



РОССИЙСКИЙ КНИЖНЫЙ СОЮЗ

Мониторинг состояния московского книжного рынка

МОСКВА – 2020

Аннотация

Настоящий Мониторинг выполнялся по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы города Москва (Приказ № 02-02-210/20 от 18.09.2020.) и ставил своей задачей подробный анализ уровня соответствия текущего книжного предложения структуре спроса и базовым потребностям читающих групп москвичей в целях роста конкурентоспособности книги в культурном и информационном пространстве Москвы, сохранения и поддержания книжных традиций мегаполиса.

В рамках мониторинга дана оценка текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив в Московском регионе, подробно рассмотрена динамика цен на книжные издания в 2018-2020 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя. Определены текущая инфраструктура, ценовая политика и базовые условия развития рынка электронных книг в Москве.

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

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

Настоящий Мониторинг построен на результатах инициативного опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в сентябре 2020 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 ноябре-декабре 2020 года.

Объем отчета о Мониторинге – 210 страниц (в т.ч. приложения);

включает 34 таблицы и 51 диаграмму.

Язык отчета – русский.

Оглавление

Аннотация	2
1. Мониторинг состояния и динамики изменения печатного и цифрового книгоиздания в Москве	11
1.1. Оценка текущей структуры и динамики изменения книжного выпуска в Москве по количественным и качественным параметрам	12
1.2. Анализ операторов книгоиздания в городе Москве	16
1.3. Основные тенденции в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2018-2020 гг. Динамика перераспределения издательских активов	21
1.4. Анализ цен на книжные издания в 2018-2020 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя	35
1.5. Анализ конкурентной среды книгоиздания в Москве и расчет рейтинга ведущих книгоиздательских компаний	44
1.6. Оценка маркетинговой активности издательств и работы с клиентом на московском книжном рынке	50
1.7. Рынок книжной аудио-продукции и электронных книг в городе Москве	58
1.7.1. Потребительский рынок цифровой дистрибуции (Trade Market/B2C)	58
1.7.1.1. Базовые условия развития рынка электронных книжных продуктов	65
1.7.1.2. Текущая инфраструктура	70
1.7.1.3. Ценовая политика (trade market) и маркетинговые инициативы	76
1.7.2. Рынок электронно-библиотечных систем (B2B)	78
1.8. Характеристика негативных и позитивных тенденций в развитии печатного и цифрового книгоиздания: Ключевые проблемы, вызванные COVID-кризисом, и меры государственной поддержки книжной отрасли.	85
1.9. Предложения по перспективам дальнейшего развития московского рынка печатного и цифрового книгоиздания	101

2. Мониторинг обеспеченности населения города Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий	107
2.1. Обзор текущего состояния и динамики изменений ритейл-карты административных округов города Москвы в разрезе различных каналов, форматов и форм книжного предложения жителям столичного региона	108
2.1.1. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины	
2.1.2. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины	
2.1.3. Ритейл-карта Москвы: FMCG-объекты и киосковые сети	
2.2. Анализ динамики доли/особенностей московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ	136
2.3. Мониторинг обеспеченности населения административных округов Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий с указанием доли различных форматов по состоянию на сентябрь 2020 года	147
2.3.1. Южный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.2. Северо-Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.3. Юго-Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.4. Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.5. Северный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.6. Северо-Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.7. Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.8. Центральный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.9. Зеленоградский Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.10. Троицкий и Новомосковский Административные Округа. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.11. Юго-Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	

2.4. Оценка востребованности основных форматов распространения книжной продукции в административных округах Москвы. Предложения по новым перспективным местам размещения книжных павильонов.	185
Приложение 1. Предложения по перспективным местам открытия книжных павильонов / нестационарных торговых объектов со специализацией «печать» (слайд 1-11)	199

Список диаграмм

Диаграмма 1.1. Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в январе-сентябре 2018-2020 гг., %

Диаграмма 1.2. Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I-III кв. 2018-2020 гг.

Диаграмма 1.3. Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в III квартале 2020 года (% к III кв. 2019)

Диаграмма 1.4. Динамика выпуска учебных и методических изданий для школ ведущими московскими издательствами в I-III кв. 2018-2020 гг.

Диаграмма 1.5. Средняя цена реализации учебного пособия для школ на общедоступном рынке в I полугодии 2015-2020 гг., руб.

Диаграмма 1.6. Детская книга: динамика (LFL) экземплярных продаж 15.08-15.10.2020 в книжных магазинах РФ, %

Диаграмма 1.7. Сезонная карта продаж детской книги: объем в натуральном выражении к предыдущему месяцу, % (offline)

Диаграмма 1.8. Структура выпуска книг и брошюр по целевому назначению в I-III кв. 2020 г. в Москве

Диаграмма 1.9. Средний чек покупателя (только книги) в июне-июле 2018-2020 гг., руб.

Диаграмма 1.10. Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2020 году

Диаграмма 1.11. Динамика цены реализованного издания в книжных магазинах в сравнении августа-сентября 2019/2020 гг.

Диаграмма 1.12. Средняя цена купленного издания в августе-сентябре 2020 г., руб.

Диаграмма 1.13. Доли ведущих издательств Москвы (ТОП-10) в суммарном выпуске книг и брошюр РФ в I-III кв. 2020 года

Диаграмма 1.14. Конкурентный ландшафт ТОП-10: Доли ключевых игроков (издательств) по суммарным продажам в обороте книжного рынка Москвы в I-III кв. 2018-2020 гг.

Диаграмма 1.15. Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств в Московском регионе в августе 2019-2020 гг.

Диаграмма 1.16. Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I-III кв. 2018-2020 гг.

Диаграмма 1.17. Динамика доли москвичей, скачивающих электронные книги (тексты) в интернете. 2013-2020 гг.

Диаграмма 1.18. Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2020 гг., млн руб.

Диаграмма 1.19. Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2013-2020 гг.

Диаграмма 1.20. Профиль интернет-пользователей Москвы

Диаграмма 1.21. ФОМ: Для чего вам нужен интернет

Диаграмма 1.22. Структура предпочтений устройств для чтения цифрового контента (книг) клиентов магазина ЛитРес в 2020 (2019) году

Диаграмма 1.23. Рост продаж в Московском регионе в разрезе укрупненных тематических групп книг на площадках ЛитРес в I полугодии 2020/2019 гг.

Диаграмма 2.1. Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на сентябрь 2016-2020 гг.

Диаграмма 2.2. Динамика суммарного числа физических книготорговых объектов в Москве в 2014-2020 гг.

Диаграмма 2.3. Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2020 г.

Диаграмма 2.4. География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2017-2020 гг.

Диаграмма 2.5. Доля книг в торговом предложении книжных магазинов Москвы в III кв. 2017-2020 гг. (средневзвешенный показатель, %)

Диаграмма 2.6. Распределение суммарной книжной выкладки (кв. м) книжных магазинов по административным округам Москвы в сентябре 2020 г.

Диаграмма 2.7. Динамика продаж книжных интернет-магазинов зарегистрированным в Москве клиентам в январе-августе 2020 года (LFL 2019, %)

Диаграмма 2.8. Доля укрупненных тематических групп книжного ассортимента в обороте интернет-канала в III кв. 2017-2020 гг., %

Диаграмма 2.9. География распределения по административным округам Москвы отделений почтовой связи /ПВЗ интернет-магазинов с книжной выкладкой в 2020 году (доля объектов, %)

Диаграмма 2.10. Структура оборота категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на август 2020 г. (доля тематики, %)

Диаграмма 2.11. География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2020 г.

Диаграмма 2.12. География распределения объектов НТО «Печать» (вид «киоск») по административным округам Москвы в 2020 году, %

Диаграмма 2.13. Потери в обороте книжного рынка Москвы, млн рублей

Диаграмма 2.14. Динамика рублевых продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в книжных магазинах Москвы в I и III кварталах 2020 г. (LFL к 2019)

Диаграмма 2.15. Средний чек офлайн книжной розницы Москвы в III кв. 2017-2020 гг.

Диаграмма 2.16. Динамика трафика (LFL) книжной оффлайн розницы Москвы в марте/августе 2016-2020 гг.

Диаграмма 2.17. Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2013-2020 гг.

Диаграмма 2.18. Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2013-2020 гг.

Диаграмма 2.19. Средняя цена реализованного на территории Москвы книжного издания в I полугодии 2013-2020 гг.

Диаграмма 2.20. Частота покупки книг населением Москвы в 2017-2020 гг.

Диаграмма 2.21. Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2014-2020 гг.

Диаграмма 2.22. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы по состоянию на сентябрь 2020 г.

Диаграмма 2.23. Уровень интереса москвичей к покупкам печатных книг в интернет-магазинах в 2019-2020 гг. в разрезе АО Москвы

Диаграмма 2.24. Коэффициент обеспеченности населения объектами книгораспространения в разрезе АО Москвы в 2019 году

Диаграмма 2.25. Предпочтение offline формата покупки книги населением Москвы в 2014-2020 гг.

Диаграмма 2.26. Структура жанровых предпочтений москвичей в 2020 году

Диаграмма 2.27. Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2019-2020 гг.

Диаграмма 2.28. Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2020 году

Список таблиц

Таблица 1.1. Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I-III кв. 2020 года

Таблица 1.2. Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I-III кв. 2020 года

Таблица 1.3. Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I-III кв. 2020 года

Таблица 1.4. Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I-III кв. 2018-2020 гг.

Таблица 1.5. Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I-III квартал 2018-2020 гг.

Таблица 1.6. Детская книга: Бестселлеры в январе-сентябре 2020 года (экз. продажи / московская книжная розница)

Таблица 1.7. Художественная литература для взрослых: Бестселлеры в январе-сентябре 2020 года (экз. продажи / московская книжная розница)

Таблица 1.8. Прикладная литература (нон-фикшн): Бестселлеры в январе-сентябре 2020 года (экз. продажи / московская книжная розница)

Таблица 1.9. Разброс цен по топовым позициям книжного ассортимента: сентябрь 2020 г., руб.

Таблица 1.10. Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2018-2020 гг.

Таблица 1.11. ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I-III кв. 2020 года

Таблица 1.12. Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в августе 2013-2020 гг.

Таблица 2.1. ТОП-10 книготорговых объектов Москвы по обороту книжных продаж в натуральном и денежном выражении

Таблица 2.2. Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.3. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Южного АО Москвы

Таблица 2.4. Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.5. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северо-Западного АО Москвы

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Таблица 2.20. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Троицкого и Новомосковского АО Москвы

Таблица 2.21. Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.22. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Юго-Восточного АО Москвы

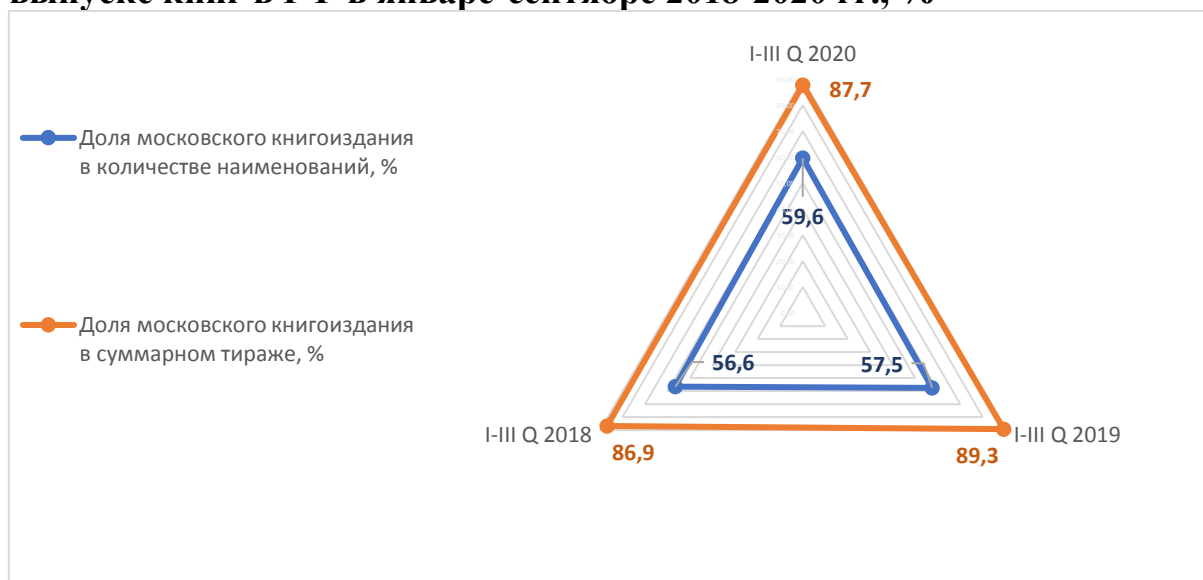
**Мониторинг состояния и динамики изменения печатного и
цифрового книгоиздания в городе Москве**

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

Согласно данным государственной статистики в 2020 году Москва остается центром книгоиздания Российской Федерации. Несмотря на сложности, вызванные распространением коронавирусной инфекции, за I-III квартал 2020 года здесь вышли в свет 59,6% наименований (SKU) книг суммарного выпуска России. Фактически неизменной (87,7%) осталась и доля московских импринтов в суммарном тираже, что во многом объясняется размещением в столице ведущих российских издательских структур, ориентированных на выпуск массовой книжной продукции и учебных изданий для общеобразовательной школы.

Диаграмма 1.1.

Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в январе-сентябре 2018-2020 гг., %



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

В 2020 году суммарный выпуск в столице сократился на 13,3% по количеству наименований и на 21,7% по суммарному тиражу в сравнении с девятью месяцами 2019 года, что, тем не менее, позволило Москве сохранить

свое долевое участие в также снижающемся суммарном книжном выпуске РФ и по количеству наименований, и (уже традиционно) в тиражном массиве. Ведь по итогам I-III квартала 2020 года Книжная Палата отчиталась о снижении инвестиционной активности в российском книгоиздании в целом: общее число вышедших наименований сократилось на 16,35% параллельно со снижением среднего тиража издания (-4,79%). Впрочем, в Москве сокращение среднего тиража изданий более выражено – с 6034 (2019) до 5450 (2020), т.е. фактически на 9,7%. В наибольшей степени экзemplярность падает за счет новинок (-700 шт. в среднем тираже или -14.4%), в то время как средний тираж переизданий и допечаток московских импринтов сократился в сравнении девяти месяцев 2019/2020 гг. лишь на 5,1%. Аналогичная ситуация наблюдается и в разрезе «наименований»: число новинок сократилось на 14%, переизданий – только на 8.7% к 2019 году. Иными словами, в 2020-м столичное книгоиздание сокращается главным образом за счет новых оригинальных книг, предпочитая тиражировать лонгселлеры¹.

Леонид Шкурович, ИГ «Азбука-Аттикус»:

В структуре спроса произошло значительное расслоение: усилились продажи книг-лидеров и ощутимо замедлились аутсайдеры, наметилось снижение интереса к новинкам. Не вызывает сомнений, что всё это – следствия увеличения доли онлайн-канала, в котором покупатель, как правило, останавливает свой выбор на том, что хорошо знает, а если и отваживается приобрести незнакомую книгу, то исключительно ту, которая находится во главе рейтинга и собрала десятки релевантных отзывов. В такой ситуации новинки или книги с нестандартным позиционированием почти обречены. В онлайн-канале продается более консервативный ассортимент и гораздо уже простор для продуктовых экспериментов, которые в большинстве случаев остаются неоцененными несмотря на усилия по совершенствованию описания и представлению онлайн. Нам бы не хотелось заикливаться только на тиражировании лонгселлеров, которым повезло когда-то раньше набрать

¹ книги, которые длительное время хорошо продаются на книжном рынке

достаточный рейтинг и информационный вес, хотя это и выглядит наиболее беспроигрышной тактикой в текущей ситуации.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2020

Таблица 1.1.

Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I-III кв. 2020 года

	Число изданий, печ. ед.	В %% к I-IIIQ 2019 г.	Общий тираж, тыс экз.	В %% к I-IIIQ 2019 г.	В %% к числу книг и брошюр	В %% к тиражу
Всего	41154	-13.33	224273.8	-21.73		
Тиражом до 500 экз.	9758	-14.47	2414.07	-14.67	23.71	1.08
Тиражом до 1000 экз.	3738	-8.16	3518.66	-9.06	9.08	1.57
Тиражом до 5000 экз.	17732	-13.79	55237.90	-14.49	43.09	24.63
Тиражом до 10000 экз.	4222	-21.67	34134.51	-23.24	10.26	15.22
Тиражом до 50000 экз.	2879	-24.89	63749.62	-26.82	7.00	28.42
Тиражом до 100000 экз.	270	-15.89	19491.72	-17.56	0.66	8.69
Тиражом свыше 100 тыс экз.	218	-17.74	45739.38	-23.78	0.53	20.39
Без указания тиража	2337	43.46	0	0.00	5.68	0.00

Источник: Российская Книжная палата

В 2020 году столичный книжный выпуск заметно сокращается по всем тиражным группам книжных изданий. Самые большие цифры потерь – по книгам, тиражируемым в диапазоне от 10000 до 50000 экземпляров: -24,9% по количеству наименований и -26,7% по суммарному тиражу. В наименьшей степени сокращение коснулось группы малотиражных изданий (от 500 до 1000 экземпляров) – минус 8,16% по наименованиям и минус 9,1% по суммарному тиражу. При этом структура книжного выпуска по тиражным группам осталась практически неизменной: как и в 2019-м, столичные издатели в текущем году в основном инвестируют в производство книг с тиражом от 5000 до 10000 экземпляров (43% выпуска).

Если говорить об издательских приоритетах, то в отличие от тенденции трех предыдущих лет в 2020 году столичные издатели теряют интерес к выпуску переводных проектов, что выглядит вполне оправданным в условиях серьезного ослабления национальной валюты. Инвестиции сокращаются

(-13,2% SKU), и как результат, объемная доля лицензионных продуктов в выпуске снижается на 1 п.п. Кроме того, предприятия Москвы предпочитают сегодня инвестировать в сериальные издания, которые проще выводить на рынок: объемная доля серий выросла на 3 п.п. в выпуске 2020 года.

Таблица 1.2.

Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I-III кв. 2020 года

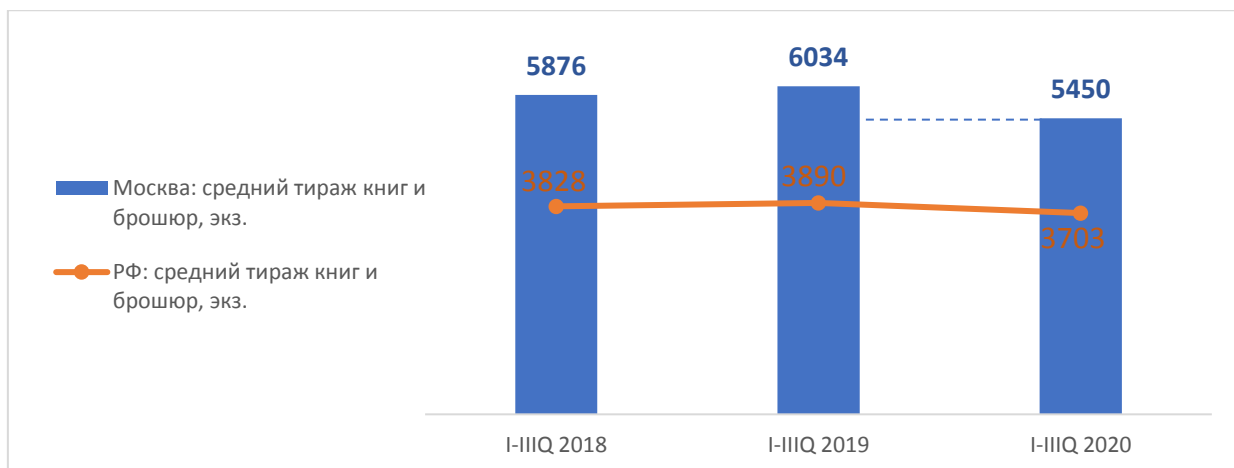
	Число изданий, печ. ед.	В %% к I-III Q 2019 г.	Общий тираж, тыс экз.	В %% к I-III Q 2019 г.	В %% к числу книг и брошюр	В %% к тиражу
Всего	41154	-13.33	224273.84	-21.73		
Книги	34580	-12.53	171484.81	-22.74	84.03	76.46
Брошюры	6574	-17.33	52789.03	-18.28	15.97	23.54
В обложке	23438	-14.30	158553.72	-21.86	56.95	70.70
В переплете	17716	-12.02	65720.12	-21.41	43.05	29.30
Новые издания	33634	-14.31	132938.29	-26.61	81.73	59.27
Переиздания	7520	-8.68	91335.56	-13.34	18.27	40.73
Сериальные издания	27313	-10.63	195311.27	-19.10	66.37	87.09
Переводные издания	8875	-13.22	39895.47	-15.22	21.57	17.79

Источник: Российская Книжная палата

Средний тираж книг и брошюр с московским импринтом в январе-сентябре 2020 года составил 5450 экземпляров при среднеотраслевом показателе в 3703 экземпляра. Таким образом в сравнении с девятью месяцами 2019 года средний тираж столичных изданий сократился фактически на 9.7%, что заметно ощутимее снижения среднеотраслевого тиража в РФ (-4,8%). Причем, в Москве в наибольшей степени снизился тираж полноценных книг (с 5614 до 4959 экземпляров), в отличие от экзemplярности брошюр (-1,1% к I-III Q 2019).

Диаграмма 1.2.

Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I-III кв. 2018-2020 гг.



Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

1.2. Анализ операторов книгоиздания в городе Москве

По данным Книжной палаты всего в Москве в I полугодии 2020 года вели издательскую деятельность 1239 издательств и издательских групп. За последующие три восстановительных после карантина месяца (июль-сентябрь) свои книги представили читателям еще 520 издательств. Так что, можно говорить о 1578 издательских компаниях, осуществляющих свою деятельность в январе-сентябре 2020 года в Московском регионе (LFL в 2019 – 1759; в 2018 – 1792). Несмотря на значимое (-10,3%) сокращение количественного состава, структура столичного книгоиздания сохраняет свои контуры, где доля издательств, выпускающих хотя бы 1 книгу в неделю, не превышает 10%, а доля маломощных издательских команд (1-3 книги за 6 месяцев) остается неизменной на уровне 45-50%. И по-прежнему состав аутсайдеров издательского бизнеса невероятно подвижен. В 2020 году здесь представлены и нарастившие выпуск издатели эзотерической направленности («Мир Софии»), и издательства, зарекомендовавшие себя в гуманитарной области («Акрополь») или в выпуске книг для детей («Примула»), и прежде известные импринты, испытывающие в настоящий момент проблемы по ряду причин, но всё же сохранившие в 2020-м объем выпуска на уровне 2018-2019 гг. (издательства «Спорт», «Карпуз»), и конечно же малые предприятия,

которые традиционно из года в год «пробуют» себя в издательском бизнесе или заняты спонсорскими печатными проектами. Пусть и в меньшем объеме, но тем не менее, изданием книг в Москве в 2020 году продолжают заниматься издательские подразделения книготорговых предприятий (ИД «Библио-Глобус») и крупных медиа компаний («Bauer Media Group»).

При этом число по-настоящему крупных издательств (от 500 наименований книг в годовом исчислении) в январе-сентябре 2020 не дотягивает до прошлогоднего результата – всего 17 компаний (в I-III кв. 2019 – 20 компаний, в I-III кв. 2018 – 22 компании).

Сказался ли кризис каналов продаж в период распространения коронавирусной инфекции на производственной составляющей книгоиздания Москвы? Конечно. Однако, еще в июне 2020 года более 90% крупных и средних издательств заявляли о своей готовности сохранить планы выпуска, просто отложив производство тех или иных наименований на II полугодие.

Леонид Пастернак, издательство «Время»:

Мы полностью перешли на удаленную работу, что потребовало серьезных организационных усилий. Не все получается так, как при обычном режиме, но редакционный штат работает даже более эффективно, тогда как в других отделах есть сбои. Кадровых потерь нет.

«Книжная Индустрия», май-июнь 2020

Но по итогам трех кварталов 2020 года выяснилось, что все лидеры коммерческого книгоиздания, исключая издательства «Альпина», «Проспект», «Симбат», «Академия ИЦ» и «РИПОЛ Классик», сокращают выпуск на фоне I-III кв. 2019 года либо по количеству наименований, либо по суммарному тиражу, либо одновременно по двум этим показателям. Наиболее весомым снижением отличились издательства «Вече» (-41,5% по числу

наименований и -52,4% по суммарному тиражу), «Центрполиграф» (-30,3% и -37,9%) и «Клевер Медиа Групп» (-46,6% по числу наименований и -39,2% по суммарному тиражу к итогам I-III кв. 2019 года).

Выявить какие-либо закономерности в этом снижении инвестиций достаточно сложно. Так, ИГ «Азбука-Аттикус», не получившая никакой поддержки от государства, тем не менее сократила объем выпуска примерно в той же динамике, что и признанное системообразующим и одним из первых (еще в июне) получившее льготные кредиты издательство «Эксмо», т.е. примерно минус 14-18% по наименованиям и минус 22-23% по тиражу. Группа «РИПОЛ», в состав которой входит предприятие оперативной полиграфии Т8, максимально много работает с бэк-листом, наращивая в 2020-м выпуск малотиражных наименований на невероятные 190% (в сравнении с I-III кв. 2019 года). Растет выпуск и у «Альпины» благодаря традиционной для этого издательства связи с интернет-магазинами и в целом активному присутствию в онлайн-пространстве. Но при этом серьезно сокращает выпуск учебных пособий для школьников один из лидеров российского книгоиздания – издательство «Экзамен», а многие известные издательства Москвы (такие как «Академкнига/Учебник», «МЦНМО», «Абрис Олма») и вовсе покинули ТОП-50 столичного книгоиздания по объему выпуска в 2020 году.

Таблица 1.3.

Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I-III кв. 2020 года

Издательство (импринт)	Число книг и брошюр, печ. ед.	Общий тираж, тыс экз.	В %% к I-IIIQ 2019 г.	
			по числу книг	по тиражу
Эксмо	5591	26371.0	-18.55	-21.70
АСТ	5205	23463.9	-14.43	-18.81
Просвещение ИГ	3071	61901.9	-9.03	-14.98
РИПОЛ классик ИГ	1694	1182.1	+189.57	+8.45
СИМБАТ	1236	8620.0	+32.48	+11.51
Дрофа	1094	12410.0	11.98	-6.91
Бином. Лаборатория знаний	923	6556.0	21.77	-48.56

Азбука-Аттикус ИГ	884	5096.7	-14.09	-23.39
Вентана-Граф	812	9275.8	23.40	-2.79
Экзамен	603	8902.0	-31.24	-27.96
Росмэн	572	3893.5	-36.87	11.91
Манн, Иванов и Фербер	549	2228.2	-3.17	-23.03
Перспектив	446	1155.2	47.19	4.79
ИНФРА-М	415	87.1	-35.36	-23.85
ИД Лев	407	7009.0	-6.65	16.06
Клевер-Медиа-Групп	322	1528.2	-46.60	-39.16
ГЭОТАР-Медиа	321	279.9	-9.07	-6.74
Мозаика-Синтез	321	4588.5	-2.43	10.12
Вече	304	391.6	-41.54	-52.44
Стрекоза-Пресс	290	1927.5	-24.87	-55.81
Фламинго	277	5622.3	-15.81	-26.05
Русское слово	276	3395.5	-13.48	-7.67
ИЦ Академия	274	610.2	+5.38	+5.49
Центрполиграф	265	1089.2	-30.26	-37.94
АЛПИНА Паблшер ИГ	234	733.4	+5.41	+10.79

Источник: Российская книжная палата, данные издательств

В мае-июне издатели в оперативном режиме тестируют различные варианты коррекции редакционных планов в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

Рамиль Фасхутдинов, «Эксмо: Бомбора»:

Сейчас возникает вопрос: как выпускать новинки, какие критерии для отбора использовать? Мы ввели правило «миллиона охватов». Если у книги нет такого охвата через пиар, через блогера или в других публикациях, то мы новинку не будем выпускать, иначе за ней в интернет-магазин никто не придет.

Кроме того, мы часто права покупаем, потом долго переводим, что-то создаем, а про покупку некоторых книг вообще забываем и только через три года издаем. Это колоссальные потери, поэтому мы сейчас для себя ввели показатель «срок оборачиваемости авторских прав с момента покупки до выхода книги». Его хитрость в том, что не нужны дополнительные вложения. Если вы научились издавать книгу на месяц быстрее, чем вы сейчас это делаете, то автоматически даете 5-10% роста компании без вложений, просто вы делаете больше книг за то же самое время.

Сергей Макаренков, «РИПОЛ Классик»:

На сегодняшний день очень важно не бросаться на бестселлеры, а спокойно работать со своим бэк-листом, который уже оплачен и может быть снова введен в оборот. Издатели должны очень внимательно пересмотреть свои портфели, понять, каких ассортиментных позиций у них не хватает, и допечатать их небольшими объемами, которые позволили бы их реализовать в течение довольно быстрого времени.

Что касается Т8, то мы работаем на уровне прошлого года. Май, конечно, был провальный с точки зрения страхов, но сегодня загрузка типографии очень хорошая, и мы надеемся, что являемся тем островком, который помогает издателям поддерживать свой ассортимент в очень хорошей оборачиваемости. Я сказал бы, что сейчас растут заказы по логистической печати, по управлению хвостами издательств, которые перешли на наше обслуживание, когда Т8 обеспечивает небольшое присутствие товарного запаса (от 10 экз.) на рынке по каждой из позиций с допечаткой после его продажи. За последние пару месяцев мы наблюдаем рост на уровне в 100-150% .

«Книжная Индустрия», май-июнь 2020

И после кратковременного улучшения в 2019 году, ситуация со средним тиражом в 2020-м вновь выглядит пессимистично: только треть издательств из ТОП-30 увеличили (и в ряде случаев значительно) прошлогодний уровень среднего тиража. К сожалению, второй год подряд ведущие издатели учебной литературы («Бином», «Просвещение», «Вентана-Граф») снижают средние тиражи своих изданий. Отрицательная динамика характерна и для лидера российского книгоиздания – холдинга «Эксмо-АСТ» (-4,6% к I-III кв. 2019).

Таблица 1.4.

Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I-III кв. 2018-2020 гг.

	I-III Q 2018	I-III Q 2019	I-III Q 2020	2020 в % к 2019	2020 в % к 2018 справочно
Азбука-Аттикус ИГ	5898	6465	5765	-10.83	-2.26
Айрис-Пресс	7748	11052	7821	-29.23	0.94

АЛЬПИНА Пабlishер ИГ	3174	2982	3134	5.10	-1.26
АСТ	4669	4751	4508	-5.11	-3.45
Бином. Лаборатория знаний	20979	16813	7103	-57.75	-66.14
ВАКО	14598	35598	16610	-53.34	13.78
Вентана-Граф	15410	14502	11423	-21.23	-25.87
Вече	1619	1583	1288	-18.64	-20.44
ГЭОТАР-Медиа	893	850	872	2.59	-2.35
Дрофа	12413	13645	11344	-16.86	-8.61
ИД Лев	12968	13851	17221	24.33	32.80
Альфа-книга	3601	3269	2901	-11.26	-19.44
ИНФРА-М	209	178	210	17.98	0.48
ИЦ Академия	2187	2225	2227	0.09	1.83
Клевер-Медиа-Групп	4485	4166	4746	13.92	5.82
Лабиринт Пресс	9862	12431	8846	-28.84	-10.30
Манн, Иванов и Фербер	5674	5106	4059	-20.51	-28.46
Мозаика-Синтез	17875	12666	14294	12.85	-20.03
Просвещение ИГ	27474	21565	20157	-6.53	-26.63
Проспект	3172	3638	2590	-28.81	-18.35
РИПОЛ классик ИГ	2140	1863	698	-62.53	-67.38
Росмэн	2306	3840	6807	77.27	195.19
Русское слово	13597	11529	12303	6.71	-9.52
СИМБАТ	6373	8285	6974	-15.82	9.43
Стрекоза-Пресс	7445	11300	6647	-41.18	-10.72
Фламинго	24042	23110	20297	-12.17	-15.58
Центрполиграф	4123	4618	4110	-11.00	-0.32
Экзамен	13709	14089	14763	4.78	7.69
Эксмо	5060	4907	4717	-3.87	-6.78

Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

1.3. Основные тенденции в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2018-2020 гг. Динамика перераспределения издательских активов

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

По данным Книжной палаты, в первые 9 месяцев 2020 года заметное снижение издательских инвестиций зафиксировано в сегменте общественно-политической и социально-экономической литературы. На фоне аналогичного периода 2019 года потери составили 1538 наименований или 5,57 млн экземпляров. Серьезно по количеству проектов сокращен и выпуск детской литературы (-1123 наименований или 10,1 млн экземпляров) за I-III квартал 2020 года. И, наоборот, книги по вопросам медицины, ЗОЖ и спорта, приросли в объеме выпуска на 40 наименований, впрочем потеряв при этом в тираже 1.2 млн экземпляров. Наименьшие потери в 2020 году отмечаются Книжной палатой в небольшом по объему блоке сельскохозяйственной литературы: и по количеству наименований (-47 SKU), и по суммарному тиражу (-110 тыс экземпляров).

Таблица 1.5.

Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I-III квартал 2018-2020 гг.

