземпляров на Ozon приходятся на нон-фикшн. В среднем это 15% в корзине постоянных покупателей, однако здесь тоже наблюдается интересный тренд. Если несколько лет назад нон-фикшн была представлена книгами, посвященными финансовой грамотности, затем стали появляться книги по психологии, то сейчас в топ вошли книги self-help, что достаточно полно отражает текущую ситуацию в обществе. Среди интересных трендов можно также отметить бережное потребление и рост продаж second-hand книг (+154%), и интерес к периодике (+236%).

Отраслевая конференция, ММКЯ, 5.09.2022

Еще весной и летом 2020 года основная масса книжных интернет-магазинов перешла в плане логистики на работу со специализированными курьерскими службами и озаботилась проблемами «бесконтактной доставки». Поэтому если говорить о возможностях демонстрации книжного ассортимента в пунктах выдачи заказов интернет-магазинов, то эти функции готовы выполнять в 2022 году только отделения АО «Почта России», а именно 492 почтовых отделения 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 2022 году (доля объектов, %)



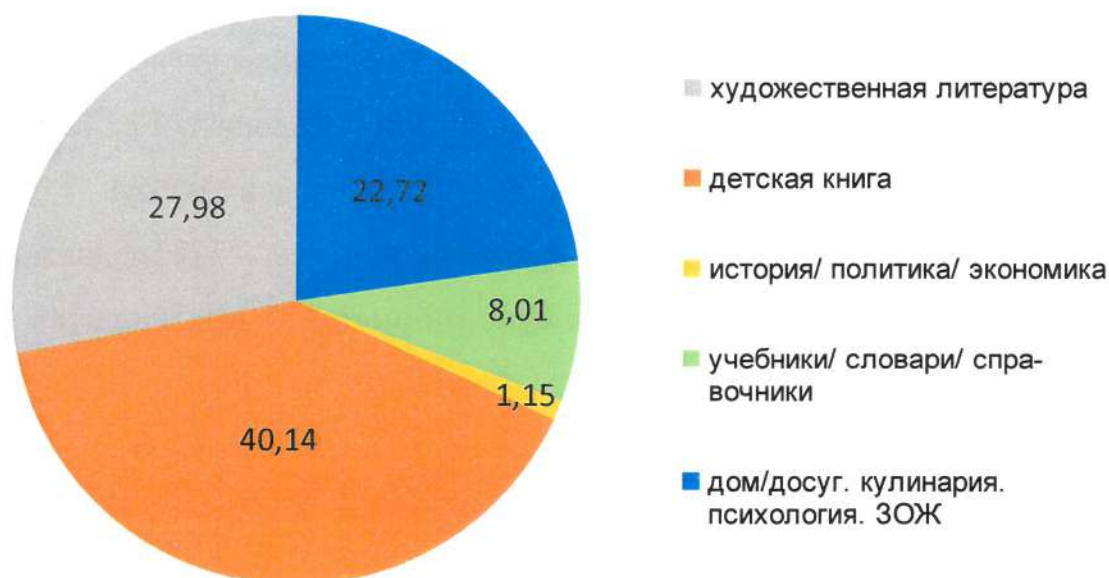
Источник: данные ТД «Эксмо», октябрь 2022 г.

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 сократили список партнеров в этом сегменте в 2022 году, полностью исключив площадки X5Retail Group и «Магнит/Дикси», доля книжных покупок москвичей в непрофильных супермаркетах заметно растет осенью 2022 года – 10,65% посетителей книжных магазинов «сознаются» в практике покупки книг в отделах гипермаркетов параллельно с другими покупками (в 2021 – 5,7%). Впрочем, число любителей купить книгу одновременно с товарами первой необходимости в 2022-м так и не достигло допандемийного уровня в 15% от общего числа респондентов осенью 2019 года. Почти половину (40,1%) книжного оборота в FMCG-объектах составляют детские книги, и только чуть более процента (1,15%) – нон-фикшн для взрослых на серьезные темы. Причем, в 2022 году доля продаж детских изданий и художественной литературы в-pocket-формате здесь заметно подросла. Средняя цена реализованного книжного издания в этом канале в августе 2022 года находится на уровне 309,85 руб. (в августе 2021 – 248,08 руб.; в августе 2020 – 247,06 руб.; в августе 2019 – 273,02 руб.). То есть инфляция в годовом выражении по книжной продукции в этом канале составила в августе 24,9%, что сопоставимо с ростом цен на книги в других каналах сбыта. Снижение реальных денежных доходов населения в 2022 году существенно ограничило диапазон возможного роста цен в продуктовом ритейле, и как известно, инфляция в РФ в августе находится в диапазоне 12-13% (Росстат), что естественно требует соответствующих усилий и от производителей книжной продукции. Но как можно видеть рост цен на книги в два раза превосходит среднестатистический инфляционный индекс в этом канале по состоянию на август 2022 года. Понятно, что FMCG-сети теряют интерес к реализации книжной продукции, тем более, что речь идет прежде

всего о продукции категории эконом-класса: пакет-изданиях детективов и женских романов, а также брошюр с раскрасками для детской аудитории и



лунными календарями дачников. Бестселлеры 2022 года в этом канале: детективы В. Колычева, А. Марининой, Т. Устиновой, Д. Донцовой; классика Э. Золя, Г. Флобера и А.Кристи; вечные тексты «Тимур и его команда», «Маленький принц», а также комиксы Гравити Фолз и обучающие занятия для дошкольников/школьников; мотивирующие издания Д. Синсеро «НИ СЫ / НЕ НОЙ» и раскраски-антистресс для всех возрастов.

Диаграмма 8.10.

Структура оборота категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на август 2022 г. (доля тематики, %)

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

По данным компаний на сентябрь 2022 года книги присутствуют в ассортиментной матрице торговых площадок следующих непрофильных потребительских сетей:

Ашан, сеть гипер и супермаркетов – 52 площадки в Московском регионе, включая «Ашан-сити» и «Ашан».

Metro Cash & Carry – 12 площадок в Московском регионе.

Детский мир – 117 площадок в Московском регионе.

Гиперглобус, сеть супермаркетов – 4 площадки в Москве.

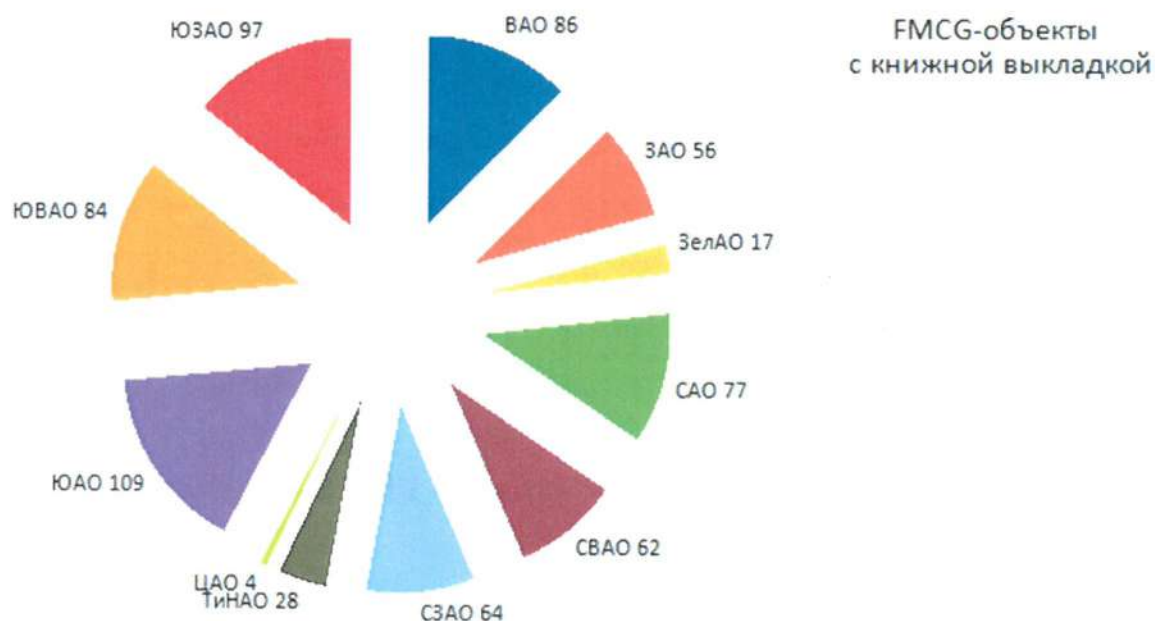
О`КЕЙ, сеть супермаркетов – 9 площадок в Москве.

FixPrice, сеть дискаунтеров «одной цены» – 323 площадки в Москве.

ЛЕНТА, сеть гипер и супермаркетов – 180 площадок в Московском регионе.

Диаграмма 8.11.

География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2022 г.



Источник: открытые данные компаний, аналитика в рамках Мониторинга

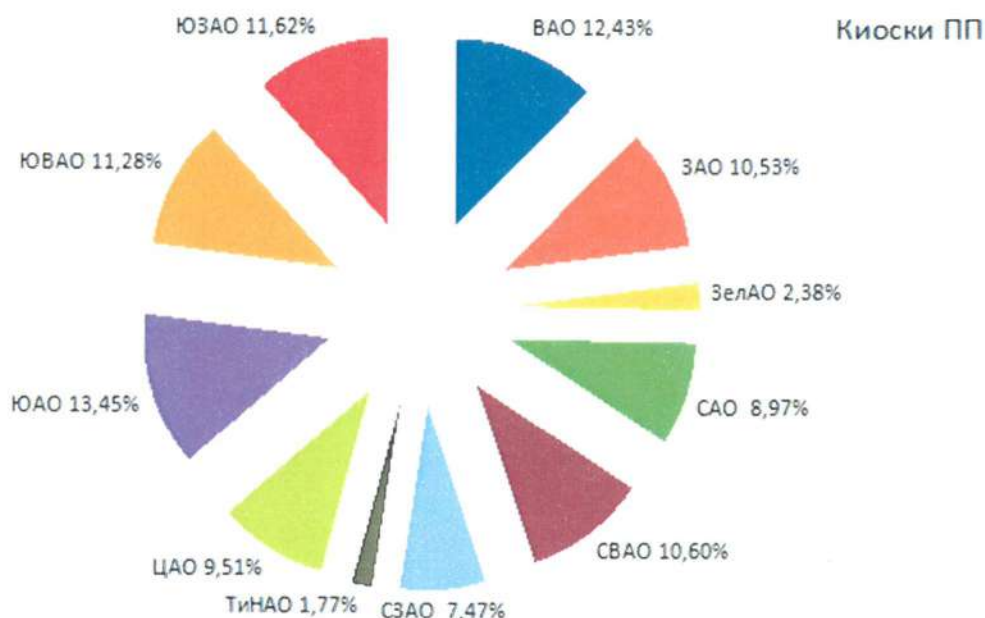
На данный момент канал киосковых сетей демонстрирует значительное сокращение объема книжных продаж – его пропускная способность свернулась до 1,35% общего объема реализации книжных

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. И только за последний год число киосков печатной продукции в столице сократилось на 10,8% до 1472 объектов.

Но, тем не менее, сами москвичи в ходе опроса в октябре 2022 года, напротив, заявили об определенном восстановлении практики совершения покупок в этом канале: 9,2% респондентов (в 2021 — 3,8%; 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 2022 году (доля объектов, %)



Источник: адресный перечень размещения нестационарных торговых объектов «Печать» (вид «киоск») на территории города Москвы на 21.10.2022 г.

В прогнозных значениях на 2023 год в структуре каналов книгораспространения для Московского региона возрастет значимость «крафтовых» уникальных книжных магазинов клубного типа. Востребованным

останется и канал интернет-сервисов заказа/доставки книг, и канал непрофильного сетевого ритейла с ограниченным предложением книг в качестве покупок «по пути», и традиционные книжные магазины 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 2022 года на долю Москвы в структуре книжного рынка РФ приходится 25,2% в рублевом эквиваленте и 18,7% экземплярных продаж книжной продукции. Три 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.

Диаграмма 9.1.

Динамика доли московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ в 2018-2022 (прогноз) гг.



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2018-2022 г.), аналитика – Мониторинг

В целом, благодаря невероятно позитивному 2 кварталу в первом полугодие 2022 года книжный рынок Москвы не продемонстрировал

однозначно негативных тенденций, шла активная подстройка ассортимента и структуры бизнеса под новые реалии санкционного давления. Наиболее сложной оставалась ситуация с качеством материалов для производства печатной книги и их ценой, что конечно отражалось на количестве покупок книг москвичами. Но клиент был готов покупать книги даже по новой цене и суммарно по итогам 1 полугодия книжный рынок столицы подрос на 7,58% (LFL2021).

По данным издательств Москвы ситуация с продажами по итогам 1 полугодия 2022 также вполне благополучная – в среднем по издательскому пулу столицы оборот вырос на 15,4% (LFL2021), несколько хуже дела у издателей нон-фикшн литературы (до -3% в сравнении с аналогичным периодом 2021 г.) и намного лучше у издателей учебной литературы (до +51% LFL21).

Учитывая значительный объем каталога большинства издательств и пока малую долю новинок (напечатанных по новым ценам) в нем, средняя отпускная цена издательств к июлю 2022 года (в сравнении с июлем 2021 года) подросла на 15%. Но конечно, это очень условно, ведь уже в августе-сентябре в школьную кампанию новинки школьных пособий пришли в розницу по цене на 20-35% дороже прошлогодних изданий. В среднем по словам экспертов столичной книжной розницы уже к августу 2022 года средний рост отпускных цен поставщиков на новинки составил 25%.

Стоит сказать, что книжные магазины Москвы по итогам 1 полугодия показали разнонаправленную динамику и с точки зрения трафика, чека и оборота. Где-то трафик рос, но при этом снижался средний чек клиента, а где-то, наоборот, при снижении числа покупателей средний чек вырос более чем на 10%.

К сожалению, 3-й квартал для московского книжного рынка оказался полностью провальным. Слабая школьная кампания не создала дополнительный трафик в рознице, вновь вернула отрицательную динамику экземплярным продажам, и только за счет роста цен позволила сохранить

положительные значения роста оборот к аналогичному периоду 2021 года. Книжники фактически отсутствовали в информационном пространстве, исключая негативные для имиджа отрасли обсуждения проекта закона о запрете пропаганды ЛГБТ-тематики. Но самое главное, - издатели так и не смогли подготовить к старту нового сезона в сентябре яркие российские проекты.

И прогнозы по предстоящим новогодним продажам очень аккуратные. Скорее всего в отсутствии традиционного объема рекламы в медийном пространстве торговые центры Москвы ожидает более низкий предпраздничный трафик, а в интернете позиции книги как товарной категории выглядят значительно слабее той же электроники, игрушек и прочих традиционных подарков под ёлку. Конечно, в отсутствии массовых гуляний есть возможность создать праздничную атмосферу на торговой площадке и тем самым простимулировать продажи, но всё это вряд ли позволит столичным книжникам восстановиться в полной мере и создать «подушку безопасности» для во всех смыслах непростого 2023 года.

Диаграмма 9.2.

Динамика рублевых продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в книжных магазинах Москвы в I-III кварталах 2022 г. (LFL2021)



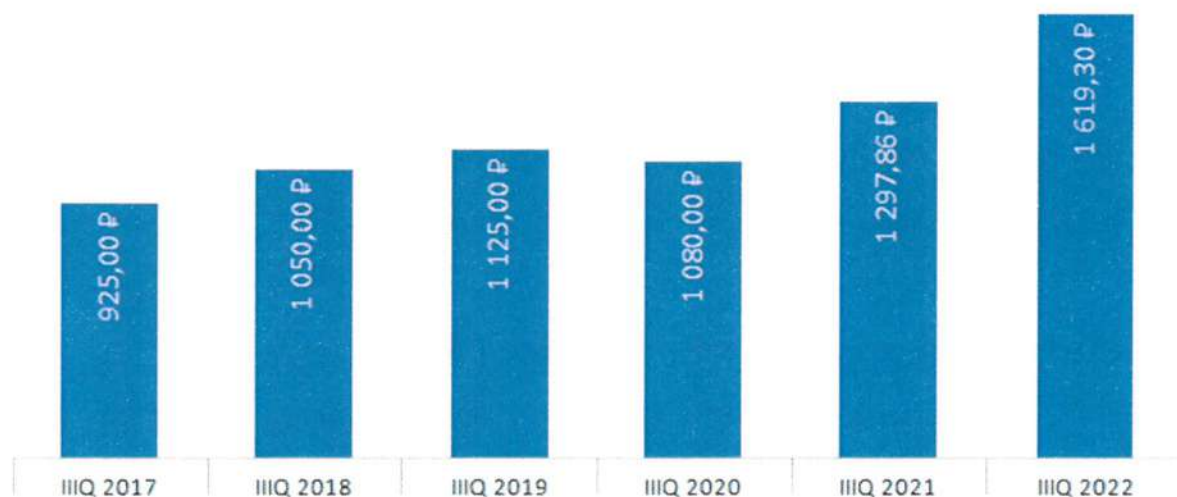
Источник: экспертный опрос (сентябрь 2022 г.), аналитика – Мониторинг

Согласно экспертным прогнозам, по итогам 2022 года объем книжного рынка Москвы достигнет 18 млрд рублей, показав положительную динамику к 2021 году (+5,1%), и займет около четверти (24,5%) оборота книжного рынка РФ.

Вряд ли сложности книжного рынка в столичном регионе можно объяснить только низким уровнем обеспеченности москвичей комфортными современными книжными магазинами. И в 2022 году жители столицы сохраняют привычку посещения книжных магазинов и с каждым годом тратят там всё больше и больше денег. В августе-сентябре 2022 года средний чек книжных магазинов в Москве поднялся до 1619,3 руб. (+24,8% LFL2021), в то время как средний «книжный» чек москвича в интернет-магазине вырос только на 8,2% (LFL2021) до 920 рублей.

Диаграмма 9.3.

Средний чек офлайн книжной розницы Москвы в III кв. 2017-2022 гг.



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2017-2022 гг.), аналитика – Мониторинг

В 2022 году книжники Москвы по-прежнему говорят о значительном снижении трафика, причем это в значительной степени касается книжных магазинов 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 покупок «по пути». Книготорговая же инфраструктура столицы, построенная на преимущественной дислокации профильных книжных в Центральном административном округе, не располагает достаточными инвестициями и опытом для подобной трансформации. Более того, порядка 10 крупных магазинов формата street-retail были ликвидированы в 2022 году, сократилось число киосков и книжных полок в супермаркетах. Снизился поток посетителей в районных торговых центрах. И если мы говорим о конкретных цифрах с учетом неоднородности книготоргового ландшафта мегаполиса, то в 2022 году VIP-магазины, расположенные в пределах Садового кольца, в августе-сентябре (т.е. в высокий сезон школьной кампании) могут рассчитывать на трафик в 1800-2000 человек в день, а магазины клубного формата – 15-40 человек в день. Стандартный же трафик сетевого книготоргового объекта в ТЦ любого другого района мегаполиса в среднем составляет в будни 60-100 человек, в выходные – 200-300 человек с коэффициентом конверсии в лучшем случае 30-35%.