	Доля раздела в общем количестве наименований книг и брошюр, %			Доля раздела в суммарном тираже изданий, %		
	I-III квартал			I-III квартал		
	2020	2019	2018	2020	2019	2018
Политическая и социально-экономическая литература	19.22	19.89	19.35	7.37	7.71	7.37
Естественнонаучная литература	2.87	3.26	3.93	0.46	0.51	0.51
Техническая литература	3.86	4.66	6.28	0.84	0.95	0.86
Сельскохозяйственная литература	0.89	0.87	1.16	0.27	0.25	0.86
Медицинская и спортивная литература	5.08	4.32	4.21	2.01	2.00	2.04
Литература по образованию, культуре и сми	24.54	23.76	21.55	54.43	54.96	51.87
Художественная литература	19.73	18.94	19.72	10.49	10.78	11.74
Детская литература	18.47	18.37	19.00	22.62	21.23	23.53
Прочее	5.34	5.92	4.80	1.49	1.60	1.21

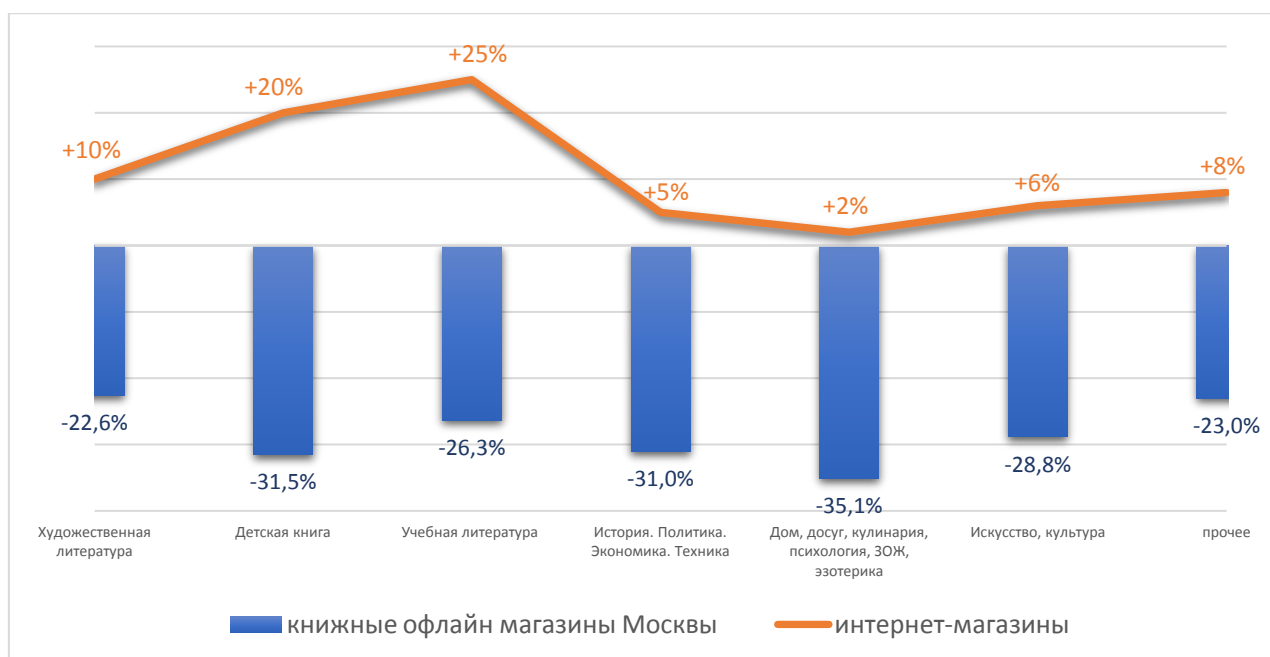
Источник: данные – Российская книжная палата (РКП), аналитика – Мониторинг

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

Произошла ли какая-либо коррекция читательских предпочтений? Нет. Издатели говорят о сохранении и в период карантина, и в летние месяцы 2020 года востребованности традиционных бестселлеров своих каталогов. Для «Эксмо» - это прежде всего франшиза «Гравити Фолз» и знаменитые «НИ СЫ» и «НЕ НОЙ» Дж. Синсеро; для «АСТ» – экранизированная «Зулейха» Г. Яхиной и культовая «Мятная сказка» А. Полярного. ИГ «Азбука-Аттикус» отмечает спрос на взрослую художественную и детскую литературу, что естественно для владельца прав на книги Нёсбе, Гранже и Роулинг. «Альпина» говорит о востребованности прежде всего книг по психологии, и в частности Мэнсона, «Мозаика-Синтез» – о комплектах «Школы Семи Гномов» и пособий программы для ДООУ «От рождения до школы», а «Вече» – о книгах серий «100 великих», «Сталиниана» и «Сибириада».

Диаграмма 1.3.

Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в III квартале 2020 года (% к III кв. 2019)



В пост-карантинный период в офлайн книготорговле быстрее всего восстанавливается спрос на художественную литературу, в то время как продажи детской и учебной книги сместились в интернет. Наибольший спад спроса регистрируется в группе книг по популярной психологии, ЗОЖ и эзотерике, причем одновременно и в онлайн, и в офлайн рознице.

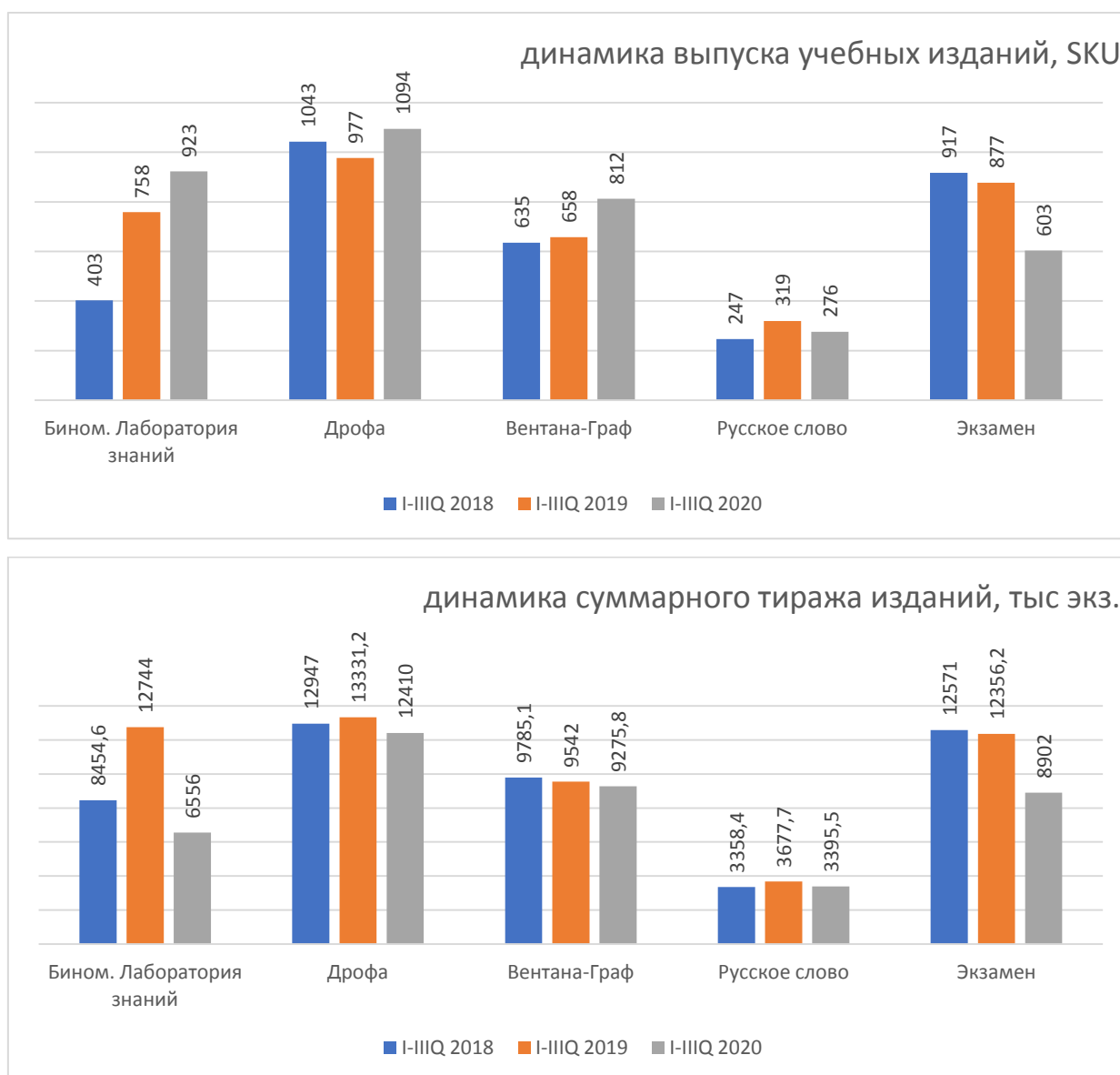
Текущий год не располагает к прогнозам и окончательным выводам, ведь большинство рынков лихорадит, раскачивая динамику продаж в совершенно невероятном диапазоне. Например, весна 2020 года стала совершенно особым опытом для образовательной системы России. С 23 апреля в полном объеме функционировала бесплатная общедоступная цифровая платформа «Моя школа в online» (<https://cifra.school>) с учебными материалами для самостоятельного обучения на дому школьников 1-11-х классов, которые не имели доступа к высокоскоростному интернету. С 27 апреля ежедневно с 9 до 12 часов проходили 30-минутные телеуроки «Моё Просвещение» для старшеклассников на телеканале ОТР, входящем в состав каналов первого мультиплекса и доступном 99% населения. Видеоуроки по ключевым предметам от ведущих учителей страны транслировались в эфире до конца учебного года и помогали подготовиться к экзаменам.

Но тем не менее, объем полиграфического производства в части учебных пособий для школ в январе-августе 2020 года сохранил плановые объемы. И эту оптимистичную позицию учебных издательств поддерживали не только растущие бюджетные продажи, но и заверения Министра просвещения РФ Сергея Кравцова, который на брифинге в Правительстве в связи с Указом Президента РФ от 21 июля «О национальных целях развития на период до 2030 года», подчеркнул: *«мы говорим именно о традиционной, классической форме обучения с 1 сентября. Мы не планируем вводить*

дистанционное обучение. При всех плюсах дистанционных форм мы рассматриваем их только как дополнение».

Диаграмма 1.4.

Динамика выпуска учебных и методических изданий для школ ведущими московскими издательствами в I-III кв. 2018-2020 гг.



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

Ольга Пономарева, ИГ «Просвещение»:

У «Просвещения» никакого сокращения портфеля быть не может, в силу социальной ответственности нашего бизнеса и взятых на себя обязательств по обеспечению к 1 сентября образовательных

организаций всеми необходимыми наименованиями учебной и методической литературы. Этот момент регламентируется для нас законодательно, а также с точки зрения сформировавшегося паттерного потребления учебно-методической литературы в школах.

Мы мониторим текущую ситуацию с закупками практически на ежедневной основе, и с точки зрения бюджетного финансирования подтверждаем тот рост, который мы для себя планировали. До регионов доведены лимиты, но конечно, есть свои ограничения по логистике, это, во-первых, и во-вторых, учебник сам по себе не живет, к нему нужны методические пособия, и материалы.

Например, чтобы обучаться грамоте, надо писать прописи, а при закрытии книоторговых структур этот дисбаланс может возникнуть. Да, хорошо сработал наш собственный интернет-канал и трафик по нему вырос на 70% год к году, но с точки зрения дополнительных учебных пособий и пособий по самостоятельной подготовке очень важна роль книоторговых структур.

«Книжная Индустрия», май-июнь 2020

Как известно, обещанное очное обучение для учеников средней и старшей школы в Москве закончилось 5 октября 2020 года, когда они были отправлены на двухнедельные каникулы. С 19 октября для учеников 6-11 классов (500 тыс чел.) стартовал дистанционный формат обучения, но 540 тыс учащихся 1-5 классов отправились за парты московских школ.

Но если мы говорим только о школьном секторе книгоиздания, то фактически половина общего объема издательских инвестиций здесь вложены именно в издания для начальной школы. Впрочем, в последние пять лет постепенно растет и по числу наименований (на 1п.п.), и по суммарному тиражу (на 2п.п.) доля пособий для старшеклассников. Реализуемый сегодня ФГОС среднего общего образования с изменениями и дополнениями от 29 декабря 2014 г., от 31 декабря 2015 г. и от 29 июня 2017 г. предусматривает выпуск значительного количества новых пособий и элективных курсов для гуманитарного, технологического и естественно-научного профиля обучения в 10-11 классах. Издатели вынуждены инвестировать. В частности, ГК «Просвещение» предлагает старшеклассникам пособия под названиями

«Интернет-предпринимательство», «Школа волонтера», «Ядерная физика», «Основы фармакологии», «Биохимия» и т.д.

В 2020 году импринты «Просвещение», «Российский учебник» (Дрофа/Вентана-Граф) и «Бином. Лаборатория знаний» выступают единой группой компаний. Таким образом негативный конкурентный фон на уровне формирования ФПУ ушел в прошлое. Уже в новый Перечень на 2020/2021 учебный год Приказом № 632 от 22 ноября 2019 года вернулись ранее исключенные издания «Российского учебника». Впрочем, приказ № 249 Министерства просвещения от 18 мая 2020 г. внес существенные коррективы. Он не только исправил опечатки в названиях, авторском коллективе или указанных классах и окончательно зафиксировал новых правообладателей по 61 позиции ФПУ, заменив импринт «Учебная литература» на "Издательство "Просвещение", а в учебниках «Планета знания» – «Астрель» на правопреемника «Дрофа». Главное нововведение майского Приказа – исключение 175 учебников.

Весной 2020 года отмена ВПР и ОГЭ, переход на дистанционное обучение и пауза в работе книжных магазинов скорректировали продажи печатной учебной книги. Впрочем, в книжных магазинах снижение экземплярных продаж учебных пособий заметно уже со второй половины февраля (до минус 20-25% к аналогичному периоду 2019 года). В марте (особенно в карантинных регионах) спрос на печатные пособия-тренажеры резко вырос в интернет-магазинах. Видимо родители готовились к домашнему обучению детей на вынужденно затянувшихся каникулах и перекинули бюджет в доступный интернет-канал. Но это не означало переход потребителей на новую модель покупки.

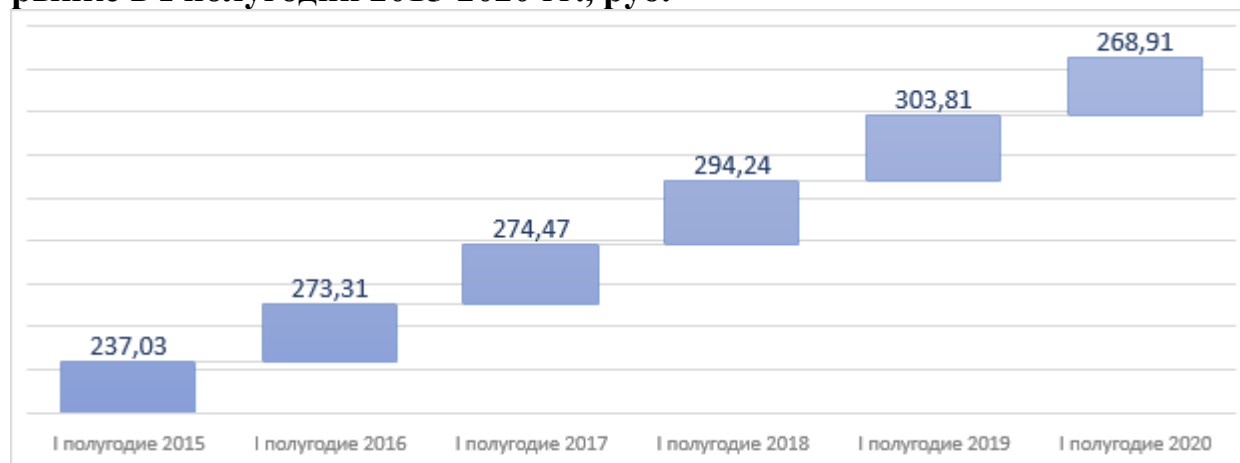
Среди ведущих книжных интернет-магазинов учебные пособия для школ в наибольшем объеме реализуются через «My-shop» и «Лабиринт». Но именно эти магазины показали в апреле 2020 г. падение продаж до 15%, в том числе по учебному ассортименту, и только в традиционно высоком для себя сезоне мая-июня их продажи растут до 30%. Да и по физическим книжным

ситуация не выглядит ровно. Так, по итогам I полугодия 2020 года потери экзemplярных продаж по учебной книге в наибольшей степени характерны для магазинов в субъектах Центрального ФО и особенно Москвы (до -60% к I полугодию 2019 года).

Волатильность рынка и кутерьма с каналами продаж в апреле-мае связаны с карантинными мерами и туманной ситуацией с дальнейшим форматом обучения. Крупные игроки учебного рынка – Просвещение, Российский учебник, Русское слово – предоставили бесплатный доступ к своим цифровым ресурсам. Активность родительских комитетов переключилась на горячую линию по вопросам ЕГЭ и цифровых ресурсов, превратив традиционную в апреле-мае покупку учебных пособий на класс в отложенный спрос до августа 2020 года. Но уже сам факт открытия книжных магазинов в начале июня, срыв отпускного туристического сезона и необходимость наверстывания пробелов весенней «дистанционки» заставили родителей проявить невиданную ранее активность в приобретении «летних заданий для повторения учебного материала», а также печатных пособий по самостоятельной подготовке к тестированию знаний, перенесенному на сентябрь 2020 года.

Диаграмма 1.5.

Средняя цена реализации учебного пособия для школ на общедоступном рынке в I полугодии 2015-2020 гг., руб.



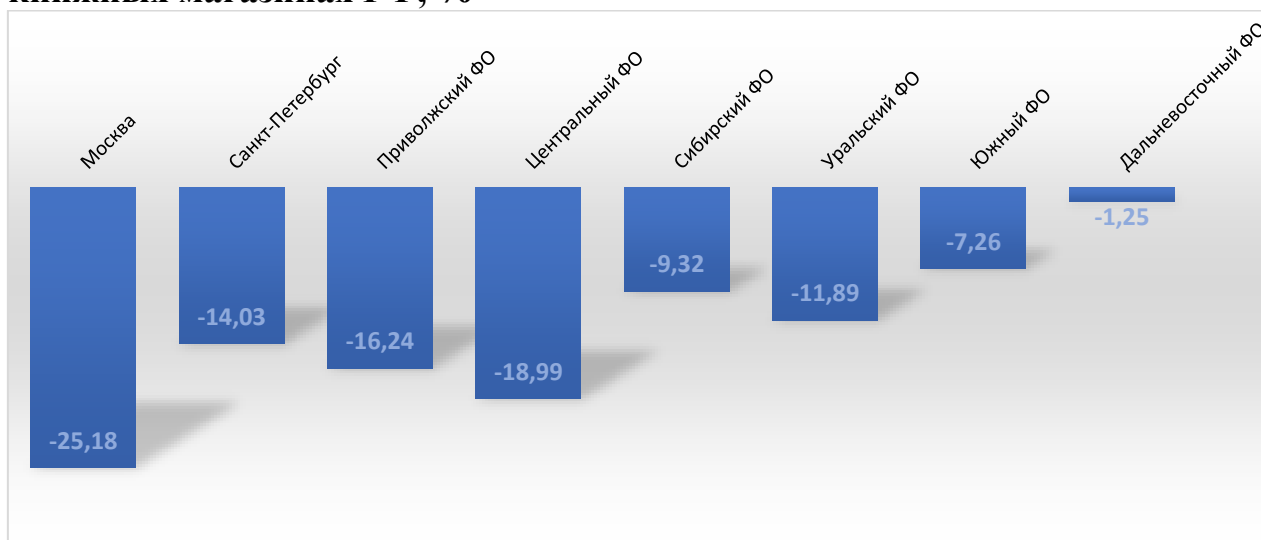
Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

Однако летом 2020 года говорить о полноценном возвращении к традиционному ритму продаж школьной литературы пока рано. Помимо карантинных мероприятий заметно скорректировало спрос и снижение денежных доходов населения. Средняя цена купленного учебного издания в I полугодии 2020 года составила – 268.91 руб. (в 2019 – в 303.81 руб.; в 2018 – 294.24 руб.). Очевидная дефляция на уровне 11.5% заставляет насторожиться. И хотя школьная кампания в сентябре прошла более или менее традиционно и в физической рознице Москвы, и в интернет-магазинах, тем не менее, дистрибуторы отмечали снижение спроса на пособия по подготовке к ОГЭ-ЕГЭ и ВПР, традиционно востребованные в сентябре-октябре у москвичей.

Пожалуй, наиболее заметен отложенный эффект от COVID-мероприятий в сегменте детской книги столичного книжного рынка: минус 25,8% экземплярных продаж в магазинах в августе-октябре 2020 года. Москва демонстрирует наибольшее падение продаж книг для детей на фоне других регионов России.

Диаграмма 1.6.

Детская книга: динамика (LFL) экземплярных продаж 15.08-15.10.2020 в книжных магазинах РФ, %

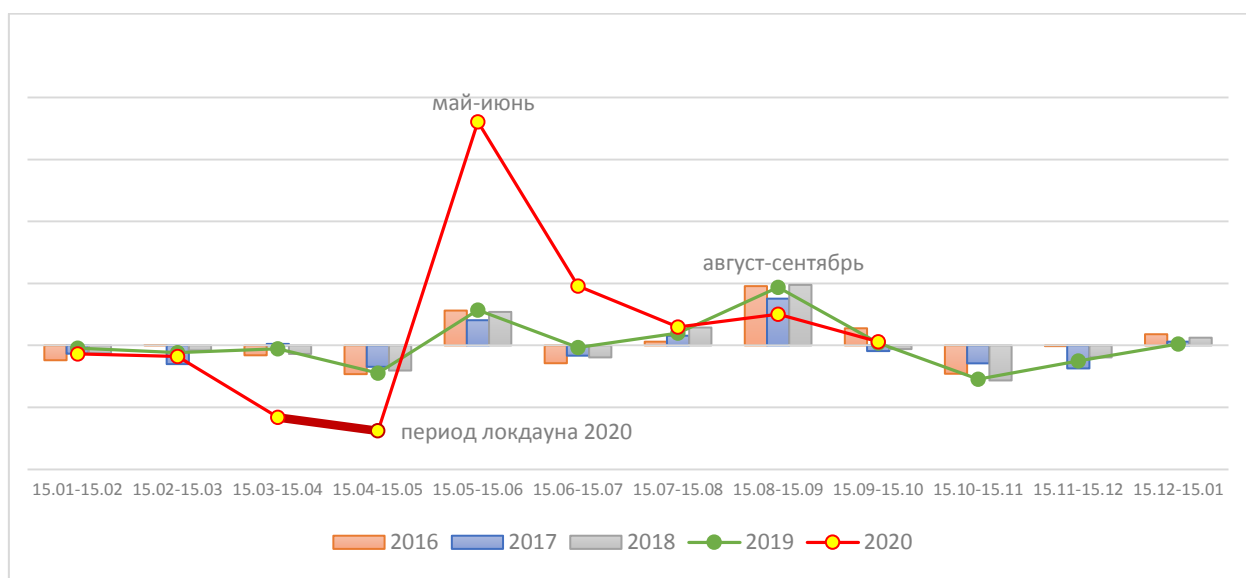


Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

Всплеск интереса к детской книге пришелся на момент открытия книжных магазинов Москвы в июне после 2-х-месячной паузы на карантин, но в последующие месяцы ситуация лишь ухудшалась.

Диаграмма 1.7.

Сезонная карта продаж детской книги: объем в натуральном выражении к предыдущему месяцу, % (offline)



Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

Конечно, москвичи продолжают покупать классику из подборок школьных библиотек, развивающую литературу для дошкольников, а также недешевые издания франшиз «Гравити фолз» и «Гарри Поттер». Но и здесь, издатели всё чаще жалуются на сложности продвижения российских авторов, пишущих для школьников, на уход в онлайн, что меняет саму парадигму работы сегодняшнего издателя детской литературы.

Борис Кузнецов, издательство «Росмэн»:

Этот год меняет очень многое. И самое главное – коммуникация с читателем и ядро реализации сдвинулось в интернет-пространство. И это не просто изменения в каналах дистрибуции. Это изменение в подходах в работе с ассортиментом. На мой взгляд, в интернете покупка происходит профессионально. Чтение

– это все-таки необязательная программа, не «must have». Это глубокое и серьёзное интеллектуальное хобби, которому подвержены 20-30% населения.

Я убежден, что подростки читают, и делают они это лучше и качественнее взрослых. Но навигация их свободного чтения происходит в интернете, они не ищут «что почитать подростку», они ориентируются в жанрах, авторах и издательствах. И если в книжном магазине выбор школьника сильно ограничивается полкой и отделом в магазине, то в интернете такой ситуации нет. Это существенно расширяет возможности.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2020

Таблица 1.6.

Детская книга: Бестселлеры в январе-сентябре 2020 года (экз. продажи / московская книжная розница)

	автор	название	издатель	Год издания	Цена экз., руб.
1	Сент-Экзюпери А. де.	Маленький принц	Эксмо	2020	200-600
2	Жукова Н. С.	Букварь. Пособие по обучению дошкольников правильному чтению	Эксмо	2020	290-360
3	Петерсон Л. Г.	Раз - ступенька, два - ступенька... Математика для детей 5-7 лет. В 2-х ч. (ФГОС ДО)	Бином. Лаборатория знаний	2020	250-265
4	Олкотт Л.М.	Маленькие женщины	Эксмо / Азбука-Аттикус	2019/2020	236-420
5	Роулинг Дж.К.	Гарри Поттер и философский камень	Махаон, Азбука-Аттикус	2017	630-840
6	Колесникова Е.В.	Я считаю до 10. Рабочая тетрадь для дошкольников 5-6 лет (соответствует ФГОС)	Сфера	2020	89-164
7	Сэлинджер Дж. Д.	Над пропастью во ржи	Эксмо	2018/2019	245-296
8	Колесникова Е.В.	Я считаю до 20. Рабочая тетрадь для дошкольников 6-7 лет (соответствует ФГОС)	Сфера	2020	88-165
9	Петерсон Л. Г.	Игралочка: Математика для детей 3-5 лет. В 2-х ч.	Бином. Лаборатория знаний	2020	249-269
10	Хирш А., Ренцетти Р.	Гравити Фолз. Дневник 3	Эксмо	2019	1405-1418

Источник: данные о продажах на территории г. Москвы информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

Юрий Шипков, издательство «Карьера-Пресс»:

Чтение российского школьника происходит в условиях, когда экспертное сообщество (литературоведы, критики, обозреватели, библиотекари, учителя) не представляет себе историю послевоенной мировой детской литературы. Даже не в состоянии

назвать основные жанры, ведущих их представителей. Поэтому переводные тексты отбирались хаотично, выборочно, бессистемно. Российские писатели, как и любые другие, ориентируются на то, что считается классическим, «крутым» и пишут интересно, литературно качественно, но тематически отстало. Вот в этих условиях российские школьники читают мало, в мире же наоборот, это самая читающая аудитория.

Марина Лобзина, «Русское слово»:

Читательские интересы сегодняшних детей в значительной степени формируют родители. «Другие» родители – «другие» дети. Современные дети, как и взрослые, стали более прагматичными, часто они читают только то, что им пригодится на практике. Да что говорить о детях, о школьниках, когда учителя часто читают только пособия для подготовки к ЕГЭ! Большинство учителей перестало читать художественную литературу. А дети стали предпочитать легкую литературу, над которой не надо много думать и сильно переживать. В основном это фэнтези, реже – научная фантастика. Сейчас никому не хочется напрягаться, и современные дети могут не дочитывать книги. Наше поколение только с возрастом научилось не тратить время на неинтересную книгу, а сегодняшние подростки это умеют с детства. Отсутствие внутренних обязательств перед автором – особенность современной молодёжи, и мы, издатели, должны это учитывать.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2020

В отличие от детской книги, художественная литература для взрослых в 2020 году продается более или менее стабильно и летом, и осенью 2020 года, несмотря на отсутствие по-настоящему громких оригинальных новинок.

Таблица 1.7.

Художественная литература для взрослых: Бестселлеры в январе-сентябре 2020 года (экз. продажи / московская книжная розница)

	автор	название	издатель	Год издания	Цена экз., руб.
1	Оруэлл Дж.	1984 (Эксклюзивная классика)	АСТ	2020	250-269
2	Булгаков М.А.	Мастер и Маргарита	АСТ	2019	237-256

3	Яхина Г. Ш.	Зулейха открывает глаза	АСТ, Редакция Е. Шубиной	2020	600-634
4	Полярный А.	Мятная сказка	АСТ	2019	421-446
5	Вильмонт Е. Н.	Птицы его жизни	АСТ	2020	420-450
6	Михаэлидес А.	Безмолвный пациент	Эксмо	2019	436-464
7	Киз Д.	Цветы для Элджернона	Эксмо	2020	259-360
8	Брэдбери Р.	451 градус по Фаренгейту	Эксмо	2019	236-242
9	Рубина Д.	Наполеонов обоз. Кн. 3: Ангельский рожок	Эксмо	2019/2020	676-870
10	Робертс Г.Д.	Шантарам. В 2-х кн. (комплект)	Азбука-Аттикус	2019	510-521

Источник: данные о продажах на территории Москвы проекта «Книжный рынок России 2010–2030», FMCG – данные ЭКСМО, аналитика Мониторинг

Действительно, соблазнять покупателя в сентябре было практически нечем. Не то, чтоб не было новинок, но появление большинства из них более чем предсказуемо. На старте нового сезона издатели порадовали читателей очередными работами Марининой, Устиновой и вечным андеграундом в исполнении Пелевина. Несмотря на затухание спроса на мотивационную литературу, российские издатели предпочли реальным новинкам сиквелы/приквелы бестселлера «НИ СЫ» и прочих «рецептов счастья». С таким стартом на скорое восстановление книжного рынка рассчитывать не стоит.

Таблица 1.8.

Прикладная литература (нон-фикшн): Бестселлеры в январе-сентябре 2020 года (экз. продажи / московская книжная розница)

	автор	название	издатель	Год издания	Цена экз., руб.
1	Лабковский М.	Хочу и буду. Принять себя, полюбить жизнь и стать счастливым	Эксмо / Альпина Паблишер	2019/2020	580-643
2	Харари Ю.Н.	Sapiens. Краткая история человечества	Синдбад	2020	640-1092
3	Мэнсон М.	Тонкое искусство пофигизма: Парадоксальный способ жить счастливо	Альпина Паблишер	2020	560-643
4	Синсеро Дж.	НИ СЫ. Будь уверен в своих силах и не позволяй сомнениям мешать тебе двигаться вперед	Эксмо: Бомбора	2020	549-740
5	Кийосаки Р. Т.	Богатый папа, бедный папа	Попурри	2019	766-1040

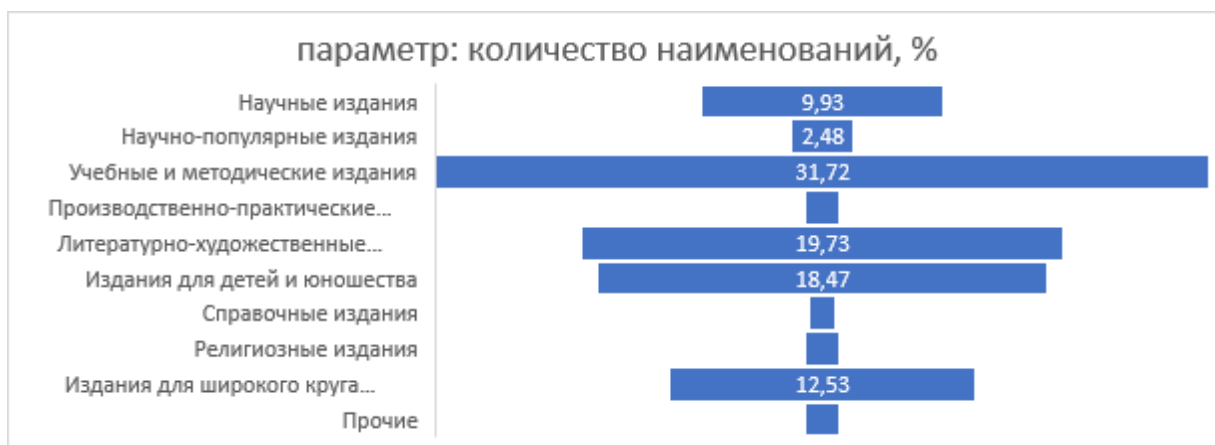
6		Конституция РФ с изменениями, принятыми на Общероссийском голосовании 1 июля 2020 года (+ сравнительная таблица изменений)	Эксмо	2020	56-66
7	Фромм Э.	Искусство любить (Эксклюзивная классика)	АСТ	2020	230-274
8	Диспенза Д.	Сила подсознания, или Как изменить жизнь за 4 недели	Эксмо, Бомбора	2019/2020	541-780
9	Курпатов А.В.	Красная таблетка. Посмотри правде в глаза! : книга для интеллектуального меньшинства	Капитал	2020	785-850
10	Клейсон Дж.	Самый богатый человек в Вавилоне	Попурри	2019	372-548

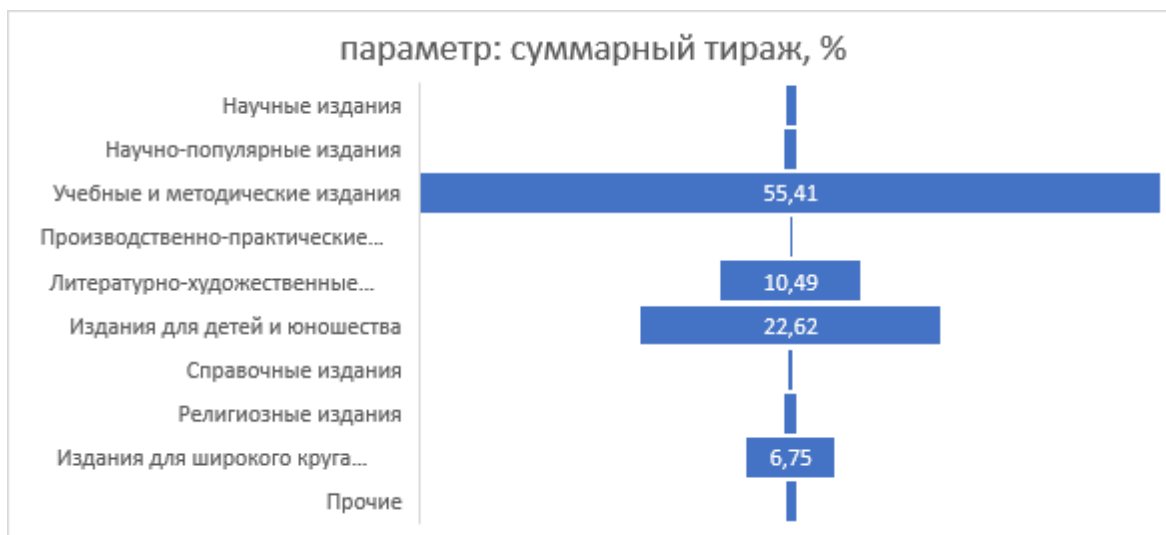
Источник: данные о продажах на территории Москвы проекта «Книжный рынок России 2010–2030», FMCG – данные ЭКСМО, аналитика – Мониторинг

Прикладной сегмент книжного рынка переживает сегодня циклический спад. В 2020 году в ТОПах продаж – всё те же имена и книги (или их продолжения), что были представлены читателю в 2018-м. Усталость покупателя всё очевидней: всё меньше интереса, ниже спрос, а значит, очень скоро психологи Лабковский и Мэнсон, и блогеры Зубарева и Набокова отправятся в дальний угол книжного склада вслед за рецептами к мультиваркам и раскраскам для взрослых.

Этому рыночному сегменту срочно требуются новые идеи, авторы и новые издатели. Но, согласно данным Книжной палаты, ситуация в сегменте прикладной литературы остается скорее стабильной, чем активно меняющейся в плане новинок и их тиража.

Диаграмма 1.8. Структура выпуска книг и брошюр по целевому назначению в I-III кв. 2020 г. в Москве





Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

1.4. Анализ цен на книжные издания в 2018-2020 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя

Конечно, в условиях ослабления рубля и сокращения реальных денежных доходов чувствительность клиента к цене возрастает, и издатель уже не может корректировать прибыльность проектов за счет элементарного роста цен. Но в 2020 году издатели столкнулись со значительным ростом расходов по статье «тиражирование» и вынуждены были заложить в отпускную цену не только рост расходов на полиграфию, но и недополученные от книжной розницы доходы за карантинные апрель-июнь.

Согласно экспертному опросу в рамках Мониторинга, стоимость полиграфических услуг для издательств выросла в среднем на 9,4% в сравнении августа 2020/2019 гг. Соответственно средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в августе 2020 года составил 202,93 руб. (+12,6% к авг.2019; в 2018 – 183,41 руб.). Однако, одновременно с этим издатели готовы идти на дисконтные акции для покупателей и много времени уделяют снижению себестоимости затрат.

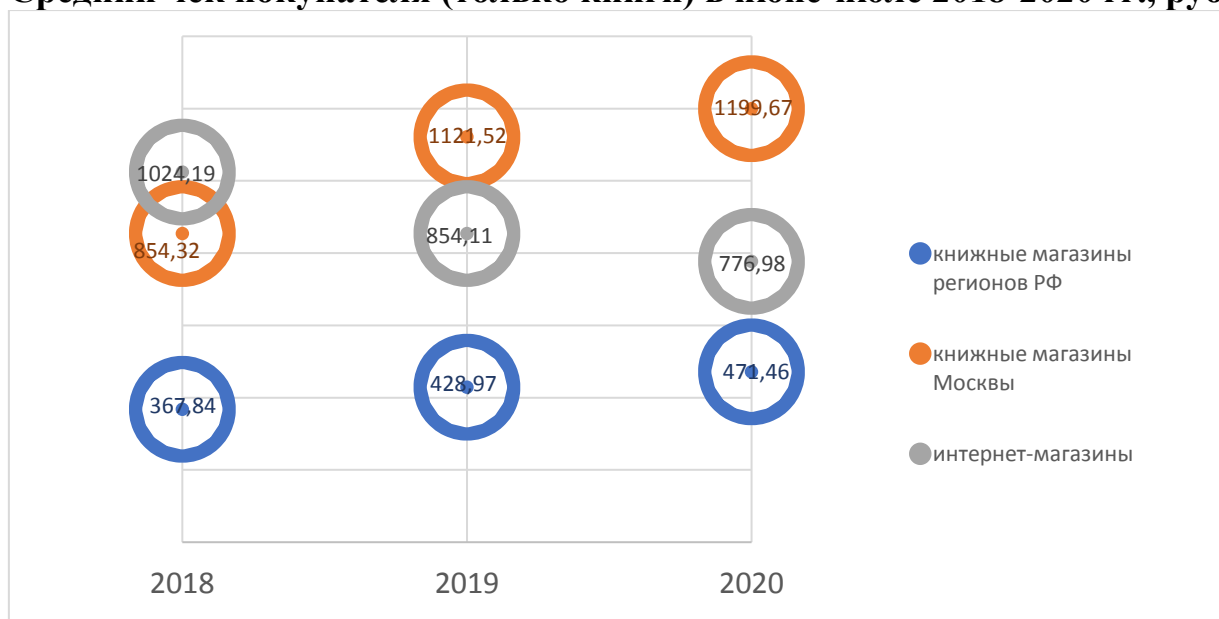
Борис Кузнецов, «Росмэн»:

Естественно, трейд-маркетинговые акции – это сейчас задача, с которой нужно будет работать всем издателям. Единственное, мы не можем себе позволить тотальные трейд-маркетинговые акции. Мы тяжело прошли этот кризис. У нас ноль, полный zero государственной поддержки. Сейчас мы проводим выборочно трейд-маркетинговые акции для 16 крупных компаний, тестируем на них различные модели, и по результатам в течение ближайших месяцев лета и осени будем стараться развивать этот опыт на других партнерах. И кроме того, для того чтобы охватить своими акциями, активностями максимальное количество розницы, необходимо переходить на прямые поставки максимальному количеству книжных магазинов. А эта задача для нас пока не имеет однозначного решения.

РКС: Отраслевое совещание, 23.06.2020

Диаграмма 1.9.

Средний чек покупателя (только книги) в июне-июле 2018-2020 гг., руб.



Источник: данные экспертного опроса в рамках Мониторинга (сентябрь 2020); данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2030»; аналитика – Мониторинг

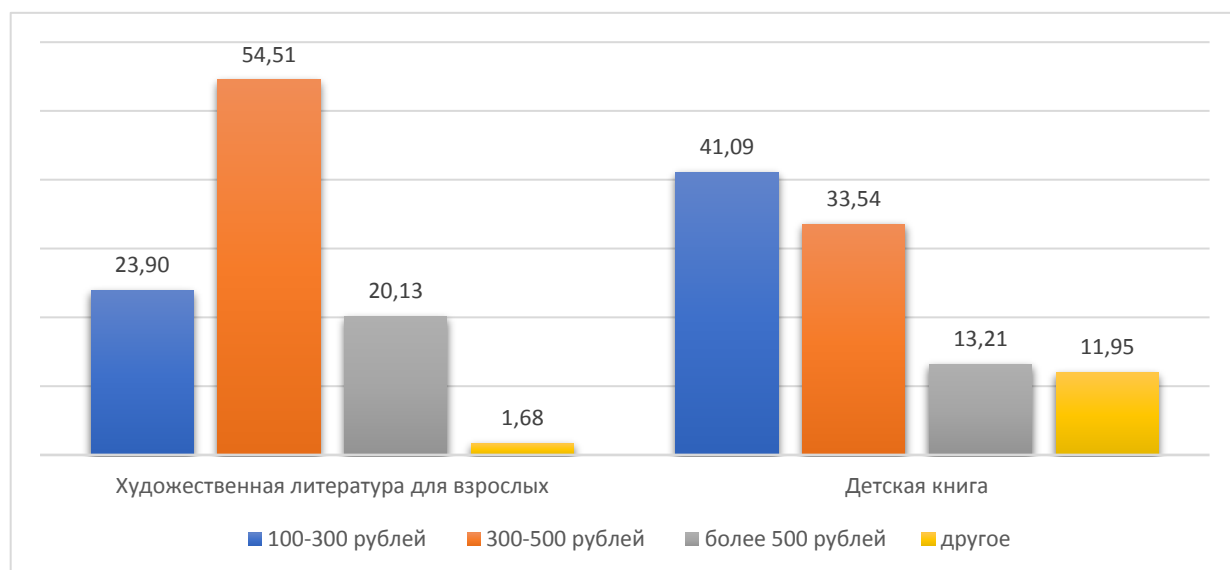
В первые месяцы лета 2020 года спрос на книжном рынке столицы восстанавливался достаточно динамично. Средний чек покупателя в книжных магазинах в июне-июле сохраняет положительную динамику (плюс 7-10% к

аналогичному периоду 2019 года) в отличие от интернет-площадок, где всё же покупка обусловлена именно уровнем дисконта и его привлекательностью для клиента. Но уже в августе средний чек книжных магазинов в Москве опустился до 1080 рублей (или -4.1% к августу 2019 года). При этом средняя цена реализации в offline книжных магазинах Москвы в августе 2020 года составила 494,1 руб., то есть подросла на фоне августа 2019 года лишь на 8,6%; но в сентябре достигла уже 527,33 руб., хотя социологический опрос посетителей книжных магазинов Москвы, проведенный в рамках мониторинга в сентябре 2020 года, продемонстрировал достаточно низкую ценовую планку у нынешних столичных читателей: роман для взрослого чтения (18+) для 55% (в 2019 – 52%) не должен стоить дороже 500 рублей; детская книга для 41% (в 2019 – 43%) респондентов – не дороже 300 рублей.

Диаграмма 1.10.

Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2020 году

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

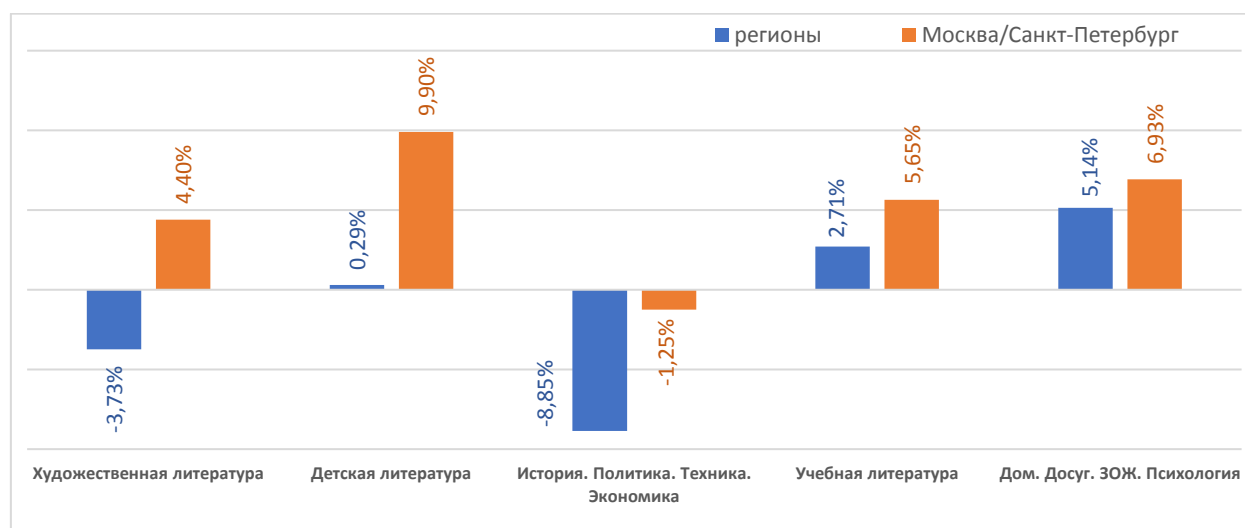


Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, 23-30 сентября 2020 года)

Очевидные проблемы текущего ценообразования на книжном рынке проявили себя уже в школьную кампанию 2020 года. Это для профессионалов учебники и учебные пособия – особый бизнес, а для покупателей наполнение школьного портфеля ребенка осуществляется из единой «книжной корзины». Приобретая учебник, сборник тестов или даже контурную карту, клиент рассматривает это как покупку книг. А в 2020 году размер трат на «книги» в семейном бюджете пусть и подрос благодаря пандемии, но не настолько, чтобы закрыть рост издательских цен по школьному и детскому ассортименту. Свою лепту внесли и ослабление рубля, и закредитованность населения, измученного безденежьем и безработицей. Как результат, в начале сентября на территории России индекс потребительских цен в годовом исчислении по группе «книги» составил 99.7%. И эта пусть и небольшая, но тем не менее дефляция ухудшает ситуацию в книжной рознице, не позволяя залатать дыры в обороте из-за снижения трафика.

Диаграмма 1.11.

Динамика цены реализованного издания в книжных магазинах в сравнении августа-сентября 2019/2020 гг.



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

Чуть лучше ситуация с индексом потребительских цен на книжном рынке Москвы. Но тем не менее, московские книжные магазины в числе наиболее пострадавших – в месяц школьной кампании до минус 15% оборота в сравнении с аналогичным периодом годовой давности, в том числе из-за сохранения скрытого дисконта по сезонному ассортименту в интернет-магазинах. Снижая наценку вдогонку за онлайн-каналом или теряя в трафике, книжная розница поддерживает маржинальность издательского бизнеса, ведь отпускные цены растут быстрее средней цены реализации. Но издатели в массе своей по-прежнему этого не ценят.

Таблица 1.9.

Разброс цен по топовым позициям книжного ассортимента: сентябрь 2020 г., руб.

Наименование	Книжные магазины					Интернет-магазины		
	ЦФО	СФО	ЮФО	Санкт-Петербург	Москва	WB/ЛК	Лабиринт/ЛК	OZON Приложение
Горецкий В.Г. Прописи. 1 кл. В 4-х ч. (комплект) *Школа России* / Просвещение	456	480	496	584	600	411	529	456
Синсеро Д. НИ Сы. Будь уверен в своих силах и не позволяй сомнениям мешать тебе двигаться вперед / Эксмо	569	660	649	620	740	627	561	627
Хрестоматия. 1 кл. *ПШП*/ Самовар	156	180	176	207	220	н/н	н/н	183
Колесникова Е.В. Я считаю до 10. Рабочая тетрадь для детей 5-6 лет (ч/б; А5) / Сфера	89	97	80	96	130	н/н	87	137
Устинова Т.В. Пояс Ориона / Эксмо	466	540	454	521	600	516	459	540
Пелевин В.О. Непобедимое солнце / Эксмо	829	884	763	875	829	788	921	829
Акунин Б. Просто Маса / АСТ	699	700	598	683	700	801	717	800

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

Ольга Пономарева, ИГ «Просвещение»:

Ценообразование у нас сезонное. Из года в год прайс формируется в ноябре-декабре предыдущего учебной кампании года. И при формировании цен «Просвещение» руководствуется исключительно макроэкономическими показателями по инфляции и экономически обоснованными затратами, не более того.

Борис Кузнецов, «Росмэн»:

Я считаю, что сейчас самое главное – научиться работать с минимальной розничной ценой, разработав техническую модель на её удержание и контроль. Это поможет книжным магазинам и нормализует ситуацию в отношениях онлайн и оффлайна. Мы сейчас на новом витке работы с этой проблемой, устанавливаем специальное оборудование и целые программы, которые будут хоть как-то удерживать коридоры цен.

Есть еще одна проблема, с которой тоже нужно бороться, и мы движемся в этом направлении – это проблема FMCG-каналов, которые размывают читательский поток. В настоящий момент мы значительную часть ассортимента ориентируем исключительно на FMCG-каналы, большое количество наших потоковых наименований торгуются только в FMCG и не поставляются в книжный канал. Таким образом, мы хоть как-то постараемся ослабить ценовую конкуренцию.

РКС: Отраслевое совещание, 23.06.2020

Сегодня книжный рынок в целом регулирует себя сам и, конечно, он не может существовать без дисконта, кэшбека и прочих программ лояльности для покупателей. Покупателям это интересно, они ждут акционных предложений, ищут выгоду, соответственно рынок должен поддерживать этот спрос. Но для некоторых интернет-магазинов 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. И в 2020 году ведущие интернет-магазины по-прежнему демпингуют, может быть не так очевидно, но тем не менее зачастую продавая книги по ценам ниже издательских, чего не могут позволить себе розничные магазины.

Алексей Ильин, ИГ «Альпина Пабlishер»:

Сейчас не только мы, но и многие другие издатели стали идти на большие скидки. И сразу встает проблема координации цен, так как сейчас все прозрачнее и мы постоянно сталкиваемся с тем, что где-то какие-то каналы устраивают дополнительные скидки, другие каналы недовольны и всё время угрожают всякими разными карами. Поэтому здесь постоянное какое-то маневрирование и поиск баланса.

Сейчас мы сталкиваемся с проблемой ценовых войн, которые устроили между собой маркетплейсы. Например, Wildberries может в одностороннем порядке изменить цену, и следом сразу же Ozon де-факто тоже это делает. Они имеют такую возможность по условиям договоров. И мы хотим сначала минимизировать эту ценовую войну в рамках маркетплейсов, а потом уже работать с офлайновыми магазинами, чтобы уменьшить ценовую дельту между онлайн и офлайн. Но я вижу здесь нерешаемую глобальную проблему. Ozon – это инвестиционный проект, который на протяжении всего своего существования работает в минус. Это не секрет, это новая экономика, которая основана на ожидании продаж в будущем, в которое все верят и готовы ждать, что прибыль будет в 2050 году. Это реальность, и здесь нет простых решений. Я думаю, что книжным магазинам нужно искать пути снижения уровня наценки за счёт снижения затрат. Не могу сказать как, не знаю... возможно автоматизация, сокращение персонала, выкладки на аутсорсинг издателям. Я не знаю. Но издателям очень сложно балансировать рынок в условиях разного уровня наценок. Это практически нереально. И это главный корень всех проблем.

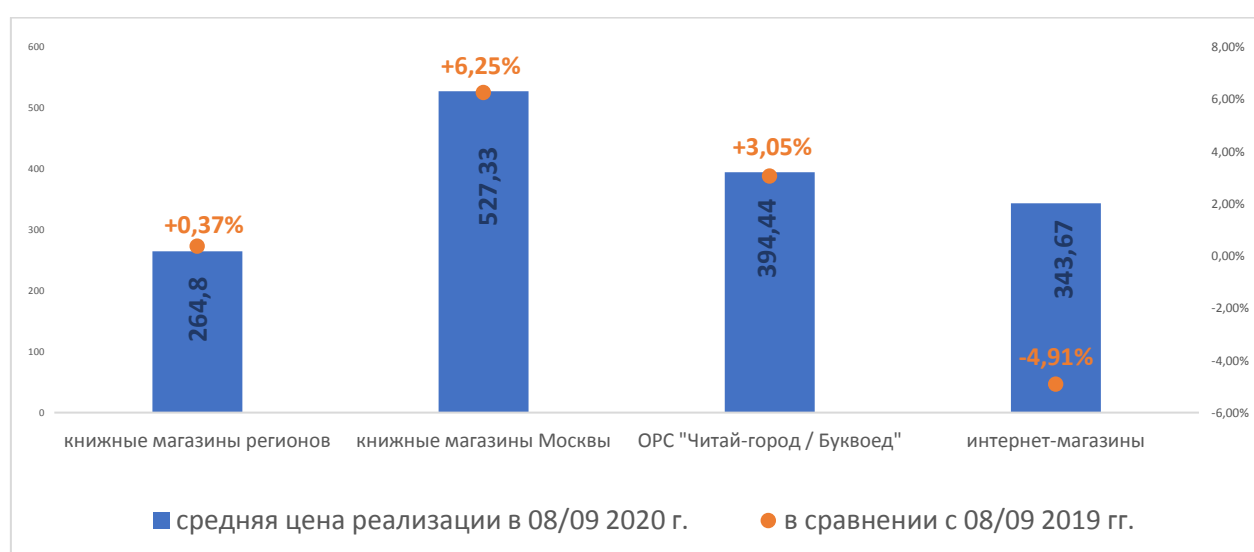
Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 03.09.2020

Вопрос урегулирования цен относится к системным проблемам книжной отрасли, т.е. вопреки многочисленным дискуссиям он так и не получил удовлетворительного решения. И это понятно. Возможности цены как инструмента давления на партнера и управления уровнем лояльности аудитории настолько соблазнительны, что заставляют терять голову даже опытных переговорщиков.

К сожалению, пауза на коронавирус не привела к решению проблем ценообразования на книжном рынке. 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 и сети не смогут в условиях снижения спроса и покупательской способности выстоять, это просто несправедливо. Уже сейчас книжные магазины работают в условиях снижения маржинальности до критического уровня. А усиление мер по ограничению мобильности граждан в пред рождественский сезон в связи с распространением коронавирусной инфекции окончательно разрушит экономику книжных магазинов, вынуждая их менять ассортиментную политику. По мнению ведущих книготорговцев московского рынка, одним из вариантов регулирования цен в книжном ритейле должен быть контроль самих издательств за ценами на популярные книги (бестселлеры, новинки известных авторов и т.д.), а также на учебники.

Диаграмма 1.12.

Средняя цена купленного издания в августе-сентябре 2020 г., руб.



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

Михаил Котомин, издательство «Ad Marginem»

Я бы хотел снять несколько противоречий, которые нас никуда не ведут. Одно – это противопоставление книжного магазина и издателя, а второе – это противопоставление интернета и книжного магазина. На мой взгляд, главная опасность скорее в том, что книга, безусловно, теряет свою массовость, книга, как медиум, затухает. И для спасения книги роль магазинов будет только расти, но магазина не как места обмена книги на деньги, а как места, встроенного в экономику впечатлений. Магазин должен думать о своей витрине, о своем впечатлении, о том, во что он превратится, понимая, что эпоха всенародного бестселлера, эпоха роста книжного рынка осталась далеко позади. Нам нужно научиться жить в тех тиражах, которые есть, и действительно построить ту экономику, которая позволит существовать и развиваться всем игрокам нашей отрасли.

Поэтому я сторонник фиксированной цены, в которой каждый зарабатывает свою долю. Я считаю, что fix price всех бы спас, и он сейчас очень важен для сохранения оффлайн-магазина. Если книга стоит везде одинаково, то это выводит конкуренцию на другой уровень все начинают конкурировать не ценами, а продвижением, какими-то мыслями вокруг этой книги.

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Если мы вводим фиксированную цену, то уровень возврата книг взлетает от нынешних 2-5% до 25-28%. Как правило, возвратная часть тиража в большинстве случаев идёт под уничтожение, потому что в нормальном виде почти никто не возвращает – книга либо морально устарела, либо физически. А это расходы, и значит сразу взлетят цены. То есть нужно понимать, что фиксированная цена – это не одно действие, а огромное количество действий, меняющих инфраструктуру рынка. И не факт, что это хорошо сработает. Насколько мы уверены, что рост цен хорошо повлияет на развитие рынка? Я вот не уверен и считаю, что рисковать здесь очень опасно. В России и в больших с точки зрения географии странах фиксированной цены не должно быть.

Михаил Иванов, магазин «Подписные издания»:

Я неоднократно ставил вопрос: как так получается, что делая наценку 60% на книги независимых издательств, мы продаем их на 20% дороже, чем тот же самый «Ozon»? Это же абсолютно несправедливый доступ к цене.

И все равно есть издательства, которые держат цены на Ozon, в частности, издательство «Азбука». И опять же именно это издательство приняло решение не выпускать новинки в онлайн-торговлю во время коронавируса, а продавать их только тогда, когда откроются офлайн магазины. Отгрузки начались только в июне. И это принципиальная позиция. Они попробовали. Я понимаю, что за этой структурой стоят серьезные деньги, плюс типография и т.д., но это действительно интересный ход и, справедливости ради скажу, что они действительно не позволяют ценам сильно отличаться в онлайн и в офлайн магазинах. У них это как-то получается. Может быть стоит к их опыту присмотреться и понять, что же такого они уникального делают.

Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 03.09.2020

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

Государственная статистика выпуска печатных изданий (Российская книжная палата) свидетельствует о росте напряженности в конкурентном ландшафте московского книгоиздания, отводя топ-10 ведущих издательств 51,3% по числу выпущенных названий и 75,9% суммарного тиража общего московского выпуска в первые девять месяцев 2020 года (в аналогичный период 2019 года – 47,3% и 72,7% соответственно; 2018 года – 44,7% и 70,7%). Данный тренд прослеживается прежде всего в укреплении позиций в тиражном массиве ведущего издательского холдинга РФ – «Просвещение» (включая новых участников группы – «Вентана-Граф» и «Дрофа»), а также в связи с ростом доли по количеству наименований крупнейшего издателя малотиражной литературы в РФ – «РИПОЛ Классик», и издателя детских книг-раскрасок с игровыми элементами – компании «Симбат».

И всё же агрессивное давление на конкурентное поле со стороны монополий сегодня очевидно прежде всего в учебном и литературно-художественном сегменте книжной отрасли. Напротив, в детском и нон-фикшн сегментах по-прежнему представлены быстрорастущие компании

малого и среднего бизнеса, с сильными командами и возможностями непрерывных инвестиций в продукт и новые технологии, даже несмотря на сложности связанные с распространением коронавирусной инфекции.

Ирина Балахонова, издательство «Самокат»:

Мы вошли в карантин с недоделанным блоком электронных книг, с практически не начатым блоком аудиокниг, с только-только открывшимся в декабре интернет-магазином. Нам реально было, чем заняться. Все это дало свои результаты. Например, посещаемость нашего интернет-магазина выросла почти в два раза по сравнению с прошлым периодом, сейчас это около 30 тыс. человек, а за апрель магазин сделал оборот в 4 млн рублей, тогда как мы планировали 1.6 млн условно. Что помогло? У нас скопилось большое количество стока, с которым нам было очень жаль расставаться и впервые за все время нашего существования мы смогли продать этот сток тематическими наборами в 4-7 книг по цене от 1000-1500 рублей. Я думаю, что это привлекло к нам и новую аудиторию.

До карантина у нас не были отработаны маркетинговые программы на маркетплейсах и мы занялись этим, поэтому наши онлайн-продажи выросли практически в 2.5 раза по сравнению с докарантинным периодом. Спасибо, «Wildberries», «OZON» и «My-shop» за то, как они подошли к этой ситуации и за их лояльность, и за сохранение условий нашего взаимодействия.

Мы развиваем аудиокниги, пытаемся освоить не только их производство, но и размещение в дистрибуции и продвижение. Это очень интересно. Как и мои коллеги, мы не уменьшили покупки иностранных прав и сократили выпуск менее чем в два раза, У нас запланировано 120 новинок, и думаю, что порядка 90 из них мы сделаем, часть имиджевых проектов перенесена на 2021 год. План по выручке – плюс 20% к прошлому году.

Эльфия Дорофеева, издательство «Мозаика-Синтез»

Надеемся, что потери по обороту в целом по 2020 году составят не более 15%. По прибыли потери будут меньше или их вовсе не будет, так как затраты снижены. А в 2021 году рассчитываем на заметный рост, если, конечно, не накроет новый кризис. Выпуск наименований собираемся расширять, готовим много новинок, однако средний тираж снижаем и активно чистим матрицу. В этом кризисе, наряду с потерями, есть и свои плюсы: мы многому

научились, освоили новые технологии, новые форматы работы, научились экономить, изыскивать ресурсы.

«Книжная Индустрия», июль 2020

Таблица 1.10.

Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2018-2020 гг.

Параметр: количество наименований, %				Параметр: суммарный тираж, %			
	I-III Q 2020	I-III Q 2019	I-III Q 2018		I-III Q 2020	I-III Q 2019	I-III Q 2018
Эксмо	13.59	14.45	14.60	Просвещение ГК	27.60	25.41	22.90
АСТ	12.65	12.81	12.21	Эксмо	11.76	11.75	12.58
Просвещение ГК	7.46	7.11	4.90	АСТ	10.46	10.09	9.70
РИПОЛ классик	4.12	1.23	1.09	Дрофа	5.53	4.65	4.65
СИМБАТ	3.00	1.96	1.19	Вентана-Граф	4.14	3.33	3.51
Дрофа	2.66	2.06	2.20	Экзамен	3.97	4.31	4.51
Бином. Лаборатория знаний	2.24	1.60	0.85	СИМБАТ	3.84	2.70	1.29
Азбука-Аттикус ИГ	2.15	2.17	2.57	ИД Лев	3.13	2.11	3.36
Вентана-Граф	1.97	1.39	1.34	Бином. Лаборатория знаний	2.92	4.45	3.03
Экзамен	1.47	1.85	1.93	Фламинго	2.51	2.65	3.92
Росмэн	1.39	1.91	2.01	Азбука-Аттикус ИГ	2.27	2.32	2.58
Манн, Иванов и Фербер	1.33	1.19	1.29	Мозаика-Синтез	2.05	1.45	2.48
Проспект	1.08	0.64	0.84	Росмэн	1.74	1.21	0.79
ИНФРА-М	1.01	1.35	1.09	Русское слово	1.51	1.28	1.21
ИД Лев	0.99	0.92	1.52	ВАКО	0.99	3.32	1.36
ГЭОТАР-Медиа	0.78	0.74	0.62	Манн, Иванов и Фербер	0.99	1.01	1.25
Клевер-Медиа-Групп	0.78	1.27	0.65	Стрекоза-Пресс	0.86	1.52	1.19
Мозаика-Синтез	0.78	0.69	0.82	Клевер-Медиа-Групп	0.68	0.88	0.49
Вече	0.74	1.10	1.38	Лабиринт Пресс	0.60	0.58	0.62
Стрекоза-Пресс	0.70	0.81	0.94	Айрис-Пресс	0.54	0.85	0.56

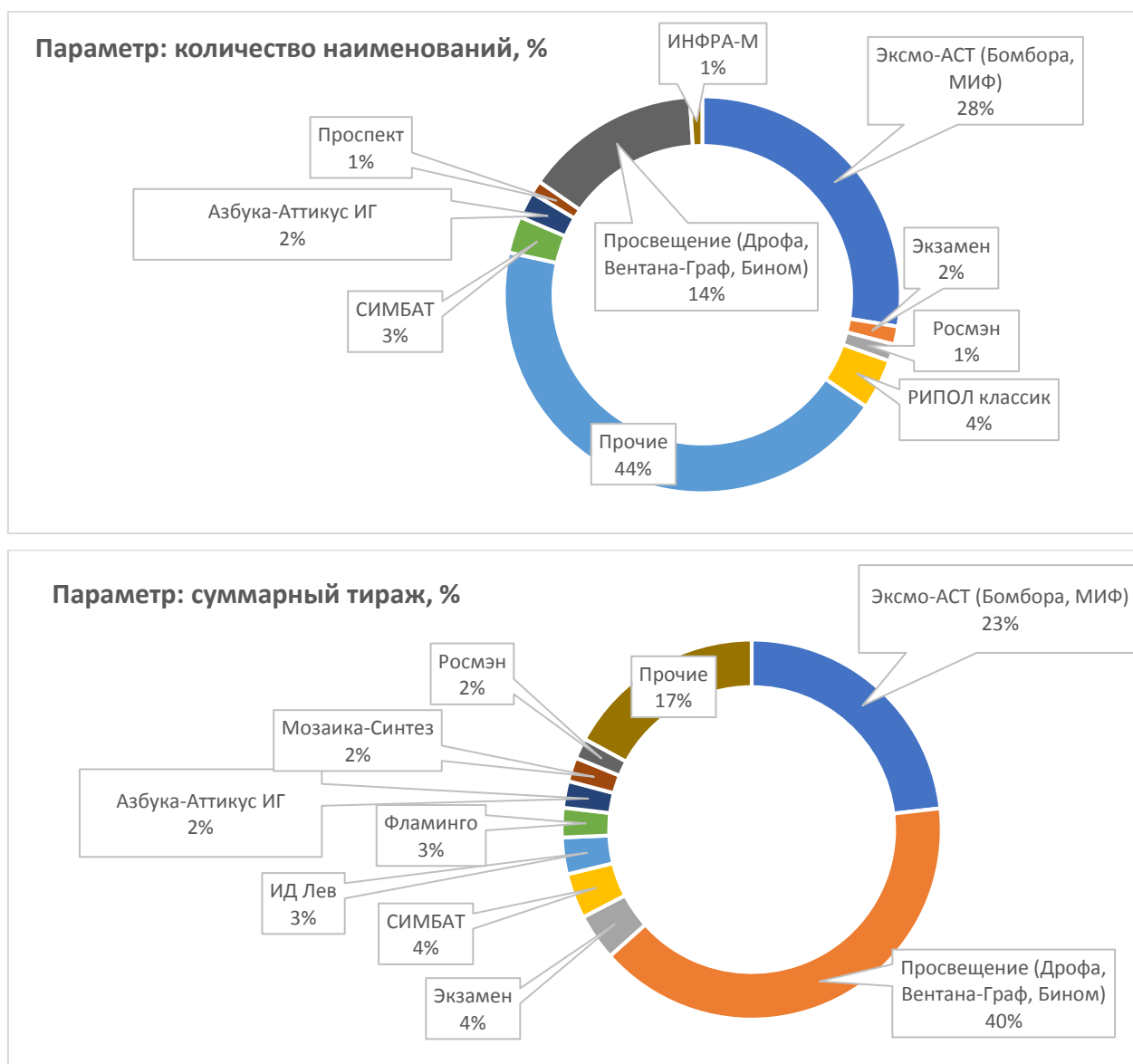
Источник: данные – Российская книжная палата, аналитика – Мониторинг

В январе-сентябре 2020 года Книжная Палата отмечает существенное снижение инвестиций у издательств «Экзамен», «Росмэн», «Клевер-Медиа» и «Вече». И, напротив, значительные вложения в выпуск новых проектов

очевидны для издательской группы «РИПОЛ Классик», компании «СИМБАТ», «Корпорации «Российский учебник».

Диаграмма 1.13.

Доли ведущих издательств Москвы (ТОП-10) в суммарном выпуске книг и брошюр РФ в I-III кв. 2020 года



Источник: данные – Российская книжная палата, аналитика – Мониторинг

С учетом вызванной пандемией перестройки каналов сбыта и других аспектов коммерческой деятельности издательств 2020-й год не показателен для оценки уровня монополизации книжного рынка. Но в целом, нынешней

осенью конкурентный ландшафт выглядит свободнее – на ТОП-10 приходится лишь 58,8% оборота рынка (LFL 2019 – 63,6%).

Но если мы говорим о прогнозных по итогам 2020 года значениях суммарной доли столичного рынка у пятерки ведущих холдингов, то каких-либо кардинальных изменений здесь не произойдет: уровень монополизации московского книжного рынка составит 54,06% (в 2019 – 54,1%; в 2018 – 53,9%; в 2017 – 51,53%; в 2016 – 47,66%; в 2012 – 40,4%).

Состав лидеров принципиально не изменился, основным событием на книжном рынке Москвы в 2020 году стало ослабление позиций нескольких импринтов («Эксмо», «Просвещение») в составе ведущих холдингов, а также издательств «Росмэн» и «Айрис-пресс». Наоборот, несмотря на реализацию принципиально противоположных издательских концепций, одновременно улучшили свои позиции на рынке «Альпина» и «ВАКО», «Экзамен» и «Проспект».