Дмитрий Репин, ОРС «Читай-город – Буквоед»:

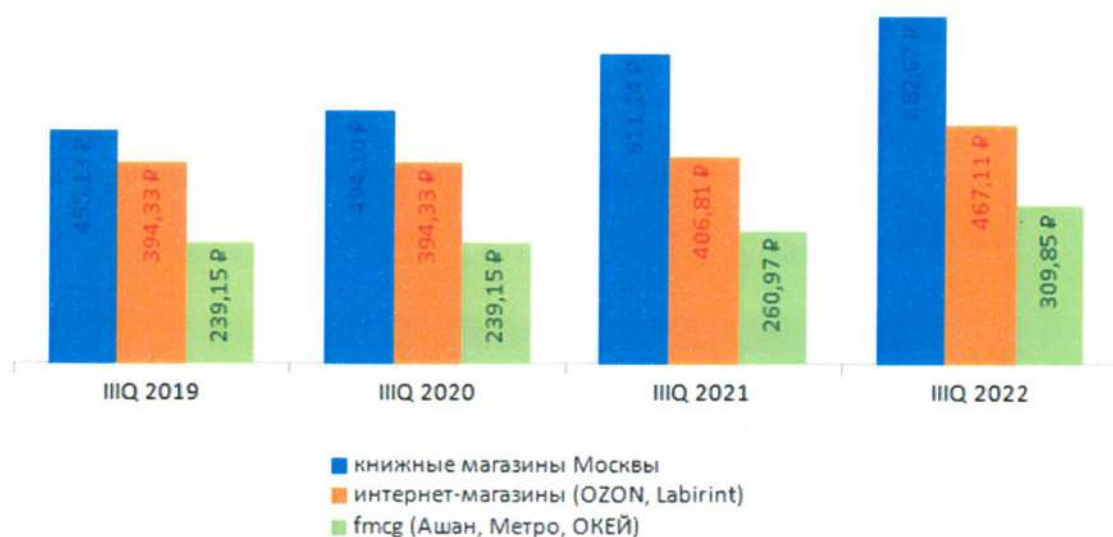
Если в первом квартале с точки зрения трафика мы получили минусовые значения (-1,65% LFL2021), то во втором квартале, несмотря на опубликованную статистику значительного падения трафика в торговых центрах в целом, в наших магазинах, расположенных на 2-м, 3-м, 4-м этажах, трафик в сравнении с 2021 годом даже вырос (+6,97%). То есть наши покупатели, наши читатели продолжают приходить к нам несмотря на значительное сокращение зарубежных операторов в пространстве торговых центров. И увидев это, мы вернулись к своей программе развития на

2022 год, и надеемся, что во втором полугодии сможем наверстать те планы, которые намечали изначально.

Отраслевая конференция, ММКЯ 5.09.2022

Диаграмма 9.4.

Средняя цена купленной книги в различных каналах книжной розницы Москвы в III кв. 2019-2022 гг.



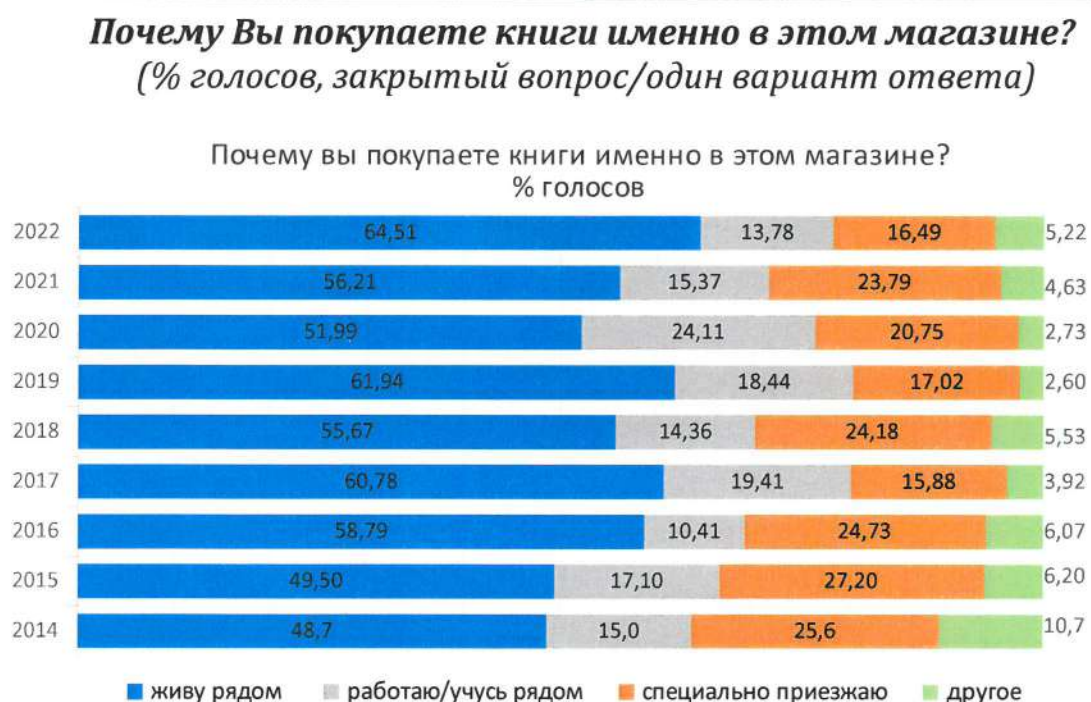
Источник: экспертный опрос (сентябрь 2019-2022 гг.), информационный проект «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

В 2022 году в книжных магазинах практически всех округов столицы значимо растет доля тех, кто живет рядом и катастрофически снижается число тех, кто специально приезжает в книжный, как правило за широким выбором книг. И сегодня в отсутствии каких-либо «коронавирусных» ограничений мобильности граждан такие сигналы могут свидетельствовать о неких долговременных структурных изменениях, затрагивающих базовые потребительские модели поведения покупателя на книжном рынке. Во всех административных округах столицы сегодня клиентский пул книготорговых объектов на две трети формируется непосредственным окружением книжного

магазина – москвичами, проживающими в зоне влияния торговой площадки (64,5% респондентов опроса в рамках Мониторинга). Причем, покупка книги или посещение магазина с целью выбора книги происходит именно «рядом с домом», а не рядом с местом работы или учебы, и это тоже принципиальный момент, который отличает результаты соцопроса, проведенного в 2022 году, от близких по результатам аналогичных исследований 2017 и 2019 гг.

Диаграмма 9.5.

Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2014-2022 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2014-2022 гг.)

Указываемый в качестве причины посещения специализированного книжного магазина «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 в 2022 году претерпел серьезные изменения на фоне 2020-2021 гг.: на высокие позиции ТОП-25 поднялись комиксы и рассчитанная на YA-аудиторию проза с квил-персонажами (18+). Гораздо больше в рейтинге книжных продаж за I-III квартал 2022 года представлено и текстов по популярной психологии. Насколько долгосрочными будут эти перемены вкусов московских читателей покажет время. Учитывая законодательскую деятельность комитета по информационной политике ГосДумы осенью 2022 года представленный ниже рейтинг книг может потерять до 5 позиций.

Таблица 9.1.

ТОП-25 авторов и книг по суммарным (экз.) продажам в книжных магазинах Москвы в I-III кв. 2022 г.

	Автор	Название	Издатель	Год выпуска, доп. тиража	Цена 1 экз., руб.
1	Сильванова К., Малисова Е.	Лето в пионерском галстуке	Popcorn Books	2022	495-669
2	Оруэлл Д.	1984	АСТ	2022	450-690
3	Сильвера А.	В конце они оба умрут	Popcorn Books	2022	481-601
4	Малисова Е., Сильванова К.	О чем молчит ласточка	Индивидуум Принт	2022	743-800
5	Примаченко О. В.	К себе нежно. Книга о том, как ценить и беречь себя	Эксмо, Бомбора	2022	680-839
6	Мосян Тунсю	Благословение небожителей. Т. 2	Эксмо	2022	1118-1124
7	Булгаков М.А.	Мастер и Маргарита	АСТ	2021/2022	225-508
8	Фромм Э.	Искусство любить	АСТ	2022	326-510
9	Мосян Т.	Благословение небожителей. Т. 1	Эксмо	2022	1118-1125
10	Готогэ К.	Истребитель демонов. Т. 1: Жестокость	Истари Комикс	2022	613-685
11	Роулинг Дж. К.	Гарри Поттер и Философский камень	Махаон, Азбука-Аттикус	2021	778-1060
12	Клейсон Дж.	Самый богатый человек в Вавилоне	Попурри, АСТ	2021/2022	509-880
13	Остен Д.	Гордость и предубеждение	АСТ	2021	231-295

14	Готогэ К.	Истребитель демонов. Т. 2: Ты...	Истари Комикс	2022	685-808
15	Сакавич Н	Лисья нора	Popcorn Books	2021/2022	422-537
16	Рубина Д.	Маньяк Гуревич: жизнеописание в картинках	Эксмо	2022	790-1130
17	Макконахи М.	Зеленый свет	Азбука, Азбука-Аттикус	2021/2022	735-900
18	Омер М.	Внутри убийцы	Эксмо	2021/2022	543,40
19	Лабковский М.	Люблю и понимаю: Как растить детей счастливыми (и не сойти с ума от беспокойства)	ЭКСМО	2022	613-820
20	Синсеро Дж.	НИ СЫ. Будь уверен в своих силах и не позволяй сомнениям мешать тебе двигаться вперед	Эксмо, Бомбора	2020/2022	750-946
21	Фудзимото Т.	Человек-бензопила. Кн. 1: Пес и бензопила; Бензопила против нетопыря	Азбука, Азбука-Аттикус	2021/2022	935-1083
22	Глуховский Д.А.	Метро 2033	АСТ	2021/2022	884-1126
23	Мэнсон М.	Тонкое искусство пофигизма: Парадоксальный способ жить счастливо	Альпина Паблишер	2022	580-778
24	Сакавич Н.	Свита короля	Popcorn Books	2021	471-605
25	Примаченко О. В.	С тобой я дома. Книга о том, как любить друг друга, оставаясь верным себе	Эксмо, Бомбора	2022	686-870

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

Дмитрий Репин, ОРС «Читай-город – Буквоед»:

Сегодня мы видим возросший интерес молодёжной аудитории к комиксам, манге. Поэтому я считаю очень важным продавать комиксы в традиционных книжных магазинах. Кроме того, для успешной конкуренции с онлайн мы пытаемся адаптировать и использовать все те технологии современного ритейла, которые до этого меньше использовались в книжной рознице, превращая магазины в так называемые «атмосферные супермаркеты», где помимо широкого выбора книг есть ещё возможность пообщаться с консультантами, промо-миксы, глубокие скидки на разные товарные группы, программы лояльности, коллаборация с другими брендами, партнерские программы и т.д. И сегодня к тому же, мы чаще стали показывать книги лицом, а не корешком, чтобы они выглядели более привлекательными и покупатель мог всегда выйти из магазина с чем-то, что он смог найти.

Отраслевая конференция, ММКЯ 5.09.2022

Диаграмма 9.6.

Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2014-2022 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 2014-2022 гг.)

В целом, результаты опроса в октябре 2022 года свидетельствуют о том, что читающие москвичи покупают книги в массе своей (67,6%) не реже одного раза в 1-3 месяца, тратя от 500 рублей (70,8%). При сопоставлении этих данных с итогами аналогичных опросов, проведенных в рамках Мониторинга в 2015-2021 гг., можно видеть тенденцию к росту частоты покупки книг при одновременном росте потраченной суммы. Если сопоставить эти данные с сокращением трафика в книжных магазинах последние несколько лет, то становится очевидно, что клиентская база у книжных магазинов столицы сегодня состоит из постоянных поклонников именно этого формата покупки, настоящих любителей книжного чтения, кто регулярно ходит в книжный магазин, интересуется новинками и в целом, как говорится, «в теме». И

напротив, данные соцопроса говорят о том что эта аудитория компактна и фактически не обновляется, новых (случайных) клиентов у книжных магазинов сегодня практически нет. А с учетом снижения доли тех, кто ходит редко (раз в полгода/год), можно предположить что эти «редкие клиенты» просто перестали посещать книжные магазины. Более того, посетители книжных магазинов в курсе значимого роста цен на книги за последний год, и в сопоставлении данных 2022 и 2021 годов очевиден рост доли тех, кто готов заплатить за книги более 1000 руб. в месяц (с 29,7% в 2021 до 35,9% в 2022), при том, что посещает книжный магазин не реже одного раза в месяц уже большее число клиентов (42% в 2022 и 31% в 2021).

Иными словами, несмотря на отрицательную динамику трафика, частота посещения и сумма покупки у оставшихся клиентов книжных магазинов явно выросли, что безусловно позволит книготорговле столицы сохранить свой бизнес еще длительное время.

Среднестатистический москвич продолжает и сегодня тратить на книги значительно большие, чем житель регионов, суммы. И если в I полугодии 2022 года средняя цена книжного издания, реализованного на территории регионов РФ, составила 313,17 руб. (в 2021 — 341,18 руб.; в 2020 – 312,52 руб.; в 2019 – 296,98 руб.), то в Москве – 510,83 руб. (+20,1% к I полугодию 2021 года).

Диаграмма 9.7.

Частота покупки книг населением Москвы в 2018-2022 гг.

Как часто Вы покупаете книги?

(% 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, 5-9.10.2022 | 30.09-5.10.2021 | 23-30.09.2020 | 16-18.09.2019 | 28.09-02.10.2018)

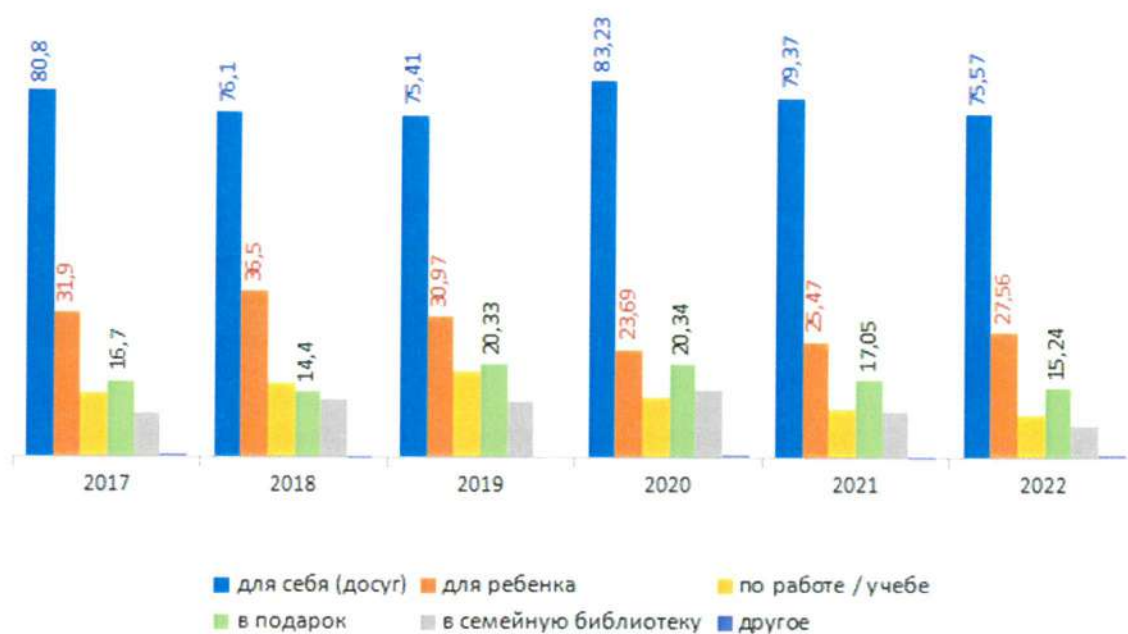
Целью покупки москвича является, как правило, приобретение книги «для собственного досуга» (75,6%) и «для ребенка» (27,6%). При этом доля тех, кто покупает книги «для работы/учебы» в последние три года заметно снизилась, в то время как покупка книг для ребенка растет (с 24 до 28%). Неприятно, но факт: с окончанием локдаунов пандемии и по сей день доля приобретений книг в подарок и семейную библиотеку неуклонно снижается. Только 7% читающих москвичей сегодня по-прежнему с очевидным рвением собирают домашние библиотеки (2021 – 9,89%; 2020 – 14,7%; 2019 – 12,3%).

Диаграмма 9.8.

Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2017-2022 гг.

С какой целью (для кого) приобретаете книги?