Несмотря на эволюционный характер изменений в конкурентном ландшафте книжного рынка, в целом текущая его структура оценивается участниками крайне негативно, особенно в связи с реализацией господдержки и ограниченным числом предприятий, обозначенных Роспечатью в качестве системообразующих для отрасли:

Леонид Шкурович, ИГ «Азбука-Аттикус»:

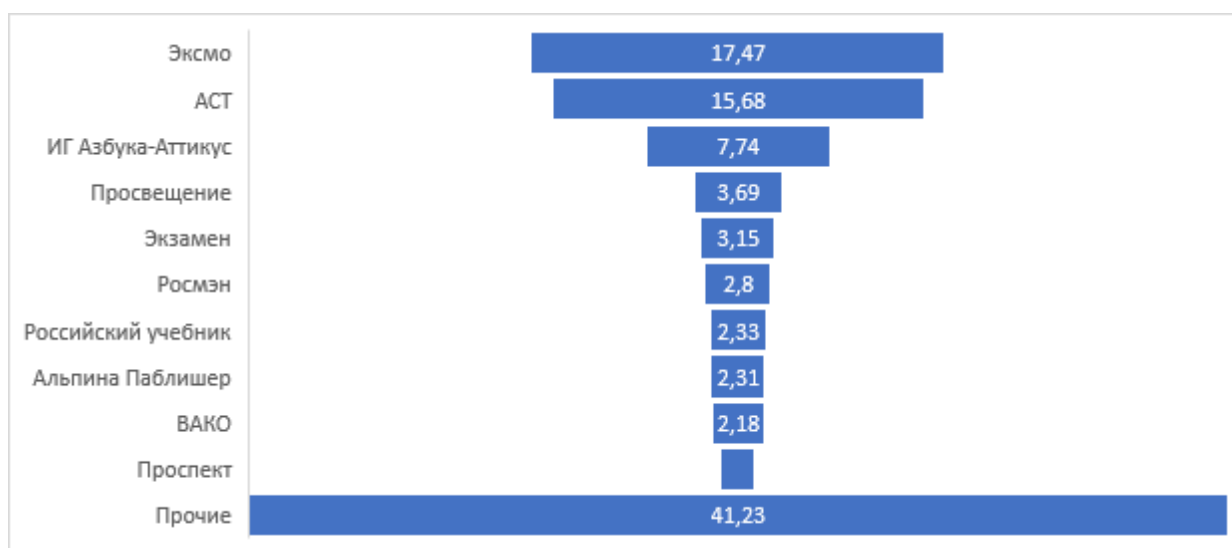
Я рассчитывал на то, что у ИГ «Азбука-Аттикус» есть все основания на попадание в перечень системообразующих компаний, но нашим профильным Агентством был установлен критерий: выпуск 40 млн экземпляров в год. Очевидно, что по этому критерию только три компании («Просвещение», «Эксмо», «АСТ») могут претендовать на включение в перечень системообразующих. Тем самым другие компании отрасли фактически были обречены на низко конкурентную позицию и на слабые возможности выхода из кризиса.

«Книжная Индустрия», июнь 2020

Разумеется, серьезной проблемой остаются и процессы слияния, укрупнения ведущих издательских холдингов, под контролем которых в настоящий момент находятся секторы учебной (школьной) литературы и развлекательной (художественной и прикладной) литературы для взрослых. В январе-феврале 2020 года к группе «Просвещение» присоединяются издательства «Бином», «Ассоциация XXI век» и «Корпорация Российский учебник». А в конце ноября 2020 года владелец холдинга «Эксмо-АСТ» Олег Новиков подал в Федеральную антимонопольную службу заявку на покупку доли (51%) в издательской группе «Азбука-Аттикус».

Диаграмма 1.14.

Конкурентный ландшафт ТОП-10: Доли ключевых игроков (издательств) по суммарным продажам в обороте книжного рынка Москвы в I-III кв. 2018-2020 гг.



		доля книжного рынка Москвы, I-III кв. 2018г., %	доля книжного рынка Москвы, I-III кв. 2019г., %	доля книжного рынка Москвы, I-III кв. 2020г., %
1	Эксмо	19.41	20.06	17.47
2	АСТ	16.94	15.64	15.68
3	ИГ Азбука-Аттикус	6.49	8.61	7.74
4	Просвещение	6.91	7.23	3.69
5	Экзамен	2.81	2.59	3.15
6	Росмэн	4.14	3.62	2.80
7	Российский учебник (Дрофа; Вентана-Граф)	2.26	1.64	2.33

8	Альпина Паблишер	0.77	1.82	2.31
9	ВАКО	1.04	1.51	2.18
10	Проспект	0.54	1.12	1.42

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

В настоящий момент в Москве есть издатели, которые растут быстрее рынка. 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), а кто-то растет только за счет ценовой политики на новинки и сброс остатков склада по демпинговым ценам. Но в любом случае конкурентная ситуация и в 2020 году становится подвижной лишь с 9-10-й позиции ежегодного рейтинга.

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

Согласно данным ведущих издательств, в январе-августе 2020 г. на книжный рынок Москвы приходится от 14% до 65% общего объема их реализации при средневзвешенном показателе в 37,1% (в 2019 – 39%; в 2018 – 46%; в 2017 – 53%; в 2016 – 45%). При этом 22% участников экспертного опроса сообщили о росте доли Московского региона в суммарных продажах за истекшие три квартала текущего года (средневзвешенный показатель – плюс 2%). Однако крупнейшие издательские группы Российской Федерации сообщили о нулевой динамике столичных каналов сбыта в собственной схеме дистрибуции (холдинг «Эксмо-АСТ»; ИГ «Азбука-Аттикус») или даже о падении (-2%) доли московских продаж в суммарной реализации издательств (ИГ «Просвещение»).

Таблица 1.11.**ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I-III кв. 2020 года**

Стационарный книжный магазин (сеть)	Киосковая сеть	Интернет-магазин	Непрофильный ритейл (FMCG)
ОРС Читай-город / Буквоед	Горпечать	Labirint	АШАН
ГУП ОЦ МДК	Агентство Желдорпресс-ГП	OZON	Детский мир
Библио-Глобус ТД	Алфавит ООО	Wildberries	Бэст прайс
Москва ТДК	Солонович Е.Г. ИП	My-shop	Перекресток
Молодая Гвардия ДК	Форстнайн ООО	Book24	Магнит

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

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2020

В связи с проведением карантинных мероприятий на территории Москвы в 2020 году традиционные книжные магазины ожидаемо уступили первенство онлайн-площадкам. По состоянию на август 2020 года основным каналом продаж книжной продукции в Московском регионе являются интернет-магазины. На них приходится от 28% до 56% суммарной реализации ведущих издательств Москвы (исключая компании с учебным профилем). Основными партнерами издательств стали OZON, Лабиринт, Wildberries и My-shop, но в данном случае, это не столько чистые (розничные) продажи москвичам, сколько отгрузки издательств московским интернет-магазинам с федеральным покрытием. Заметно растет (с 3.1% в 2019-м до 13.6% в 2020-м) доля онлайн-продаж даже у тех, кто специализируется на выпуске учебных и учебно-методических изданий для общеобразовательной школы – «Просвещение», «Дрофа», «Вентана-Граф», впрочем, в первую очередь это собственные онлайн-сервисы группы (LECTA и PROSV.ru), а не сторонние интернет-магазины. В целом, структура реализации школьных пособий в Московском регионе по-прежнему в значительной степени (до 86%) ориентирована на Департамент образования Правительства Москвы в качестве организатора аукционных продаж по закупкам учебников.

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), отделения почтовой связи АО «Почта России» и киосковые сети. Традиционными партнерами книжников в этом случае являются московские филиалы ООО «Ашан», ПАО «Детский мир», а также киосковые сети ООО «Горпечать», ООО «Агентство Желдорпресс-ГП» и пр. Пропускная способность этих каналов по состоянию на август 2020 года колеблется в диапазоне 0-9% объема реализации издательств Москвы по киосковым сетям и 0-21% – по FMCG-ритейлу, при среднем показателе – 3,2% и 12,2% соответственно.

Борис Кузнецов, издательство «Росмэн»:

Все прекрасно понимают, что смещение книжной реализации в интернет-канал произошло и это необратимо. Если по итогам прошлого года мы имеем 23-25% продаж в интернет-канале, то думаю, что уже в первом квартале 2021 года мы будем иметь до 50% реализации в интернет-канале. Понятно, что такое смещение меняет аудиторию и модель продаж.

Как оказалось за последние пару месяцев интернет-канал тоже не резиновый в плане полок и цены. Из интернет-канала так или иначе удаляются дешевые книги. Здесь представлена немного другая аудитория другая выборка потребителей, это более профессионально читающая, сознательно переходящая к покупке и сознательно подводимая к покупке аудитория. С другой стороны, это аудитория, которая покупает целенаправленно, здесь меньше импульсных покупок. На этом фоне будут срабатывать авторские проекты, проекты, имеющие продвижение и имеющие основания для этого продвижения, а весь цикл коммуникаций с читателем уйдет в интернет.

Дмитрий Климишин, издательство «Просвещение»:

Поскольку книжные магазины в период самоизоляции не работали, мы сместили акцент на организацию продаж онлайн и для их стимуляции предложили существенные скидки покупателям нашего интернет-магазина, запустили акцию «Доставка за 1

рубль», когда цена доставки заказа в ближайшие магазины сети «Пятёрочка» была снижена до символической суммы.

«Книжная Индустрия», июнь 2020

В июле 2020 года о возобновлении работы всех книготорговых партнеров заявили лишь 49% издательств (экспертный опрос, «Книжная Индустрия»). Больше половины ответили о примерно 5%-ном снижении числа контрагентов, среди которых неоднократно упоминалась сеть «Республика». Хотя ОРС «Читай-город / Буквоед» с преимущественным размещением магазинов в ТЦ также серьезно сократила свою долю в матрице книготорговых каналов – с 23,5 % в августе 2019 года до 14% в августе 2020 года.

В августе 2020 года пропускная способность канала традиционных книжных магазинов в Московском регионе находится на уровне 4-46% и в среднем заметно снизилась – до 29% суммарной реализации столичных издательств (в 2019 – 42%).

Олег Новиков, ИГ «ЭКСМО/АСТ»:

Пандемия ускорила тренды предыдущих лет, и в первую очередь диджитализацию деятельности издательств. И здесь я бы отметил три направления, где влияние этого тренда наиболее очевидно. Во-первых, это работа в удаленном режиме, в том числе дискуссии и совещания по зоот, подготовка книг вне офиса. Несмотря на то, что одно из издательств нашей группы – «Манн, Иванов и Фербер» – 15 лет успешно работает на рынке без офиса, работа в аналогичном режиме всех издательств на протяжении 3-х месяцев существенно поменяло наше представление о возможностях дистанционной работы. Второе направление – это онлайн-коммуникация с читателями. Мы видим сегодня значимость создания медиа-контента, информирующего о книгах. И третье – это рост онлайн продаж бумажных книг и диджитал-контента. При этом, на мой взгляд, книжная индустрия не может существовать без традиционных книжных магазинов, и восстановление их работы – это основной вызов для российских издательств. Я считаю, что издатели должны помочь книжным

магазинам вернуть продажи на докарантинный уровень. Это залог нашего долгосрочного благополучия.

Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, Манеж, 03.09.2020

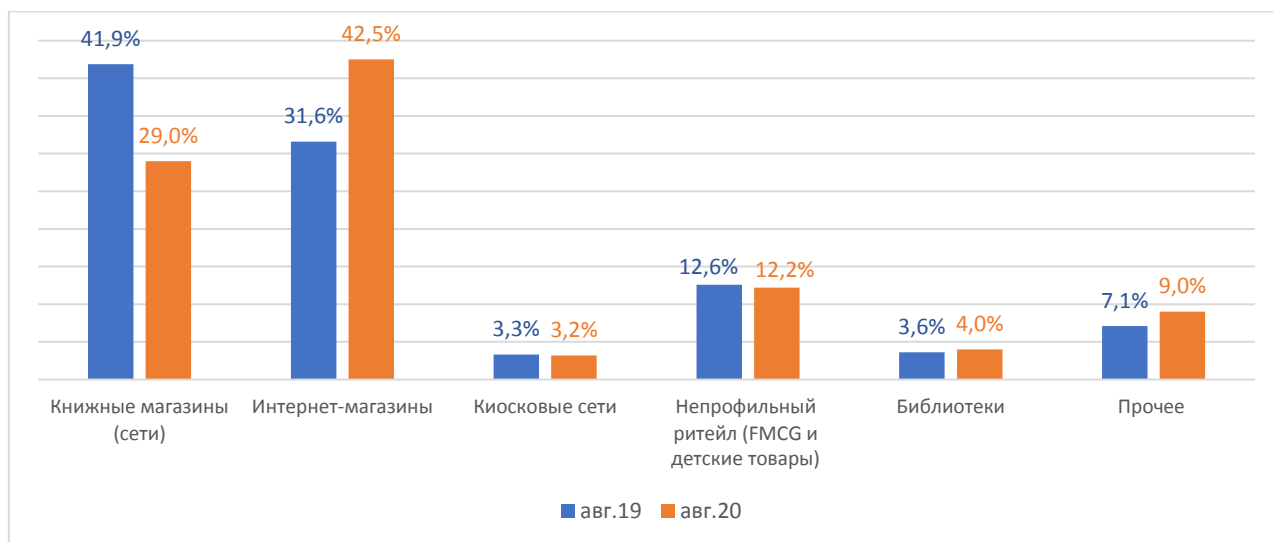
Ориентация на онлайн-продвижение, высокая доля интернет-канала в до-карантинный период помогла многим издателям комфортно минимизировать потери от закрытия физической розницы и прекращения отгрузок оптовикам-логистам, ориентированным на физические торговые площадки. К примеру, именно это обстоятельство помогло издательству «Альпина» легче пройти карантинные ограничения и потерять в продажах второго квартала лишь 6% к аналогичному периоду 2019 года.

Наконец, благодаря карантину у большинства издательств значительно подросла доля продаж электронного (audio | e-book) контента в общем объеме реализации. В I полугодии 2020 года – в среднем это уже около 9% оборота с динамикой роста на уровне 3-62% к I полугодию 2019 года. Впрочем, к августу 2020 года доля продаж электронного контента (e-book) у московских издательств снизилась в среднем до 4,9%, но с динамикой роста на уровне +53% к августу 2019 года. Основными партнерами московских издательств, как и в прошлом году, являются ЛитРес, Bookmate и Storytel.

Пожалуй, совершенно особую позицию в это плане занимает группа компаний «Просвещение». В связи с переходом на дистанционное образование школ, холдинг был вынужден очень быстро настроить цифровые каналы доставки своего контента и в экстренном режиме создать цифровые продукты и сервисы, необходимые для организации дистанционного обучения в российских школах. В их числе – ресурс «Моя школа в online», интерактивная рабочая тетрадь Skysmart совместно с компанией Skyeng, вебинары для учителей.

Диаграмма 1.15.

Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств* в Московском регионе в августе 2019-2020 гг.



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

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2020 г.

Так как книжников всегда сложно было отнести к числу активных рекламодателей, то и сегодня, в условиях распространения коронавирусной инфекции, в условиях снижения маржинальности бизнеса, немалая часть издательств считает, что останавливать поддержку ни в коем случае нельзя, экономить не стоит, сделав акцент прежде всего на онлайн-продвижение.

Олег Новиков, ИГ «ЭКСМО/АСТ»:

Я бы сказал, что сегодня еще больше чем вчера контент есть маркетинг. Маркетинг становится всё более таргетированным. Медийные рекламные кампании дают быстрый хороший эффект и к ним должны подключаться все участники рынка. Без прямых коммуникаций с читателем мы не сможем выиграть конкуренцию у других медиа. И последний год работы показывает, что издатели в этом направлении достаточно неплохо двигаются.

Сергей Макаренко, ИГ «РИПОЛ Классик»:

Покупатели отвыкли от книжных магазинов, от магазинов вообще. И как привлечь покупателя, чтобы он снова почувствовал магию книжного? Я бы на самом деле подумал о предложении, которое близко по своей сути к «Библионочи», ко Дню музеев – о

проведении недели книжных магазинов в масштабе страны. Возможно, это должны быть какие-то периодические акции, например, неделя детской книги в книжных магазинах страны.

РКС: Отраслевое совещание, 23.06.2020

Разумеется ни о каких мероприятиях (исключая дисконт-акции) на территории книжных магазинов в июле-сентябре 2020 года речи быть не могло. Хотя еще в прошлом году летний период был самым плодотворным в плане проведения всевозможных перфомансов и автограф-сессий в парках и магазинах. В 2020-м издатели перевели многие активности в онлайн-формат, что позволило при сокращенном (в среднем на 15%) рекламном бюджете в I-III кварталах суммарно провести столько же или даже больше мероприятий, направленных на поддержку и продвижение книг.

Так, бюджет «Эксмо-АСТ» на продвижение книг и участие в культурных проектах Москвы в январе-сентябре 2020 года составил 18,3 млн рублей (-18% LFL к 2019г.), в рамках которого издательская группа провела более 440 мероприятий. Самыми заметными мероприятиями лидера книжной отрасли в столице стали активности в рамках прошедших в гибридном формате больших книжных форумов: июньского Книжного фестиваля «Красная площадь» и сентябрьской Московской международной ярмарки в Манеже.

Бюджет ИГ «Азбука-Аттикус» в январе-сентябре 2020 года на мероприятия по продвижению книг и рг-активности составил 24 млн. рублей (-10% LFL к 2019г.), в т.ч. 80% было потрачено на онлайн-продвижение проектов и авторов издательской группы (поддержка сайта, блог, социальные сети). ГК «Просвещение» за первые три квартала 2020 года провело в Московском регионе 107 мероприятий, из которых 100 – в традиционном офлайн формате. Разумеется, основная активность издательства пришлась на январь-март и сентябрь месяц, когда «Просвещение» провело большой семинар «Обучение и воспитание детей дошкольного возраста с тяжелыми

нарушениями речи» (23.01; 270 участников), региональную конференцию «Подготовка обучающихся Московской области к участию в международных исследованиях качества образования» (20.02; 450 участников), «День библиотекаря: Образовательное пространство современной школьной библиотеки» (04.03; 258 участников) и в рамках Форума педагогов Подмосковья (26.08) площадку: «Качество образования для лидерства на международном уровне: слагаемые и условия достижения» (117 участников офлайн, 1800 – онлайн).

Понятно, что абсолютное большинство издательств в 2020 году вынуждено было отказаться от организации мастер-классов, конкурсов, лекториев и прочих PR-активностей в физическом городском пространстве, частично перенеся их в онлайн-формат. Но это всегда были наименее затратные с точки зрения бюджета инициативы. Именно траты на интернет-присутствие и на участие в двух состоявшихся на территории Москвы больших книжных форумов в сумме составили более 70% расходов издательств на рекламу и PR.

Диаграмма 1.16.

Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I-III кв. 2018-2020 гг.



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

1.7. Рынок книжной аудио-продукции и электронных книг в городе Москве

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

Согласно экспертной оценке объем B2C-сегмента московского рынка электронных (текстовых и аудио) книг, включая самиздат-проекты, в I полугодии 2020 года составил 860 млн руб. при темпах роста к аналогичному периоду 2019 года в 37%. В годовом исчислении объем столичного рынка прогнозируется на уровне 2 млрд рублей (плюс 29% к итогам 2019 года).

Доля продаж электронного (текстового) книжного контента зарегистрированным пользователям Московского региона находится на уровне 25% от общероссийского оборота книжных цифровых сервисов. И если в 2015-2016 гг., долю зарегистрированных в «ЛитРес» московских покупателей характеризует высокая положительная динамика (до плюс 50-80%), в 2017-2018 гг. ежегодный прирост ограничился 5%, в 2019 году и вовсе опустился до нулевой (+0%) отметки, то в 2020 году вклад столичных клиентов в покупки на сервисах «ЛитРес» стал уменьшаться (-2%). Иными словами, B2C-сегмент рынка электронных текстовых книг в Москве приблизился к своему максимальному уровню вовлеченности аудитории, по крайней мере, по той линейке книжных продуктов, которые сегодня предлагают онлайн-агрегаторы. Корректирующее влияние соответствующих поправок в законодательство РФ и ужесточения контроля за файлообменными сервисами в рунете остается минимальным. Но всё же и в 2020 году рост оборота по текстовой e-book сохранится на уровне 20-25%, так как продажи во многом поддержаны востребованными у москвичей самиздат-проектами в электронном формате.

Вклад столичных жителей в приобретение аудиокниг всегда был чуть меньше их участия в обороте электронной текстовой книги, и в 2020 году он

составил 21-22% от общероссийских продаж. Здесь есть возможности для роста, и только за первое полугодие 2020 года легальный рынок аудиокниг в столице вырос на 40% (в 2019 – плюс 75%), превысив отметку в 280 млн рублей. Согласно экспертам, в годовом исчислении объем продаж аудиокниг в Москве превысит 0,5 млрд рублей. И тем не менее, аудиокнига останется вторым по привлекательности для москвичей цифровым книжным продуктом, фактически в три раза проигрывая обороту электронных книг для чтения.

Олег Новиков, Эксмо-АСТ:

В 2020 году основным драйвером рынка были электронные и аудиокниги. В последние два года они растут примерно на 35%. Так что, у нас есть все основания ожидать, что в течение ближайших 3-4-х лет рынок электронных и аудиокниги выйдет на уровень 15% от оборота книжной отрасли.

Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 03.09.2020

Несмотря на благоприятные обстоятельства карантинных и прочих ограничений мобильности граждан, все преимущества электронной книги вместе взятые не привели к резкому росту продаж в цифровом сегменте книжной отрасли в условиях пандемии. Это отмечают и ведущие компании розничного сектора, и электронно-библиотечные системы учебной и научной литературы, где рост использования весной 2020 года (40-50% LFL к 2019) не повлек за собой увеличения финансовых показателей рынка.

Сергей Анурьев, «ЛитРес»:

В 2020 году взрывного роста спроса мы не наблюдаем. Единственно, в силу снижения объема офлайн-рынка цифровая книга займет большую долю в общем объеме книгопотребления. Это чистая математика и следствие расчета долевого участия как отношения числителя к знаменателю. Да, в период карантина читателям было удобно пользоваться цифровой книгой в силу её мобильности, доступности, не надо

было куда-то идти, соблюдать масочный режим и прочее, и прочее. Кроме того, в период закрытия книжных магазинов издательства вынуждены были адаптировать релизную политику и, наверное, впервые за всё время работы мы стали свидетелями появления огромного количества эксклюзивных проектов и релизов на цифровых сервисах – более 5000 новинок только за одно полугодие. Конечно, это поддержало наши продажи и, думаю, не только наши, но и наших конкурентов. Мы видели в марте-апреле рост продаж на 50% у крупных игроков, на 100-200% - у небольших игроков. Но начиная с июля рост приостановился, идет небольшая стагнация. По мере выхода из карантина, у людей появились другие возможности потратить деньги и провести время.

Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 03.09.2020

Константин Костюк, «Директ Медиа»:

Эксперты и Роспечать отметили в 2020 году рост розничного рынка электронных книг на 30-50%, ЭБС показали сопоставимый рост использования – 40-50%. При этом в школьном сегменте в пике рост составлял десятки раз. Но уже летом мы видим традиционное снижение, а осенью – подъем, но не сопоставимый с предыдущим годом. В целом, количественный прирост объема использования контента не отразился на величине контрактов и денежном объеме рынка ЭБС.

Отраслевая конференция в рамках Libcom-2020, 26.11.2020

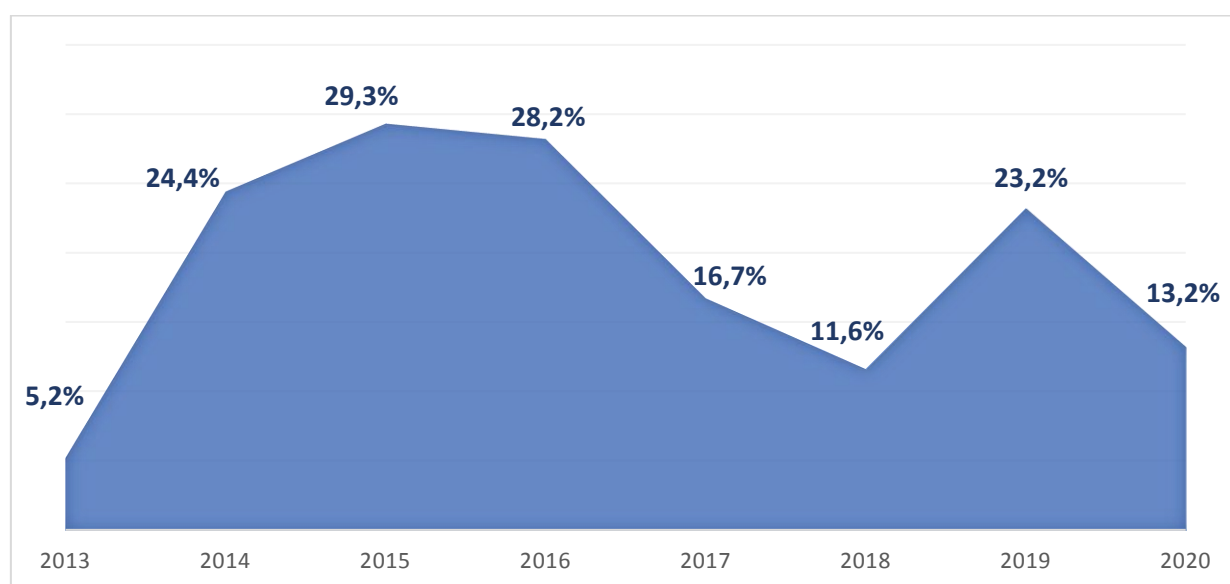
Несмотря на очевидное сохранение положительных темпов роста, в целом, B2C рынок цифровой (текстовой и аудио) книги в Москве пока слишком компактен и предполагаемый рост его доли с 9% (2019) до 14% (2020) книжного рынка Москвы связан лишь со значительными потерями рынка печатной книги в текущем году. К тому же, потенциал роста у электронной книги в столице фактически исчерпан. Об этом свидетельствуют результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в рамках Мониторинга. В сентябре 2020 года в скачивании электронных книг из интернета признались лишь 13,2% москвичей, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2019 года

составила 23,2% (в 2018 – 11,6%; в 2017 -16,7%). Динамика рынка явно носит циклический характер, но амплитуда колебаний уменьшается. Осенью 2020 года фаза роста аудитории осталась позади, и вероятнее всего к 2022-2023 годам рынок электронных книг сможет рассчитывать на 15-17% москвичей, покупающих книги.

Диаграмма 1.17.

Динамика доли москвичей, скачивающих электронные книги (тексты) в интернете. 2013-2020 гг.

(респонденты, ответившие утвердительно на закрытый вопрос, %)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь 2013-2020 гг.), аналитика – Мониторинг

Впрочем, 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.

Кроме того, следует учесть и возможности расширения рыночного сегмента электронной книги с учетом появления новых платных форматов благодаря обязательности электронного формата (приказ N 1047 Минобрнауки РФ от 5.09.2013) школьного учебника с января 2015 года и

набору задач нацпроекта «Образование». Но конечно, самым главным толчком для развития цифровой дистрибуции книжного контента стал эксперимент с дистанционным образованием в общеобразовательной школе весной 2020 года.

Да, в Москве уже несколько лет работает «Московская электронная школа», в библиотеку которой загружено более миллиона единиц образовательного контента, в том числе свыше 48 тыс сценариев уроков, 3660 видеоуроков, более 1500 учебных пособий, 348 учебников издательств, более 120 тысяч образовательных интерактивных приложений, 245 художественных книг и более 54 тысяч тестов и тестовых заданий с возможностью автоматизированной проверки. Сегодня «Дневник МЭШ» доступен и в формате голосового общения благодаря интеграции мобильного приложения "Дневник МЭШ" с голосовым помощником "Алиса" от компании Яндекс. Московские школьники могут посещать занятия в формате видеоконференций и закреплять свои знания с помощью видеоуроков, а также проводить опыты при помощи семи виртуальных лабораторий по физике и математике... И всё же, даже столь продвинутая московская общеобразовательная система оказалась не готова к дистанту. Отсутствие физического контакта с учителем, технические сбои и появление большого количества новых игроков на рынке образовательного контента, - всё это стало испытанием для 1 млн учащихся в Москве и их родителей, и конечно новым опытом (нельзя сказать, что однозначно положительным) для книжных издательств и дистрибуторов электронного книжного контента.

Уже 18 марта 2020 года Министерство Просвещения открыло горячую линию для учителей и родителей по методической поддержке дистанционного обучения, в рамках которой за последующие три месяца специалисты провели почти 55 тыс консультаций. С 23 апреля в полном объеме функционировала бесплатная общедоступная цифровая платформа «Моя школа в online» (<https://cifra.school>) с учебными материалами для самостоятельного обучения на дому школьников 1-11-х классов, которые не имели доступа к

высокоскоростному интернету. С 27 апреля ежедневно с 9 до 12 часов проходили 30-минутные телеуроки «Моё Просвещение» для старшеклассников на телеканале ОТР, входящем в состав каналов первого мультиплекса и доступном 99% населения. Видеоуроки по ключевым предметам от ведущих учителей страны транслировались в эфире до конца учебного года и помогали подготовиться к экзаменам. Помимо этих инициатив МинПросвещения рекомендовало целый ряд интернет-ресурсов для дополнительного образования. Это Всероссийский образовательный проект «Урок цифры», где к разработке обучающих программ для школьников подключились Yandex, Mail.ru, 1С, Лаборатория Касперского и Сбербанк, проект по ранней профориентации школьников «ПроеКТОриЯ», сайт национальной сборной WorldSkills Russia, Образовательный центр «Сириус» и т.д. Издателям приходилось играть на одном поле с такими мощными цифровыми платформами как Яндекс, Mail.ru, 1С.

Дмитрий Климишин, издательство «Просвещение»:

Мы ни в коем случае не считаем эти платформы нашими конкурентами, они сделали очень большой шаг в развитии технологий образования, они молодцы. Мы же со своей стороны сосредоточились на содержательном аспекта образования. Наша основная задача – создание качественного контента, который прошел огромное количество верификаций как со стороны внутренних экспертов издательства, так и со стороны Министерства просвещения. И сейчас мы стараемся взаимодействовать с любыми платформами и компаниями на рынке, которые могут нам помочь донести этот контент до конечного потребителя.

Давайте откровенно говорить: никто из издательств не был готов к быстрому переходу на дистанционное образование. Но мы сразу же представили несколько проектов. В первую очередь мы открыли бесплатный доступ ко всем нашим учебникам на двух наших платформах – Медиатека и ЛЕСТА. Отдельно мы создали ресурс «Моя школа в online», где собрали все материалы на основе уже знакомых школьных учебников и переработали их таким образом, чтобы дети могли не только с учителем, но и самостоятельно работать по этим программам. Все предметы были очень быстро

подготовлены именно в разрезе 4-ой четверти, чтобы дети не отставали от программы. Отдельно с компанией «Skyeng» мы представили интерактивную рабочую тетрадь Skysmart с заданиями по основным предметам до конца 4-ой четверти. Кроме того, мы расширили свой сайт prosv.ru, дополнили его новыми разделами для учителей и учеников, записали с методистами и выложили онлайн-уроки по всем предметам, разместили множество разных публикаций, посвященных организации дистанционного образования. То есть мы сделали всё, чтобы облегчить ученикам и учителям переход на дистанционный режим.

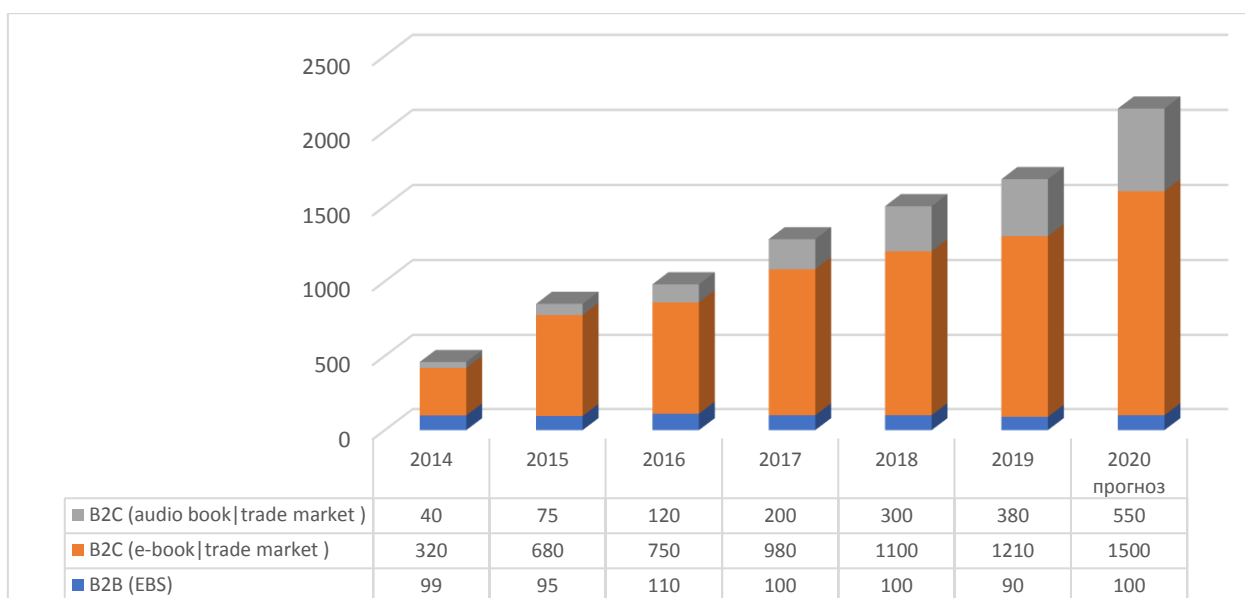
«Книжная Индустрия», ноябрь 2020

Серьезным драйвером рынка электронной книги служит и рост публикаций независимых авторов в электронном формате. Причем не только на базе екатеринбургского Ridero или на популярном литературном портале Литнет (litnet.com), но в профильном приложении ЛитРес: Самиздат или на полке «Популярный самиздат» Bookmate. Только в «Литрес» объем продаж самиздата в Москве в январе-июне 2020 года составил 50 млн рублей с динамикой 100%-го роста к аналогичному периоду 2019 года.

И всё же, несмотря на присутствие значительного количества потенциальных возможностей, цифровое книгоиздание и дистрибуция в 2020 году остаются в рамках традиционных для себя темпов роста, и объем цифрового сектора книжного рынка Москвы суммарно по итогам года не превысит 2.0 – 2.1 млрд рублей.

Диаграмма 1.18.

Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2020 гг., млн руб.



Источник: экспертная оценка, опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014-2020 гг.