(% голосов, закрытый вопрос/ допускается более 1 варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2017-2022 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 пост-карантинный 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 2022 года на территории Южного АО располагается 396 торговых объектов распространения книжных изданий (13.71% Москвы), в том числе:

28 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (11,6% данного формата в Москве);

198 киосков по продаже печатной продукции (13,5% киосков в Москве);

61 отделение почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,4%);

109 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (15,9% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2022 году – 1:63971 (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), – 5690,91 м² (в 2021 – 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 еще в 2020 (пандемийном) году потерял значительное количество (8) книжных магазинов. Из невозвратных потерь 2021 года — только 2 небольших магазина «Clever» одноименного издательства и магазинчик христианской литературы «Сирин». И в нынешнем 2022-м потери не столь велики и большая их часть перекрыта новыми магазинами. В ЮАО в 2022-м был закрыт магазин «Территория: Книги. Мысли. Впечатления» в Северном Чертаново, Дом книги в Орехово (ОЦ МДК) и 2 магазина «Читай-город» на Автозаводской улице и проспекте Андропова. При этом «Книжный Лабиринт» открыл сразу 3 новых магазина в округе: в ТЦ «Ясный», ТЦ «Галерея Атлантис» и ТЦ «Глобал Сити». Поэтому уровень территориальной

доступности книжных магазинов в ЮАО сохранился примерно на прошлогоднем уровне – один объект на 4,71 км² (в 2021 — 4,54 км²; в 2020 – 4,39 км²; в 2019 – 3,66 км²; в 2018 – на 3,38 км²). И это по-прежнему один из лучших показателей среди административных округов столицы, конечно не считая ЦАО. Принимая во внимание тот факт, что 85,7% книжных магазинов округа относятся к крупноформатным объектам (превышая площадь в 100 кв. м), а также активное обращение жителей ЮАО к услугам интернет-магазинов по приобретению печатных книг и онлайн-агрегаторов 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, м2	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	24-й км МКАД, ТРК "Вегас"	10.00-22.00	700,0	60%	универс	СО
Читай-город	Кировоградская ул., д. 9, корп. 4, ТЦ "Южный" 1 этаж	09:00-22:00	648,1	70%	универс	СО
Читай-город	Андропова пр-т, д. 38	10:00-22:00	599,2	70%	универс	СО
Читай-город	Кировоградская ул., д. 13а, ТРЦ "Колумбус"	10:00-22:00	563,2	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Вавилова ул., д. 3, ТРЦ "Гагаринский", 2-й этаж	10:00-22:00	455,1	60%	универс	СО
Читай-город	Ореховый б-р, д. 22а, ТРК "Облака" 3-й этаж	09:00-22:00	348,0	70%	универс	СО
Читай-город	Кустанайская ул., д. 6, ТЦ "Столица"	10:00-22:00	311,5	70%	универс	СО
Читай-город	Борисовские Пруды ул., д. 26 корп. 2	09:00-22:00	303,6	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Каширское ш., д. 65, к.3, ТЦ «Ясный», 1-й этаж	10.00-22.00	300,0	60%	универс	СО
Читай-город	Каширское шоссе, д. 61, корп. 2, ТЦ "Каширская Плаза"	10:00-22:00	278,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Покрышкина ул., д. 5, 2-й этаж	10:00-21:00	271,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Варшавское шоссе, д. 160, ТЦ «Галерея Атлантис», 1-й этаж	10.00-22.00	261,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Андропова пр-т, д. 1, парк развлечений "Остров Мечты", 1-й этаж	10.00-22.00	258,0	60%	универс	СО
Читай-город	Пролетарский пр-т, д. 20 стр.2	09:00-22:00	254,9	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Кировоградская ул., д. 14, ТЦ «Глобал Сити», 2-й этаж	10.00-22.00	251,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Автозаводская ул., д.18, ТРЦ "Ривьера"	10:00-22:00	244,8	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Варшавское шоссе, д. 87Б, ТЦ "Варшавский", 3-й этаж	10:00-22:00	191,0	70%	универс	СО

Дом книги в Чертаново	Чертановская ул., д. 14 корп. 1	10.00-20.00	190,2	76%	универс	СО
Читай-город	Чонгарский б-р, д. 7, ТЦ "Ангара"	10:00-22:00	189,2	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Андропова пр-т, д. 8, ТРЦ "Мегаполис"	10:00-21:00	189,0	60%	универс	СО
Читай-город	Шаболовка ул., д. 30/12	09:00-22:00	187,4	70%	универс	СО
Читай-город	Большая Тульская ул., д. 13, ТРК "Ереван Плаза"	10:00-22:02	184,1	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Поляны ул., д. 8, ТЦ "ВиВа", 2-й этаж	10:00-21:00	157,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Каширское шоссе, д. 14, ТРЦ "Гудзон"	09.00-22.00	126,3	60%	универс	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Россошанский пр-д, д. 5 корп.1	10:00-20:00	80,0	40%	профиль: детская, учебная	СО
Школа Семи гномов	Андропова пр-т, д. 22, ТРЦ "Нора" 1-й этаж	10.00-22.00	70,0	50%	профиль: детская, развив	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Борисовские Пруды ул., д. 14, корп. 4	10:00-20:00	60,0	40%	профиль: детская, учебная	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Судостроительная ул., 29	10:00-20:00	50,0	40%	профиль: детская, учебная	СО

* СО - самообслуживание

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

По состоянию на сентябрь 2022 года на территории Северо-Западного АО располагается 226 торговых объекта распространения книжных изданий (7,82% Москвы), в том числе:

- 11 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (4,56% данного формата в Москве);
- 110 киосков по продаже печатной продукции (7,5% киосков в Москве);
- 41 отделение почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (8,3%);
- 64 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (9,36% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:91944 (в 2021 — 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), – 2234,62 м² (2021 – 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 были закрыты «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». А в 2022 году закрыто еще три книжных: Дом книги в Тушино и 2 магазина «Читай-город» (на Химкинском бульваре и Митинской улице). При этом ни одного нового книжного магазина в СЗАО открыто не было. В результате уровень территориальной доступности книжных магазинов в округе заметно ухудшился – один объект на 8,48 км² (в 2021 — 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) и, разумеется, катастрофически снизился уровень обеспеченности книжными магазинами жителей округа. Хотя по-прежнему значимое количество (90,9%) 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, м2	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Читай-город	Планерная ул., д. 7, ТПУ "Планерная" 2-й этаж	10:00-22:00	487,3	70%	универс	СО
Читай-город	Дубравная улица, 34/29, ТРЦ "Ладья"	09:00-22:00	461,9	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Новокурское шоссе, д. 1	10:00-21:00	350,0	50%	универс	СО
Читай-город	Сходненская ул., д. 50	09:00-22:00	275,0	70%	универс	СО
Читай-город	Щукинская ул., д. 42, ТРЦ "Щука"	09:00-22:00	244,7	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	66-й км МКАД, Международная ул., д. 12, ТРК "Вегас" в Крокус-Сити, 3 этаж	10:00-24:00	241,0	60%	универс	СО
Читай-город	Маршала Бирюзова ул., д. 17	09:00-22:00	239,0	70%	универс	СО
Читай-город	Маршала Катукова ул., д. 25, ТЦ "Солнечный ветер" 3-й этаж	10:00-22:00	195,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Соколово-Мещерская ул., д. 16/114	10:00-21:00	120,0	50%	универс	СО

Книжный Лабиринт	Маршала Бирюзова ул., д. 32 ТРЦ "Пятая Авеню"	10:00-22:00	110,0	70%	универс	СО
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 2022 года на территории Юго-Западного АО располагается 357 торговых объектов распространения книжных изданий (12,36% Москвы), в том числе:

28 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (11,62% данного формата в Москве);

171 киоск по продаже печатной продукции (11,6% киосков Москвы);

61 отделение почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,4%);

97 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (14,18% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2022 году – 1:51658 (в 2021 – 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), – 5306,58 м² (2021 – 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 улучшается. Потери в виде закрытого зимой небольшого магазинчика «Детский книжный» были с лихвой возмещены благодаря открытию крупноформатных объектов «Книжного Лабиринта» в ТЦ «Виктория» и «Читай-города» в ТРЦ «РИО» на Ленинском проспекте. В итоге

уровень территориальной доступности книжных магазинов улучшился – один объект на 3,98 км² (в 2021 – 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. Нельзя не отметить и тот факт, что за 2022 год в округе произошло незначительное (на фоне других АО столицы) снижение числа 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, м2	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	Вернадского пр-т, д.39А	09:00-22:00	572,8	60%	универс	СО
Читай-город	Адмирала Лазарева ул., д. 24, ТЦ "Успех" 3-й этаж	10:00-22:00	473,0	70%	универс	СО
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 61а, ТЦ "Калужский" 1-й этаж	10:00-22:00	406,7	70%	универс	СО
№36 "Дом книги в Беляево"	Миклухо-Маклая ул., д. 18, корп. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	380,3	70%	универс	СО
Дом технической книги	Ленинский пр-т, д. 40	пн-пт 9.00-22.00 сб-вс 10.00-22.00	355,0	80%	профиль	СО
Читай-город	Ленинский пр-т, д. 109, ТРЦ «РИО»	10:00-22:00	326,0	60%	универс	СО
Читай-город	Новоясеневский пр-т, д. 11, ТРЦ "Fort"	09:00-22:00	311,3	70%	универс	СО
Читай-город	Дмитрия Донского б-р, д. 1, ТРЦ "Северное Сияние"	10:00-22:00	310,9	60%	универс	СО
Читай-город	Чечёрский пр-д, д. 51, ТРЦ "БутовоМолл"	09:00-22:00	305,2	70%	универс	СО
Читай-город	Азовская ул., д. 24 корп. 3	10:00-22:00	294,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Каховка ул., д. 29А, ТРК "Прайм Плаза", 3-й этаж	10.00-22.00	292,2	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр-т, д. 1, ТЦ "Спектр", 2-й этаж	10:00-21:00	289,0	60%	универс	СО
№14 "Дом книги на Ленинском"	Ленинский пр-т, д. 86	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	268,3	78%	универс	СО
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 129а, ТРЦ "Принц Плаза"	09:00-22:00	258,0	70%	универс	СО
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 56, ТДЦ "Черемушки" 3-й этаж	10:00-22:00	225,7	70%	универс	СО

Книжный Лабиринт	Миклухо-Маклая ул., д. 32А, ТЦ "Капитолий", 2 этаж	10:00-22:00	225,0	50%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Адмирала Лазарева ул., д. 2, ТЦ «Виктория»	10.00-22.00	220,0	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Ленинский пр-т, д.123В, ТЦ «Галеон», 2-й этаж	10.00-22.00	198,2	50%	универс	CO
Дом книги на Профсоюзной	Профсоюзная ул., д. 7/12	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	197,2	71%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр-т, вл. 7, ТЦ "Калита"	09.00-22.00	187,9	50%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Куликовская ул., д. 6, ТЦ "Алфавит"	10:00-22:00	187,5	50%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Ленинский пр-т, д. 62/1	10:00-21:00	187,0	40%	универс	CO
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 126 корп. 2, ТЦ "Коньково Пассаж"	10:00-22:00	162,8	70%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Домодедовская ул., д. 28, корп.1, ТД "Белград", цокольный этаж	10:00-21:00	150,0	60%	универс	CO
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 102 стр. 1, ТЦ "Ареал"	10:00-22:00	148,3	70%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Севастопольский пр-т, д. 11-е, ТЦ "Капитолий"	09.00-22.00	143,2	60%	универс	CO
Читай-город	Большая Черемушкинская ул., вл. 1, ТЦ "РИО", 3-й этаж	10:00-22:00	130,0	70%	универс	CO
Детский книжный: канцтовары, творчество	Голубинская ул., д. 28, 2-й этаж	10.00-20.00	124,0	40%	профиль: детская, учебная	CO

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

По состоянию на сентябрь 2022 года на территории Западного АО располагается 294 торговых объекта распространения книжных изданий (10,18% Москвы), в том числе:

- 24 специализированных на продаже книжных изданий магазина (9,96%);
- 155 киосков по продаже печатной продукции (10,5% киосков в Москве);
- 59 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,0%);
- 56 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (8,19% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:58166 (в 2021 — 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), – 5033,85 м² (в 2021 – 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». Но в 2022 году помимо очередного «Книжного Лабиринта» округ пополнился двумя магазинами «Читай-город» в ТРЦ «Небо» и «Крылатский». Однако параллельно пул книжных магазинов запада Москвы лишился магазинчика «Clever» одноименного издательства в ТРЦ «Кунцево плаза» и «Академкниги» на Мичуринском проспекте. В итоге уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЗАО изменился не намного – один объект на 6,38 км² (2021 – 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 95,83% (2021 – 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 2022 годы и представляют современные концепции книготорговли с качественным оборудованием и PR-программами.

Таблица 10.4.

Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Читай-город	Киевского Вокзала пл., д. 2, ТРЦ "Европейский"	10:00-22:00	746,2	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, д. 7 корп. 1, ЖК Шуваловский	09:00-22:00	485,1	60%	универс	СО
Читай-город	Кутузовский пр-т, д. 57, ТРЦ "Океания"	10:00-22:00	424,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, Олимпийская деревня, д.3, корп.1, ТРЦ "Фестиваль"	10:00-22:00	397,8	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Вернадского пр-т, д. 6, ТЦ "Капитолий" 3-й этаж	10:00-21:00	384,0	65%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Пресненская набережная, д. 2, ТРЦ "Афимолл сити" 4-й этаж	10.00-22.00	376,2	50%	универс	СО
Читай-город	Вернадского пр-т, д. 86а, ТЦ Avenue Southwest	10:00-22:00	363,4	70%	универс	СО
Читай-город	Можайское шоссе, д. 31, универмаг "Молодежный"	10:00-22:00	362,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Аминьевское шоссе, д.6, ТРЦ «Kvartal West»	10.00-22.00	356,0	60%	универс	СО

Читай-город	Вернадского пр-т, д. 14а	10:00-22:00	348,0	70%	универс	CO
Читай-город	Ярцевская ул., д. 25а, ТЦ "Трамплин" 4-й этаж	09:00-22:00	341,5	70%	универс	CO
Читай-город	Авиаторов ул., д. 3а, ТРЦ «Небо», 3-й этаж	10:00-22:00	311,0	60%	универс	CO
Читай-город	Осенний бульвар, д. 12, ТЦ «Крылатский», цокольный этаж	10:00-22:00	284,0	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Академика Анохина ул., д. 2 к. 16, ТЦ "Виктория", 2-й этаж	10:00-21:00	229,0	70%	универс	CO
Дом книги в Очаково	Б. Очаковская ул., д. 23/8	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	220,0	75%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Ярцевская ул., д. 19, ТЦ "Кунцево Плаза", 4 этаж	09:00-22:00	214,2	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Береговой пр-д, д. 5А, к. 1, ТЦ «Фили Град», 1 этаж	10.00-22.00	198,0	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Солнцевский пр-т, д. 21, ТЦ "Столица", 3-й этаж	10:00-21:00	189,0	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Осенний б-р, д. 7, стр. 1, ТЦ "Матрица", 1 этаж	10:00-22:00	185,0	70%	универс	CO
Читай-город	Рублевское шоссе, д. 62, ТРЦ "ЕвроПарк"	10:00-22:00	177,2	70%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Большой б-р, д. 40, территория инновационного центра Сколково БЦ «Амальтея»	09:00-21:00	162,0	50%	универс	CO
Pioner Bookstore	Кутузовский пр-т, д. 21, 2-й этаж	10:00-22:00	150,0	60%	профиль: искусство	CO
Книжный Лабиринт	Багратионовский пр-д, д. 5, ТРЦ "Филион", 3 этаж	09.00-22.00	128,7	60%	универс	CO
Дом книги на Мичуринском	Мичуринский пр-т, д. 31 корп. 4	пн-пт 11:00-19:00; сб-вс 11:00-18:00	66,0	80%	универс	CO

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

По состоянию на сентябрь 2022 года на территории Северного АО располагается 285 торговых объектов распространения книжных изданий (9,87% Москвы), в том числе:

25 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (10,37% данного формата в Москве);

132 киоска по продаже печатной продукции (8,97% киосков Москвы);

51 отделение почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (10,37%);

77 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,26% объектов данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами остался прежним – 1:47445 (в 2021 – 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), снизилась до 4426,2 м² (в 2021 – 4572,41 м²; в 2020 – 5465,97 м²; в 2019 – 5012,6 м²; в 2018 – 4848,94 м²; в 2017 – 5039,42 м²). В 2022 году Северный АО столицы лишился сразу двух книжных магазинов сети ОЦ «Московский Дом книги» – в Коптево и на улице З. и А. Космодемьянских, работавших в столице с 1951 и 1953 года соответственно. По большому счету закрытие магазинов с таким историческим багажом — это настоящий шок для жителей северных районов столицы. Одновременно в ТРК «Водный» закрылся относительно новый (2019) книжный магазин под вывеской «Читай-город». И хотя на его место сразу же въехал «Книжный Лабиринт», открыв параллельно в САО в ТЦ «Discovery» еще один магазин, а на Ленинградском проспекте вместо Дома книги разместилась новая «Территория: Книги. Мысли. Впечатления», тем не менее, всё это вряд ли можно считать полноценной заменой. Но формально конечно общее число книжных магазинов осталось прежним, а значит и уровень их территориальной доступности – один объект на 4,55 км² (в 2021 – 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 96% 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
Читай-город	Кронштадтский б-р, д. 3а, ТЦ "Гавань"	10:00-22:00	484,1	60%	универс	СО
Читай-город	Ленинградский пр-т, д. 62а, ТЦ "Галерея аэропорт"	09:00-22:00	442,0	70%	универс	СО
Читай-город	Хорошевское шоссе, д. 27, ТРЦ "Хорошо"	10:00-22:00	398,6	70%	универс	СО
Читай-город	Дмитровское шоссе, 15 корп. 1	09:00-22:00	393,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Ленинградский пр-т, вл. 36, МДРК "Арена Плаза", 1 этаж	10:00-22:00	321,0	50%	универс	СО
Читай-город	Ленинградское шоссе, д. 16а стр. 4, ТЦ "Метрополис"	10:00-22:00	314,0	70%	универс	СО

Республика	Ходынский бульвар, д. 4, ТРЦ «Авиапарк»	Вс-чт: 10.00-22.00, пт-сб: 10.00-23.00	308,0	45%	универс	СО
Дом книги на Соколе	Ленинградский пр-т, д. 78, корп.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	290,0	81%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Новопетровская ул., д. 6, ТЦ «Петровский», 3-й этаж	10:00-22:00	288,0	50%	универс	СО
Дом книги на Петрозаводской	Петрозаводская ул., д. 3 корп. 2	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	268,8	75%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Дыбенко ул., вл. 7/1, ТЦ «Discovery»	10.00-22.00	258,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Ходынский б-р, д.4., ТЦ "Авиапарк", 4-й этаж	10:00-22:00	246,0	50%	универс	СО
УЗНАЙ-КА!	Дмитровское шоссе, д. 25 корп. 1	10:00-20:00	220,0	90%	профиль: учебная лит-ра	смешанный
Читай-город	Дмитровское шоссе, 89, ТРЦ "XL" 2-й этаж	10:00-22:00	204,1	70%	универс	СО
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Ленинградский пр-т, д. 36, 1-й этаж, МДРК «Арена Плаза»	10.00-22.00	194,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Головинское шоссе, д. 5, ТЦ «Водный», 3-й этаж	10.00-22.00	181,0	60%	универс	СО
Читай-город	Локомотивный пр-д, д. 4, ТРЦ "Парус"	10:00-21:00	178,0	70%	универс	СО
Читай-город	Беломорская ул., д. 16 а, ТРЦ "Нева"	10:00-22:01	176,2	60%	универс	СО
Читай-город	Ленинградский пр-т, д. 76а, ТЦ "Метромаркет" 3-й этаж	10:00-22:00	173,0	70%	универс	СО
Читай-город	Лобненская ул., д. 4а, ТЦ "Зиг Заг"	10:00-22:00	154,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Правобережная ул., д. 1Б, ТЦ "Капитолий", 2-й этаж	10:00-21:00	152,0	60%	универс	СО
Школа Семи гномов на Полежаевской	Мневники ул., д. 7 корп. 2	10:00-20:00	120,0	70%	профиль: детская, развитие	СО
Читай-город	Фестивальная ул., д. 26, ТРЦ "Речной" 1-й этаж	10:00-22:00	113,1	70%	универс	СО
Школа Семи гномов	Хорошевское ш., д. 27, ТРЦ "Хорошо" 3-й этаж	10.00-22.00	105,0	60%	профиль: детская, развитие	СО
Clever: Магазин издательства	Ленинградское шоссе, 16А стр. 8, ТРЦ "Метрополис" 3-й этаж	10.00-23.00	95,0	80%	профиль: детская книга	СО

10.6. Северо-Восточный Административный Округ:

Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2022 года на территории Северо-Восточного АО располагается 298 торговых объектов распространения книжных изданий (10,31% Москвы), в том числе:

18 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (7,47% данного формата в Москве);

156 киосков по продаже печатной продукции (10,6% киосков в Москве);
 62 отделения почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,6%);
 62 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (9,1% данного формата в Москве).

Благодаря значительному пополнению численности книжных магазинов в 2022 году расчетный показатель обеспеченности населения книжными магазинами в СВАО нормализовался до приемлемого уровня – один книжный на более чем 100 тыс. жителей или 1:79587 (в 2021 – 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), – 3308,45 м² (в 2021 – 2888,62 м²; в 2020 – 3362,5 м²; в 2019 – 4199,8 м²; в 2018 – 3441,56 м²; в 2017 – 3532,7 м²). Округ всегда отличается подвижной книготорговой инфраструктурой, и мог только за один год (как в 2015-м) потерять 9-10 книжных магазинов, а в последующие несколько лет постепенно восполнять потери. В 2022 году в СВАО открылось сразу два «Книжных Лабиринта» и два «Читай-города». Не факт, что они проработают в округе длительное время, но хоть как-то восполнят для местных жителей потерю закрытого в 2022-м Дома книги в Бескудниково. Разумеется, уровень территориальной доступности книжных магазинов в округе также улучшился на фоне прошлого года – 1 объект на 5,66 км² (в 2021 — 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, 94,44% 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, м2	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
----------------------------	-------	--------------	----------------------	-----------------------	---------------------	----------------

Читай-город	Мира пр-т, д. 182/2	10:00-22:00	578,7	70%	универс	CO
Дом книги Медведково	Заревый пр-д, д. 12	10.00-21.00	389,0	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Инженерная ул., д. 1, РЦ «Марс», -1 этаж	10.00-22.00	380,0	60%	универс	CO
Читай-город	Мира пр-т, д. 211 корп. 2, ТРЦ "Европолис"	10:00-22:00	363,5	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	84-й км МКАД, ТРК "Весна"	10:00-22:00	318,3	60%	универс	CO
Читай-город	Шереметьевская ул., д. 6 корп. 1, ТРЦ "Райкин Плаза"	09:00-22:00	308,2	70%	универс	CO
Читай-город	Декабристов ул., д. 12, ТЦ "Золотой Вавилон" 2-й этаж	10:00-23:00	259,0	70%	универс	CO
Читай-город	Мира пр-т, д. 114б, стр.2	10:00-22:00	255,0	60%	универс	CO
Читай-город	Менжинского ул., д. 38, к. 2, стр. 2	10:00-22:00	251,0	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Шереметьевская ул., д. 20, ТЦ «Капитолий»	10:00-22:00	220,0	50%	универс	CO
Книжный Лабиринт	Алтуфьевское шоссе, д. 86, корп. 1, ТЦ "Ареал", 2-й этаж	10.00-22.00	178,0	60%	универс	CO
Республика	Большая Новодмитровская ул., д. 36, Дизайн-завод FLACON	10.00-22.00	173,0	45%	универс	CO
Читай-город	Снежная ул., д. 27, ТРЦ "Свиблово"	10:00-22:00	168,0	70%	универс	CO
Читай-город	Лескова ул., д. 14, ТРЦ "Будапешт"	10:00-22:00	166,4	60%	универс	CO
Книжный Лабиринт	2-я Останкинская ул., д. 3, МФК «Солнце Москвы»	10.00-22.00	164,0	60%	универс	CO
Читай-город	Дмитровское шоссе, 163а, ТРЦ "РИО"	09:00-22:00	146,0	70%	универс	CO
Читай-город	Пришвина ул., д. 22, ТЦ "Александр Лэнд"	10:00-22:00	142,1	70%	универс	CO
Чук и Гик	Новодмитровская ул., д. 1 стр. 13, Хлебозавод 9	12:00-21:00	70,0	70%	профиль: комиксы, фантастика	смешанный

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

По состоянию на сентябрь 2022 года на территории Восточного АО располагается 346 торговых объектов распространения книжных изданий (11,98% Москвы), в том числе:

25 специализированных на продаже книжных изданий магазина (10,37% данного формата в Москве);

183 киоска по продаже печатной продукции (12,4% киосков в Москве);

52 отделения почтовой связи с книжной выкладкой (10,57%);

86 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (12,6% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:60971 (в 2021 – 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), – 4309,31 м² (в 2021 – 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 многих округов столицы, где уровень обеспеченности населения книжными магазинами вырос в 2022 году, вопреки закрытию кулуарной «Артклассики», «Детского книжного» и сразу двух относительно новых магазинов сети ОЦ МДК – Дома книги на Рокоссовского и Дома книги на Плющева, причем последний проработал менее года. Дело в том, что в округе за отчетный период (IV квартал 2021 – III квартал 2022) открылись сразу три «Книжных Лабиринта» на Сиреневом бульваре, на Открытом (РЦ Янтарь) и Новоухтомском (ТРЦ Город Косино) шоссе и два «Читай-города» – на шоссе Энтузиастов и Большой Семеновской улице.

Традиционно основной корпус книготорговых объектов округа составляли 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». До пандемии со стороны книжников были попытки разместить в этом округе более фешенебельные современные магазины, но большинство окончилось неудачей. Так, за 2017-2019 гг. «Книжный Лабиринт» уже закрывал четыре своих магазина в округе. И вот в 2022 году новая попытка со стороны компании «Лабиринт». Впрочем, здесь по-прежнему работают еще четыре магазина сети «Московский Дом книги», уже девять объектов «Читай-город» и шесть объектов «Детский книжный», так что уровень территориальной доступности книжных магазинов в ВАО с каждым годом улучшается и сегодня это – один объект на 6,19 км² (в 2021 - 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 80% 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, м2	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Читай-город	Щёлковское шоссе, вл. 75, ТРЦ "Щёлковский"	10:00-22:00	524,3	60%	универс	СО
Дом книги на Преображенке	Преображенский вал, д.16	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	518,1	75%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Новоухтомское шоссе, д. 2А, ТРЦ «Город», 1-й этаж	10.00-22.00	450,0	60%	универс	СО
Читай-город	Большая Черкизовская ул., д. 2 корп. 1	10:00-22:00	411,7	70%	универс	СО
Дом книги в Измайлово	Измайловская пл., д. 2.	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	318,7	76%	универс	СО
Читай-город	Энтузиастов ш., д. 12, корп. 2	10:00-22:00	299,0	60%	универс	СО
Читай-город	Русаковская ул., д. 31, ТЦ "Сокольники"	10:00-22:00	298,1	60%	универс	СО
Читай-город	Большая Семеновская ул., д. 20, стр. 1, ТРЦ «Заря», цоколь	10:00-22:00	289,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Большая Семеновская ул., 17а, ТЦ «Март», 1-й этаж	10.00-22.00	280,0	60%	универс	СО
Читай-город	Вешняковская ул., д. 18, ТЦ "Вешняки"	10:00-22:00	279,1	70%	универс	СО
Читай-город	Семеновская пл., д. 1, ТЦ "Семеновский" 3-й этаж	10:00-22:00	255,4	70%	универс	СО
Дом книги в Гольяново	Байкальская ул., д. 25	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	230,0	67%	универс	СО
Дом книги "Новый"	Энтузиастов шоссе, д. 24/43	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	216,9	82%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Сиреневый бульвар, д. 31, РЦ «София», 3-й этаж	10.00-22.00	212,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Открытое шоссе, д. 4, стр. 1, РЦ «Янтарь», 2-й этаж	10.00-22.00	211,0	60%	универс	СО
Читай-город	Первомайская ул., д. 42, ТЦ "Измайловский"	09:00-22:00	187,4	70%	универс	СО
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Хабаровская ул., д. 12/23	09.00-21.00	156,0	60%	универс	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Старый Гай ул., д. 9	10.00-20.00	145,0	30%	профиль: детская, учебная	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Сиреневый б-р, д. 63	10.00-20.00	138,0	40%	профиль: детская, учебная	СО
Читай-город	Новокосинская ул., д. 29	09:00-22:00	135,0	70%	универс	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Просторная ул., д. 8	10:00-21:00	90,0	40%	профиль: детская, учебная	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Саянская ул., 5а, цокольный этаж	10:00-20:00	77,0	30%	профиль: детская, учебная	СО

КнигаМаг Дискаунтер	Вешняковская ул., д. 13А, ТЦ "Моя ветка", 2-й этаж	10.00-21.00	70,0	80%	универс	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Новокосинская ул., д. 15А	10.00-20.00	66,0	40%	профиль: детская, учебная	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Челябинская ул., д. 15	10:00-20:00	60,0	40%	профиль: детская, учебная	СО

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

По состоянию на сентябрь 2022 года на территории Центрального АО располагается 214 торговых объектов распространения книжных изданий (7,41% Москвы), в том числе:

- 56 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (23,24% данного формата в Москве);
- 140 киосков по продаже печатной продукции (9,51% киосков в Москве);
- 14 отделений почтовой связи с книжной выкладкой (2,85%);
- 4 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (0,58% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:13917 (в 2021 — 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), — 10708,34 м² (в 2021 — 11156,13 м²; в 2020 — 11673,4 м²; в 2019 — 11879,2 м²; в 2018 — 11500,39 м²; в 2017 — 11119,80 м²).

В период пандемии 2020-2021 гг. именно Центральный административный округ Москвы в наибольшей степени пострадал от решений о ликвидации объектов со стороны менеджмента крупных книготорговых компаний «Республика», «Книжный Лабиринт», ОЦ «МДК» и отчасти «Читай-город» — за два последних года здесь прекратили работу около двух десятков

больших современных книжных магазинов. Да, эти потери были частично возмещены открывшимися в пандемию маленькими независимыми магазинчиками – Книжный в клубе "Клуб", патриотическая «Листва», «Добролавка» (книжный с кофейней) и «Бункер». Но конечно, ни по широте книжного ассортимента, ни по комфорту для посетителей эти магазины не могут закрыть пробелов книготорговой матрицы ЦАО.

В конце 2021 года и в 2022-м кулуарные книжные магазины центра столицы реализуют традиционные для себя миграционные истории — переезжает «Гиперион» и «Пархоменко», из Санкт-Петербурга приезжает «Во весь голос», закрывается «Живет и работает», а «Никея» и «Поляндрия» увеличивают книжную выкладку в своих лекториях, превращаясь в полноценные книжные магазинчики. Значительное количество таких объектов по-прежнему располагается на Покровке, так что эту улицу вполне справедливо называть главной книжной улицей столицы.

Но, всё же, основу книжной матрицы центра Москвы создают не перечисленные выше магазины, а прежде всего — VIP-квартет (Библио-Глобус, Москва на Тверской, Московский Дом книги на Арбате и Молодая гвардия), к которому в 2022 году присоединился один новый и пять работающих магазинов «Республика» под руководством уже новой команды управленцев из холдинга «Эксмо-АСТ», два новых магазина «Книжный Лабиринт» (на Павелецкой площади и в ЦДМ) и филиал магазина «Достоевский» на Никитской.

Так что уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЦАО остается высоким – один объект на 1,18 км² (2021 - 1,30 км²; в 2020 – 1,35 км²; в 2019 – 1:1,30 км²; в 2018 – 1:1,41 км²; в 2017 – 1:1,37км²). Этот показатель очень близок к европейскому уровню обеспеченности населения книжными магазинами. Но в данном случае следует иметь в виду, что лишь 57,14% книжных магазинов ЦАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100м²), и очень многие из них далеки от традиционного представления о книжном магазине и по ассортиментной матрице, и по организации внутреннего пространства.

Таблица 10.8.

Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м2	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Московский дом книги	Новый Арбат ул., д. 8	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	3208,8	71%	универс	СО
Молодая Гвардия ДК	Б. Полянка ул., д. 28 стр. 1	09.00-21.00	1200,0	70%	универс	СО
Библио-Глобус ТД	Мясницкая ул., д. 6/3, стр. 1	пн-пт 09.00-22.00, сб-вс 10.00-21.00	1100,0	72%	универс	СО
Читай-город	Малая Сухаревская пл., д. 12, ТЦ "Садовая Галерея"	09:00-22:00	754,0	70%	универс	СО
Республика	1-я Тверская-Ямская ул., 10	круглосуточно	603,2	70%	универс	СО
Дом книги в Камергерском	Большая Дмитровка ул., д. 7/5 стр.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	560,0	77%	универс	СО
Москва ТДК	Тверская ул., д. 8 стр. 1	10.00-22.00	560,0	87%	универс	СО
Республика	Цветной б-р, д. 15, стр. 1, Универмаг «Цветной», первый этаж	Пн-сб: 10:00-22:00, вс: 11:00-22:00	530,0	60%	универс	СО
Фаланстер	Тверская ул., д. 17	11:00-20:00	350,0	100%	профиль: гуманитар	СО
Республика	Земляной вал ул., д. 33, ТЦ "Атриум", 3-й этаж	10.00-23.00	341,0	45%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Марксистская ул., д. 1, корп.1	10:00-21:00	286,0	50%	универс	СО
Читай-город	Манежная площадь, д. 1 стр. 2, ТЦ "Охотный ряд", -2 этаж	09:00-22:00	283,0	70%	универс	СО
Достоевский	Воздвиженка ул., д. 1	10:00-22:00	270,0	80%	универс	смешанный
Республика	Кожевническая ул., д. 1, стр.1	10:00-22:00	267,0	50%	универс	СО
Дом книги на Фрунзенской	Комсомольский пр-т, д. 25, к. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	262,7	70%	универсал	СО
Букбридж	Большая Татарская ул., д. 7	09.00-21.00	259,0	90%	профиль	СО
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Театральный пр-д, д. 5, ЦДМ, 3-й этаж	10.00-22.00	250,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Павелецкая площадь, д. 3, ТРЦ «Павелецкая плаза»	10.00-22.00	237,0	60%	универс	СО
Читай-город	Таганская ул., д. 1 стр.1, ТЦ "Звездочка"	09:00-22:00	216,6	70%	универс	СО
Достоевский	Большая Никитская ул., д. 46	10:00-22:00	198,0	60%	универс	смешанный
Республика	Мясницкая ул., 24/7, стр. 1	10.00-22.00	193,4	55%	универс	СО
Читай-город	Мира пр-т, д. 40	10:00-22:00	192,0	60%	универс	СО
Читай-город	Земляной Вал ул., д. 33, ТРЦ "Атриум"	10:00-22:00	175,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Кутузовский пр-т, д. 48, ТЦ «Времена года»	11:00-22:00	165,0	50%	универс	СО
Дом книги на Кузнецком мосту	Кузнецкий мост, д.18/7	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	160,0	86%	профиль	СО
Циолковский	Пятницкий пер., д. 8 стр. 1, офис 5	11:00-22:00	140,0	99%	профиль: гуманитар	СО
У Кентавра, книжный магазин РГГУ	Миусская площадь, д. 6 стр. 6, РГГУ, 1-й этаж	пн-пт 11:00-20:00; сб 11:00-18:00	135,0	90%	профиль	смешанный

Бункер	Покровка ул., д. 17, 2-й этаж	12:00-22:00	126,0	90%	профиль: гуманитар	СО
магазин Дома русского зарубежья им. А. Солженицына	Нижняя Радищевская ул., д. 2, 1-й этаж	пн-сб 11:00-19:00	120,0	80%	универс	СО
Primus Versus. Умные книги	Покровка ул., д. 27 стр. 1	пн-сб 11:00-23:30; вс 14:00-22:00	120,0	80%	универс	смешанный
Garage Bookshop	Крымский вал, 9, стр. 32	11:00-22:00	110,0	50%	профиль: искусство	смешанный
Гиперион, Книжный клуб	Большой Трёхсвятительский пер., 2/1 стр. 6	12:00-22:00	100,0	60%	профиль	СО
Bookashki / Букашки	Покровка ул., д. 45 стр. 4, этаж 0	11:00-20:00	98,0	90%	профиль: детская	СО
Поляндрия: книжный магазин	Садовая-Сухаревская ул., д. 10/12	10:00-22:00	98,0	70%	универс	СО
Clever: Магазин издательства	Театральный пр-д., д. 5/1, ЦДМ, 3-й этаж, магазин 3-16а	10:00-22:00	88,0	90%	профиль: детская книга	СО
Книжная экспедиция: магазин Управления делами Президента РФ /ФГУП	Варварка ул., д. 9, подъезд 15	пн-чт 09:00-18:00; пт 09:00-16:45	87,0	30%	профиль	смешанный
Республика	Комсомольский пр-т, 24, стр. 1, ТЦ «K24»	10:00-22:00	82,5	50%	универс	СО
MONITORbox: Книжный магазин	Нижняя Сыромятническая ул., д. 10 стр. 10 (Центр дизайна Artplay)	11:00-22:00	80,0	80%	профиль: искусство, дизайн	смешанный
Добролавка / Книги и Кофе	Столярный пер., д. 3 корп. 13	9:00-21:00	80,0	90%	профиль	СО
Центральная Книжная лавка писателей	Кузнецкий мост ул., д. 18/7	пн-пт 10:00-20:00, сб 12:00-20:00	80,0	80%	профиль	СО
Книжный Лабиринт	Театральный пр-д, д. 5, стр. 1, ЦДМ 6-й этаж	10:00-22:00	65,0	60%	универс	СО
книжный магазин "Русская деревня"	Петровский бульвар, д. 14/29	11:00-20:00	58,0	80%	профиль: малотираж лит-ра	
Книжки с картинками	Арбат ул., д. 51 стр. 1	12:00-20:00	56,0	50%	профиль: комиксы	смешанный
Comic Street	Театральный пр-д, д. 5, ЦДМ, 4-й этаж	10:00-22:00	50,0	70%	профиль: комиксы	СО
Ходасевич	Покровка ул., д. 6 стр. 2	11:00-21:00	45,0	80%	универс	СО
Во весь голос: книжный магазин	Трубная ул., д. 21, стр. 3, пом. IX, комн. 1	12:00-21:00	45,0	90%	универс	СО
Листва	Жуковского ул., д. 4	11:00-22:00	40,0	70%	профиль	смешанный
БукВышка. Книжный магазин ВШЭ	Мясницкая ул., д. 20, стр. 1	пн-пт 10:00-20:00; сб 10:00-19:00	40,0	80%	профиль: университетская книга	СО
Маршак: независимый детский книжный	Казарменный пер., д. 4 стр. 3	11:00-20:00	40,0	80%	профиль: детская книга	
Пархоменко	Бутырский вал, д. 32	10:00-21:00	40,0	95%	универс	СО
Книжный в клубе "Клуб"	Покровский б-р, д. 6/20 стр. 1, «Клуб»	12:00-24:00	40,0	50%	профиль: книги, зины, винилы	СО
Самокат	Малая Ордынка ул., д. 18 стр. 1	пн-сб 11:00-20:00	35,0	99%	профиль: детская книга	СО
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	30,0	70%	профиль: детская книга	смешанный
Академкнига: Книжная лавка	Шубинский пер., д. 6 стр. 1	9:00-20:00	30,0	80%	профиль	СО

Никея: книжный магазин, лекторий, кафе	Маросейка ул., д. 7/8, 3-й этаж	10:00-19:00	30,0	95%	профиль: православие	СО
Чук и Гик	Большой Палашевский пер., д. 9	12.00-20.00	15,0	70%	профиль: комиксы	смешанный

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

По состоянию на сентябрь 2021 года на территории Зеленоградского АО располагается 67 торговых объектов распространения книжных изданий (2,32% Москвы), в том числе:

- 3 специализированных на продаже книжных изданий магазина (1,24% данного формата в Москве);
- 35 киосков по продаже печатной продукции (2,38% киосков в Москве);
- 12 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (2,44%);
- 17 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (2,49% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:83391 (в 2021 – 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), – 397,12 м² (в 2021 – 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 2020-2021-м, в 2022 году книжных магазинов в округе по-прежнему лишь три. Уровень их территориальной доступности в ЗелАО остается низким – один объект на 12,4 км² (в 2021 – 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, м2	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	Зеленоград, Панфиловский пр-т, д. 6А, ТЦ "Панфиловский", 3 этаж	10:00-22:00	189,0	50%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Зеленоград, 23 мкр. "Зеленый бор", корп. 2309А, ТЦ "Столица"	10:00-22:00	186,7	50%	универс	СО
Читай-город	Зеленоград, Крюковская пл., д. 1, ТРЦ "Иридиум"	10:00-22:00	137,8	70%	универс	СО

10.10. Троицкий и Новомосковский Административные Округа:

Текущее состояние книготорговой структуры с учетом динамики восстановления в пост-карантинный период

По состоянию на сентябрь 2022 года на территории ТиНАО располагается 87 торговых объектов распространения книжных изданий (3,01% Москвы), в том числе:

13 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (5,39% данного формата в Москве);

26 киосков по продаже печатной продукции (1,77% киосков Москвы);

20 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (4,07%);

28 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (4,09% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения «новой Москвы» книжными магазинами с 2018 года является одним из лучших среди округов

столицы и в 2022-м составляет 1:29711 (в 2021 – 1:31217; в 2020 – 1:36814; в 2019 – 1:32253; в 2018 – 1:29908; в 2017 году – 1:48609; в 2016 году – 1:40244). При этом суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), наоборот, далека от средних для Москвы значений и фактически в пять раз уступает площади книжной выкладки в Центральном АО столицы – 2204,96 м² (в 2021 – 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, в 2021-м случился настоящий бум открытий компании «Книжный Лабиринт», а переехавший на два года в ларек площадью 35 м² Троицкий Дом книги вернулся в свое прежнее двухэтажное просторное (150 м²) помещение на Сиреневом бульваре.