1.7.1.1. Базовые условия развития рынка электронных книжных продуктов

Рост интернет-аудитории

Считается, что рост интернет-аудитории в России перестал быть драйвером рынка цифровой книги. Проникновение интернета среди молодежи и людей среднего возраста близко к предельным значениям (99% и 88% соответственно), и рост интернет-аудитории в России происходит в основном за счет людей старшего возраста, которых дистрибуторы цифрового контента как правило не рассматривают в качестве потенциальных поклонников электронной и аудиокниги. И тем не менее, последний опрос фонда «Общественное мнение» (15-17 мая 2020 года) показал, что каждый пятый россиянин (22%) до сих пор никогда не пользовался интернетом.

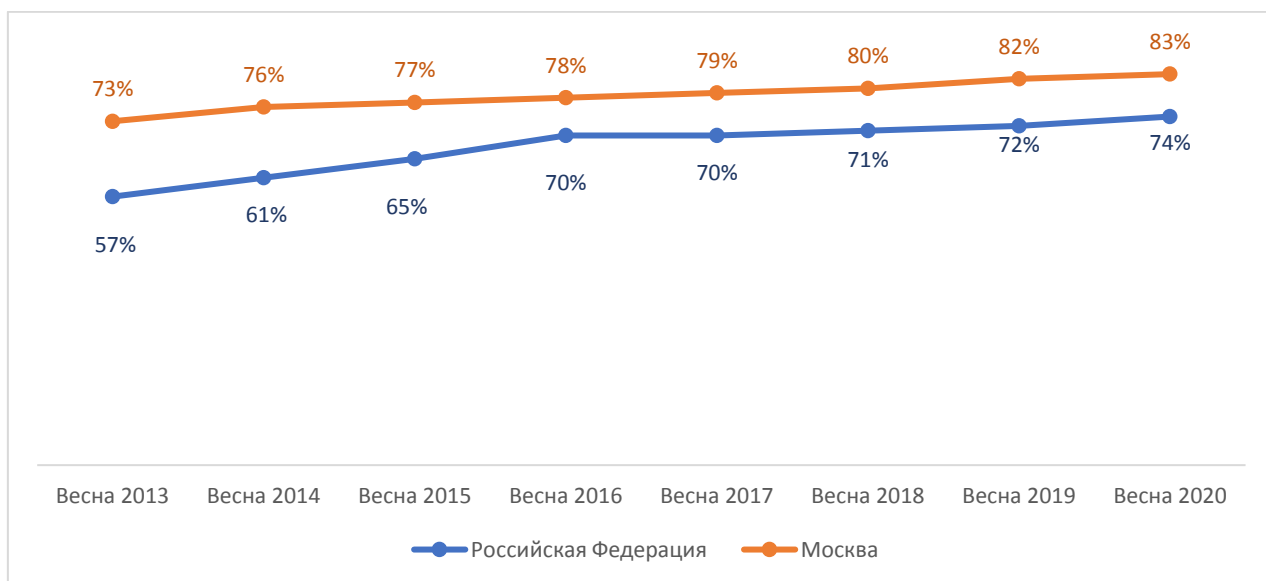
Этот же опрос ФОМ утверждает, что месячная аудитория интернет-пользователей в России составляет лишь 74% населения, а из тех, кто выходит в Сеть хотя бы раз в месяц, большинство чередует использование мобильного и домашнего интернета (51%). Только 27% пользуются исключительно мобильным интернетом, 21% - только домашним. Если говорить о Москве, то

по данным ФОМ, в 2020 году исключительно мобильным интернетом на смартфонах пользуются лишь 15% москвичей из 9 млн интернет-аудитории. Большинство (64%) жителей столицы сочетает устойчивый домашний WI-FI с 4G (LTE) возможностями смартфона.

В мае 2020 года россиянам в интернете интереснее всего читать новости и быть в курсе того, что происходит в мире (41%). 28% россиян с помощью Сети общаются, 25% работают, 17% учатся и смотрят фильмы и программы через интернет. Чуть меньше (16%) заходят в интернет ради соцсетей, а 13% – для развлечения. Но самый неожиданный итог опроса, проведенного ФОМ в мае 2020 года – это высокая онлайн-активность людей старшего поколения (от 46 до 60 лет), треть из них являются активными пользователями. Они общаются в социальных сетях (57%), занимаются поиском информации, связанной с темой здоровья (49%), используют мессенджеры для звонков и видеосвязи (46%), анализируют данные о товарах и услугах (45%).

Диаграмма 1.19.

Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2013-2020 гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 18+)

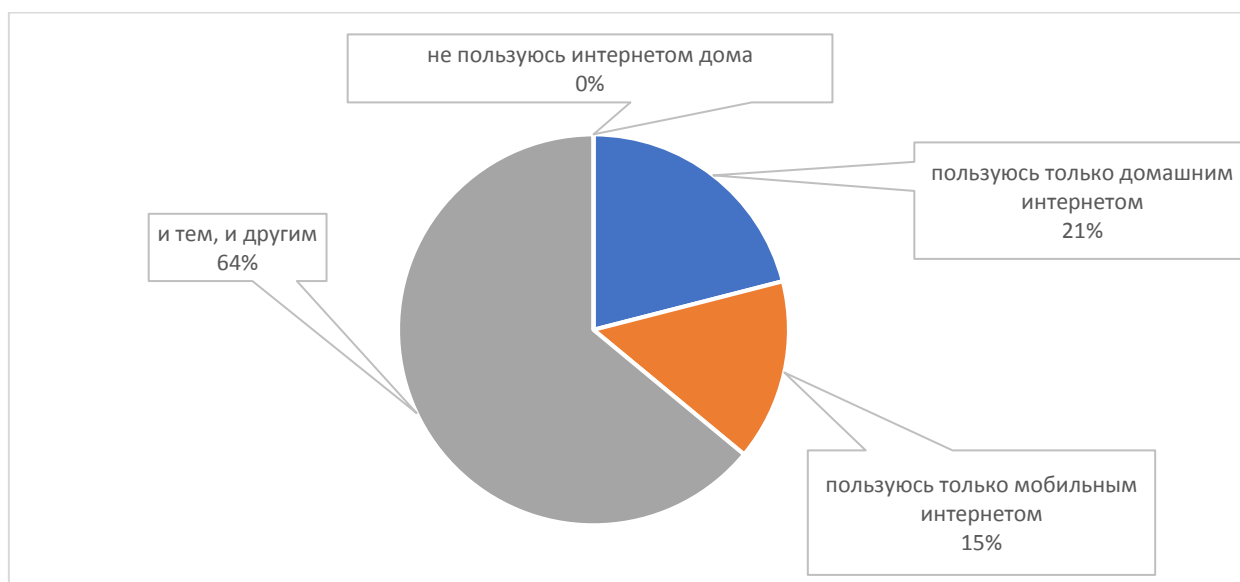


Источник: Фонд Общественного Мнения (fom.ru)

Понятно, что объем использования интернета в период самоизоляции вырос. По данным WEB-Index, в апреле 2020 пользователи (12+) каждый день проводили в интернете на 12% больше времени, чем в марте. Время использования интернета выросло во всех возрастных группах, но сильнее всего – в аудитории 12-24 лет (+16%). В период самоизоляции пользователи стали больше проводить времени в интернете как на десктопе – в среднем 1 час 51 минуту каждый день, так и на мобильных устройствах – 3 часа 6 минут (*Mediascope WEB-Index, вся Россия, население 12+*).

Диаграмма 1.20.

Профиль интернет-пользователей Москвы (% от месячной аудитории)



Источник: ФОМ, телефонный опрос граждан РФ 18+ лет; 16-17 мая 2020 г. (fom.ru)

Изменившие только на период самоизоляции предпочтения россияне, по данным WEB-Index уже в июле вернулись к своему обычному поведению в интернете. Так, если в апреле новостные ресурсы каждый день посещали около 14% россиян, то в июле – порядка 9%, как и в начале 2020 года. В социальные сети в июле каждый день стали заходить 47% населения, тогда как в апреле это делали 51%. При этом восстановилась аудитория навигационных сервисов и карт – в июле их вновь посещали каждый день около 6% населения,

сервисов такси и каршеринга – 2,5%, и трэвел-ресурсов – 1,6%. Единственное исключение – в июле 2020 года по-прежнему востребованными остаются видеоконференции: такими сервисами хотя бы раз пользовались 2,3 млн человек на десктопе (март 2020 – 0.3 млн человек) и 2,8 млн человек – на мобайле (0.2 млн человек в марте).

Этим наблюдениям Mediascope WEB-Index вторят и результаты опроса фонда «Общественное мнение» (15-17 мая 2020). В период самоизоляции (апрель-май) стали проводить больше времени в интернете 27% представителей месячной интернет-аудитории, в Москве – 33%. Готовую еду заказывали через интернет треть пользователей, среди молодых пользователей и горожан – больше половины. Продукты приходилось заказывать 11% месячной интернет-аудитории, среди москвичей – 27%. Товары заказывали две трети пользователей, среди молодых – 77%, в Москве – 86%.

Диаграмма 1.21.

ФОМ: Для чего вам нужен интернет, % от опрошенных



Источник: ФОМ, всероссийский телефонный опрос граждан РФ 18 лет и старше 16-17 мая 2020 г. 1000 респондентов. Стат. погрешность не превышает 3,8% (fom.ru)

Уровень осведомленности аудитории о продукте. Предпочтения и привычки

Бесплатного контента по-прежнему достаточно много в интернете. Более того, в период самоизоляции почти все дистрибуторы цифровой книги предоставили временный бесплатный доступ на определенные группы изданий или библиотеки (подборки).

Сергей Анурьев, «ЛитРес»:

В первые 8 месяцев 2020 года мы наблюдаем рост среднего тиража наименований, входящий в топ-500 как в электронном, так и в аудио - формате. Отмечу в этом плане приятный для нас тренд: деконсолидацию продаж в рамках топ-500. Значит электронную и аудио книгу начинают читать широкие слои населения с разнообразными предпочтениями. Кроме того, если сравнивать объёмы потребления платного и бесплатного контента, то мы видим, что уровень прироста по обеим группам вполне сопоставим и это для нас также хороший сигнал. Особенно с учётом того, что в период с марта по май мы проводили достаточно много акций, связанных с бесплатным доступом к книгам, раздачей бесплатных подборок книг, предложенных нам авторами и издательствами. И всё равно клиенты при этом сохранили свою платежеспособность.

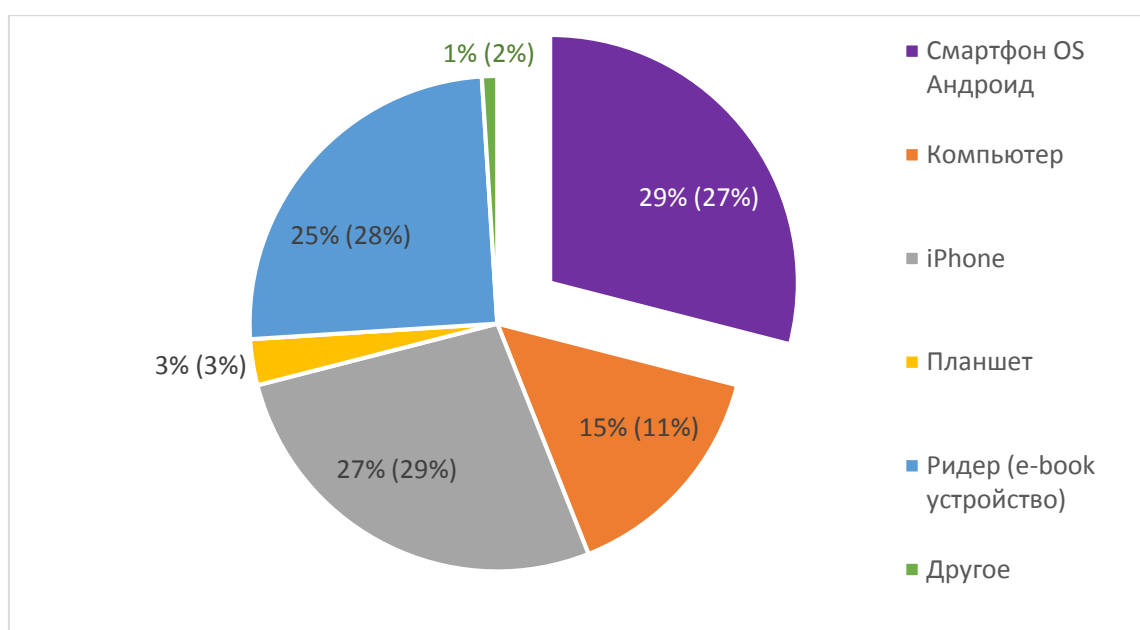
Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 03.09.2020

Динамика рынка мобильных устройств постоянно меняет соотношение популярных операционных систем, доминирующих на рынке скачивания/чтения легального цифрового книжного контента, и провоцирует переход на более гибкий формат верстки (epub, fb2, mobi и пр.) электронных книг. К примеру, социологический опрос клиентов книжных магазинов Москвы, проведенный в сентябре 2020 года, продемонстрировал тот факт, что читающие москвичи только в 5-10% случаев «потребляют» электронный контент с экрана специального устройства, но гораздо чаще (в 88% случаев) практикуют чтение книг с экрана телефона/смартфона. Причем, с каждым

годом растет число поклонников чтения электронных книг одновременно на нескольких устройствах (в зависимости от ситуации и того, что «под руку подвернулось») и отказ от использования специализированных ридеров. Постепенно растет интерес москвичей и к платным стриминговым сервисам: онлайн-кинотеатрам, библиотекам музыкального и книжного контента.

Диаграмма 1.22.

Структура предпочтений устройств для чтения цифрового контента (книг) клиентов магазина ЛитРес в 2020 (2019) году



Источник: данные ЛитРес, экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2020/2019 гг.

1.7.1.2. Текущая инфраструктура рынка

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

независимых авторов «ЛитРес: Самиздат» и «ЛитРес: Библиотека» для государственных и публичных библиотек, портал LiveLib и пр.

Общий ассортимент «ЛитРес» на август 2020 года насчитывает более 1 млн электронных и аудиокниг, в том числе 54% - русскоязычных наименований. Основу каталога компании составляет художественная литература (55%), базовые партнеры – ИГ «ЭКСМО-АСТ», ИГ «Азбука-Аттикус». Доля зарегистрированных в Москве покупателей составляет лишь одну пятую часть среди всех клиентов ЛитРес в I полугодии 2020 г. Ежемесячное количество скачиваний в январе-августе 2020 года – 4,7 млн (+25% LFL 2019), в том числе 1,6 млн приходится на платные загрузки контента (+23% LFL 2019). Востребованная клиентами, зарегистрированными в Московском регионе, тематика электронного контента – Детективы, Фэнтези, Любовные романы, non-fiction, Саморазвитие/психология, Бизнес-книги, Современная проза, Фантастика.

Согласно оценке компании «ЛитРес», ключевыми игроками на рынке электронной текстовой книги также являются «Google Play» и «Bookmate», которая по бизнес-модели конкурирует с дочерней для «ЛитРес» компанией «MyBook». Позиции «Google Play» и «Bookmate» относительно стабильны в последние годы, хотя с 19 декабря 2020 года может быть расторгнуто лицензионное соглашение (прямой договор) группы «Эксмо-АСТ» с «Букмейт Лимитед» с формулировкой «из-за непрозрачности в отчетности сервиса». Таким образом каталог «Bookmate» может потерять более 30 тыс книг издательской группы. Впрочем, ген. директор сервиса Андрей Баев уверен, что все вопросы будут урегулированы.

В 2020 году вопреки росту продаж на рынке электронной текстовой книги не появляется новых профессиональных издателей и дистрибуторов контента, что видимо связано с наличием серьезного монополиста, волатильностью спроса и ростом электронного самиздата.

А вот онлайн дистрибуцией аудиокниг в России целенаправленно занимаются достаточно большое число компаний. Сегодня аудиокниги можно приобрести на сайте elkniga.ru, в интернет-магазинах издательств (Альпина, МИФ и пр.) и в мобильных приложениях-магазинах «ЛитРес: Слушай!», «Книга вслух», «Патефон», «Аудиокнига». Если слушатель предпочитает подписную модель, то для него существуют качественные сервисы «Звуки слов», «Патефон», «Storytel», «Bookmate» и т.д. В том числе пришедший в 2017 году в Россию шведский стриминговый сервис Storytel предлагает сегодня одновременное прочтение/прослушивание книг и в том числе вариант совместной (семейной подписки для 2-х аккаунтов). Сохраняется и рынок аудиокниг на носителях, хотя по оценке С. Анурьева, его можно оценить на уровне статистической погрешности в 1%, с тенденцией к дальнейшему медленному схлопыванию.

Производством аудиокниг в России сегодня занимаются не только издатели, но и дистрибуционные сервисы. «Литрес», к примеру, имеет два ресурса, производящих аудио-контент – традиционную профессиональную студию звукозаписи и сетевой краудсорсный проект ЛитРес:Чтец, являющийся открытой платформой в области аудио-производства. Точно также и Storytel – это не только приложение, но и издательство и собственная студия. Свой вклад в создание аудиокниг вносит и волонтерское движение в регионах, создавая на средства областных бюджетов подборки аудиокниг для людей с ограниченными возможностями или в рамках программ продвижения национальных языков.

Если говорить в целом о рынке электронной (текстовой и аудио) книге, то определенное движение, развитие здесь демонстрирует не столько конкурентная структура игроков, сколько предпочтение тех или иных моделей потребления (и монетизации) книжного контента.

Сегодня рынок электронных книг делится в примерном соотношении 4:1 между покупками-PPD (Pay Per Download) и подпиской. Набирают

популярность новые бизнес-модели (книги-чаты, самиздат). С точки зрения Бориса Макаренкова (Storytel), за подписной моделью будущее, ведь во всех странах, за исключением США (где сильна позиция Amazon Audible), она побеждает «оплату за скачивание» (PPD), потому что позволяет нарастить число людей, интересующихся книгами, продвинуть аудио-формат, и не только. Что касается сервисов по подписке текстовой электронной книги, то проект «MyBook» по итогам первого полугодия показал прирост продаж на уровне 74%. Это подразделение «ЛитРес» вместе с издательствами проводило много акций, в том числе раздавая пробные периоды на подписку, что увеличило количество регистраций в сервисе на 87%, а количество пользователей, оформивших премиум-подписку выросло в 3 раза. Но тем не менее, согласно данным «ЛитРес», доля тех, кто хотел бы читать книги только по подписке, составила лишь 11%, тех, кто готов к подписке и отдельным покупкам – 43%, а тех, кто готов только покупать – 47%. То есть поштучное платное потребление сохраняет на рынке электронной книги свое доминирующее положение.

Также в период карантина наблюдается достаточно высокий рост популярности самиздат-публикаций. В проекте «ЛитРес: Самиздат» приросло и количество новых авторов на 22,5%, и выручка сервиса выросла фактически в два раза. Благодаря карантинным мероприятиям весны 2020 года у независимых начинающих авторов оказалось достаточно много свободного времени, они смогли вернуться к отложенным рукописям, завершить их и опубликовать на сервисе. Освободившееся время они также смогли посвятить продвижению своих книг. В итоге в ЛитРес в рейтинге книг по продажам с января по август на первом месте – автор из самиздата, который самостоятельно пришел на площадку и выложил нон-фикшн книгу (Владислав Гайдукевич «Расширить сознание легально»). Кроме того, 40% вышедших на рынок книг в первом полугодии, подготовлены в рамках проекта «ЛитРес Чтец», где количество озвучиваемых аудиокниг выросло на 105% к предыдущему году.

Определенные изменения произошли и в тематической структуре цифрового сегмента книжного рынка.

По данным «ЛитРес», в период самоизоляции значительно возросло потребление фантастики, эротической литературы, как и книг по психологии, которые видимо помогали людям ответить на разные экзистенциальные вопросы. А вот бизнес-книги, в силу своей неактуальности, как в общем-то и путеводители, показали отрицательный тренд, в отличие от роста потребления художественной литературы, как классики («1984»), так и книг, ставших основой телевизионных сериалов.

В сервисе ЛитРес наибольшим спросом в период карантина пользовались книги:				В сервисе ЛитРес наименьшим спросом в период карантина пользовались книги:	
+129%	+84%	+80%	+77%	-8%	-48%
книги о мировой экономике	фантастика	эротическая литература	книги по популярной психологии	Бизнес-тематика	Книги-путеводители

Компания «Storytel», наоборот, отмечает серьезные изменения в интересах слушателей только в пост-карантинный период (летом) 2020 года. Если летом 2019 года россияне отдавали предпочтение аудиокнигам по саморазвитию, то в 2020 году предпочтение отдано развлекательным книгам. В числе самых популярных авторов летом 2020 года – Борис Акунин, Стивен Кинг, и Макс Фрай. В этом сервисе аудиокнига Ю.Н. Харари «Sapiens» уже несколько лет, независимо от сезона уверенно держит первое место по популярности. И 2020-й не стал исключением. В целом, по данным «Storytel» структура предпочтений слушателей выглядит следующим образом:

Лето 2019	Весна 2020	Лето 2020
Фантастика и фэнтези -20%	Фантастика и фэнтези -20%	Фантастика и фэнтези – 20%
Художественная литература – 16%	Художественная литература – 16%	Детективы – 15%
Психология и саморазвитие – 11%	Психология и саморазвитие – 12%	Художественная литература – 14%
Детективы – 8%	Детективы – 11%	Классика – 8%
Классика – 7%	Классика – 8%	Психология и саморазвитие – 7%

Кроме того, в период закрытия книжных магазинов издательства вынуждены были адаптировать релизную политику и, наверное, впервые за всё время существования электронной книги в России появилось огромное количество эксклюзивных проектов и релизов на цифровых сервисах – более 5000 новинок только за одно полугодие.

Борис Кузнецов, Литрес

Как детское издательство мы всегда недооценивали и поверхностно относились к сегменту электронной книги. Но в период коронавируса ситуация изменилась. Сегодня важна любая подпитка маржинальности, тем более, что продажи электронных (аудио) книг реально начали расти и стали значимым экономическим фактором. Думаю, что на протяжении ближайших 5-6 лет электронные книги и аудиокниги для детей вполне возможно будут неким синергическим компонентом книжного рынка, позволят синхронизировать релизы и продвигать детскую книгу с двух сторон.

Уже сейчас мы решились на один очень любопытный эксперимент. Как известно, «Росмэн» больше 10 лет проводит конкурс литературных произведений для детей. За это время через нас прошло 15-16 тыс рукописей. И мы решили из этих рукописей сделать несколько электронных жанровых коллекций, отобрав фантастику, мистику, хорроры, и вместе с «ЛитРес» запускаем этот пробный проект. Он уже получил название «Навигатор Z», будет открытым, мы даже статистику будем публиковать и вовлекать в этот процесс библиотекарей, авторов и профессионально читающую аудиторию. Посмотрим, что из этого получится. По результатам реализации «Навигатора Z» мы будем издавать бумажные книги.

«Книжная Индустрия», ноябрь 2020

В целом, по словам С.В. Анурьева в цифровом сегменте книжного рынка в 2020 году можно наблюдать следующие тенденции:

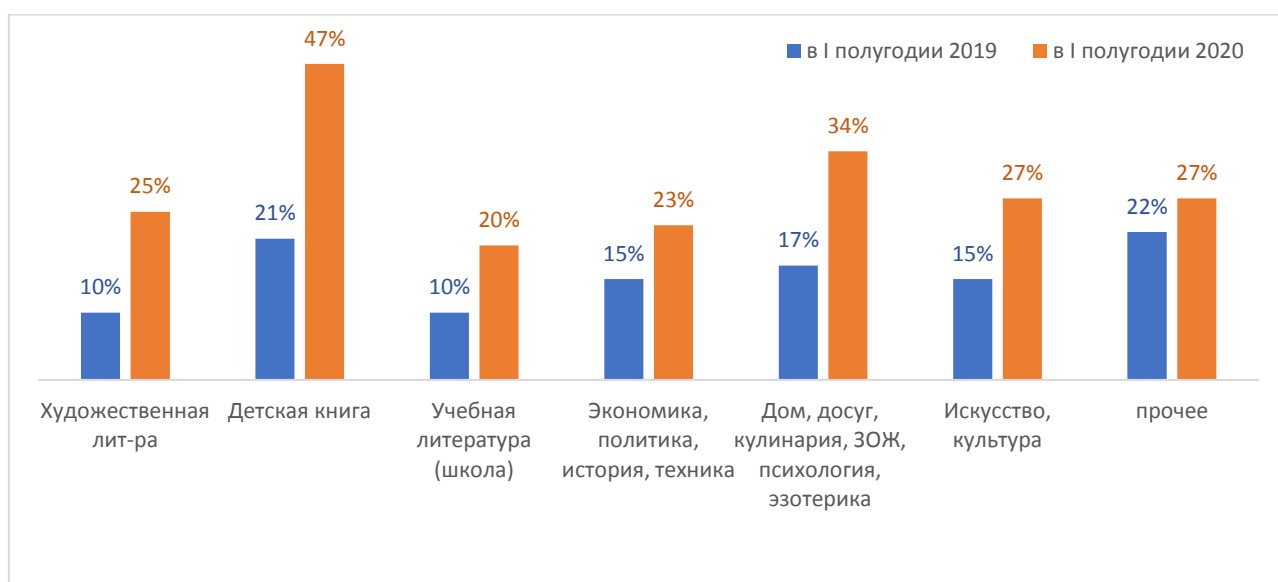
- рост молодой читающей аудитории;
- сокращение формата книги, переход на сериальность;

- рост активности в экспериментах с искусственным интеллектом, роботизированной озвучкой для ликвидации разницы в широте ассортимента между электронными и аудио- книгами.

И дистрибуторы/агрегаторы цифрового книжного контента получают поддержку от издательств на разного рода эксперименты, чтобы формировать у читателей привычку выбирать формат уже после покупки книги, а не до.

Диаграмма 1.23.

Рост продаж в Московском регионе в разрезе укрупненных тематических групп книг на площадках ЛитРес в I полугодии 2020/2019 гг. (LFL к предыдущем году)



Источник: данные компании ЛитРес

1.7.1.3. Ценовая политика (trade market) и маркетинговые инициативы

В Москве на протяжении восьми последних лет средняя цена купленной электронной книги «проигрывает» цене бумажного аналога. И если в 2015-2016 гг. рост цен на электронную книгу составлял 20-30%, то в августе 2020

года средняя стоимость купленной электронной книги в «ЛитРес» составила 179,84 руб. с положительной динамикой (+10%) на фоне августа 2019. При этом средняя стоимость купленной текстовой книги в 2020 году остается более чем лояльной для покупателя – 182 руб., аудиокниги – 240 руб., а приобретение в сегменте самиздата обошлось пользователю в 134 рубля.

Средний чек покупателя электронного контента у легального поставщика в Москве в январе-августе 2020 года демонстрирует широкий диапазон значений в зависимости от дистрибьютора или тематики контента – от 193 руб. (только текстовые книги) до 237 руб. (только аудиокниги). Средневзвешенный показатель (с учетом самиздата) – 204 руб. с динамикой +5% к данным января-августа 2019 года.

Таблица 1.12.

Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в августе 2013-2020 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	374,42	178,23	110.08
2019	197,35	375,65	179,84	108.88
2020	202,93	380,34	192,54	97.54

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

Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2020», экспертный опрос: август-сентябрь 2013-2020, аналитика - Мониторинг

Конечно, агрегаторы электронного контента мотивированы, в первую очередь, на маркетинг именно электронных книг и продвижение самого процесса «электронного книгопотребления». Но, тем не менее, они достаточно активно участвуют в мероприятиях по поддержке и продвижению чтения и слушания цифровой книги, реализуют различные акции. Хотя 2020 год и здесь внес свои коррективы. В частности бюджет (включая рекламу) ЛитРес в январе-августе 2020 г. сократился на 42% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. Но тем не менее, это всё равно внушительные 78,4 млн рублей, которые ЛитРес потратил на запуск рекламной кампании (январь-март 2020 года) в московском транспорте и ТВ, на сотрудничество с топ-блогерами: Ксенией Собчак, Светланой Бондарчук, Алексеем Пивоваровым, Ильей Варламовым, Жанной Бадоевой и многими другими, получив суммарно более 14 млн просмотров, а также на финансирование серии прямых эфиров (апрель-август 2020) в рамках проекта «Автору не всё равно», где популярные писатели и эксперты из разных сфер делятся своим опытом, а также обсуждают со зрителями актуальные темы и свое творчество. В эфирах уже приняли участие Гузель Яхина, Вадим Панов, Галина Юзефович, Александр Цыпкин и другие известные литераторы. ЛитРес продолжает спонсировать и сайт LiveLib, позиционируемый как «социальная сеть читателей книг».

Однако, большинство дистрибьютеров электронных (текстовых и аудио) книг ограничились в 2020 году пробным бесплатным доступом к каталогу (библиотеке) и активностью в социальных сетях. Разумеется, все поучаствовали в «черной пятнице» (конец ноября), а «Storytel» запустил подарочные карты на 1, 3, 6 и 12 месяцев

1.7.2. Рынок электронно-библиотечных систем (B2B)

В отличие от внушительной положительной динамики B2C рынка, ситуация в B2B сегменте остается сложной. Вопреки растущему в карантинные месяцы 2020 года интересу к электронно-библиотечным системам, институциональный рынок ЭБС показывает низкие темпы прироста объема. Прогнозируемая динамика на 2020 год для B2B сегмента – рост оборота до 100 млн рублей (+10% к 2019 году).

Конечно, агрегаторы цифрового контента активно отреагировали на введение карантина. Большинство предоставили временный бесплатный доступ для всех учащихся на свои платформы, что спровоцировало волну социальной рекламы, информирующей об этих ресурсах.

В частности, ИД «Директ-Медиа» участвовал в Общероссийской акции взаимопомощи «#Мы вместе», предоставил бесплатный доступ для образовательных учреждений к платформам ЭБС: «Университетская библиотека онлайн» и «Библиошкола», в рамках УМЦ организовал экспресс-курс «Быстрый переход в онлайн».

Наравне с подъемом форм дистанционного образования и общения наблюдался рост учебно-методической активности преподавательского сообщества и всплеск внимания к онлайн-курсам формата MOOC, но в целом их количество и практика использования не велики. Многие из агрегаторов и владельцев электронных библиотек озаботились тем, чтобы интегрировать ЭБС с системами LMS и дистанционного обучения (Moodle etc.).

Но в целом в условиях пандемии не производилось никаких централизованных закупок или дополнительных покупок образовательными организациями. Министерство просвещения официально ограничило предоставление платформы «Моя школа онлайн» с открытыми учебными материалами (4 четверть) издательства «Просвещение».

Повседневное активное использование ЭБС в дистанционном учебном процессе в вузах и ссузах значительно выросло во многом благодаря «бесплатному доступу» и рекламе в СМИ. В карантинном апреле-мае в рамках акций агрегаторов наблюдался всплеск «гостевых приходов» для знакомства с

библиотеками (с обычных 30-40 тыс в 2019-м до 80-85 тыс в 2020-м). Но реальное чтение книг выросло не так существенно – на 10-15%.

Однако, весь этот всплеск интереса для агрегаторов вузовской и научной литературы и электронно-библиотечных систем не вылился в какой-либо ощутимый финансовый результат. Они не получили новых институциональных пользователей, и количественный прирост объема использования контента не отразился на величине контрактов и денежном объеме рынка. Выиграли от ситуации только розничные игроки электронной дистрибуции, а также вендоры онлайн-обучения. В цифровом образовательном продукте значительно выросло потребление онлайн-видеопродукции, книг – незначительно.

Константин Костюк, «ДиректМедиа»:

С началом пандемии мы ожидали всплеска активности издательств-партнеров в отношении к электронному формату. Ведь значительное количество издающих организаций пока не работает с электронной книгой, особенно небольшие издательства, которые в целом обходятся без электронной дистрибуции и не готовы к ней в плане работы с правами и метаданными. Но несмотря на наше активное привлечение, ни одно из наших предложений – реализация маркетплейса электронных книг или BORN DIGITAL – не нашли отклика у издателей.

Отраслевая конференция в рамках Libcom-2020, 26.11.2020

Осенью 2020 года в образовательной среде продолжается тенденция постепенного перехода к режиму открытого доступа, в частности издательством «Лань» была запущена инициатива СЭБ – бартерного обмена книжным контентом между вузами. И частичный переход образовательных учреждений на дистанционный формат лишь поддержал сезонную активность использования электронно-библиотечных систем, но уже не привел ни к акциям агрегаторов, ни к повышению использования ЭБС.

В2В-сегмент цифрового книжного рынка остается под сильным давлением законодательных инициатив (прежде всего утвержденного Правительством РФ 20 февраля 2019 г. Положения о Национальной электронной библиотеке) и библиотечного лобби в части реализации Закона об обязательном экземпляре электронного издания.

Рынок ЭБС, сформированный фактически волевым решением государства², с ноября 2014 года (в результате отмены Приказа Минобрнауки РФ N 1953) лишен какой-либо поддержки регулятора и вынужден фактически заново выстраивать собственную структуру. И, тем не менее, он даже сегодня вполне жизнеспособен и наиболее приспособлен именно к работе с малотиражными книгами, для пакетных экономических решений. ЭБС – ключевой формат, по которому сегодня распространяется учебная университетская книга.

Основные характеристики этого сегмента в настоящий момент – зависимость от бюджетной сферы и острая реакция на демографические ямы (сокращение числа студентов), на экономические кризисы. Помимо этого, здесь особую роль играют вузы, которые дотируют, субсидируют этот сегмент, и, соответственно, подрывают позиции коммерческих учебных издательств, особенно в сфере периодики. Активизация публикационной активности преподавателей и ученых привела к количественному росту изданий, но при этом и к падению спроса на коммерческие издания, и в целом к появлению такого издательского формата как «издание книги в авторской

² Постановлением Правительства Российской Федерации от 16 марта 2011 г. № 174 наличие ЭБС отнесено к числу лицензионных требований и условий при осуществлении образовательной деятельности. Согласно Приказу № 1975 Минобрнауки РФ от 31 мая 2011 г. во ФГОС ВПО по направлениям подготовки, подтверждаемым присвоением лицам квалификации (степени) «бакалавр», «магистр» и «специалист» был включен абзац следующего содержания: «Каждый обучающийся должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями».

редакции». Сегодня в составе ЭБС очень много книг, которые готовит сам автор, и основная работа с рукописью ложится на автора.

Стоит отметить и еще одну особенность, которая касается уже формата для научной книги. Если на общедоступном рынке экспансия электронной книги в основном заключается в переходе на гибкий формат верстки (epub, fb2, mobi и так далее), то научная периодика, научная учебная книга не переходит на эти форматы. Здесь остается диктат pdf. Так как существуют жесткие правила цитирования для ученых, когда ссылка дается на конкретную страницу бумажного издания, и это четко отслеживается. Собственно, уже только это правило не позволяет использовать электронные книги digital born. Печатная версия становится некоей моделью, эталоном публикации как для бумажного, так и для электронного формата, что лишь подчеркивает лидирующую роль технологии Print on Demand в университетском и научном книгоиздании. При этом инфраструктура книжного рынка сегодня не адаптирована под Print on Demand. Книжные магазины, как правило, не работают с таким форматом, они требуют уже готовых тиражей, количества. Тем не менее, масса книг, которые доступны только по технологии Print on Demand, нарастает – это самиздат, классика, научная литература, и, по сути дела, вся университетская книга. В частности, только в «Директ-Медиа» 40 тысяч изданий предлагаются по этой технологии, и фактически в другом печатном формате большинство этих изданий уже недоступны.

По состоянию на 2020 год рынок цифровых библиотек научного и образовательного контента обладает плотной конкурентной структурой, где как и в коммерческом сегменте число игроков минимально. Это:

- ООО ДиректМедиа
- ZNANIUM.Com (издательство «ИНФРА-М»)
- IPRbooks (ООО Ай Пи Эр Медиа)
- ЭБС «Консультант студента» компании «Гэотар Медиа»
- eLibrary
- IBooks Электронная библиотека издательства «Лань»

И всё же, развивать коммерческое предложение в условиях расширения бесплатного доступа к культурному и научному наследию со стороны государства, более чем проблематично. Ведь в настоящий момент в 79 регионах России действуют более 230 центров доступа к ресурсам Президентской библиотеки, которая активно использует сегодня интернет-вещание (видео-лекции, фильмы и трансляции), более 20 электронных читальных залов работают за рубежом на базе российских центров науки и культуры. Здесь читателям доступны более 700 тыс. единиц хранения, растёт объем аудиовизуального контента – документальные фильмы, кинохроника, видеолекции, интервью и доклады. В фондах библиотеки представлено более 150 тематических коллекций. И всё это богатство доступно в цифровом формате лишь на основании библиотечного абонеента вне какой-либо дополнительной оплаты.

Более того, 20 февраля 2019 года Правительство России утвердило положение о Национальной электронной библиотеке (НЭБ), подготовленное Министерством культуры РФ. Этим документом предусматривается включение в НЭБ копий 100% российских изданий на правах обязательного экземпляра. И хотя доступ к документам НЭБ будет предоставляться пользователям только при наличии лицензионного договора с автором или другим правообладателем, и документ предусматривает модели доступа к произведениям с оплатой по факту использования, но всё же это очевидная прямая конкуренция с коммерческими ЭБС, где шансы последних минимальны.

Павел Лушников, РГБ/НЭБ:

Мы видим, что количество обращений к объектам НЭБ в апреле оставалось таким же, как и в первом квартале 2020 года (I квартал 2020 – 1236 тыс.; апрель 2020 – 1120 тыс.). И со своей стороны запускаем несколько новых проектов. Это недавно анонсированный проект «Книжные памятники», в рамках которого оцифровано 8000 книг, ранее недоступных обычному читателю. Мы уже запустили специальный продукт по доступу к прессе. В сентябре мы готовимся к запуску специального

мобильного приложения «Свет», которое предлагает заполнить пробелы в образовании, установить цели по чтению, включает игровые механики.

Причем, «бесплатно для читателя» не означает «убыточно для издателя». В прошлом году мы получили подзаконные акты, которые позволяют нам 5% лучших книг полностью выкупать за счет бюджета. И еще 20%-25% книг приобретать по модели «за факт использования», т.е. то количество читателей, которое придет к нам за этими книгами, будет оплачено издателю государством. А для тех книг, которые достойны общего внимания, но при этом недостаточно хороши для оплаты из бюджета, мы готовим возможность чтение за счет читателей или третьих лиц. С августа 2019 года у нас запущен пилотный проект по оплате «за фактическое использование». Для читателя достаточно подтвердить гражданство РФ или находиться на территории России (имеет право читать за счет государства), войти через портал госуслуг и получить доступ к чтению. Из 30 тыс книг, полученных в качестве обязательного экземпляра в электронном виде за 2019 год, 2 тыс доступно читателям НЭБ бесплатно за счет заключения 162 лицензионных соглашений. На данный момент РГБ, как оператор НЭБ, платит 10 коп. за каждую прочитанную страницу научной литературы. Наверное, это не очень много в условиях пандемии, но в общем, тоже деньги. Мы планируем уже в следующем году развернуть собственную платформу дистрибуции на базе технологичной платформы readium. Среди участников этого проекта много уважаемых партнеров. Платформа основана на контейнере EPUB, защищена системой DRM. Рассчитываем, что уже в следующем году мы сможем предлагать этот сервис издателям, особенно тем, кто не может позволить себе внедрять большие сложные системы.

«Книжная индустрия», июль 2020

В целом за 2020 год электронные ресурсы в формате ЭБС принесли эффект там, где они уже были и каким-то образом использовались. В частности, система СПО (среднего профессионального образования) стремительно усваивает вузовскую модель обеспечения цифровыми ресурсами, и здесь наблюдается рост институциональных подписчиков, в то время как школа испытывает серьезные проблемы с обеспечением информационными ресурсами, да и публичные библиотеки, по мнению экспертов, в целом оказались не готовы к дистанционному формату.

1.8. Характеристика негативных и позитивных тенденций в развитии печатного и цифрового книгоиздания: Ключевые проблемы, вызванные COVID-кризисом, и меры государственной поддержки книжной отрасли

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

Первым итогом такой «переоценки ценностей» стала экономия, новые правила выпуска новинок, исключение дешевых изданий из каталога и при этом бесплатная или с огромными скидками раздача контента. Но это скорее шоковая реакция на вызовы COVID-19. Спустя несколько месяцев работы в новой реальности пришло осознание того, что пандемия просто ускорила те изменения, которые давно вызревали внутри книжного дела России: это и развитие информационных сервисов для читателей, и увеличение доли e-commerce на рынке печатной книги, и необходимость цифровизации всех процессов в издательстве.

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Пандемия показала, что независимо от того какая вы компания (маленькая или большая), вы должны постоянно меняться, придумывать инновации и их внедрять. Мы все знаем, быстро растет рынок самиздата, и если издательства не ускорят процесс издания книг без потерь качества, то авторы будут уходить на технологические платформы. Сегодня в среднем в России срок издания книги после получения рукописи составляет 1 год, поступление денег за первый тираж происходит в среднем в течение еще одного года. Иными словами, очень длинный цикл. Мы теряем время по всей цепочке создания ценности в книжной отрасли. Я считаю, что один из главных вызовов и для издателей, и для книгораспространителей сегодня – это снижение срока работы над книгой («time to market»), сокращение времени

представления книги от автора до читателя. Мы должны решить эти проблемы, либо завтра, поверьте, их решат за нас. Если говорить про «Эксмо», то мы внедряем инновации во всех элементах этой цепочки. Мы активно внедряем Agile во всех ключевых процессах, и надеюсь, за год-два 70-80% всей компании сможет перейти на Agile. Мы внедряем Bigdata в разные процессы, в тиражи и допечатку, развиваем Академию книжного бизнеса, буквально две недели назад запустили Писательскую академию «Эксмо» (EWA), тестируем обучение на мобильной платформе skill сир, благодаря которому наши партнеры смогут гораздо быстрее получать информацию о новинках и актуальных тренингах от нашей Академии. И я призываю всех своих коллег-издателей достаточно активно двигаться в этом направлении, потому что чем больше мы с вами придумываем, внедряем инновации, учимся друг у друга, тем больше может быть наш рынок.

Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 03.09.2020

Самым сложным в период весенних карантинных мероприятий стало состояние неопределенности. Именно оно провоцировало громкие заявления о жутких потерях и панические прогнозы.

Борис Кузнецов, издательство «Росмэн»:

Это был самый сложный квартал за все 20 лет, что я нахожусь в книжном деле. Впрочем, думаю, что я тут не оригинален. В штатном режиме у нас работала только часть склада, IT (которые поддерживали «удалёнку» для остальных сотрудников) и 3-4 человека из руководства. Остальные трудились по домам и дачам. Да, и кадровые потери, естественно, у нас возникли. Нужно будет их постепенно восполнять. В бизнес-проблемах тоже не было ничего оригинального – паралич каналов сбыта, необходимость удаленно управлять сотрудниками, переориентация на интернет-канал, разорванный НДС, нарастание дебиторской задолженности и т.п.

Леонид Шкурович, ИГ «Азбука-Аттикус»:

Самыми тревожными были первые дни апреля, когда в Москве и области только-только начинал формироваться режим электронных пропусков, и было совершенно неясно, как преодолеть

преграды административного характера и проникнуть на рабочие места, чтобы обеспечить поставки в те каналы продаж, которые сохранили работо- и платежеспособность. Всё, что угодно, можно перевести на «удаленку», только без нормальной работы комплектовщиков и грузчиков все виртуальные подвиги никому не нужны. И без транспортной логистики тоже. А в начале апреля эти основные функции серьезно сбоили. По мере того, как мэр и губернатор определились с пропускным режимом, мы заработали и бросили на интернет почти все ресурсы продаж и логистики, а следом и ресурсы производства, поскольку новая специфика спроса в онлайне потребовала оперативного восполнения наиболее востребованного ассортимента. Май был спокойным и собранным, мы уже усвоили, как грести, чтобы оставаться на плаву, а июнь – насыщенным и кропотливым. Начали открываться книжные магазины и мы стали разгонять продажи новинками, бережно разбираясь со страхами, сомнениями и задолженностями.

Александр Богуславский, АСТ

Период с апреля по июнь был для нас достаточно сложным, неопределенность ощущалась по всем направлениям: кто из клиентов работает, а кто – нет, функционирует или не функционирует логистика, что со складом – можно ли выводить людей или все же нельзя?

Большая часть нашего издательства перешла на «удаленку», однако назвать это работой в штатном режиме нельзя, ведь для нас это был новый опыт, получаемый в аварийном режиме. В целом мы справились: продолжали готовить к выпуску книги, выпускать их, заниматься продвижением и продажами книг, проводить совещания и переговоры.

«Книжная Индустрия», май-июнь 2020

Но как только появилась возможность хоть как-то структурировать происходящее, перейти к работе с цифрами в привычном горизонте отчетности и планирования, то и реальные потери I полугодия 2020 года уже не выглядят столь устрашающе.

В массе своей издательства стартовали в первом квартале с положительной динамикой продаж в среднем на уровне 5% к январю-марту 2019 года. Конечно, были и такие, что снижали объемы в сравнении с

предыдущем годом (как правило это небольшие издательские команды). Точно также на фоне общего (в среднем на 22%) падения продаж издательской продукции во втором квартале 2020 года были издатели нарастившие оборот: ГК «Просвещение» в апреле-июне показала невероятные плюс 49%, а издательство «Самокат» - плюс 17% оборота к аналогичному периоду прошлого года.

Всё же большинство издательств ТОП-20 отчитываются в карантинном втором квартале о LFL-потерях на уровне 25-35%. Весна – низкий сезон в книжном бизнесе, за исключением продаж бюджетным организациям. Но аукционы в этом году прошли своевременно и объем бюджетных закупок даже немного подрос, что лишний раз демонстрирует показатели ГК «Просвещение», рост продаж библиотекам отмечают также ИГ «Азбука-Аттикус» и «Росмэн».

Кроме того, издатели с высокой долей интернет-канала в до-карантинный период смогли комфортно минимизировать потери от закрытия физической розницы и прекращения отгрузок оптовикам-логистам, ориентированным на физические торговые площадки. К примеру, именно это обстоятельство помогло ИГ «Альпина» легче пройти карантинные ограничения и потерять в продажах второго квартала лишь 6% и 24% соответственно к аналогичному периоду 2019 года.

Наконец, благодаря карантину у большинства издательств значительно подросла доля продаж электронного (audio | e-book) контента в общем объеме реализации. В I полугодии 2020 года – в среднем это уже около 9% оборота с динамикой роста на уровне 3-62% к I полугодию 2019 года.

С июня 2020 издатели тестируют различные модели выпуска новинок и в целом коррекции работы с каталогом.

Рамиль Фасхутдинов, издательство «Бомбора»:

Мы ввели правило миллиона охватов для новинки, новый показатель эффективности для редактора и думаем над максимизацией работы с контентом. Например, электронные книги можно разбить на маленькие темы и продавать их отдельно за меньшие деньги, если это позволяет сам по себе текст. Аудиокниги, если у вас нет денег для профессиональной записи, всегда можно записывать только за роялти. Вы ничего не тратите, просто делитесь «пирогом» будущих доходов, но тем самым имеете запись и хоть какой-то доход. Безусловно, небольшие тиражи по 500 экз., и теория «длинного хвоста» в интернете также хорошо работает.

Сергей Макаренков, Рипол Классик:

Для небольших издательств эффективно сегодня обратить внимание на работу с маркетплейсами, если не хватает своих ресурсов, то обратиться к операторам рынка. Это важно не только для издателей, но и для писателей, у которых еще остались права. Писатели сегодня в состоянии войти на платформы, в том числе «RUGRAM», например, где управление их издательскими тайтлами уже осуществляется на основе новых технологических решений. Это сегодня очень важно.

«Книжная Индустрия», май-июнь 2020

И конечно же, не особо полагаясь на поддержку государства, издатели изыскивают резервы для экономии, разумно предполагая, что когда ситуация напряженная, можно проводить те решения, на которые раньше не хватило бы воли...

Алексей Ильин, ИГ «Альпина Пабlishер»:

В издательской сфере есть по сути три главных инструмента управления затратами: производство, затраты на людей (на персонал) и затраты на аренду. Затраты на авторские расходы – отдельно, так как этим управлять невозможно. Что касается аренд, то сейчас всем необходимо торговаться, и по своему опыту могу сказать, что 20-50 % - это реалистичный уровень скидки, которую можно получить. Что касается затрат на персонал, то самая простая часть – это затраты на внештатников, здесь можно договориться о более низких ставках. Но при этом важно сохранять платежную дисциплину и платить вовремя, и тогда

люди относятся с пониманием. Затраты на штатных сотрудников – это очень болезненная тема, потому что для издателей команда является главной составляющей успеха, потеря квалифицированных сотрудников всегда серьезный удар. Важный вопрос – безопасность сотрудников, я знаю компании, где до 35% сотрудников переболели. Нам этого к счастью удалось избежать, у нас только два сотрудника переболели и это не было связано с работой.

Ирина Балахонова, издательство «Самокат»:

Как только весь оффлайн формат продаж взял и вдруг испарился мы решили сократить планы печати на апрель и май вдвое, оставив все самое «вкусное» для разных возрастных категорий читателей – от 0 до 18+. План весны 2020 включал около 35 новинок, мы оставили половину. Для старших подростков, young-adult аудитории (т.е. для себя) мы сохранили в плане long-read формат.

Евгений Капьев, издательство «Эксмо»:

Пока мы планируем выпустить в 2020 году всё, что запланировали. На текущий же момент мы полностью сократили позиции, которые плохо продаются в интернет-магазинах или в электронном виде. Большая часть новинок мая и июня тоже перенесена, к сожалению.

«Книжная Индустрия», май-июнь 2020

В июле книжный рынок Москвы постепенно выходит из кризиса: издатели возвращаются в офис, открываются книжные магазины, возобновляются поставки новинок и взаиморасчеты за проданные книги. Но тем не менее, справиться с проблемами полностью издателям не удалось. Усугубляющийся экономический кризис, колебания рублевого курса и снижение реальных денежных доходов граждан продолжали оказывать негативное влияние на книжную отрасль в так называемый восстановительный летний период.

По состоянию на июль 2020 года о возобновлении работы всех книготорговых партнеров заявили лишь 49% издательств. Больше половины

ответили о примерно 5%-ном снижении числа контрагентов, среди которых неоднократно упоминалась сеть «Республика», а также региональные книжные сети.

К августу диалог с книготорговыми партнерами более или менее восстановлен, пришли первые платежи за проданный в летние месяцы товар и отчасти в погашение задолженности по остаткам на апрель 2020 года. Издатели оказали поддержку традиционной книжной рознице, чаще всего в виде ротации товарного запаса в магазинах, возобновления поставок новинок, несмотря на наличие задолженности, и даже были готовы к увеличению объема возврата товара сверх оговоренных в договоре процентов. Но к концу лета появилась новая проблема – рост прайса типографий. В сравнении августа 2020/2019 гг. стоимость полиграфических услуг для издательств выросла в среднем на 9.4%. Разумеется, риски неплатежей и возросшая стоимость тиражирования была заложена издателями в цену книги и, конечно же, был сокращен средний тираж книжного издания. В результате средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в августе 2020 года составил 202.93 руб. (+12.6% к августу 2019).

Итогом работы книгоиздания Москвы за первые три квартала 2020 года стало:

- снижение среднего тиража изданий московских импринтов до 5450 экз. (-9.7% к I-IIIQ2019),
- снижение количества наименований в выпуске московских издательств до 41154 SKU (-13.3% к I-IIIQ2019)
- и сокращение числа работающих издательств с 1759 (2019) до 1578 (2020).

Согласно экспертному опросу, проведенному в рамках Мониторинга, объем выпавших доходов от продаж в Московском регионе за апрель-август 2020 года (с учетом перекрытия от роста продаж книг в интернете и

сохранения бюджетного канала) издательства оценивают в среднем на уровне 10% годового оборота.

Вопреки смягчению эпидемиологической ситуации в августе-сентябре в среднем 27% (10-40%) сотрудников московских издательств оставались на удаленном режиме работы. Многие из подготовленных весной к запуску книжных новинок и отложенных редакциями на второе полугодие 2020 года так и не были запущены в производство. Продажи в книжных магазинах падают, а интернет-магазины приносят больше разочарований, чем дивидендов. Цифровой сегмент также отмечает отсутствие взрывного роста спроса на электронные и аудиокниги. И в целом, если в июне 2020 года московские издатели и книготорговцы в большинстве своем воспринимают эпидемию как некое разовое форс-мажорное обстоятельство, которое надо пережить/перетерпеть и двигаться дальше в привычном для себя ритме, то в первые месяцы осени приходит осознание, что в целом однозначно положительных решений не существует.

Ирина Балахонова, издательство «Самокат»:

Мы пытались комплектовать электронными книгами библиотеки, но у нас что-то не очень пока получается.

Ольга Пономарева, издательство «Просвещение»:

Мы как и другие издатели в связи с закрытием книжных магазинов столкнулись с ограничениями по доставке в регионы, где это практически единственная возможность приобрести наш ассортимент особенно в части пособий по самостоятельной подготовке. Мы столкнулись с ограничениями независимых интернет-каналов по логистике и наличия последней мили по доставке.

Борис Кузнецов, издательство «Росмэн»:

Как оказалось за последние пару месяцев интернет-канал тоже не резиновый в плане полок и цены. Из интернет-канала так или иначе удаляются дешевые книги. Кроме того, книжные магазины

сокращали и будут дальше сокращать долю недорогих изданий. В первую очередь такая трансформация гомогенного демпингового ассортимента коснется детских издателей. «Колобка» / «Теремка» очень сложно продвинуть в онлайн коммуникации и создать новостную продажу, поэтому, думаю, такие тавтологичные издания и издания классики, бесконечные переиздания отойдут на второй план.

«Книжная Индустрия», май-июнь 2020

Но именно осенние месяцы стали для издателей наиболее плодотворными с точки зрения реализации инициатив господдержки издательской деятельности.

Так, федеральным законом от 15.10.2020 № 323-ФЗ В статью 264 части второй Налогового кодекса РФ внесено изменение, направленное на увеличение с 10 до 30% объема потерь в виде стоимости списываемой бракованной, утратившей товарный вид, а также не реализованной в установленные сроки продукции СМИ и книжной продукции, которые при определении налоговой базы по налогу на прибыль могут быть учтены организацией в составе прочих расходов. Это позволило издателям разгрузить склады с неликвидными возвратами книжной продукции, в большем объеме актуализировать ассортимент на книжных полках магазинов.

Кроме того, постановлением от 09 октября № 1643 Правительство России вдвое (до 10%) снизило ставку налога на добавленную стоимость (НДС) для электронных и аудиокниг, связанных с образованием, наукой и культурой. Это решение станет хорошим толчком для развития цифрового сегмента книжной отрасли, который пока не оправдывает тех надежд, которые на него возлагают издатели.

Но в целом, в плане реализации мер государственной поддержки книгоиздательского сообщества основной проблемой стало более позднее и ограниченное по ОКВЭД включение издательской деятельности в список наиболее пострадавших отраслей. Только 26 мая (под занавес карантина)

постановлением Правительства РФ №745 «О внесении изменений в перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции» указанный перечень дополнен разделом «Средства массовой информации и производство печатной продукции». Как выяснилось в июне только 30% малых и средних издательских предприятий зарегистрированы под кодами ОКВЭД 58.11, 58.14, включенным в Перечень наиболее пострадавших отраслей экономики, и соответственно, могут воспользоваться мерами господдержки.

Основной код ОКВЭД – 58 «Деятельность издательская» – не вошел в данный Перечень, но именно под этим кодом зарегистрировано значительное число московских издательств, в том числе "Альпина нон-фикшн", "Бослен", "ВРЕМЯ", "Интеллектуальная Литература", "Пешком в историю", "Триада", "Издательский дом "Лев", "Издательская Группа "Азбука-Аттикус", "МОЗАИКА-СИНТЕЗ", "Издательство АСТ", "Дарь", "Издательство Ивана Лимбаха", "Цитата Плюс", "Экзамен", "Издательский Дом "Гиперион", "ЛАДОМИР", и другие.

Большая часть издательств, зарегистрированных под ОКВЭД-58 предприняли попытку подать документы на уточнение/изменение кода ОКВЭД на 58.11:

Лев Елин, АО «Издательский дом "Лев"»:

ОКВЭД нами изменен в июне, была информация, что это можно сделать до 01 июля 2020 года, однако заявленная Минэкономразвития возможность уточнить коды ОКВЭД до 01 июля на практике не работает. Судя по всему, за точку контроля взяты данные ОКВЭД по состоянию на 01 марта 2020.

Экспертный опрос, Российский книжный союз, июнь 2020

Кроме ОКВЭД, серьезной проблемой стал и размер предприятия. Крупный бизнес в сфере книгоиздания никак иначе не мог рассчитывать на поддержку, кроме варианта включения в перечень системообразующих

предприятий. Но профильное Агентство Роспечать признало системообразующими для книжной отрасли лишь 6 предприятий: «Высшая школа», «ЭКСМО», «Просвещение», «Первая образцовая типография», «Издательско-полиграфический комплекс Парето-принт», «Национальная книжная сеть».

Таким образом большая часть представителей крупного бизнеса в сфере книгоиздания и книжной торговли не вошла в объявленный список Роспечати и соответственно была лишена возможности господдержки своего бизнеса. Для Москвы это, в частности, ИГ «Азбука-Аттикус», издательство «РОСМЭН», книготорговые компании «Московский Дом Книги» и «Библио-Глобус». По словам Бориса Кузнецова («Росмэн»), *«льготные кредиты фактически невозможно получить»*.

Леонид Шкурович, ИГ Азбука-Аттикус:

Компании малого и среднего бизнеса какую-то государственную поддержку уже получили. Да, она незначительная, да, она не решает тех проблем, которые для нас действительно важны, но тем не менее, она есть, хоть какие-то отсрочки по налогам, какой-то диалог по арендной плате, хоть, какие-то зацепки. Для нас, как крупного бизнеса, все эти возможности отсутствуют. Если посмотреть на другие сферы деятельности, то в этой ситуации показательна позиция Министерства культуры, которое для рынка объемом 30 млрд рублей в перечень системообразующих предприятий включило 12 кинопроизводящих компаний и еще 6 анимационных студий. Объем книжного рынка России по разным оценкам колеблется в районе 80 млрд рублей, и для него этой чести удостоены лишь 3 компании.

Так что всем нам достаточно сложно рассчитывать на какой-то безболезненный выход из кризиса, когда тот элемент государственного управления, а в данном случае – государственной поддержки, на который мы должны и хотели бы рассчитывать, не следит за ситуацией в отрасли, не занимается ей и не предпринимает никаких усилий для того, чтобы каким-то образом отрасль поддержать.

Книжная Индустрия, июль 2020

Впрочем, статус системообразующего предприятия не решал всех проблем. В июне только у издательства «Эксмо» банк одобрил заявку. У всех остальных компаний заявки находились в стадии рассмотрения.

Слишком длительный срок рассмотрения заявок (до 2-х месяцев) стал еще одним препятствием для получения поддержки издательствами и книготорговыми предприятиями. У целого ряда организаций возникли сложности в процессе рассмотрения заявок банками и налоговыми инспекциями (в основном Сбербанк и ВТБ).

Алексей Ильин, ИГ «АЛЬПИНА Паблишер»:

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

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

«Мы пока обращались только в «Сбербанк», подали заявку на получение поддержки 29 мая. Официального отказа нам не дают, но и денег до сих пор мы не увидели. Сначала собирали большой пакет документов, затем несколько недель отвечали на многочисленные вопросы и уточнения. Все предоставили и пояснили. В итоге последнее, что мы слышали — нас не пропускает служба безопасности по каким-то своим причинам. Что это может такое быть, когда мы прозрачная компания с многолетней репутацией на рынке?! В итоге, на словах поддержка книжного рынка есть, а на деле ее получение превращается в театр абсурда».

Экспертный опрос, Российский книжный союз, июнь 2020

Еще одним серьезным препятствием на пути получения господдержки стала специфика оформления зарплатных ведомостей в издательских организациях, которая может варьироваться от месяца к месяцу из-за включения авторских гонораров и выплат контрагентам. Это стало причиной

отказа банков на выдачу льготных кредитов издательствам по причине «изменения количества штатных сотрудников».

Марина Лобзина, издательство «Русское слово»:

По Постановлению Правительства №696 от 16.05.2020 скорее всего будет отказ в связи с тем, что по изменениям среднесписочной численности штатных сотрудников организация должна отчитываться по форме СЗВ-М, в которую входят не только штатные сотрудники, но и авторы, получающие гонорары за выходящие тиражи, а так же физические лица, работающие по договорам подряда. Соответственно, численность физических лиц, за которые уплачиваются взносы в ПФР, варьируются ежемесячно +/- 100 человек, что зависит от выходящих тиражей.

Юлия Тюрина, издательство «Стрекоза»:

Пришел отказ по субсидиям из ИФНС. Численность для назначения субсидий берётся по данным ПФР (по форме СЗВ-М). В эту форму включены наши основные сотрудники и авторы, которые у нас выполняют договоры заказа в течение определенного периода (месяц, два месяца и более). Таким образом, определяется НЕПРАВИЛЬНЫЙ РАСЧЕТ ЧИСЛЕННОСТИ для предоставления субсидий ПО ф.СВЗ-М. В форму СЗВ-М включаются кроме основных сотрудников организации работники по договорам ГПХ. (авторские договора).

Леонид Палько, генеральный директор издательства «Вече»:

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

Экспертный опрос, Российский книжный союз, июнь 2020

Разумеется все сложности, проволочки и прочие бюрократические препоны привели к тому, что издательства Москвы по состоянию на 1 сентября 2020 года смогли воспользоваться в массе своей только двумя видами господдержки:

- Страховые взносы по заработной плате по ставке 15% (свыше МРОТ)
- Льготное кредитование (по ставке 2%) на возобновление деятельности по программе постановления Правительства РФ № 696 от 16 мая 2020 г.

Книжные магазины Москвы с этой точки зрения оказались в более выгодном положении. Как известно, с 28.03.2020 по 31.05.2020 в соответствии с указом Мэра Москвы от 05.03.2020 № 12-УМ «О введении режима повышенной готовности» временно была приостановлена работа всех книжных магазинов. Но уже через три недели Постановлением Правительства РФ от 18.04.2020 г. №540 «О внесении изменений в постановление Правительства РФ от 3 апреля 2020 г. №434» в перечень отраслей российской экономики в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции включена розничная торговля товарами культурно-развлекательного назначения в специализированных магазинах, розничная торговля в нестационарных торговых объектах и на рынках прочими товарами». С этого момента малые и средние предприятия розничной книжной торговли могли воспользоваться широким спектром господдержки своего бизнеса. Наиболее востребованным (фактически на 99%) среди книжных магазинов Москвы оказались

- Безвозмездные субсидии на зарплату (грант 1 МРОТ на з/п за 2 мес.)
- Отсрочка по уплате налога на прибыль, налогов по УСН и патенту, авансовых платежей по транспортному налогу, земельному налогу и налогу на имущество организаций
- Страховые взносы по заработной плате по ставке 15%

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

- Льготное кредитование (по ставке 2%) на возобновление деятельности по программе постановления Правительства РФ № 696 от 16 мая 2020 г.
- Рассрочка по арендной плате (№98-ФЗ) или отмена арендных платежей за 4 месяца (для муниципального имущества)

Но даже так, книжная торговля Москвы в июне-июле 2020 года – это низкий трафик, большая масса товарных запасов, практически полное отсутствие новинок за последние два-три месяца. Весь административный ресурс книжных сетей тратится на переговоры по господдержке, по условиям аренды, по реструктуризации долгов перед поставщиками. В итоге объем выпавших доходов книжных магазинов Москвы за апрель-август в среднем составил 18.3% годового оборота.

Подобно книгоизданию, крупные с точки зрения ФНС книжные магазины (и сети) столицы лишены возможности воспользоваться господдержкой, исключая вошедших в Перечень системообразующих.

Надежда Михайлова, ОЦ «Московский Дом Книги»:

Фактически из мер поддержки для крупного бизнеса, не включенного в системообразующий, остается минимальный набор возможных льгот, при этом даже по этим льготам могут отказать банки и ФНС. Согласно ответу банка: Кредит в рамках данного постановления предусматривает поручительство перед Банком за заемщика со стороны ВЭБ. ВЭБ подписал поручительство только по категории заемщиков – субъекты МСП. Соответственно получить кредит в рамках ПП 422 может только субъект МСП.

Но и включенная в Перечень ОРС «Читай-город/Буквоед» испытывала серьезные проблемы.

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

Пока наш вопрос по кредитам рассматривается банками. Вероятность есть, но денег пока нет. На наш взгляд, вопрос рассматривается медленно, и процедура не соответствует экстренности ситуации. Необходимо срочное кредитование для пополнения средств, потраченных на оплату зарплат и аренд в период простоя и выхода из него. А банки при этом не принимают решения с необходимой срочностью. Отсутствие кредитования приводит к проблемам с платежами именно в самый сложный период – низкий сезон и выход всей отрасли из кризиса вынужденного простоя.

Экспертный опрос, Российский книжный союз, июнь 2020

Тем не менее, большинство книжных магазинов столицы смогли решить возникающие проблемы и в период карантина, и в восстановительный период. Практически все компании, в полном составе, продолжали работать в штатном режиме работы без заметных кадровых потерь, количество уволившихся сотрудников соответствовало обычной штатной норме.

Наибольшую устойчивость к текущему экономическому кризису продемонстрировали именно малые книготорговые форматы (магазины комиксов, детской книги и интеллектуальной литературы). Единственной крупной московской сетью книжных магазинов, которая не справилась с вызовами распространения новой коронавирусной инфекции стала «Республика». Только 12 магазинов этой сети (из 27) продолжают работать в ноябре 2020 года, причем 8 из них переданы в лицензионное управление.

Пока по состоянию на осень 2020 года заметных потерь по пулу книжных магазинов в Москве не наблюдается. Осенне-зимний период в книжной отрасли считается высоким сезоном и большинство книготорговой розницы отложило вопрос о закрытии до марта следующего года. Именно тогда стоит ждать основных потерь. Но книга показала себя как востребованный товар в условиях новой COVID-реальности, так что последствия кризиса будут выражены скорее в снижении инвестиций на

развитие книготорговой инфраструктуры (мы не увидим новых магазинов, нового оборудования). По крайней мере обновление базы и прирост объектов будет осуществляться не такими темпами, которые можно было наблюдать в IV квартале 2019 года. Во многом развитие ситуации будет зависеть и от ценовой политики издательств, и от их желания сохранить книжные магазины как самостоятельную часть книготорговой инфраструктуры, а не в качестве придатка растущим оборотам в электронной коммерции.

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

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

1. В целом, представители МСП печатного и цифрового книгоиздания Москвы получили пусть и с запозданием, но вполне достаточную господдержку для восстановления бизнеса в условиях экономического кризиса, связанного с распространением новой коронавирусной инфекции. Но проблемы многих малых издательств Москвы носят системный характер и не связаны напрямую с мероприятиями Роспотребнадзора. Рыночное давление со стороны крупных игроков книгоиздательского ландшафта, а также их неготовность к работе с новыми форматами e-commerce фактически ставит в ситуацию банкротства малые издательские команды, которые составляют не менее 40% от общего числа издающих организаций в Москве. Без поддержки эти компании могут уйти из книжного бизнеса, что с высокой вероятностью сократит разнообразие книжной продукции, предлагаемой московскому читателю. Уже в январе-сентябре 2020 года государственная статистика зафиксировала значимое (-10%) снижение числа компаний, предоставивших

обязательный экземпляр изданий в Книжную палату, на фоне аналогичного периода 2020 года.

Решение данной проблемы видится преимущественно в расширении Программы государственной финансовой поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в виде грантов, субсидий, а также привлечения внебюджетных источников финансирования.

2. Как известно, книгоиздательская деятельность не подлежит лицензированию. Государственный контроль осуществляется в соответствии с действующим законодательством только за публикациями, имеющими антиобщественный характер. Что, с одной стороны, снимает ограничения вхождения в рынок для малого бизнеса, но, с другой стороны, затрудняет ведение статистики именно книгоиздательской активности в Москве, так как далеко не все зарегистрированные издательские организации выполняют требования Федерального Закона «Об обязательном экземпляре документов» от 11 февраля 2002 года N 19-ФЗ, а также требования ФЗ от 3 июля 2016 года № 278-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный Закон «Об обязательном экземпляре документов». Так, несмотря на действие законодательных актов, предусматривающих предоставление в Книжную палату электронной формы печатного издания, среди выполнивших это требование в 2020 году по-прежнему отсутствуют ведущие издатели книжной отрасли – холдинг «Эксмо/АСТ», издательства «Росмэн», «Экзамен» и т.д.

Насколько остро стоит проблема учета статистики книгоиздательской активности продемонстрировала и чехарда с кодами ОКВЭД в мае 2020 года. Когда целый ряд издательств Москвы не смогли подать документы на оформление льготных кредитов в силу отсутствия должного кода регистрации по виду экономической деятельности.