Формально в 2022 году в ТиНАО осталось прежним и количество книжных магазинов, и число киосков печатной продукции. Но, тем не менее, внутренне ситуация по книжным магазинам изменилась: закрылись два «Книжных Лабиринта» в БП «Румянцево» и МФК «Николин Парк», и открылся новый «Книжный Лабиринт» во Vnukovo Outlet Village и «Детский книжный» в поселении Сосенское. Так что, уровень территориальной доступности книжных магазинов ТиНАО в сентябре 2022 года остается примерно прежним – один объект на 112,38 км² (в 2021 — 1:111,21 км²; в 2020 – 1:131,4 км²; в 2017 – 1:247,0 км²), но соотношение форматов изменилось. Сегодня только 84,62% книжных магазинов «новой Москвы» относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 м²) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 10.10.

Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м2	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	Крекшино п., Озёрная ул., д. 2, ТЦ «Ярмарка Крекшино»	10.00-22.00	418,2	50%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Московский ГП, ул. Хабарова, д. 2, ТРК «Новомосковский»	10:00-22:00	411,0	60%	универс	СО
Читай-город	Московский ГП, 23-й км Киевское шоссе, д. 1, ТРЦ "Саларис"	10:00-22:00	356,2	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Московский ГП, Никитина ул., д. 2, ТЦ "Столица", 3-й этаж	10.00-22.00	356,1	50%	универс	СО
Читай-город	ЖК "Бутово Парк", д. 8 корп.1, ТРЦ "Бутово-Парк"	10:00-22:00	356,0	70%	универс	СО
Читай-город	Внуковское пос., Летчика Ульянина ул., д. 5	10:00-22:00	292,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Троицк, Городская ул., д. 6, ТЦ "Троицк", 3-й этаж	10:00-21:00	270,0	70%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Московский ГП, д. Лапшинка, д. 30/1В, Vnukovo Outlet Village	10.00-22.00	243,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Первомайское пос., д. Рогозино, ул. Луговая, д. 20А, стр. 1	10:00-22:00	192,0	60%	универс	СО
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Троицк, Академическая площадь, д. 3	09.00-21.00	189,0	70%	универс	СО
МУП "Магазин Центральный" / "Дом книги"	Троицк, Сиреневый б-р, д. 2	пн-сб 09:00–20:00; вс 09:00–18:00	150,0	50%	универс	смешанный
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Сосенское пос., Скандинавский б-р, д. 5 корп. 2	10.00-20.00	75,0	40%	профиль: детская, учебная	СО
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Коммунарка пос., Ясная ул., д. 5	10.00-20.00	74,0	40%	профиль: детская, учебная	СО

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

По состоянию на сентябрь 2022 года на территории ЮВАО располагается 319 торговых объектов распространения книжных изданий (11,04% Москвы), в том числе:

10 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (4,15% данного формата в Москве);

166 киосков по продаже печатной продукции (11,3% киосков Москвы);

59 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (11,99%);

84 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (12,28% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами является худшим среди округов Москвы и составляет 1:143175 (в 2021 — 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) — 3197,48 м² (в 2021 — 3043,26 м²; в 2020 — 3786,6 м²; в 2019 — 3416,7 м²; в 2018 — 3322,36 м²; в 2017 — 2236,80 м²). После определенного ухудшения ситуации в 2021 году, в 2022-м в связи с открытием «Книжного Лабиринта» в РЦ «Высота» и «Читай-города» в ТРЦ «Миля» книготорговая инфраструктура ЮВАО вновь выходит из кризисного состояния, но риски сохраняются. И сегодня здесь не просто худший по Москве уровень обеспеченности населения книжными магазинами. Ситуация, когда 1 книжный приходится на 143 тыс. жителей, не только не соответствует статусу столичного округа, расположенного в пределах МКАД, но в два раза хуже, чем у аутсайдеров рейтинга регионов РФ по данному показателю — районов Карачаево-Черкессии (1:77370) и Ингушетии (1:74865). Более того, в 2022 году в Юго-Восточном АО Москвы сократилось и число киосков с печатной продукцией, и значимо — число FMCG-объектов с книжной витриной.

Если говорить об уровне территориальной доступности книжных магазинов в ЮВАО, то, несмотря на определенные улучшения, и он остается одним из худших в «старой» Москве: 1 объект на 11,76 км² (в 2021 - 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 2022 году достаточно много обращаются к услугам интернет-магазинов и скачивают электронные книги в онлайн магазинах и библиотеках. Спасает положение и тот факт, что 80% 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, м2	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Читай-город	Перерва ул., д. 43 корп. 1, ТЦ "БУМ"	10:00-22:00	1078,4	70%	универс	СО
Читай-город	Волгоградский пр-т, д. 78/1	10:00-22:00	947,9	70%	универс	СО
Читай-город	Рязанский пр-т, д. 46	10:00-22:00	519,5	70%	универс	СО
Читай-город	Люблинская ул., д. 171	09:00-21:00	315,6	70%	универс	СО
Читай-город	Генерала Кузнецова ул., д. 22, ТРЦ «Миля», 3-й этаж	10:00-22:00	297,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	7-ая Кожуховская ул., д. 9, ТРЦ «Мозаика»	10.00-22.00	278,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Юных Ленинцев ул., д. 52, РЦ «Высота», 2-й этаж	10.00-22.00	269,0	60%	универс	СО
Книжный Лабиринт	Поречная ул., д. 10, ТРК "Мари	10:00-22:00	152,3	60%	универс	СО
Филадельфия	Волгоградский пр-т, д. 17 стр. 1	пн-сб 10:00-19:00	54,0	60%	профиль: религия	смешанный
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Шоссейная ул., д. 30	10.00-20.00	50,0	30%	профиль: детская, учебная	СО

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 (71,7%). Причем, по сравнению с аналогичным опросом прошлого года значимо (с 2% до 15%) выросло число клиентов магазина, посещающих его по причине близости работы. Видимо, некоторое количество жителей этого округа уже вернулось с «удаленки» в офис. И напротив, значительно (с 31% до 5%) сократилось количество специальных посещений книжного магазина, в том числе по причине «большого выбора». В 2022 году половина респондентов опроса в Южном АО Москвы посещают книжные магазины с периодичностью не реже одного раза в месяц (50,0%), и только четверть (23%) предпочитает заходить в книжные гораздо реже – один раз в год или полгода. Для жителей этого округа в приоритете «широкий ассортимент» и «квалификация персонала», поэтому их предпочтениям отвечают прежде всего специализированные книжные магазины (90%). При этом достаточно заметная часть респондентов опроса в Южном АО практикует в 2022-м скачивание и чтение электронных книг (13,5%). Нельзя не отметить и значительное сокращение числа экономных покупателей среди респондентов опроса: в 2022 году только треть (31,7%) посетителей книжных магазинов ЮАО готовы ежемесячно тратить на книги от 100 до 500 рублей, в 2021-м таковых насчитывалось 61,2%. При этом одномоментно снизилась доля покупок книг по работе/учебе (с 22,5% в 2021 до 11,7% в 2022) при параллельном кратном снижении мотива приобретения книг в семейную библиотеку (с 31% до 1,7%) и в качестве подарка (с 20% до 3,3%). По-прежнему трое из четырех клиентов книжных магазинов ЮАО приобретают книги для собственного досуга (78,3%), отдавая предпочтение детективам, фантастике и женским романам.

Как и жители других «спальных районов» столицы, население ЮАО почти всегда игнорирует крупные книжные ярмарки и фестивали (Красная площадь, Гостиный Двор), 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, корп.1; 5 октября 2022 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	
	50,00	20,00	16,67	6,46		6,88	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок		в семейную библиотеку	
	78,33	30,00	11,67	3,33		1,67	
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.	
	1,67	8,33	21,67	45,00		16,78	
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз		скачивает электронные книги из интернета	
	90,00	3,30	8,36	28,20		13,46	
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.	
	36,67	28,20	33,46	78,33	6,67	10,0	
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
	71,67	15,0	5,0	0,0	66,7	33,3	8,33

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 (68,7%). Тем не менее, на фоне опросов допандемийного 2019 года заметно (с 3,4% до 15,3%) 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 (62,9% – не реже одного раза в 1-3 месяца), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам (84,2%) и/или интернет-магазинам (33,8%), то есть широкий выбор – абсолютный приоритет в мотивации покупки, как и печатный формат издания, в то время как электронные книги читают/скачивают лишь 4,9% респондентов проведенного опроса. Среднестатистический посетитель книжных магазинов СЗАО в 2022 году тратит на книги в месяц до 1000 рублей (53,9%), посещая книготорговые объекты, как правило, с целью приобретения книг для собственного досуга (75,2%) и для ребенка (27,3%). Предпочитаемая тематика – фантастика и женские романы. Житель СЗАО в большинстве случаев считает, что цена на книги для взрослой аудитории может превышать 500 рублей, но на детские книги должна оставаться в диапазоне 300-500 руб. (52,8% респондентов). Абсолютное большинство (92%) участников опроса в Северо-Западном АО не посещали никаких массовых книжных мероприятий или встреч с авторами. Некоторой популярностью на этом фоне выделяется лишь «Библионочь-2022» с её мероприятиями в башне Федерация (Москва-сити).

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 – Читай-город в ТРЦ «Щука» / Щукинская ул., д. 42; 6 октября 2022 г.)

Частота покупки книг (% <i>голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа</i>)	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		
	42,18	20,70	8,12	17,3	6,6		
Цель покупки (% <i>голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа</i>)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку		
	75,15	27,32	2,10	6,81	2,35		
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% <i>голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа</i>)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	0,00	7,54	10,41	35,94	30,51		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% <i>голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа</i>)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках киос ках 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		
	84,18	9,25	5,12	33,75	4,90		
Сколько должна стоять книга? (% <i>голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа</i>)	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.	
	21,15	39,80	40,05	37,24	52,76	10,0	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% <i>голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа</i>)	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
	68,71	15,44	15,25	0,0	100,0	0,0	1,75

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 (78,3%), и только каждый десятый клиент специально приезжает в книжный ради «большого выбора» (10,0%). Жители Юго-Западного АО Москвы очень часто покупают книги (80% не реже одного раза в квартал), предпочитая для этого специализированный книжный магазин с большим выбором книг (83,3%) и интернет-магазин (38,2%) с курьерской доставкой или самовывозом, и редко интересуются электронными книгами (только 5% респондентов сообщили о чтении эл. книг). В целом, посетители книжных магазинов ЮЗАО готовы ежемесячно тратить на книги от 500 и более рублей (75%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (73,3%) и для ребенка (33,5%). Причем, в покупке книг для работы или учебы «сознались» всего лишь 1,67% респондентов. Предпочитаемая тематика посетителей книжных магазинов в этом округе – фантастика, история, детективы и учебная литература. Кроме того, в 2022 году они полностью, в отличие от жителей других округов, игнорировали книжные фестивали и прочие pr-мероприятия книжников.

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; 7 октября 2022 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
	58,33	21,67	5,00	10,00	5,00
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	73,30	33,46	1,67	6,70	3,30

Сколько денег готов потратить на книги в <u>месяц</u> в случае ежемесячного режима покупки (% <i>голосов</i> , закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.		до 300 руб.		до 500 руб.		до 1000 руб.		более 1000 руб.		
	0,00		3,33		21,67		51,60		23,40		
Предпочтение формата покупки книги: В <i>каких магазинах и где</i> обычно покупает книги? (% <i>голосов</i> , 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		
	83,25		5,80		1,67		38,20		5,13		
Сколько должна стоить книга? (% <i>голосов</i> , 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.	
	18,33		31,67		50,00	61,67		30,00		8,33	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% <i>голосов</i> , закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)			специально приезжаю именно в этот магазин, потому что		низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое	
	78,25	6,75			10,00		33,3	66,7	0,0	5,00	

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 (65%), но и специальные посещения по причине «большого выбора книг» нередки (20%). Жители Западного АО Москвы не имеют четких приоритетов относительно места покупки книг, это может быть и книжный магазин (90%), и киоск (20%) и книжный отдел fmcg-гипермаркета (28,3%). Но онлайн заказ печатных книг в интернет-магазине (16,7%) и скачивание электронных книг в приложении (13,1%) они используют гораздо

реже. Как и в других округах столицы частотность покупки книг здесь остается довольно высокой – две трети респондентов (66,6%) 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 (73,3%), но считают, что цена на книгу для ребенка должна укладываться в 100-500 рублей (65%). Они, как правило, приобретают книги для собственного досуга (76,7%), для ребенка (30%) и в подарок (30%), отдавая предпочтение детективам, фантастике, женским романам и книгам по вопросам семейной психологии. В ходе опроса 85% респондентов «сознались» в том, что НЕ посещали каких-либо книжных мероприятий в 2022 году, и только единицы дошли до Красной площади (и к Гостиному Двору) на книжные выставки в июне и сентябре.

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 / Можайское шоссе, д. 31, универмаг «Молодежный»; 6 октября 2022 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
	38,33	28,31	16,69	8,25	8,41
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	76,67	30,00	6,70	30,00	20,00
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.
	3,33	1,67	16,65	21,60	51,70

ответа)							
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает эл. книги из интернета		
	90,00	20,00	28,33	16,67	13,10		
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.	
	10,00	23,33	63,67	31,67	33,33	16,70	
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
	65,00	10,00	20,00	16,7	58,3	25,0	5,00

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 (89,8%). Жители Северного АО Москвы в 2022-м как правило регулярно, то есть не реже 1 раза в 3 месяца (71,2%), приобретают книги. При очевидном предпочтении специализированных книжных магазинов с большим выбором (88,1%), жители САО гораздо в большей степени, чем горожане других округов, готовы к приобретению книг по пути: на лотках/киосках (27,1%) и в Ашан/FixPrice (30,5%) и тратят в месяц на книги до 500 рублей (47,5% респондентов), т.е. еще

и экономнее других подходят к трате денег на книги. Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (78%) по предпочитаемой тематике: фантастика, детективы, женские романы и рукоделие. В ходе опроса выяснилось, что жители САО если и выбирались из дома на книжные мероприятия в 2022 году, то исключительно на Книжный фестиваль на Красной площади (11,9%), но в большинстве своем предпочли их пропустить (83,1%), как максимум «придя» на встречу с автором в онлайн (3,4%).

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 / Дмитровское шоссе, д. 15; 6 октября 2022 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
	49,15	22,03	6,78	16,95	5,08
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	77,97	30,51	20,34	8,47	1,69
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.
	3,39	16,95	27,12	22,03	28,81
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
	88,14	27,12	30,51	8,47	1,69
Сколько должна стоить книга?	Художественная лит-ра для взрослых		Детская книга		

(%, голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	
	38,98	42,37	18,64	49,15	42,37	18,64	
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

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 (21,6%). В 2022 году жители и гости Северо-Восточного АО Москвы стали значительно чаще покупать книги (или хотя бы посещать книжный): в ходе опроса 55% респондентов заявили о том, что делают это не реже одного раза в месяц, в то время как в 2020-м преимущественная (64,1%) частотность покупок находилась в пределах «раз в квартал». Жители округа по-прежнему отдают предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (80%), всё чаще прибегают к заказам книг в интернет-магазине (46,7%) и в отличие от жителей других округов почти никогда не покупают книги «по пути» в fmcg-супермаркетах: АШАН, Лента или FixPrice (1,67%). В целом, посетители книжных магазинов СВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 500+ рублей (80%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (78,3%) и для ребенка (26,7%). Они крайне редко покупают книги в подарок (2,7%) или по работе (1,65%). С точки зрения жанров и тематик вкусы жителей округа традиционны — они отдают предпочтение фантастике, детективам, классике и

с удовольствием посещают встречи с авторами в книжном магазине и в рамках Книжного Фестиваля на Красной площади.

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; 5-6 октября 2022 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		
	55,00	20,00	10,00	6,67	8,33		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку		
	78,33	26,67	1,65	2,69	5,00		
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.		
	1,65	0,00	5,00	43,35	36,67		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киос ках 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		
	80,00	10,00	1,67	46,67	5,00		
Сколько должна стоять 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.	
	11,65	36,69	51,67	35,00	46,55	15,12	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ один вариант ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	60,00	16,67	21,60	7,69	76,92	15,38	1,74

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 (55%), и у тех, кто рядом работает или учится (16,6%). Достаточно много (особенно на фоне других «спальных» округов) среди жителей и гостей Восточного АО Москвы тех, кто готов специально приезжать по причине «низких цен и большого выбора» (18,4%). Каждый десятый клиент местного книжного магазина готов потратить на покупку книг в месяц только 100-300 рублей, и каждый четвертый – более 1000 руб. в месяц.

Жители ВАО не имеют четко выраженного графика посещения книжного магазина – 18,3% делают это раз месяц и примерно столько же (21,75%) заходят в книжный не чаще одного раза в год. Отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором (73,3%), жители округа не видят причин отказываться от покупки печатных книг «по пути»: в киосках (6,7%) или книжном отделе АШАН / FixPrice (8,33%). И можно сказать, что в 2022-м они совершенно не интересуются чтением электронных книг (1,67%). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (68,33%) и для ребенка (21,67%), что обуславливает и набор читательских предпочтений: фантастика, женские романы, отчасти детская и учебная литература, и книжки по психологии. При этом, клиенты книжных магазинов этого округа в 2022 году еще с большей активностью, чем обычно посещают городские книжные фестивали и мероприятия – 13% респондентов (фестиваль на Красной площади), 15% (ММКЯ в Гостином Дворе) и 8,3% (Библионочь в РГБ и в Башне «Федерация» /Москва-сити).