Определенным (но далеко не кардинальным) решением данной проблемы могло бы создание единого каталога и реестра прав и проведение

ежегодных исследований динамики московского книгоиздательского рынка при непосредственном контроле со стороны соответствующих Департаментов Правительства Москвы.

3. Важной проблемой остается и рост себестоимости тиражирования книжных изданий в связи с колебаниями валютного курса и высокой доли закупаемых за рубежом компонентов для полиграфии в РФ. Снижение тиражей при параллельном росте полиграфических затрат вынуждает издателей для сохранения рентабельности собственного бизнеса предпринимать ряд усилий по дальнейшему сокращению издержек, и в первую очередь рекламного маркетингового бюджета по продвижению книг, а также снижение административных и представительских расходов, в т.ч. участие в ярмарках и других отраслевых мероприятиях. Причем, это касается не только маломощных издательств. Так, в 2020 году в главном мероприятии книжной отрасли России – Московской Международной книжной ярмарке – не приняли участие два ведущих издательства «Азбука-Аттикус» и «Росмэн», не получившие в силу своего статуса крупных предприятий никакой поддержки от государства. Безусловно, снижение активности книжных издательств в культурно-просветительских мероприятиях города негативно сказывается на имидже книги в Москве. В определенной степени решением этой проблемы могла бы стать более активная поддержка московского книгоиздания как сферы, имеющей социальную значимость, в рамках городских целевых Программ, и расширение списка тематических групп книжных изданий, выпуск которых поддерживается финансированием из средств городского бюджета. В частности одним из вариантов мог бы стать запуск программы поощрения школьников книжными сертификатами (подарок первокласснику/выпускнику, успехи в учебе, победа на Олимпиаде) разных номиналов и погашение сертификатов в книжных магазинах Москвы, участвующих в программе.

Помимо собственно программ необходима и дополнительная работа в плане расширения информирования и книжного сообщества, и конечных покупателей о выпускаемых под патронажем Правительства Москвы книжных изданий.

4. 2020-й год всем нам напомнил о важности онлайн-составляющей нашей жизни. В 2020 году интернет-аудитория в Москве в абсолютном значении превысила 9 млн человек (16+). И цифровое пространство книжной отрасли становится всё более массовым, получив дополнительный импульс в том числе благодаря Постановлению Правительства РФ от 09 октября № 1643, которое вдвое (до 10%) снизило ставку налога на добавленную стоимость (НДС) для электронных и аудиокниг, связанных с образованием, наукой и культурой. Но именно массовость и бесконтрольность информационных потоков требуют больших усилий в разъяснительной работе о важности соблюдения правовых и этических норм в интернет-пространстве. Ведь несмотря на законодательное закрепление инструментов борьбы с пиратством (187-ФЗ и 364-ФЗ), проблема остается. А значит программа мероприятий просветительского характера о значимости соблюдения норм авторского права для самых широких кругов населения Москвы требует расширения и дополнительных инициатив при поддержке соответствующих департаментов Правительства Москвы.

5. В связи с проведением карантинных мероприятий на территории Москвы в 2020 году традиционные книжные магазины ожидаемо уступили первенство онлайн-площадкам. Согласно экспертному опросу, проведенному в рамках Мониторинга, на них приходится 29% суммарной реализации ведущих издательств Москвы. Но именно этот канал дает издателям некое ощущение стабильности в финансовом смысле и понятных правил взаимодействия, позволяя тестировать новинки и экспериментальные издания, без которых издательская деятельность просто невозможна. Кроме того,

«классический книжный» и в 2020 году – приоритетное место покупки книг у читающих москвичей: 87,5% респондентов соцопроса в рамках Мониторинга отдали этому формату свои предпочтения. Поэтому именно «классический книжный» требует на сегодня целевой поддержки со стороны государства в части анонсирования на постоянной основе проводимых в книжных магазинах мероприятий, организации в том числе экскурсий для учащихся образовательных учреждений и гостей столицы, в части привлечения экспертов книжной торговли к участию в организации выставочно-ярмарочных мероприятий Правительства Москвы и совместных акций для молодоженов, детских садов, первоклассников, первокурсников и выпускников образовательных учреждений столицы.

Безусловно, перечисленные выше проблемы и пути их решения могли бы быть успешно реализованы при содействии соответствующих Департаментов Правительства Москвы. Для координации усилий в этом направлении оптимальным решением стала бы активная деятельность постоянно действующего Совета представителей органов власти, книгоиздателей и книгораспространителей, приоритетными направлениями работы которого станут:

- Плотное сотрудничество с профессиональными объединениями книжной отрасли – РКС, АСКИ, Гильдия книжников, АСКР – в целях координации работы по поддержке литературы, книгоиздания и чтения на период до 2024 года.
- Дальнейшая реализация программы социальной рекламы чтения в Москве (создание, производство и размещение социальной рекламы чтения и книги в городе) и расширение .
- Разработка предложений по формированию системы информирования всех заинтересованных потребителей о новинках книжной продукции, создание многоуровневой, разнообразной по формам, носителям, источникам

обновления информационно-коммуникационной среды, которая способствовала бы информированию горожан, органов управления, агентов рынка, библиотек о состоянии книжного рынка.

- Организация ежегодных исследований динамики московского книгоиздательского рынка.
- Разработка и внесение предложений о расширении перечня социально-значимых тематических групп книжных изданий, выпуск которых финансируется из бюджетных средств в рамках городских целевых Программ, а также подготовка плана мероприятий по информированию населения Москвы о выпускаемых в рамках этих Программ книжных изданиях.
- Расширение межведомственного взаимодействия для реализации масштабных городских проектов в поддержку книги и чтения, таких как: книжный фестиваль, приуроченный ко дню города и/или другим памятным для столицы датам, Неделя детской книги и безопасного интернета, городской конкурс книги, литературная премия Правительства Москвы и т.д.

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

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

По состоянию на октябрь 2020 года на территории Москвы насчитывается 232 специализированных на продаже книжных изданий (>50% торговой площади под книги) стационарных торговых объекта. Расчетный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами составил 1:54647 (или один магазин на 55 тыс. жителей), что несколько хуже показателя 2019 года (один магазин на 50 тыс жителей). Ухудшение ситуации связано с проблемами восстановительного пост-карантинного периода, но даже вне последствий распространения коронавирусной инфекции столица по уровню обеспеченности населения книжными магазинами уступает Санкт-Петербургу (1:20370), Казани (1:23055), Новосибирску (1:30150) и другим городам-миллионникам в России и не только им.

Летом 2020 года после двухмесячной паузы (с 28.03 по 31.05) в связи с указом мэра Москвы № 12-УМ «О введении режима повышенной готовности» не смогли восстановить свою работу в Москве 14 магазинов сети «Республика» и 4 магазина «Школы семи гномов». Спустя месяц работы в новых условиях в августе-сентябре 2020 года закрыл 2 магазина московский филиал сети «Читай-город» и 7 магазинов – сеть «Книжный Лабиринт». Также на территории Москвы прекратили свое существование 1 магазин «Территория: Книги. Мысли. Впечатления» (франшиза ТД «Эксмо») и 2 объекта сети «Детский книжный». Наибольшую устойчивость к текущему экономическому кризису продемонстрировали малые книготорговые форматы (магазины комиксов, детской книги и интеллектуальной литературы), а также государственная к/т сеть ОЦ «Московский Дом книги» и центральные

книжные магазины столицы (ТД Библио-Глобус, ДК Молодая Гвардия, ТДК Москва).

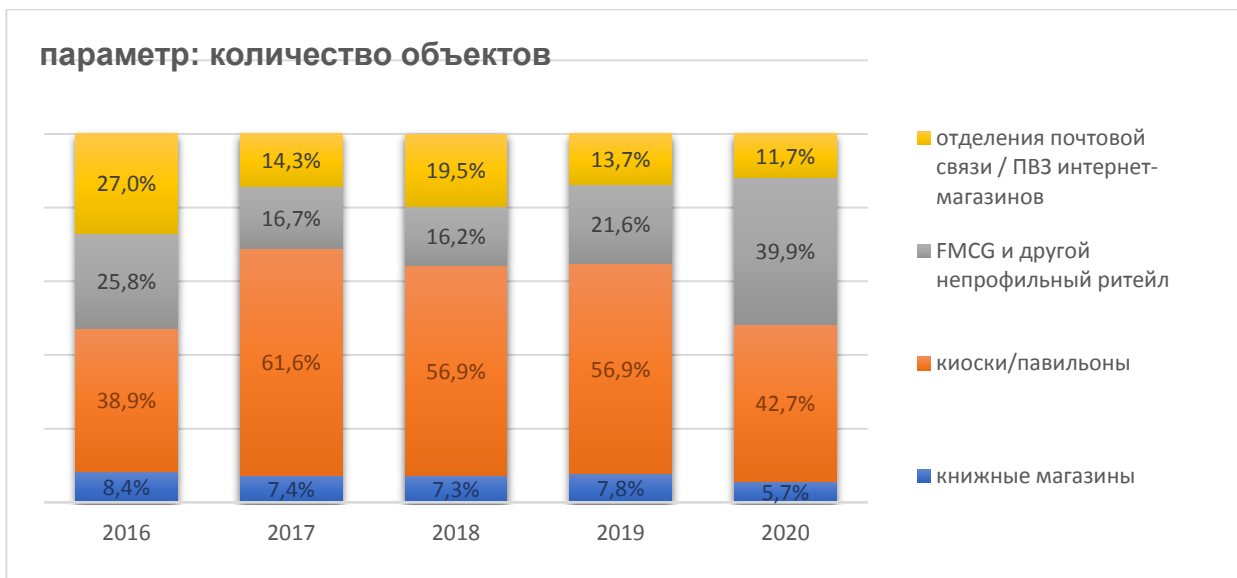
Смягчить очевидное проседание показателей обеспеченности и доступности книжных магазинов в Москве позволило открытие в IV кв. 2019 – I кв. 2020 гг. значительного числа новых объектов. Так, сеть «Республика» открыла в декабре 2019 года большой стильный книжный на Патриарших прудах, сеть «Читай-город» зимой 2019-2020 гг. открыла 10 просторных книжных магазинов в разных округах столицы, по одной новой площадке открыли ОЦ МДК и «Книжный Лабиринт».

В новой COVID-реальности серьезно поддержало физическую книготорговлю столицы расширение пула непрофильных универсальных (FMCG) магазинов, готовых работать с книгой. Благодаря активности издательского холдинга «Эксмо-АСТ» в 2020 году москвичи могли полистать и приобрести книжные издания в магазинах «Пятерочка», «Ашан», «Перекресток», «FixPrice», открытых даже в период полной самоизоляции.

Учет полного спектра объектов книгораспространения в Московском регионе позволяет получить более оптимистичное значение показателя обеспеченности москвичей объектами книготорговли, так как в январе-сентябре 2020 года в распространении книжных изданий на территории Москвы принимали участие непрофильные торговые объекты (<10% торговой площади под книги) – 1730 киосков со специализацией на продаже периодических печатных изданий, 1619 площадок сетевого FMCG-ритейла, магазинов детских и канцелярских товаров. В определенном смысле к объектам книгораспространения в Москве можно отнести и 475 расположенных на её территории отделений почтовой связи (АО «Почта России») с наличием демонстрационных книжных стендов, которые одновременно выполняют функции ПВЗ интернет-магазинов (Book24, Labirint, OZON, My-shop).

Диаграмма 2.1.

Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на сентябрь 2016-2020 гг.



Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2016-2020 гг.

С учетом полного спектра объектов, коэффициент книготорговой обеспеченности москвичей на октябрь 2020 года составляет 1:3126 (или один объект на 3,1 тыс жителей) с высоким уровнем территориальной доступности – 1 объект в пределах 0,625 км². Общая торговая площадь, выделенная под

книжные издания в Москве, составляет 51182 м² (суммарно по книжным магазинам, киоскам, отделениям почты и FMCG-объектам), что на 0,6% меньше аналогичного показателя 2019 года (51505 м²).

Диаграмма 2.2.

Динамика суммарного числа физических книготорговых объектов в Москве в 2014-2020 гг.



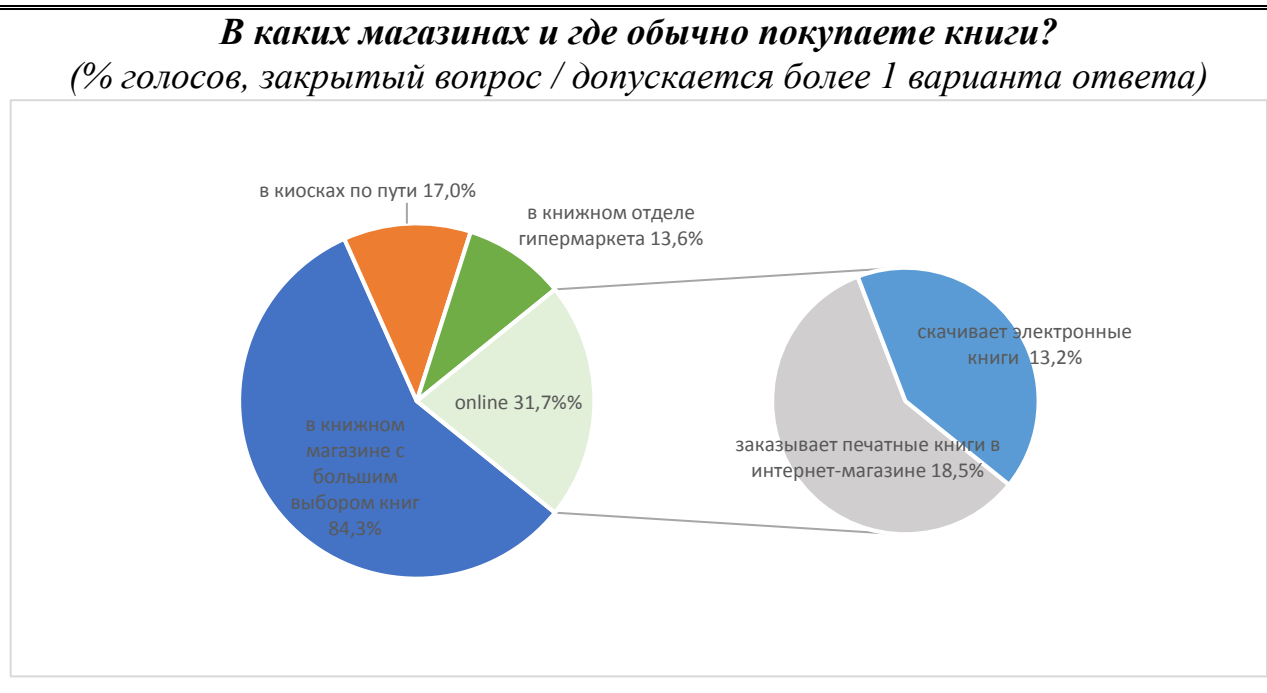
Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2020 (2014-2019) гг.

Несмотря на столь широкий спектр мест потенциальной покупки книг, всё же, согласно проведенному в рамках Мониторинга социологическому опросу, москвичи, проживающие во всех АО столицы, по-прежнему предпочитают приобретать книги в «книжном магазине с большим выбором книг». Причем «вес» этого предпочтения москвичей сохраняется последние шесть лет на очень высоком уровне – 84,3% от общего числа респондентов в сентябре 2020 года (84,9% - в сентябре 2019; 87,9% - в сентябре 2018; 89,8% - в сентябре 2017; 93,3% - в сентябре 2016). Хотя, конечно, отрицательная динамика немного тревожит: трафик постепенно перераспределяется в пользу непрофильных объектов книжной торговли. И если на покупку книг в отделах супермаркетов параллельно с другими товарами приходится сегодня лишь 13,6% голосов респондентов (в 2019 -15,8%), то доля ответов о приобретении

книг «по пути» на лотках/киосках заметно растет с 10,8% осенью 2019 года до 17% в сентябре 2020 года.

Диаграмма 2.3.

Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2020 г.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 23-30 сентября 2020 г.)

На фоне сохраняющейся привязанности к традиционным книжным магазинам, в 2020 году социологический опрос продемонстрировал серьезное снижение интереса москвичей к скачиванию электронных книг и к приобретению печатных книг в интернет-магазинах (исключая жителей ТиНАО). В сентябре-октябре только 13% респондентов сообщили о практике чтения эл. книг, в то время как в сентябре 2019 года таковых насчитывалось 23%. Столь же внушительное снижение можно наблюдать и по группе покупок печатных книг в интернет-магазинах – с 29% (2019) до 18% (2020). Очевидно, что в эпоху пандемии мы сталкиваемся с избытком виртуального и традиционная книга (также как её офлайн покупка) воспринималась

москвичами как один из способов возвращения к нормальной (реальной) жизни. Хотя, в целом, в силу обстоятельств онлайн-сервисы (интернет-магазины) становятся всё более востребованными у москвичей, в том числе и для приобретения книг.

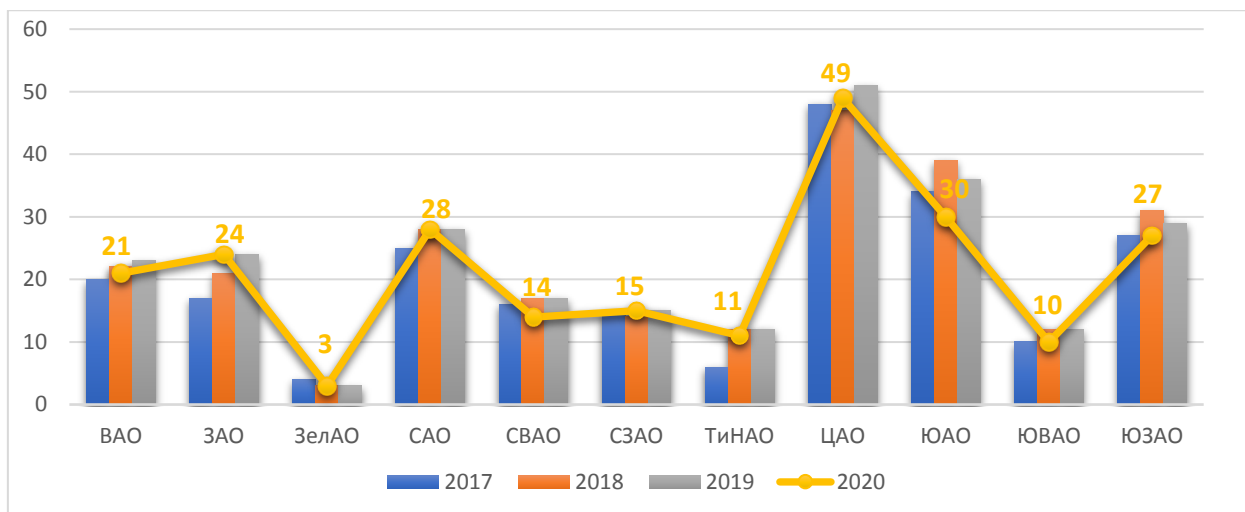
2.1.1. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины

По состоянию на октябрь 2020 года «Книжный Лабиринт» и московский филиал федеральной ОРС «Читай-город / Буквоед» – крупнейшие книжные ритейлеры столицы, насчитывающие соответственно 51 и 74 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 пятая часть (21%) всех книжных магазинов Москвы. И даже потери значительного числа книжных магазинов («Республика») в связи с распространением коронавирусной инфекции не изменили статуса центральных районов города, в избытке пополнившихся еще в начале 2020 года новыми магазинами сети «Читай-город». У небольших специализированных (комиксы, детство и пр.) книжных магазинчиков излюбленным местом дислокации стал ЦДМ на Театральном проезде, а также улицы Покровка, Мясницкая, Воздвиженка и Театральный проезд. В то время как книготорговля Троицкого и Новомосковского округов фактически переживает стагнацию.

Диаграмма 2.4.

География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2017-2020 гг.



Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2017-2020 гг.

Суммарная торговая площадь книжных магазинов Москвы по состоянию на октябрь 2020 года составляет 41772.41 м² (в 2019 – 67197,2 м²; в 2018 – 65583,3 м²; в 2017 – 58882,3 м²), и за последний год она сократилась более чем на треть (-37,8%) преимущественно за счет закрытия крупноформатных объектов сетей «Республика», «Книжный Лабиринт» и «Читай-город» в пост-карантинный период в Центральном, Южном, Западном и Северо-Восточном административных округах Москвы.

И на этом потери столичной книготорговли не закончились. Уже в октябре 2020 года закрылись «Книжный Лабиринт» на Краснопрудной ул. (ЦАО) и «Республика» в ТРК «Мега-Теплый стан» (ТиНАО).

Ситуация в традиционной книжной рознице Москвы на протяжении всего 2020 года остается проблемной. Именно столичные книжные магазины и федеральная ОРС отмечают наиболее серьезное сокращение продаж в I и II квартале 2020 года. Глубина падения уже в первом квартале достигает 20% в сопоставлении оборота по Москве, во втором квартале lockdown приводит к 81.7% падению оборота (-82.6% по экземплярным продажам) к апрелю-июню 2019 года. Для сравнения, региональные книжки легче проходили I полугодие – с нулевой динамикой по обороту в феврале-марте и до -50.3% в период карантина. Более того, и летом 2020 года процесс восстановления

деятельности в регионах идет быстрее, преимущественно с опорой на продажи детской, учебной и художественной литературы.

В Москве сложная эпидемиологическая ситуация наложилась на системные проблемы книготорговли, связанные с ежегодным снижением трафика и острой ценовой конкуренцией с интернет-магазинами. Если в регионах в феврале-марте 2020 года снижения трафика было незначительным (до -4% LFL), то в московских книжных количество посетителей уменьшилось на 20-22% в сравнении с февралем-мартом 2019 года. Январские дебаты с издателями по контролю цен на интернет-площадках не увенчались успехом и последующий lockdown только усугубил ценовую конкуренцию.

Надежда Михайлова, ОЦ МДК (Москва):

В марте, еще до закрытия магазинов на карантин, мы стали наблюдать значительное (от 20% до 60-70%) снижение посещаемости по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В этот период мы приняли решение о сокращении длительности работы магазинов на 2-4 часа, а два наших магазина закрыли для покупателей за две недели до объявления карантина. Во всех наших магазинах на постоянной основе проводилась санитарная обработка, сотрудникам предоставлялись медицинские маски и средства для дезинфекции рук, для этого мы закупили все необходимые хозяйственные средства не только на период начала распространения инфекции, но и на период первых месяцев работы магазинов после окончания карантина. В марте, когда покупателей в магазинах уже было значительно меньше, мы потеряли порядка 30% своей выручки (в сравнении с мартом 2019 года).

Марина Каменева, ТДК Москва (Москва)

После сообщения о временном приостановлении работы розничных магазинов непродовольственных товаров у нас было 3 дня до закрытия. Мы сформировали команду быстрого реагирования, определили приоритеты работы, согласовали список сотрудников для перевода на удаленную работу и за несколько часов обеспечили возможность выполнения ими своих функций в таком режиме; утвердили график рабочих смен интернет-магазина. 27 марта

произвели платежи практически всем основным поставщикам, а 28 марта наш магазин на Тверской был закрыт для посетителей. В апреле 25% коллектива предприятия работает в интернет-магазине и в режиме удаленного доступа. В минимальном составе сотрудники склада осуществляют обработку заказов для интернет-магазина и принимают книжные новинки от поставщиков. Удаленно работают товароведы, совмещают работу в удаленном режиме и на рабочем месте сотрудники бухгалтерии и отдела маркетинга. Сокращений штатного расписания не проводилось, но продажи нашего интернет-магазина в апреле составляют лишь около 15% от общего объема продаж магазина до его закрытия.

«Книжная Индустрия», июнь 2020

Неудивительно, что именно в Москве первой среди книготорговцев о своих проблемах заявила сеть «Республика», поданный ТД «Эксмо» иск к которой на сумму в 122,1 млн руб. арбитражный суд Москвы должен был рассмотреть 12 октября, но благодаря установленному Правительством РФ мораторию на банкротства, иск отложен.

Однако, 16 ноября компания «Республика» сама подала в Арбитражный суд Москвы заявление о банкротстве из-за невозможности продолжать работу в условиях пандемии коронавируса. «Республика» также заявила, что откажется от собственных магазинов в пользу сети, функционирующей по лицензионному договору, оставив за собой только интернет-магазин. По состоянию на ноябрь уже 8 магазинов «Республики» в Москве перешли под лицензионное управление. В настоящий момент общий долг компании перед издательством «Эксмо» составляет порядка 150 млн рублей (причем, 40% от этой суммы приходится на книги, реализованные до периода самоизоляции и закрытия книжных магазинов); долг перед издательством «АСТ» - 50 млн рублей. Холдинг «Эксмо-АСТ» намерен оспаривать действия «Республики» в рамках процедуры банкротства.

Впрочем, в июне 2020 года многое виделось более оптимистично:

Наталья Короткая, ОЦ МДК

С момента открытия 1 июня магазин на Арбате у нас делает порядка 40% от обычной июньской выручки, а сеть – 50%. В сети ситуация с самого начала была лучше, уже в день открытия в 10:03 пошли первые продажи. Конечно, толпами никто не ходит, но приходили люди, благодарили: «Большое спасибо, что вы открыли свои двери. Мы хотим просто походить между полками». Но другое дело, что каждый второй из наших покупателей, в том числе в «Доме книги» на Арбате, сегодня говорит: «мы хотим купить, но денег нет».

Только на той неделе мы обсуждали возможность размещение на наших больших витринах центрального Дома книги надписи «Жизнь прекрасна, покупайте книги», чтобы показать людям, что мы открыты. Так как очень много людей до сих пор не понимают, кто работает, а кто не работает.

«Книжная Индустрия», июнь 2020

После определенного воодушевления в связи с открытием в июне книжных магазинов, в июле идет спад и внешне негативная ситуация начинает «давить» на покупательское поведение. Снижение трафика отмечает даже продуктовый ритейл при небольшом росте среднего чека. В июле 2020 года сокращение трафика в открывшихся книжных магазинах находится в диапазоне минус 22-39%, в среднем поток посетителей снизился на треть на фоне июля 2019 года. В августе-сентябре, т.е. в разгар школьной кампании, трафик и оборот в книжных магазинах Москвы в сравнении с прошлым годом снижается на 18-30%. Иными словами, восстановление идет медленнее, чем хотелось бы. И выход из этого кризиса не связан с действиями самих книготорговцев.

Марина Каменева, ТДК Москва:

Для того, чтобы работа книготорговых предприятий вернулась в обычное русло, требуется прежде всего общая нормализация климата в обществе, в частности, в Москве. Тогда основная масса покупателей возвратится в розничные магазины. Ведь большая часть населения по-прежнему испытывает страх перед

посещением любых общественных мест. Второй общей предпосылкой является стабилизация семейных бюджетов и восстановление покупательной способности населения. Во время пандемии многие потеряли работу. Кроме того, в летний сезон основные финансовые вложения семей идут на отпуск и на подготовку детей к школе.

А от наших партнеров – издателей мы ожидаем д р у ж е л ю б и я, понимания ситуации, в которой мы все оказались. Надеемся, что по возможности они будут удерживать отпускные цены. Мы все связаны друг с другом, и только совместными усилиями удастся преодолеть эту кризисную ситуацию.

Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 3.09.2020

В большинстве случаев издатели также готовы оказать поддержку восстановлению традиционной книжной розницы, чаще всего в виде ротации товарного запаса в магазинах (63,6% издателей), возобновления поставок новинок (54,5%), несмотря на наличие задолженности, реже но всё же встречается готовность к дисконтированию задолженности (27,3%) и увеличению объема возврата товара сверх оговоренных в договоре процентов (27,3%), треть издателей готовы к проведению акций. Для большинства это достаточно шаблонная процедура, но каждое пятое издательство (18,2% издательств) предпочитает обсуждать с партнером индивидуальные условия в закрытом режиме (*экспертный опрос, «Книжная Индустрия», август 2020г.*).

Олег Новиков, Президент ИГ «Эксмо-АСТ»:

Проблема неплатежей со стороны операторов розничной торговли вынуждает издателей делать основную ставку на интернет-магазины. У некоторых доля онлайн-канала в продажах достигла 40% и даже 50% от обычной выручки. Но тем не менее, другие 50% нам тоже нужны, отрасль не сможет работать без восстановления полноценного спроса. С другой стороны, когда наша издательская группа попыталась предложить книжным операторам ряд мер, в первую очередь акций, связанных со снижением цены на книги, с различными дисконтными процедурами, которые показали свою эффективность в интернете, многие наши партнеры высказали неготовность, я бы

даже сказал, нежелание что-либо делать, прикладывать какие-либо усилия для скорейшего восстановления спроса. В конце концов, я думаю, что мы сможем найти приемлемое решение и действенные меры поддержки, которые помогут восстановить трафик в книжные магазины, восстановить рынок, в противном случае нас всех ждут очень тяжелые полгода.

Отраслевое совещание, 23.06.2020

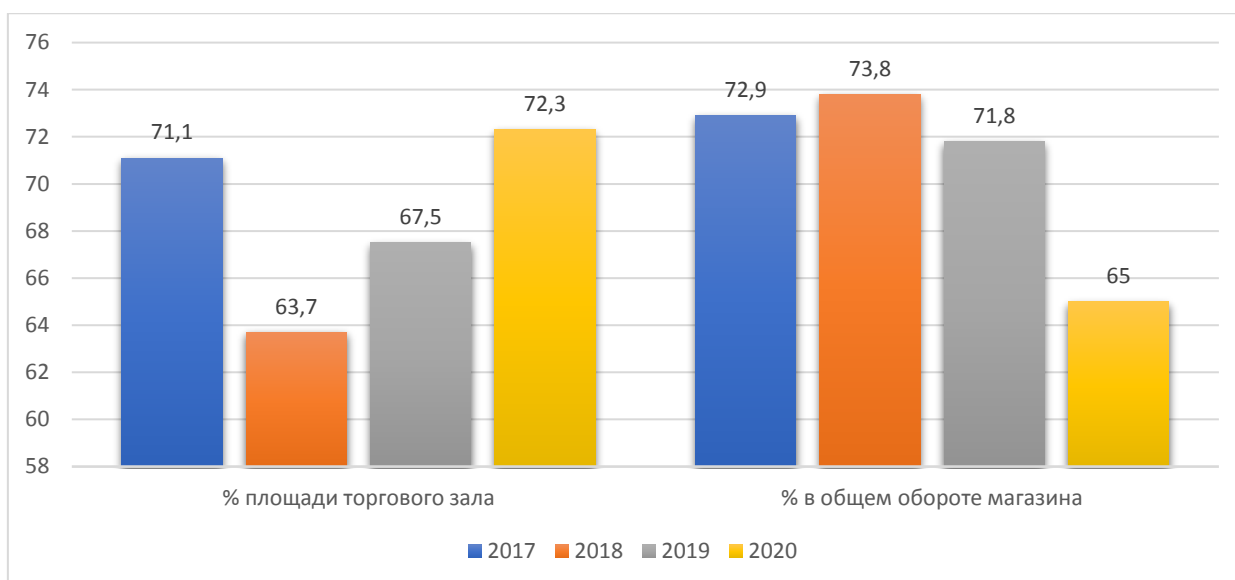
В последние десять лет значительное присутствие не книжных товаров и услуг в столичном книжном магазине считается нормой, вопрос лишь в объеме выделяемой торговой площади. В 2020-м книга может занимать от 40% до 100% площади книжного магазина, в обороте – 35-100%. Разброс значений достаточно высок даже в пределах одной сети. После некоторого ухудшения ситуации с книжной выкладкой в 2018 году, в 2019-2020-м книжная ассортиментная матрица вновь растет за счет расширения предложения в нон-фикшн сегменте для взрослых, но доля книг в обороте магазинов, напротив, снижается.

Средневзвешенный показатель долевого участия книги в офлайн-канале розницы Москвы в III кв. 2020 года составляет:

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

Диаграмма 2.5.

Доля книг в торговом предложении книжных магазинов Москвы в III кв. 2017-2020 гг.(средневзвешенный показатель, %)



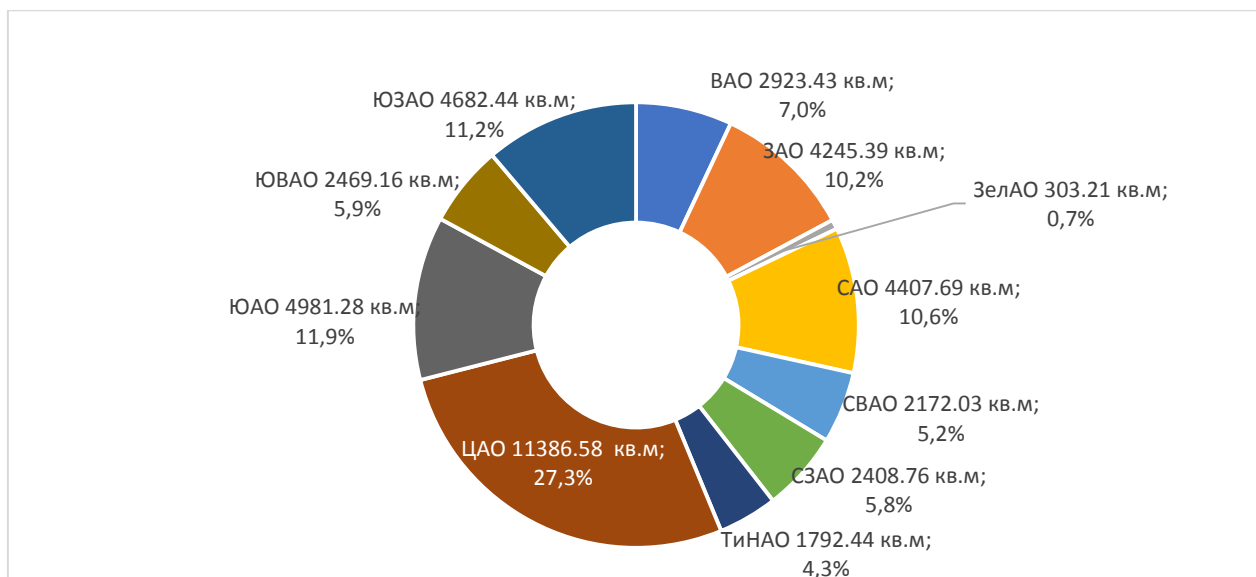
Источник: экспертный опрос (сентябрь 2017-2020 гг.), аналитика Мониторинг

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

В любом случае суммарно книжная выкладка книжных магазинов Москвы составила на октябрь 2020 года лишь 41,8 тыс.м² из 51,4 тыс.м² общей торговой площади (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 2.6.