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; 9 октября 2022 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		
	18,33	21,67	28,25	21,75	10,00		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку		
	68,33	21,67	10,00	11,67	13,33		
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.		
	0,00	10,00	26,67	36,67	25,00		
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		
	73,30	6,70	8,33	23,33	1,67		
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.	
	6,67	41,67	43,33	11,67	15,0	6,67	
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	другое
	55,00	16,60	18,40	27,3	72,7	0,00	10,00

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. Опыт ограничений мобильности горожан в период пандемии и снижение туристического потока привели к пугающей пустоте торговых залов в 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 (23,5% респондентов опроса), тем не менее, основу их трафика на 66,5% создают москвичи, которые работают или живут в «шаговой доступности» (2-3 станции метро) от магазина и случайные прохожие (10%), большинство из которых – активно читающие книголюбцы.

Посетители книжных магазинов Центрального АО Москвы в 2022-м, как правило, не реже одного раза в 1-3 месяца покупают книги (75%) и имеют четкую привязку к «любимому книжному», предпочитая делать покупки в специализированном книжном офлайн магазине (81,7%) и намного реже в интернет-магазине (25%). Иными словами, именно в Центральном административном округе мы встретим наибольшее количество поклонников печатной книги, приобретающих её вдумчиво в специально предназначенных для этого местах и, как правило, для собственного удовольствия (73,3%) и для работы/учебы (18,4%), а также в подарок (15%).

Аудитория респондентов ЦАО, скачивающих электронные книги из интернета, уже второй год держится буквально на уровне погрешности – 1,67% (в 2021 — 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 (0-6,7%), хотя их тематические предпочтения вполне традиционны и лежат в области классики художественной литературы, психологии, популярной медицины и садоводства.

Осенью 2022 года уже две трети (65%) респондентов ЦАО готовы потратить более 1000 рублей в месяц на приобретение книг (в сентябре 2021 – 32,3%), но при этом очень многие (48,3%) по-прежнему уверены, что ценовой диапазон детской книги должен ограничиваться пределами 100-300 руб. Еще

одной особенностью 2022 года стало снижение на фоне опроса 2021 года числа респондентов, посетивших Фестиваль на Красной площади в июне (с 6,45% до 1,67%), и просто полное игнорирование ММКЯ в Гостином Дворе в сентябре (с 3,2% до 0% респондентов), но при этом выросло число тех, кто посетил встречи с писателями (6,67%), в том числе в ДК «Рассвет» и в Доме творчества писателей в Переделкино. По-прежнему среди посетителей книжных магазинов ЦАО достаточно тех (78,3%), 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; 5 и 7 октября 2022 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	
	28,33	46,67	13,30	8,36	3,33	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку	
	73,25	15,00	18,41	15,00	1,67	
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.	
	0,00	0,00	11,74	21,60	65,00	
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	
	81,67	0,00	6,67	25,0	1,67	
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.
	11,60	40,00	46,74	48,33	31,67	16,70

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
	43,33	23,20	23,46	0,0	100,0	0,0	10,0

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 (61,2%) или специально приезжающих в ТЦ из близлежащих районов (27,7%). 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 (47,7%), посещая книжные магазины (76,2%) или заказывая в интернете с доставкой до пункта самовывоза (29,5%). Как правило, покупка совершается с целью приобретение книг для собственного досуга (81,5%) и для ребенка (20,2%), что обуславливает и выбор читательских предпочтений: современная проза, детские книги и учебная литература. В отличие от предыдущих лет, осенью 2022 по результатам опроса выявлено достаточно скромное число респондентов, скачивающих электронные книги из интернета, – 7,3% (в 2021 – 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 (76,8%) в ТиНАО, готовых тратить более 500 рублей на книжное издание. При этом, жители ТиНАО с большим удовольствием посещают всевозможные книжные мероприятия. Так, и книжный фестиваль на Красной площади и неожиданно переехавшую в Гостиный Двор ММКЯ в 2022 году посетило 5-8% респондентов опроса в

ТиНАО и более 10% сообщили о своем посещении выставки Non|Fiction в Гостином Дворе в декабре прошлого года.

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"; 7 октября 2022 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		
	30,20	25,44	22,26	20,10	3,00		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку		
	81,45	20,15	5,67	10,33	5,40		
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.		
	0,00	0,00	19,33	21,67	55,15		
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/киос ках 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		
	76,15	23,10	15,30	29,50	7,30		
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.	
	15,15	51,85	30,41	39,70	42,30	10,15	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	61,18	10,33	27,67	0,0	100,0	0,0	4,82

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 (75%). Хотя по причине малочисленности книжных магазинов в округе многим (23,3%) приходится «специально приезжать» за «большим выбором книг». Жители Юго-Восточного АО Москвы достаточно часто покупают книги – не реже одного раза в квартал (63,3%), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (96,7%), и заметно больше жителей других АО столицы приобретая книги в интернет-магазине (46,7%). В целом, посетители книжных магазинов ЮВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 500 и более рублей (76,7%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (78,3%) или для ребенка (33,4%). С точки зрения жанров и тематик они отдают предпочтение фантастике, комиксам и детской книге. И при этом каждый пятый из участников опроса в ЮВАО с удовольствием посещает книжные выставки и фестивали столицы: лишь 80% (в 2020 – 95%) респондентов проведенного в книжных магазинах опроса так и не выбрались никуда в 2022 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; 6 и 7 октября 2022 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
	40,00	23,33	15,00	11,67	10,60

Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку		
	78,30	33,36	5,00	20,00	8,33		
Сколько денег готов потратить на книги в <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	1,67	21,67	36,50	40,00		
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		
	96,67	1,67	0,00	46,70	11,60		
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.	
	20,00	63,33	16,67	41,67	51,70	6,33	
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
	73,33	1,67	23,33	14,3	71,4	14,3	1,67

Источник: данные Мониторинга, 5-9 октября 2022 г.

Тема 12.

Оценка москвичами 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 1:13917 (или 1 магазин на 14 тыс. жителей). Несмотря на то, что в 2020-м этот округ больше других столичных АО пострадал от закрытия магазинов сети «Республика», к осени 2022 года он смог не только полностью восстановиться, но и значимо прирасти за счет открытия авторских магазинов. Фактически все небольшие книжные магазины, кулуарные книжные клубы и VIP-объекты книжной торговли центра Москвы сохранили лояльную аудиторию покупателей. Более того, в 2021-2022 годах в ЦАО появилось пополнение в лице андеграундного «Бункера», петербургского «Во весь голос», детской «Поляндрии» и православной «Никеи», а сеть «Республика» восстановила свою работу под руководством команды управленцев из холдинга «Эксмо-АСТ» и дополнительно открыла новый магазин.

В целом, в отчетном году большинство (54,5%) округов столицы приросли по количеству книжных магазинов. Ухудшение ситуации наблюдается лишь в 18,2% административных округов Москвы. Наиболее заметна отрицательная динамика коэффициента обеспеченности жителей книжными магазинами в Северо-Западном округе столицы, где осенью 2022 – 1 магазин приходится на 92 тыс. жителей (в 2020-2021 – на 72 тыс.). Относительно стабильная книготорговая инфраструктура СЗАО в предыдущие

годы, в 2022-м понесла серьезные потери: закрытие двух объектов сети «Читай-город», Дома книги в Тушино и «Книжного Лабиринта» в ТЦ «Калейдоскоп» не было возмещено традиционными для крупных книготорговых сетей переездами и открытиями. В отличие от Восточного АО, где после закрытия Дома книги на Рокоссовского и Дома книги на Плющева, «Читай-город» открыл два новых магазина, а «Книжный Лабиринт» дополнил свою матрицу в этом округе сразу тремя крупноформатными объектами. Значительное улучшение ситуации с обеспеченностью населения книжными магазинами мы видим и в Северо-Восточном административном округе столицы, где после значительных потерь зимой 2020/2021 гг., книготорговая инфраструктура к осени 2022 года практически восстановилась благодаря активности сетей «Читай-город» и «Книжный Лабиринт».

В текущем году относительно стабилен книготорговый ландшафт лишь в САО, ТиНАО и ЗелАО, где один книжный магазин приходится на 47 тыс., 30 тыс. и 83 тыс. жителей соответственно, а территориальная доступность профильных объектов книготорговли (исключая территории внутри МКАД) колеблется в диапазоне от 1:12,4 км² до 1:112,4 км².

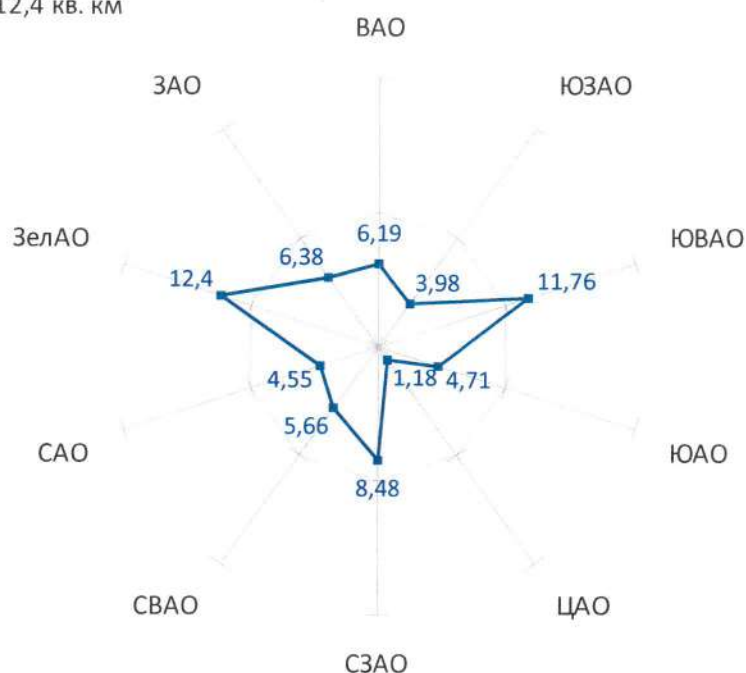
Несмотря на позитивные сдвиги, в 2022 году Юго-Восточный округ столицы остается аутсайдером по присутствию книжных магазинов – 10 объектов или 1 магазин на 143 тыс. жителей (2021– 1:179 тыс.; 2020 – 1:143 тыс.; 2019 – 1:118 тыс.; 2017 – 1:136 тыс.). В отчетном году здесь по одному магазину открыли сети «Книжный Лабиринт» и «Читай-город», что позволило значимо улучшить объем книжной выкладки и обеспеченность населения книжными магазинами, но по этому показателю ЮВАО по-прежнему уступает даже округам «новой» Москвы (Троицкий и Новомосковский АО), где 1 магазин приходится на 29,7 тыс. жителей (в 2020 – 1:36814).

Необходимо отметить, что большинство (81,3%) книжных магазинов столицы – это сетевые объекты, принадлежащие в том числе крупным книготорговым операторам с ровным покрытием по всем АО.

Диаграмма 12.1.

Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы по состоянию на сентябрь 2022 г. (магазин на кв. км)

ТпНАО — 1 книжный магазин на 112,4 кв. км



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2022

Москва — это прежде всего город сетевой книжной торговли. Крупноформатные, идентичные по ассортиментным картам и оборудованию, расположение во всех более или менее крупных городских ТЦ книжные магазины больших федеральных сетей «Читай-город» и «Книжный Лабиринт» представляют собой всего лишь show-room (офлайн витрины) интернет-подразделений этих компаний. Основной поток продаж идет в онлайн, где скидки, бесплатная доставка, а сами магазины — одновременно пункты выдачи (и приема) заказов. И пандемия для этих сетей прошла в общем-то незаметно: их магазины продолжают открываться и закрываться (переезжать) с завидной регулярностью во всех административных округах Москвы. Гораздо серьезнее от локдаунов и прочих трудностей, через которые проходит наша страна, пострадала книготорговля, ориентированная на взаимодействие читателя и

книги, писателя и читателя в физическом торговом зале, пострадали магазины с особой атмосферой и сложившейся аудиторией. Пандемия спровоцировала банкротство сети «Республика» и стремительное сокращение объектов ОЦ «Московский Дом книги», который за 2020-2022 годы потерял 9 (!) магазинов. Гораздо большую адаптивность к ситуации продемонстрировали небольшие независимые книжные Москвы, которые несмотря на снижение покупательского трафика и экземплярных продаж, тем не менее, продолжают работать и даже открывать филиалы.

Кроме того, в 2022 году в Москве продолжилось сокращение книжных полок в непрофильных для книжников (FMCG) магазинах с присутствием книг в ассортименте. Если еще в 2020-м в период карантина издатели активно продвигали книги в свободных от ограничений Роспотребнадзора 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 дисконт-подразделений. Таким образом, только за год москвичи лишились более трети (36%) мест приобретения книг «по пути» одновременно с товарами первой необходимости. В 2022 году отказалась от книг сеть гипермаркетов METRO, заметно сократил книжную витрину АШАН и полностью прекратили продажу книг магазины «Магнит/Дикси» и «Перекресток» (X5 Retail).

В 2022 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-Западном АО, расположено наибольшее количество этих объектов – 109 и 97 соответственно. Эти же округа лидируют и по уровню доступности (плотности размещения) универсамов на своей территории – 1 объект на 1,1-1,2 кв. км. Но как показал социологический опрос, жители Юго-Западного АО почти никогда (1-2%), а Южного АО достаточно редко (в 8-9% случаев) приобретают книги параллельно с другими покупками в супермаркетах популярных брендов: «Ашан», «FixPrice», «Детский мир» и пр.

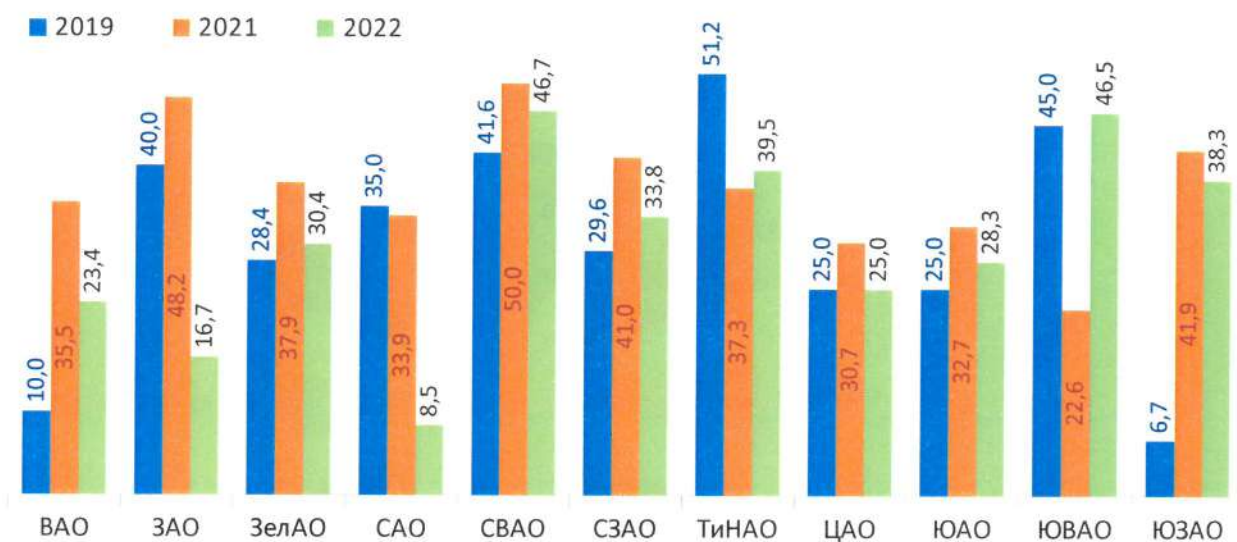
Обеспеченность москвичей киосками печатной продукции в 2022 году также продолжает снижаться – уже до уровня 1:8584 или один объект на 8-9 тыс. жителей (в 2021 – 1:7665; в 2019 – 1:6886). Порядка 80% книжного предложения киосковых сетей составляют издания художественной литературы для взрослых и детские книги. В разрезе округов с точки зрения территориальной доступности и коэффициента обеспеченности киосками наиболее благополучная ситуация складывается в Центральном, Юго-Западном, Юго-Восточном, Зеленоградском и Восточном АО Москвы, и, напротив, очевидно недостаточное развитие киосковой инфраструктуры наблюдается в Северо-Западном и Западном АО. Особняком стоят округа Москвы, географически размещенные за пределами МКАД. В Троицком и Новомосковском административных округах коэффициент территориальной доступности киосков и в 2022 году составляет невероятные 1:56 км² (в 2019 – 1:50 км²).

Кроме того, в 2021-2022 годах на столичной карте пунктов выдачи интернет-заказов (ПВЗ) остались лишь отделения почтовой связи (АО «Почта России») с компактной книжной выкладкой. Впрочем, и здесь количество объектов в 2022 году немного сократилось (с 501 до 492 отделений на территории Москвы). Услуги доставки интернет-магазины полностью передали в аутсорсинг или в партнерские транспортные компании/курьерские службы (в т.ч. Vohberry, DPD, 5POST), 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 2022 года в среднем по Москве составляет 1:5,17 км². Этот сервис достаточно востребован, особенно на территориях Троицкого и Новомосковского округов. Но в целом в большинстве округов Москвы после всплеска интереса к онлайн-покупкам в период пандемии (2020-2021 гг.) в октябре 2022 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 2019-2022 гг. в разрезе АО Москвы

Доля москвичей, покупающих книги в интернет-магазинах, %



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2019-2022 гг.)

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

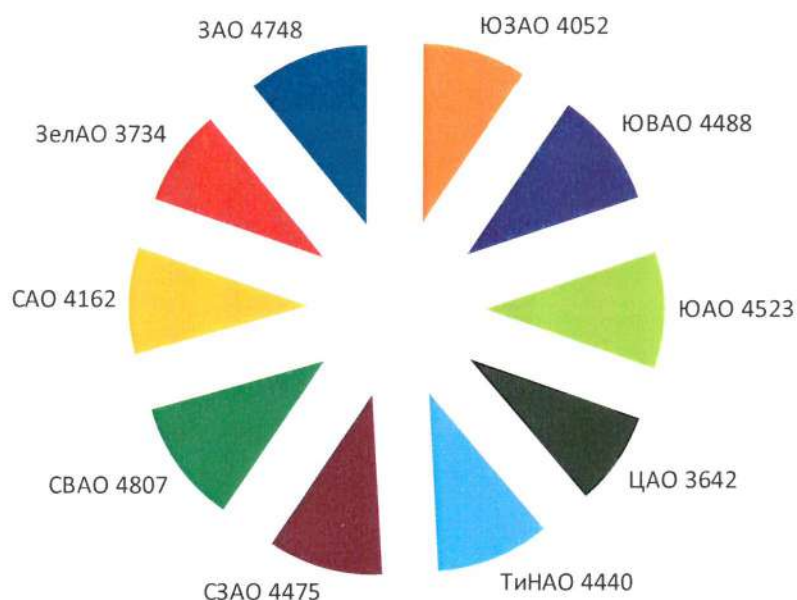
Во всех же остальных округах требуется принятие решений по корректировке сложившейся схемы объектов традиционного книгораспространения, и, прежде всего в ЮВАО, ЗелАО и СЗАО как округах с

недостаточным уровнем территориальной доступности и низким коэффициентом обеспеченности населения книжными магазинами.

Диаграмма 12.3.

Коэффициент обеспеченности населения объектами книгораспространения в разрезе АО Москвы в 2022 году

Коэффициент обеспеченности населения к/т объектами по Москве —
1 объект на 4374 жителя



Источник: Данные Мониторинга (суммарно по книжным магазинам, ПВЗ, FMCG-объектам и киоскам со специализацией «печать»), сентябрь 2022 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 (85-89% респондентов). Причем, в 2022 году привычка приобретать книги «по пути» (в универсальных супермаркетах и киосках) отмечается почти с той же

периодичностью, что и в 2017 году. И хотя издательства стали плотнее работать с интернет-магазинами, но москвичи, тем не менее, продолжают тратить время на поездку в специализированный книжный магазин, и в 2022 году таких посетителей у книжников даже чуть больше (16,5%) чем в далеком 2017-м (15,9%).

Диаграмма 12.4.

Предпочтение offline формата покупки книги населением Москвы в 2017-2022 гг.

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



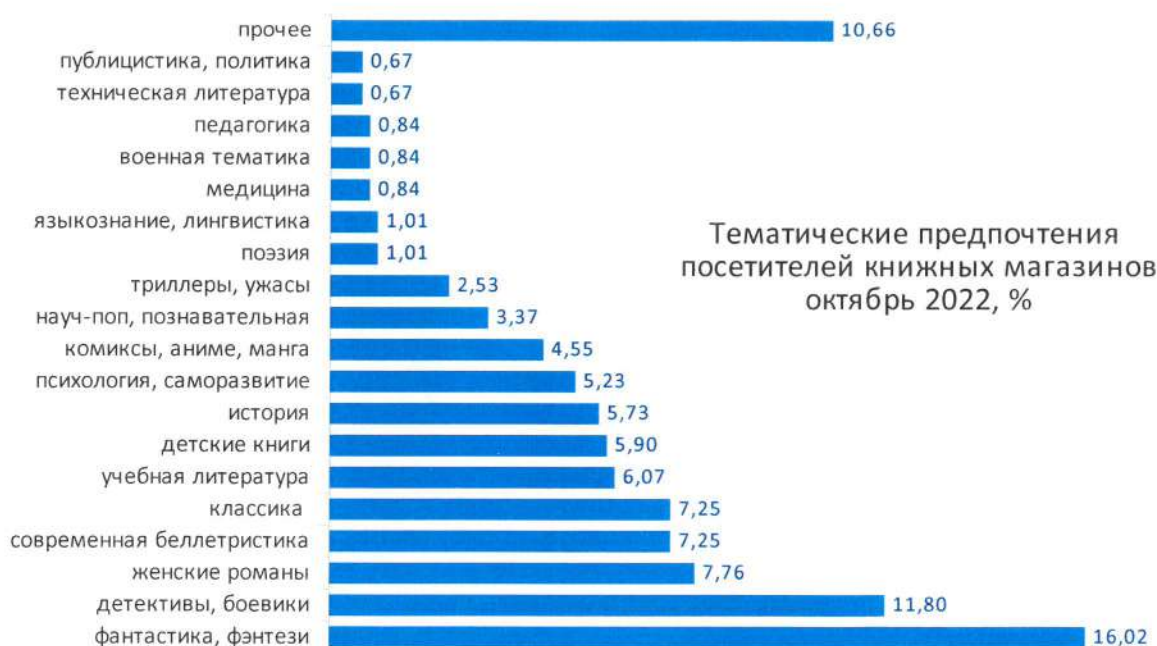
Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2017-2022 гг.), аналитика – Мониторинг

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 2022 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, 5-9 октября 2022 г.), аналитика – Мониторинг

Лидирующие позиции у книголюбов столицы занимает беллетристика, прежде всего в варианте массовых жанров – фантастика/фэнтези и детективы. Акцентом 2022 года стал повышенный интерес москвичей к женским романам и комиксам на фоне снижения желания приобретать триллеры/ужастики и бизнес-литературу. Кроме того, на протяжении последних пяти лет в числе книжных предпочтений москвичей

следует выделить устойчивый интерес к исторической документалистике и научно-популярным (познавательным) текстам.

Именно эти тематические группы могли бы стать базовым профилем при формировании ассортиментных карт для малых форматов книгораспространения (киосков/павильонов). Выбор фантастики, детской или учебной литературы в формате доступных изданий (300-500-1000 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 2021-2022 гг. и/или с низким уровнем территориальной доступности объектов книгораспространения (см. Приложение 1: слайд 1-10).

РКС подтверждает, в приведенном мониторинге не использовались материалы, созданные иностранными агентами.

Управляющий Вице-президент
Российского книжного союза

Л.Л. Палько



ПРИЛОЖЕНИЯ

Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 1



Адресные ориентиры: СВАО, Бескудниковский бульвар, д. 9

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги, пресса/

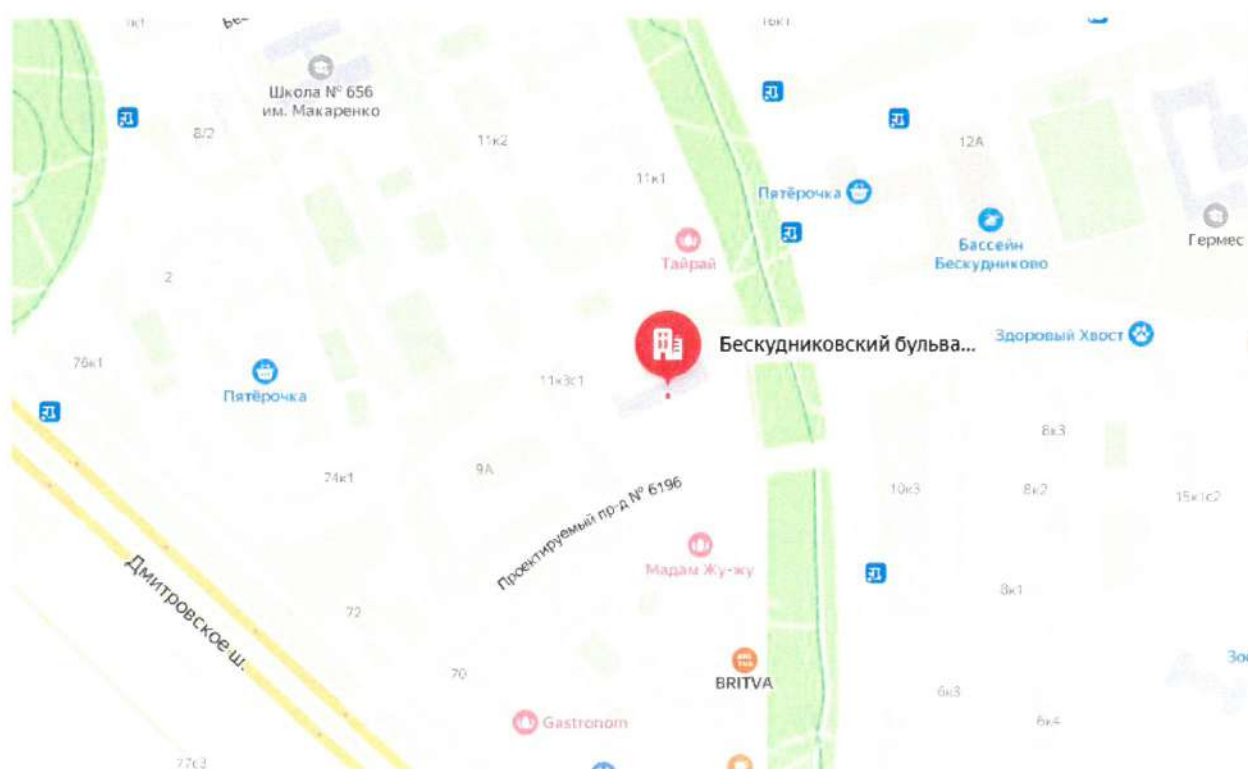
Описание места расположения:

Магазин «Зоотовары», универмаг «Пятерочка»

Проходимость: средняя

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: киоск «Пресса», а также в 2022 году по данному адресу закрыт Дом книги (ОЦ МДК)

Карта с указанием  предлагаемого места распространения книжной продукции



Приложение 1

Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 2



Адресные ориентиры: ЮАО,
Каширское шоссе, д. 88/66

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

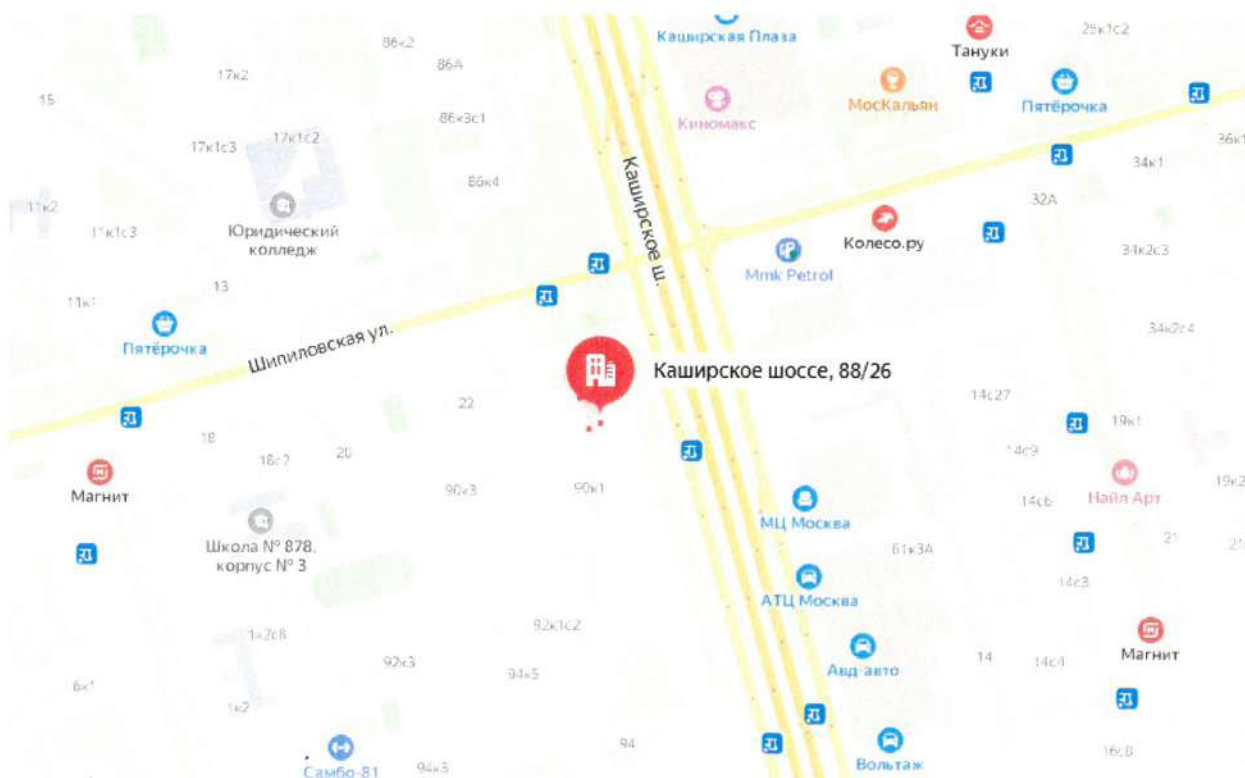
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения: ТРЦ
Каширская Плаза, остановка, МЦ
Москва, Юридический колледж

Проступодимость: средняя

**Расположение близлежащего объекта со
специализацией «Печать»:** в 2022 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,
Митинская ул., д. 48

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

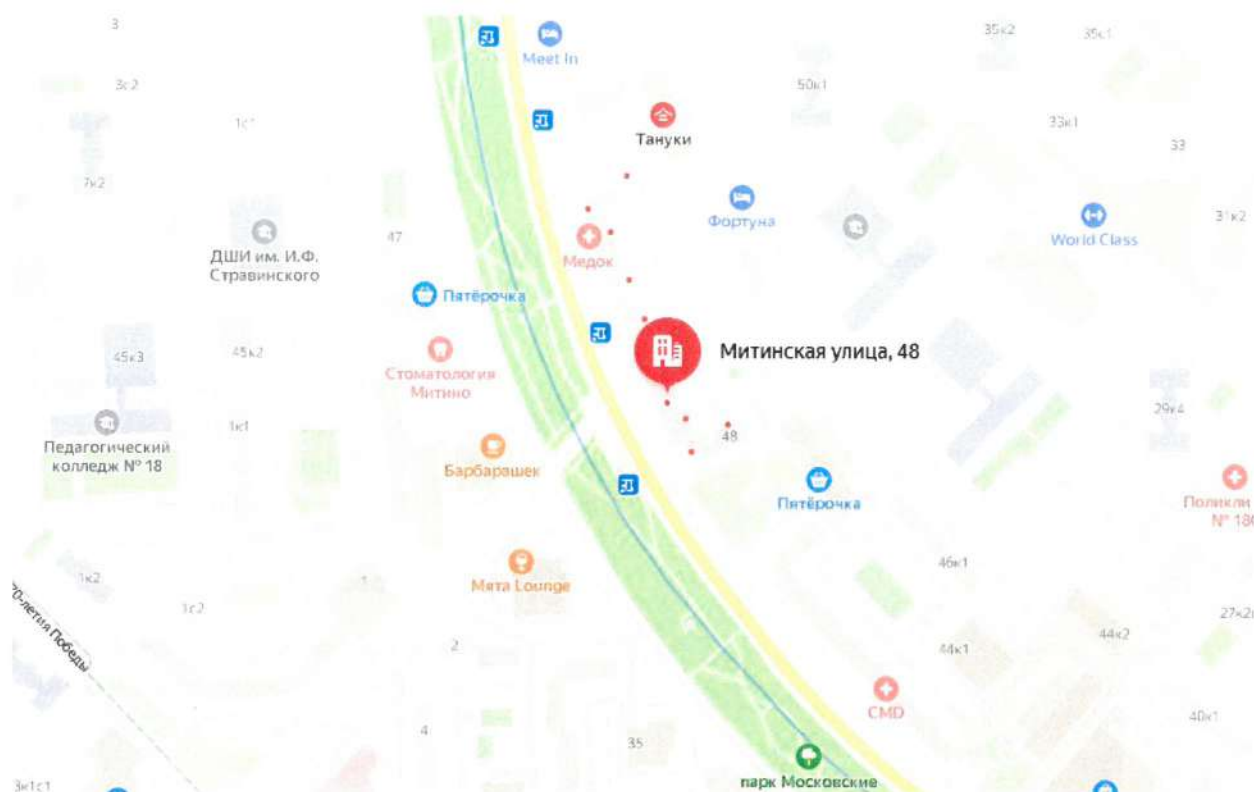
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:

Мята Lounge, кафе «Барбарашек»,
стоматология, магазин
«Пятерочка»

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** в 2022 году по данному
адресу закрыт магазин «Читай-
Город»



Приложение 1

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 4



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

Адресные ориентиры: СЗАО, Яна Райниса бульвар, д. 25

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

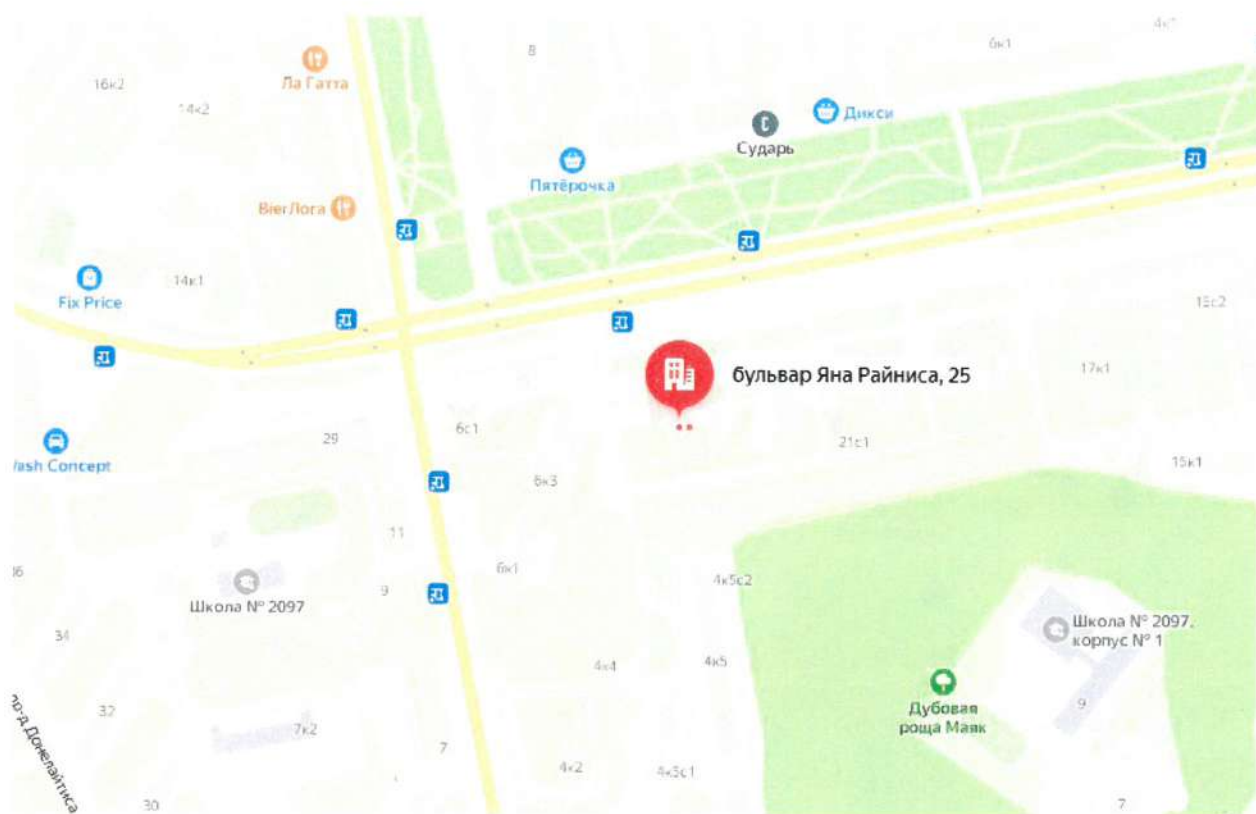
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения:

Кофейня, ателье, магазин «МясновЪ/Отдохни», остановка, аптека

Проходимость: высокая

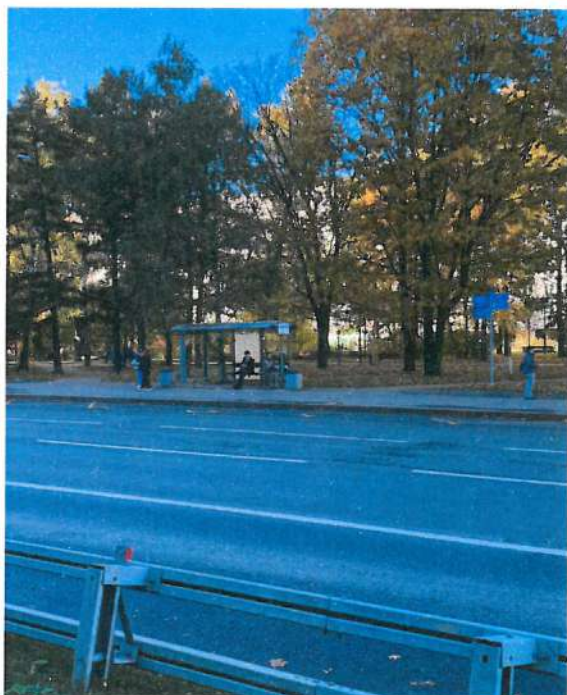
Расположение близлежащего **объекта со специализацией «Печать»:** в 2022 году по данному адресу (д. 21) закрыт Дом книги (ОЦ МДК)



Приложение 1

Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 5



Карта с указанием ● предлагаемого места распространения книжной продукции

Адресные ориентиры: СЗАО, Химкинский бульвар, вл. 7-23

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги, пресса/

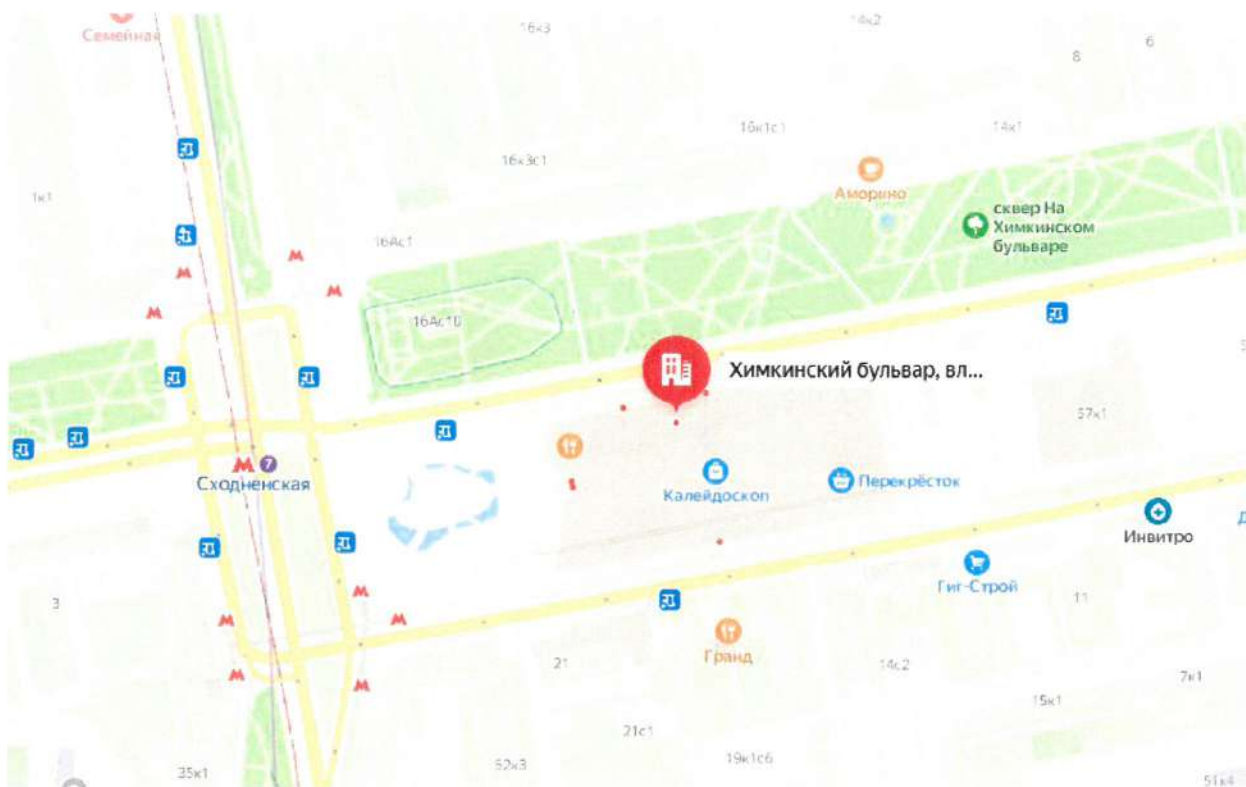
Описание места расположения:

ТРК «Калейдоскоп», Вкус Вил, Суши топ, магазин Цветы, Славянка, остановка

Проходимость: высокая

Расположение близлежащего объекта со специализацией

«Печать»: в ТРК «Калейдоскоп» расположен магазин «Гоголь-моголь» - магазин сети «Читай-город»



Приложение 1

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 6



Карта с указанием ● предлагаемого

Адресные ориентиры: CAO,
Ленинградское шоссе, д. 8 /
ул. З. и А. Космодемьянских

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги, пресса/

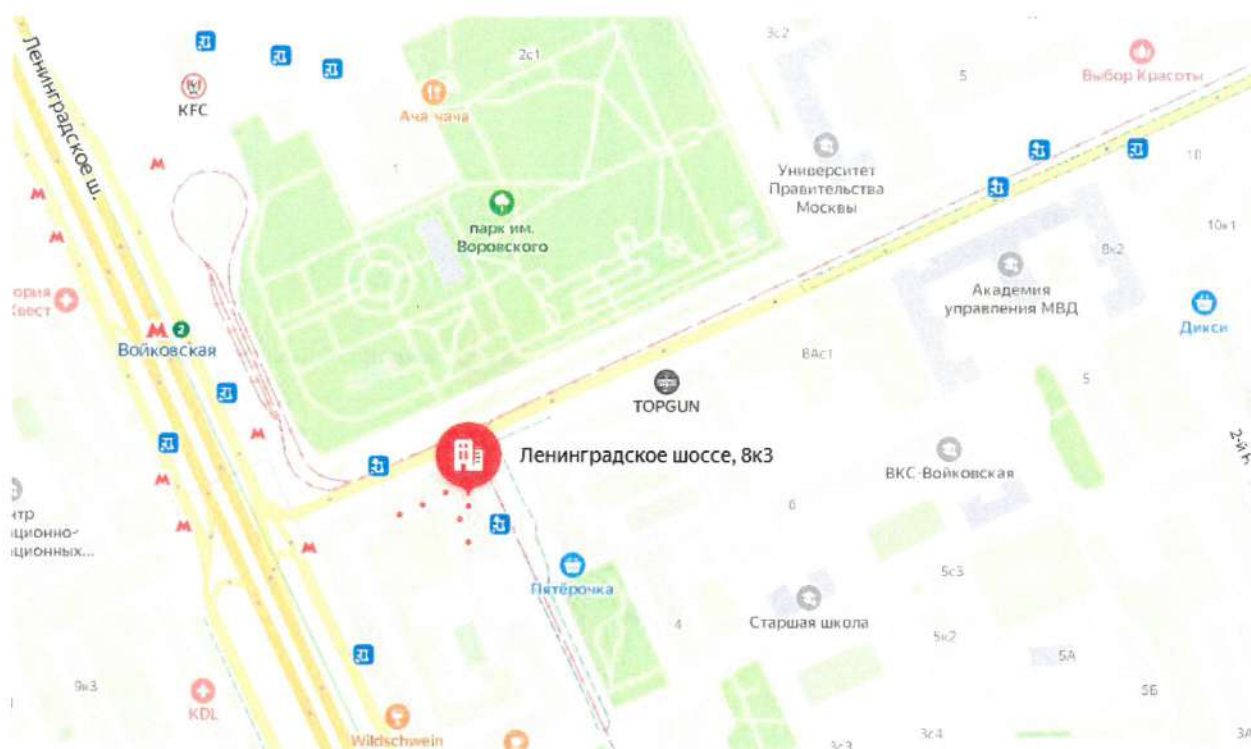
Описание места расположения:

вход в парк им. Воровского, ломбард,
магазин «Костромские продукты», ателье

Проходимость: высокая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: в 2022 году по данному адресу (ул. З. и А. Космодемьянских, 31) закрыт Дом книги (ОЦ МДК)

**места распространения
книжной продукции**



Приложение 1

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 7



Карта с указанием ● предлагаемого

Адресные ориентиры: ЮВАО, Юных Ленинцев ул., д. 52

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги, пресса/

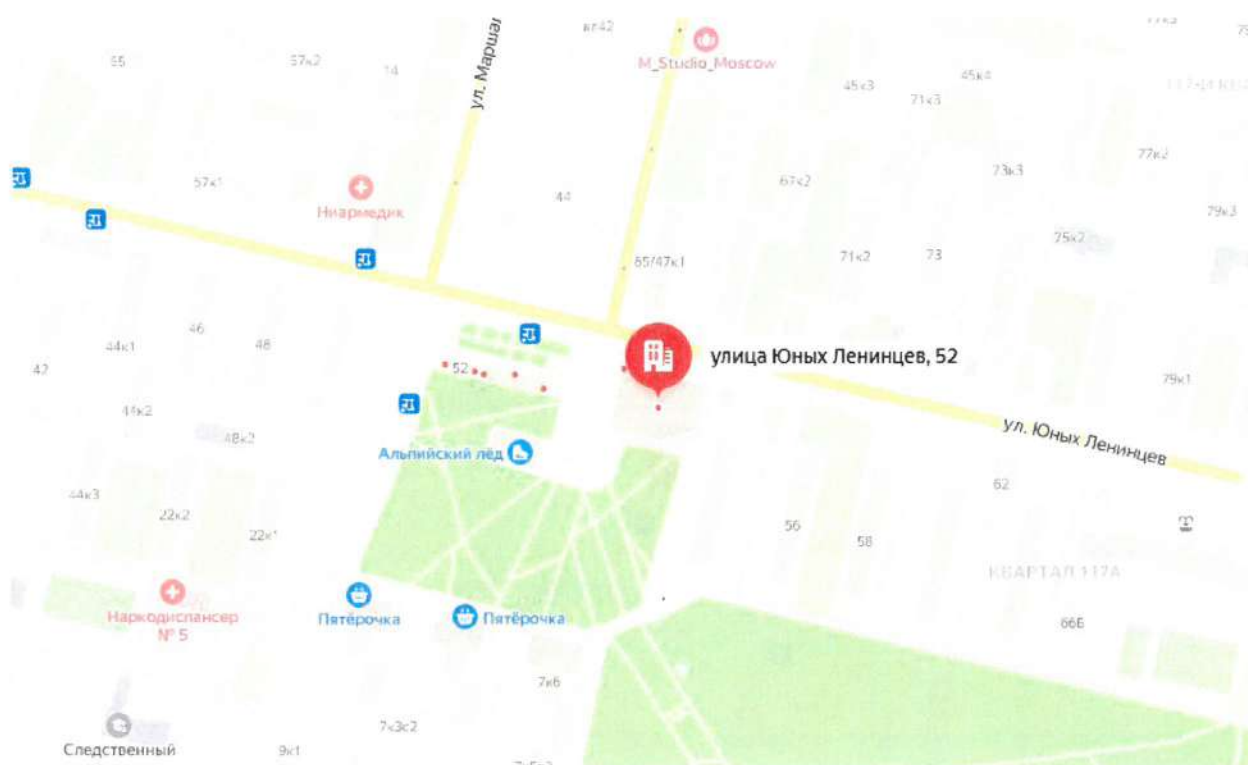
Описание места расположения:

РЦ Высота, супермаркет «Магнолия», табачная, ярмарка

Проходимость: высокая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: в РЦ «Высота» расположен открытый в 2022 году «Книжный Лабиринт»

**места распространения
книжной продукции**



Приложение 1

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 8



Адресные ориентиры: CAO,
Головинское шоссе, д. 4-8

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:

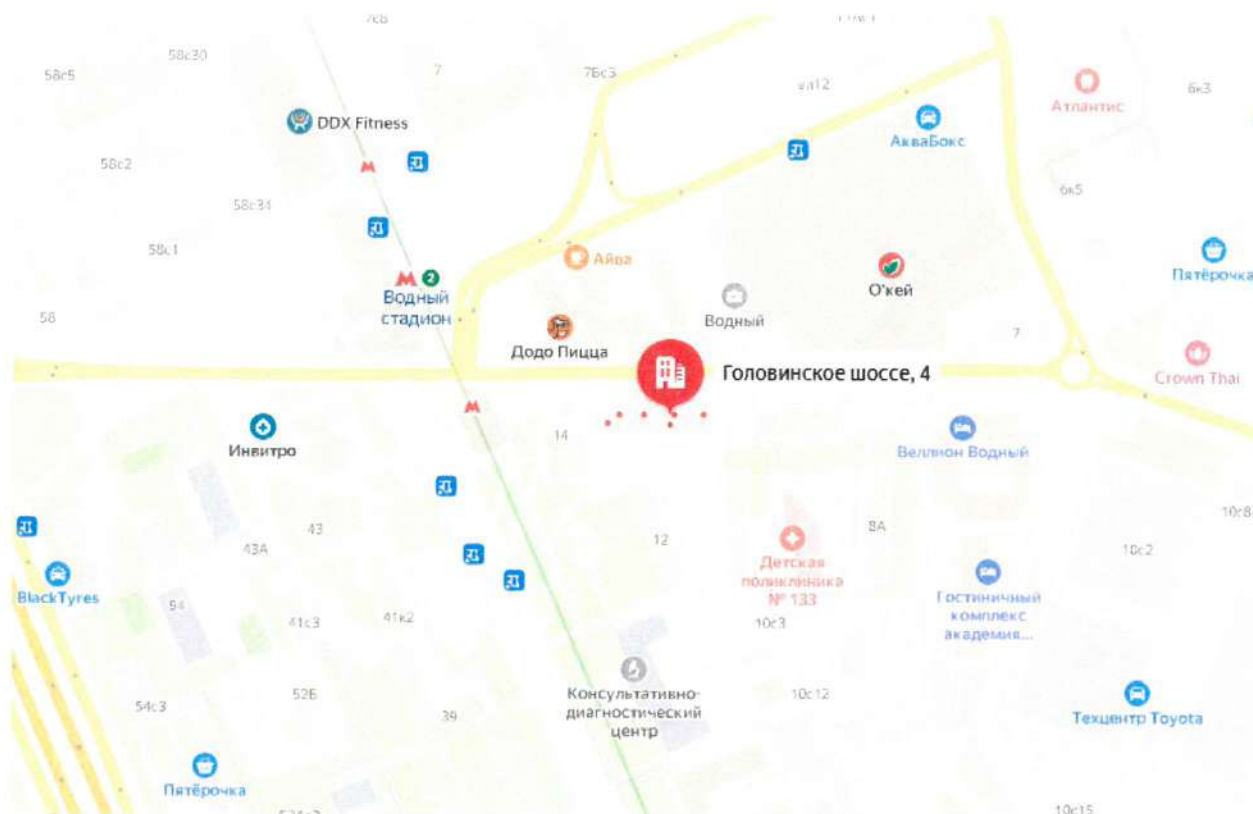
ТЦ «Водный», Салон красоты,
Рыболов, Додо Пицца, ателье,
аптека, Гемотест, Совкомбанк,
турагенство «coral travel», табак,
цветы, парикмахерская

Проходимость: высокая

Расположение близлежащего
объекта со **специализацией**

«Печать»: в 2022 в ТЦ «Водный»
магазин «Книжный Лабиринт»
заменил «Читай-Город»

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



Приложение 1

Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 9



Адресные ориентиры: ВАО,
улица Плющева, д. 18 корп. 2

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги

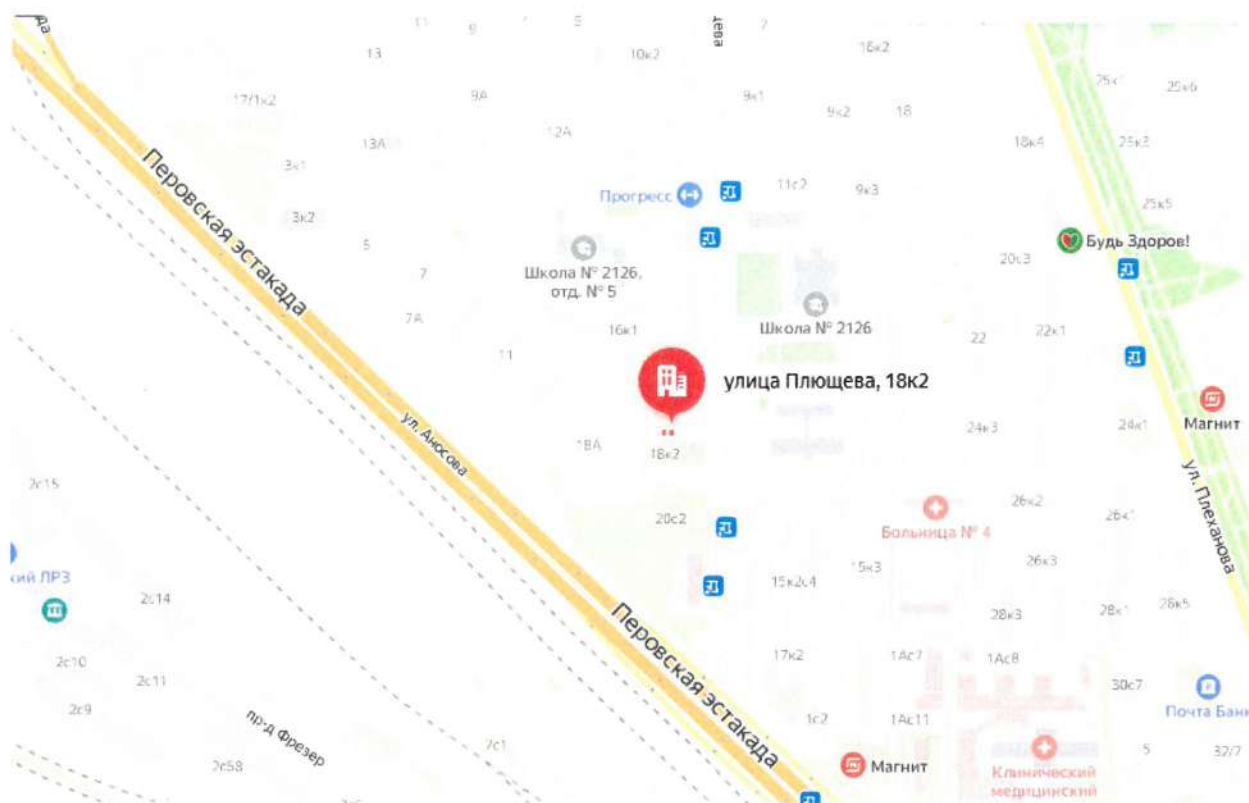
Описание места расположения:

ГБОУ Школа №2126 «Перово»,
магазины «Магнит-косметик» и
«Пятёрочка», аптека, ГБУ «Детско-
молодёжный центр «Перово»,
Библиотека №94

Проходимость: низкая

Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»: в 2022 году по данному
адресу закрыт Дом книги (ОЦ
МДК)

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



Приложение 1

Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 10



Адресные ориентиры: ВАО,
б-р Маршала Рокоссовского, д. 18

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:

Магазин «Хоз Мир», «Пятерочка»,
школа № 1360, школа № 1080

Проходимость: средняя

Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»: в 2022 году по данному
адресу закрыт Дом книги (ОЦ
МДК)

Карта с указанием ● предлагаемого
места распространения
книжной продукции