Распределение суммарной книжной выкладки (кв. м) книжных магазинов по административным округам Москвы в сентябре 2020 г.



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2020 г.

В III квартале 2020 году в ассортимент московских книжных магазинов ежемесячно включается 1400–4300 новых наименований (SKU) в зависимости от размера площадки, что в среднем на 23% меньше объема поступлений новинок в аналогичный период 2019 года, а, значит, оборачиваемость книжной продукции снижается.

Более того, Федеральным законом от 15.10.2020 № 323-ФЗ в статью 264 части второй Налогового кодекса РФ внесено изменение, направленное на увеличение с 10 до 30% объема потерь в виде стоимости списываемой бракованной, утратившей товарный вид, а также не реализованной в установленные сроки книжной продукции, которые могут быть учтены организацией в составе прочих расходов. И с октября 2020 года, используя эту законодательную поправку, издательства увеличивают объемы возвратов из книжных магазинов, фактически не поставляя новинки. Книжные полки пустеют.

Сохраняется и агрессивный демпинг по книгам со стороны интернет-магазинов.

Михаил Иванов, «Подписные издания»:

К сожалению, пауза на коронавирус не привела к решению проблем ценообразования на книжном рынке. Вопрос регулируемой

розничной цены и до пандемии стоял достаточно остро, когда наценка даже в 80% на книги издательства «Эксмо» вынуждала книжный магазин продавать на 30-35% дороже, чем, например, «Ozon» или «Wildberries». Это огромная проблема, без которой, я считаю, независимые книжные магазины и сети не смогут в условиях снижения спроса и покупательской способности выстоять, это просто несправедливо. А сейчас в этом плане фактически все преференции со стороны крупных издательств отдаются онлайн-игрокам. С этим нужно бороться. Сейчас консолидировано, без деления на своих и чужих, мы должны прийти и сделать так, чтобы был порядок.

«Книжная Индустрия», июнь, 2020

Марина Каменева, ТДК Москва

Сейчас, когда интернет-магазины в пандемию сильно выросли, издательства решили, что оффлайн – это наверное уже вчерашний день. На мой взгляд, это ошибочный вывод. Когда издатели нам открыто заявляют, что не рассматривают книжные магазины в качестве основного канала продаж, то мы начинаем задумываться над реформатированием своих магазинов, потому что мы хотим их сохранить. И тогда уж без обид. Пусть весь ассортимент издательств, в том числе не всегда удачные, не всегда звездные книги, отправляются на витрины в «Ozon», «Wildberries», в «Лабиринт» и т.д. Мы перестанем быть бесплатными витринами для издательств, прекратим работать с их сложным ассортиментом. Если издатель берет на себя функции управления, то значит мы оставляем за собой право действовать самостоятельно в целях самосохранения. Но если мы все-таки вместе с издательствами и они понимают наши проблемы, то конечно вопрос ценообразования очень важен, потому что даже сейчас, согласно последнему мониторингу, цены у нас и в маркетплейсах только внешне конкурентноспособны. Внутренние маркетинговые манипуляции интернет-магазинов по-прежнему демонстрируют достаточный демпинг. И книжным магазинам не угнаться, мы не можем работать вне маржи, а наши отпускные цены заметно отличаются от отпускных цен интернет-магазинов.

Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 03.09.2020

В связи с этим летом 2020 года книжные магазины много внимания уделяют коррекции ассортиментной матрицы и ориентированы на большую лояльность ценовой политики. Тем не менее, средняя цена (494,1 руб.) реализованного в августе издания в этом канале по-прежнему демонстрирует положительную динамику (+8,6% к августу 2019 года).

Необходимо также отметить, что помимо собственно торговой деятельности стационарные книжные магазины ведут большую работу по поддержке и развитию интереса к чтению и книги у москвичей. Это и встречи с авторами, и мастер-классы, и детские клубы, транслируемые в том числе на собственных YouTube-каналах магазинов, и масштабные онлайн-акции, подобные участию в столичной «Библионочи-2020» или Дня книгодарения, прошедшего 14 февраля в ряде книжных магазинов Москвы.

Разумеется, в 2020 году офлайн-инициативы книжных магазинов ограничились первыми зимними месяцами. И в целом, в сравнении трех кварталов 2019/2020 гг., количество проведенных книжными магазинами мероприятий сократилось на 12-35%. Тем не менее, ОЦ МДК успел провести 268 мероприятий, интеллектуальный «Фаланстер» - 15, сетевой «Читай-город» - 113 (офлайн и онлайн мероприятий), а ТДК Москва на Тверской – 43 презентации и День книгодарения до карантина, а в последующие месяцы были только редкие онлайн-эфир с авторами, Книжная бессонница и Телемост с библиотеками Саратова, Пензы и Владимира. Попытка провести в августе совместную федеральную акцию «Сказка в книжном» (дисконт по детскому ассортименту) для восстановления трафика в книжных магазинах, заметного эффекта не произвела.

Марина Каменева, ТДК Москва

Судя по опыту нашего магазина, многие акции, которые рекомендуют проводить издательства, в рознице не работают. Как правило, предлагается снижение цены или демпинг, самое популярное из последних – акция «три по цене двух». Но на мой взгляд, для розницы надо искать несколько другие приемы. Эти акции работают в интернет-магазинах, а у нас – нет.

Так что, в качестве основных направлений поддержки от Департаментов Правительства Москвы, которую хотели бы получить в 2020-2021 гг. книжные магазины Москвы, указывается прежде всего:

- помощь в продвижении книг и чтения в СМИ (публикации на книжную тематику, опросы читателей, анонсы встреч с авторами во всех книжных магазинах Москвы и т.п.);
- разрешение на пропаганду чтения с помощью наружной городской рекламы и в метро.

То есть преференции в области продвижения и поддержки чтения в столице.

2.1.2. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины

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

Вопреки распространенному мнению, продажи книг в интернет-канале в период карантина и в летний восстановительный период росли далеко не у всех продавцов. Правильнее говорить о высокой волатильности спроса, и даже его непредсказуемости. Наибольший рост продаж книга показывала на площадках маркетплейсов – OZON.ru и «Wildberries», в то время как традиционные по формату книжные интернет-магазины (Labirint.ru, My-shop.ru, Book24.ru) показывали смешанную динамику и даже падение продаж до -55% к 2019 году.

Анна Карпова, Ozon

На фоне самоизоляции россияне активно приобретают книги - в апреле продажи выросли на 63% год к году. В марте-апреле продажи детской литературы выросли на 59% год к году, книг по психологии и саморазвитию – на 50%, а художественной литературы – на 129% год к году. Самыми покупаемыми книгами в этот период стали “7 навыков высокоэффективных людей” Стивена Кови, “От земли до неба. Атлас-определитель” и “Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст” Максима Ильяхова, а в апреле - “НИ СЫ. Джен Синсеро, “Подсознание может все” Джона Кехо и “Зулейха открывает глаза” Гузели Яхиной.

Алексей Кузменко, Wildberries

В апреле у нас резко возрос спрос на учебную литературу: продажи учебников в штуках выросли в четыре раза год к году, обучающих карточек – почти в 3 раза, а продажи словарей в этот период выросли практически вдвое. И еще один покупательский тренд – рост спроса на товары для творчества. В апреле продажи раскрасок-антистресс, которые пользуются популярностью как у детей, так и у взрослых, выросли в 9 раз, а продажи блокнотов для творчества и скетчбуков выросли больше чем в 7 раз.

Роман Купцов, My-shop

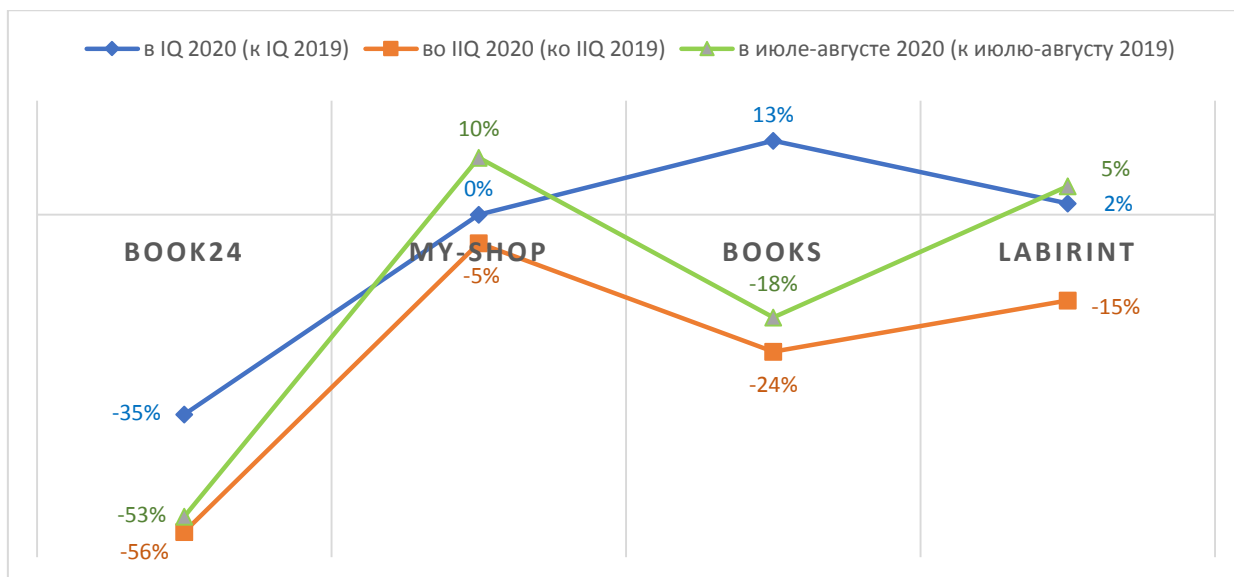
В нашем магазине спрос на книги в апреле 2020 года упал примерно на 15% по сравнению с мартом 2020 и на 30% по сравнению с апрелем 2019 года. Это если мы с вами говорим о книгах без учебной литературы. Падение же учебной литературы оказалось еще более глубоким...

Пятёрка сегментов-лидеров в апреле выглядит так: Детская литература, Художественная, Научно-популярная, Семья. Быт. Досуг, Искусство. Про различия между регионами сложно говорить, скорее так: кто читал – тот продолжает читать, но покупает чуть меньше. Кто не читал – читать не стал и режим самоизоляции им в этом не помог.

«Книжная Индустрия», май 2020

Диаграмма 2.7.

Динамика продаж книжных интернет-магазинов зарегистрированным в Москве клиентам в январе-августе 2020 года (LFL 2019, %)



Источник: экспертный опрос, сентябрь 2020 г.

По сложившейся традиции последних лет основные претензии издательства высказывают интернет-магазину Labirint:

Екатерина Каширская, Пешком в историю

Основной онлайн-продавец наших книг – «Лабиринт», с которым появились проблемы по оплате проданного товара. Что будет дальше, я не знаю, ведем сейчас переговоры. По сравнению с 2019 годом продажи упали, но все равно во время карантина интернет – это единственный канал продаж, так что выбирать особо не из чего.

Ирина Балахонова, Самокат

«Лабиринт» очевидно падает и не выполняет своих обязательств перед поставщиками. Не думаю, что такая манера поведения на рынке принесет им дивиденды, остальные держатся на до-карантинном уровне. Кстати, вскоре книги некоторых издательств, раньше продававшихся только в «Лабиринте», можно будет купить в нашем www.samokatbook.ru. Он недавно (в декабре) стартовал и только за апрель вырос в 3 раза по обороту.

«Книжная Индустрия», май 2020

Столкнувшись с потерями продаж в офлайн и задержкой платежей из интернет-магазинов, многие небольшие издательства Москвы приняли решение о самостоятельном выходе на маркетплейсы. И в этом им во многом помогал OZON, активно привлекавший новых партнеров в начале весеннего карантина и запустивший целый ряд мер для их поддержки. Так, маркетплейс OZON вошел в число e-commerce площадок, продавцы которых могут получить субсидии от Правительства Москвы и вернуть часть комиссии за продажу товаров. Если партнер маркетплейса подавал заявку на получение субсидии до 1 июня, то субсидироваться могла полная комиссия за продажи товаров на OZON, если она не превышает 20%, либо ее часть. Также OZON увеличил до 5 млн рублей максимальную сумму займа, который можно получить на платформе Ozon.Invest для продвижения или закупки партии товара. Наконец, в апреле OZON запустил онлайн школу E-commerce Online School – бесплатную образовательную программу про e-commerce для предпринимателей. Её программа построена по принципу «практики рассказывают практикам», а лекторами являются действующие партнеры OZON, они говорят о своем опыте онлайн-продаж и сложностях, которые преодолели.

Понятно, что в апрельский карантин интернет-магазины запустили множество акций, как правило дисконтного характера, но присутствовали и PR-активности. В частности книжный e-commerce отмечает высокую эффективность участия в онлайн-акции «Библионочь», которая в 2020 году вместо 10 дней была продлена на три недели.

Анна Карпова, OZON:

В апреле мы приняли участие во всероссийской акции «Библионочь», которая в этом году прошла в онлайн формате. Мы считаем, что на фоне самоизоляции особенно важно поддержать любителей книг по всей стране этим праздником. В рамках акции совместно с десятками издательств мы предоставили глубокие скидки на 50 тыс книг, а также провели масштабную промо-

кампанию с эксклюзивным собственным контентом - покупатели книг получали доступ к интервью с ведущими писателями и критиками современности, среди которых Антон Долин, Владимир Познер, Михаил Зыгарь, Галина Юзефович, Михаил Лабковский.

Роман Купцов, My-shop:

Традиционно, хороший отклик мы получили по Библионочи, которую кстати продлили в этом году, и вместо 10 дней, она проходит 3 недели. И разместили на сайте специальный раздел с книгами для детей и взрослых, посвящённый юбилею Победы в Великой Отечественной войне.

Еще с марта мы запустили марафон домоседства «Четыре стены», в котором помогаем людям адаптироваться к новому для всех режиму самоизоляции. Также запустили акцию «Забота» (zabota.my-shop.ru), в рамках которой сделали бесплатной доставку товаров для пожилых людей. В этой акции нас поддержали многие издательства, предоставив дополнительные скидки на свою продукцию.

«Книжная Индустрия», май-июнь 2020

Но эффект от всей этой активности не был долгосрочным. Уже в июне продажи книг в интернете возвращаются к до-карантинному уровню, прибавив лишь 2-3 п.п. к традиционным для себя 20%. Но так считают не все издатели.

Алексей Ильин, Альпина Пабlishер:

На мой взгляд, перетекание продаж из офлайн в онлайн – это главное, что мы можем видеть сегодня. Конкретно, на примере «Альпины»: в феврале доля продаж через интернет-магазин у нас составляла 37%, в июле – 63%. Я понимаю, что в июле книжные магазины ещё не восстановились, но, наверное, мы уже не вернёмся к февральским 37%, и по итогам года доля интернет-продаж, думаю, всё равно составит больше 50%. В 2020 году онлайн-торговля получила огромный импульс к развитию, мы видим глобальную победу маркетплейсов, и это очень сложно остановить. Ozon и Wildberries показывают большой рост продаж – в некоторые недели апреля более 100% (в штуках) год к году. В условиях нервозности и кризиса мы, как и многие, думаем прежде всего о денежном потоке, а не о маржинальности. Поэтому

активно участвуем в разных акциях на всех работающих площадках.

«Книжная Индустрия», август 2020

И всё же несмотря на оптимизм некоторых издателей, осенью по данным социологического опроса (сентябрь 2020) выяснилось, что только 18,5% москвичей, приобретающих печатные книги с разной периодичностью в течение года, пользуются для этого услугами интернет-магазинов. Сокращение (-10 п.п.) численности поклонников виртуальных покупок книг в Москве не может не насторожить экспертов.

Более того, в «Wildberries» отмечают, что *«среди покупателей стало больше жителей из небольших населенных пунктов страны с населением около 9 тысяч. Наибольший прирост по продажам книг в штуках был отмечен среди жителей отдаленных регионов — Чукотского АО (+900%), Калининградской области (+785%) и Якутии (+555%)»*, но никак не Москвы. В 2020 году доля зарегистрированных в Москве клиентов сокращается на 3-7 п.п. у My-shop и Book24 и в среднем осенью составляет уже только 25% от всех покупателей книг в сегменте e-commerce. Приоритет региональных клиентов отмечают и эксперты OZON: *«Что касается трафика, то существенного изменения мы не видим: 45% — это наши постоянные клиенты, которые делают более 5 заказов в год, 25% — это новички, в том числе переходящие из других категорий. Основная доля покупателей — женщины, и, в общем-то, большая часть наших покупателей живет в небольших городах»*.

Несмотря на постоянные скидочные акции, тем не менее в сопоставлении августа 2019/2020 гг. средняя цена купленной в интернет-магазине книги выросла для москвича на 10,9%, достигнув суммы в 368,67 руб. При этом наибольший ценник имеет нон-фикшн литература (до 453 руб.), в то время как диапазон цены купленной учебной книги в интернет магазине ограничивается 175-212 рублями. Но в отличие от цены покупки, средний чек

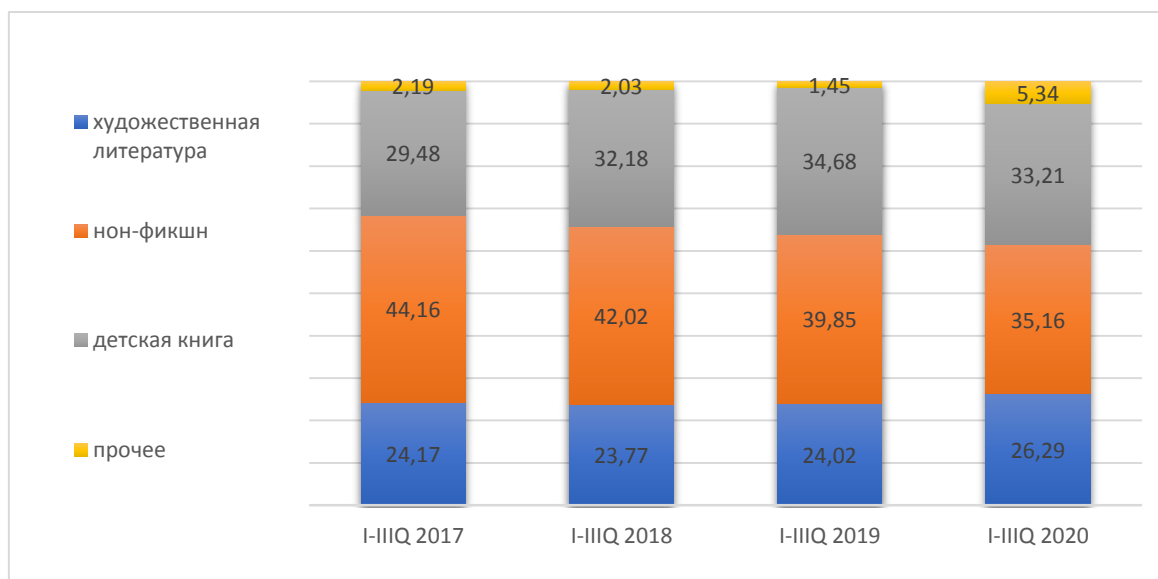
московского клиента показывает в августе 2020 года отрицательную динамику около -15,5%, остановившись на уровне 1250 руб. (в августе 2019 – 1480 руб.).

Проще говоря, в восстановительный пост-карантинный период интернет-канал продавал меньше книг за большие деньги, снижая оборачиваемость. Большинство экспертов издательского бизнеса считают это следствием сокращения физических контактов читателей с книгами в офлайн книжных магазинах, где многие привыкли предварительно знакомиться с ассортиментом до совершения покупки в интернете.

И всё же развитые рекомендательные сервисы, дешевая и быстрая доставка и накопительная дисконтная система, позволяющая снижать объявленный ценник книги до 25-40% в личном кабинете клиента – это явное преимущество интернет-магазинов перед традиционной розницей.

Диаграмма 2.8.

Доля укрупненных тематических групп книжного ассортимента в обороте интернет-канала в III кв. 2017-2020 гг., %



Источник: экспертный опрос, сентябрь 2017-2020 гг.

Карта книжного ассортимента, предлагаемого москвичам, остается достаточно стабильной в последние три года. Основная доля приходится на детскую и нон-фикшн, на третьем месте – художественная литература, доля

которой в продажах интернет-канала постепенно растет. Но при этом, интернет магазины очень активны в различных инициативах по увеличению спроса, привлечению клиентов и открыты к сотрудничеству. И это покупает.

Анна Карпова, OZON:

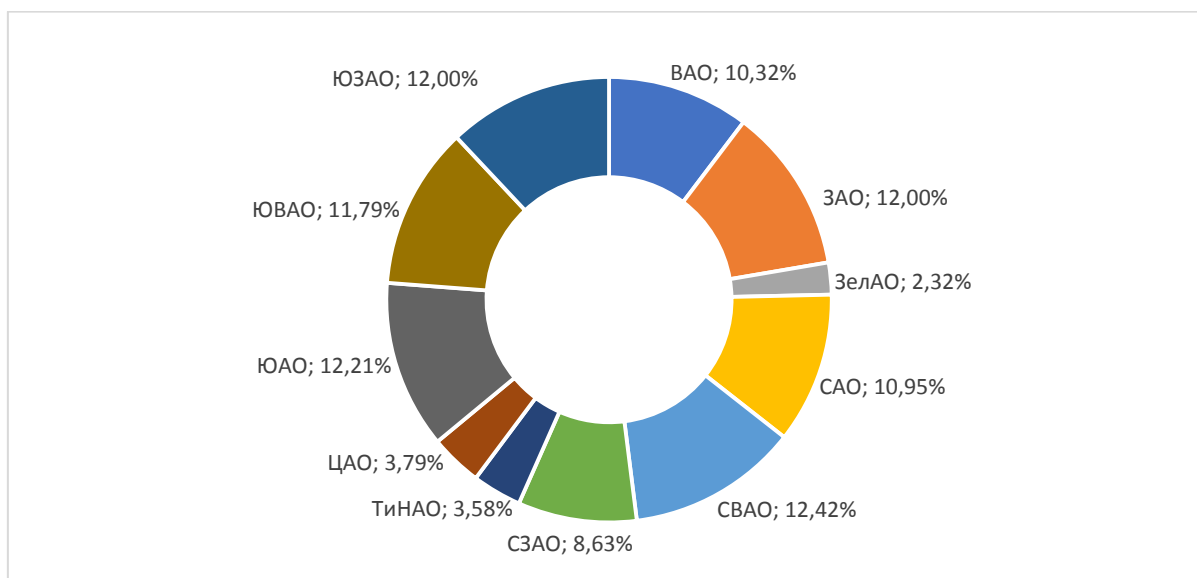
Что можно сделать для увеличения продаж в текущей ситуации? Во-первых, у нас есть трафик (3,5 млн посетителей в день) и клиентская база, к которой мы можем дотянуться с помощью рассылок и других коммуникаций, но с ней также могут работать и издательства. Во-вторых, это привлечение внешнего покупателя, который на OZON еще не заходил, т.е. покупка внешнего трафика и ТВ-реклама. В-третьих, это продвижение ассортимента с помощью различных механик. Самое популярное: акция «1+1=3», 4 книги по цене 3-х, скидки, товары в подарок и т.д. И, наконец, продвижение бренда, т.е. лейбл издательства может быть подсвечен на нашей площадке: бренд-зонами, баннерами, спец-проектами, комплексными проектами. Всё это дает максимальные результаты и можно использовать прямо сейчас. Мы открыты для работы вместе с издательствами над увеличением продаж, над теми стоками, которые у вас лежат на складах. Мы максимально заинтересованы в том, чтобы перевести 50% книжных продаж в онлайн и сейчас наверное самое благоприятное для этого время.

«Книжная Индустрия», май 2020

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 сегодня только отделения АО «Почта России», а именно 475 почтовых отделений на территории Москвы. В наибольшей степени этот сервис востребован в округах «новой Москвы».

Диаграмма 2.9.

География распределения по административным округам Москвы отделений почтовой связи /ПВЗ интернет-магазинов с книжной выкладкой в 2020 году (доля объектов, %)



Источник: данные ТД «Эксмо», октябрь 2020 г.

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

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

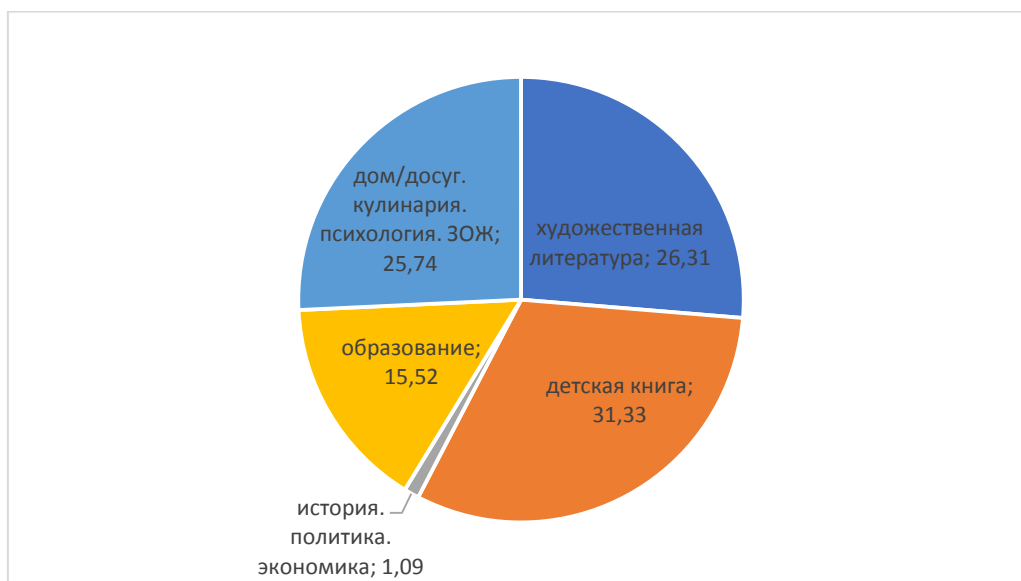
Несмотря на то, что издатели расширили список партнеров в этом сегменте, включив в него сетевых дискаунтеров «FixPrice» и «Пятерочка», доля покупок москвичей в непрофильных супермаркетах немного снижается (в 2019 году – 15%) осенью 2020 года – 13,6% посетителей книжных магазинов «сознаются» в практике покупки книг в отделах гипермаркетов параллельно с другими покупками³. Почти треть (31%) книжного оборота в FMCG-объектах

³ Экспертный и социологический опросы, проведенные в рамках Мониторинга, сентябрь 2020 г.

составляют детские книги, четверть (26%) – художественная литература для взрослых. Средняя цена реализованного книжного издания в этом канале в августе 2020 года находится на уровне 247.06 (в августе 2019 – 273.02 руб.). Это единственный канал книжной продукции с дефляцией по средней цене покупки. Иными словами, речь идет прежде всего о продукции категории эконом-класса: покет-изданиях детективов и женских романов, а также брошюр с раскрасками для детской аудитории и лунными календарями дачников. Бестселлеры 2020 года в этом канале: детективы Д. Донцовой и женские романы М. Метлицкой, сказки Х.К. Андерсена и А.С. Пушкина, упражнения для здоровья (Лечение: палки для скандинавской ходьбы Г.М. Кибардина) и «Все секреты Minecraft» М. Миллера.

Диаграмма 2.10.

Структура оборота категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на август 2020 г. (доля тематики, %)



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

Снижение реальных денежных доходов населения в 2020 году существенно снизили ценовой порог для покупки книг в продуктовом ритейле,

что естественно требует соответствующих усилий и от производителей книжной продукции.

По данным компаний на сентябрь 2020 года книги присутствуют в ассортиментной матрице торговых площадок следующих непрофильных потребительских сетей:

Ашан, сеть гипер и супермаркетов – 32 площадки в Московском регионе, включая «Ашан-сити» и «Мой Ашан», но исключая «Атак».

Metro Cash & Carry – 11 площадок в Московском регионе.

Детский мир – 123 площадки в Московском регионе (ровное покрытие по АО Москвы, исключая ТиНАО).

Перекресток: сеть супермаркетов – 285 площадок в Москве.

Пятерочка: сеть дискаунтеров – 417 площадок в Москве.

МАГНИТ, сеть супермаркетов – 406 площадок в Москве.

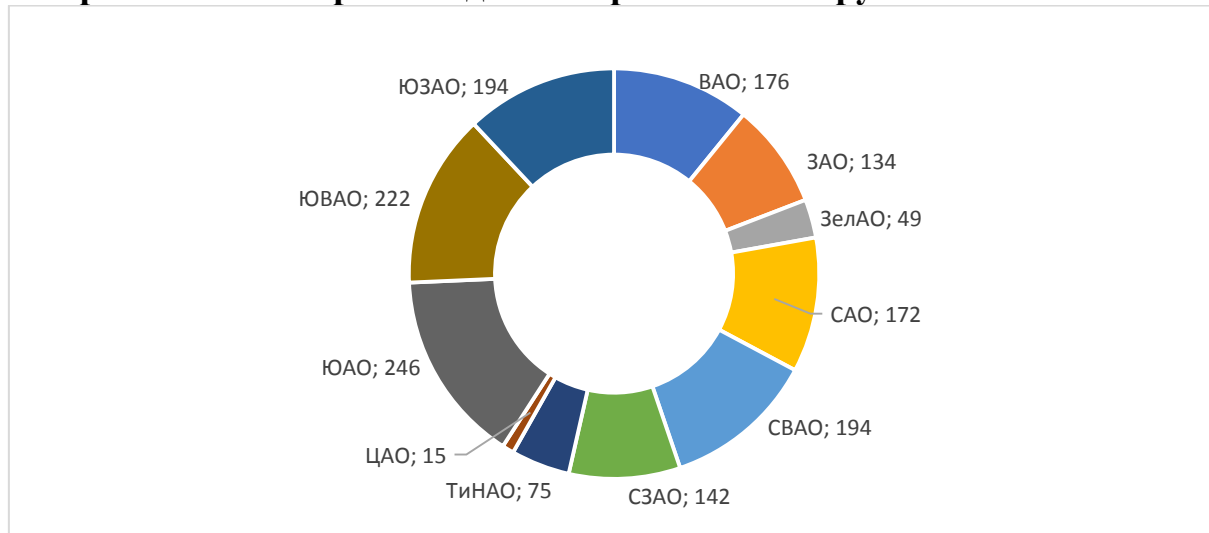
О`КЕЙ, сеть супермаркетов – 12 площадок в Москве.

FixPrice, сеть дискаунтеров «одной цены» – 279 площадок в Москве.

ЛЕНТА, сеть гипер и супермаркетов – 28 площадок в Московском регионе.

Диаграмма 2.11.

География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2020 г.

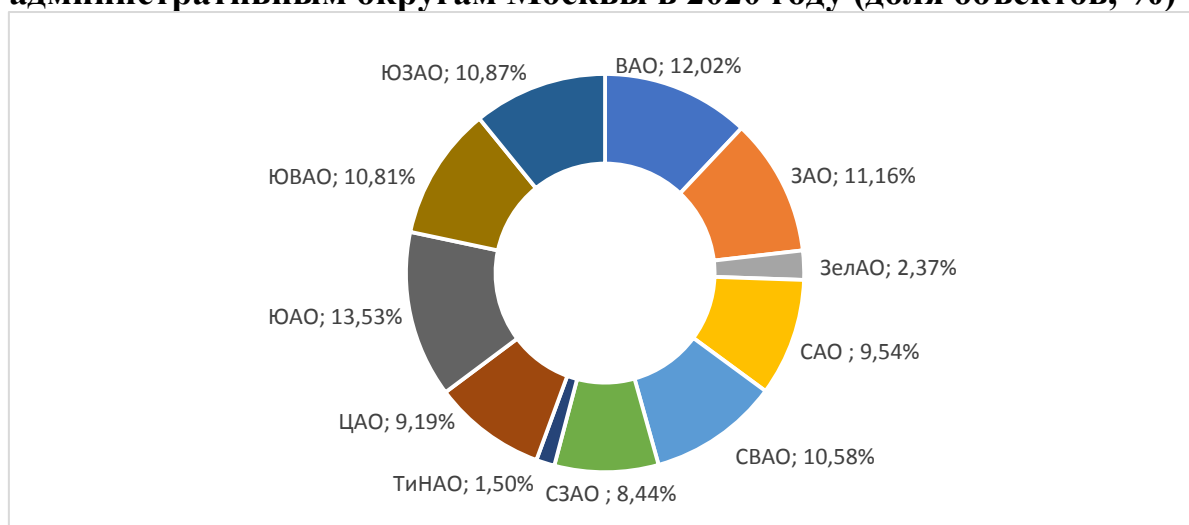


На данный момент канал киосковых сетей демонстрирует стабильность (нулевую динамику) продаж для книжников – его пропускная способность в сравнении августа 2019/2020 гг. осталась прежней на уровне 3,2-3,3% общего объема реализации книжных издательств в Московском регионе, что, учитывая данные последних лет (2018 – 2,9%; 2017 – 5,4%; 2016 – 6,9%) является критичным значением для данного канала.

Но, тем не менее, сами москвичи в ходе опроса в сентябре 2020 года заявили о своей готовности по-прежнему совершать покупки в этом канале: 17% респондентов (в 2019 – 10,8%; в 2018 – 7,05%) покупали книги в киосках/павильонах печатной продукции «по пути».

Диаграмма 2.12.

География распределения объектов НТО «Печать» (вид «киоск») по административным округам Москвы в 2020 году (доля объектов, %)



Источник: адресный перечень размещения нестационарных торговых объектов «Печать» (вид «киоск») на территории города Москвы на 01.11.2020 г.

В прогнозных значениях на 2021-2022 годы в структуре каналов книгораспространения для Московского региона, возрастет значимость книжных магазинов в формате «шаговой доступности» с преимущественно

детским (учебно-развивающем) ассортиментом, а также книготорговых секций в торговых центрах и «крафтовых» уникальных магазинчиков. Востребованным останется и канал киосковых сетей при параллельной стабильной работе непрофильного сетевого ритейла с ограниченным предложением книг в качестве сопутствующего (дополнительного) товарного предложения. А вот сохранение интереса москвичей к покупкам книг в интернет-магазинах под вопросом.

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

В начале 2020 года на долю Москвы в структуре книжного рынка РФ приходится 29,13% в рублевом эквиваленте и 21,4% экземплярных продаж книжной продукции. Причем, в последние годы доля Москвы пусть незначительно, но росла в денежном выражении и сокращалась по показателю экземплярных продаж.

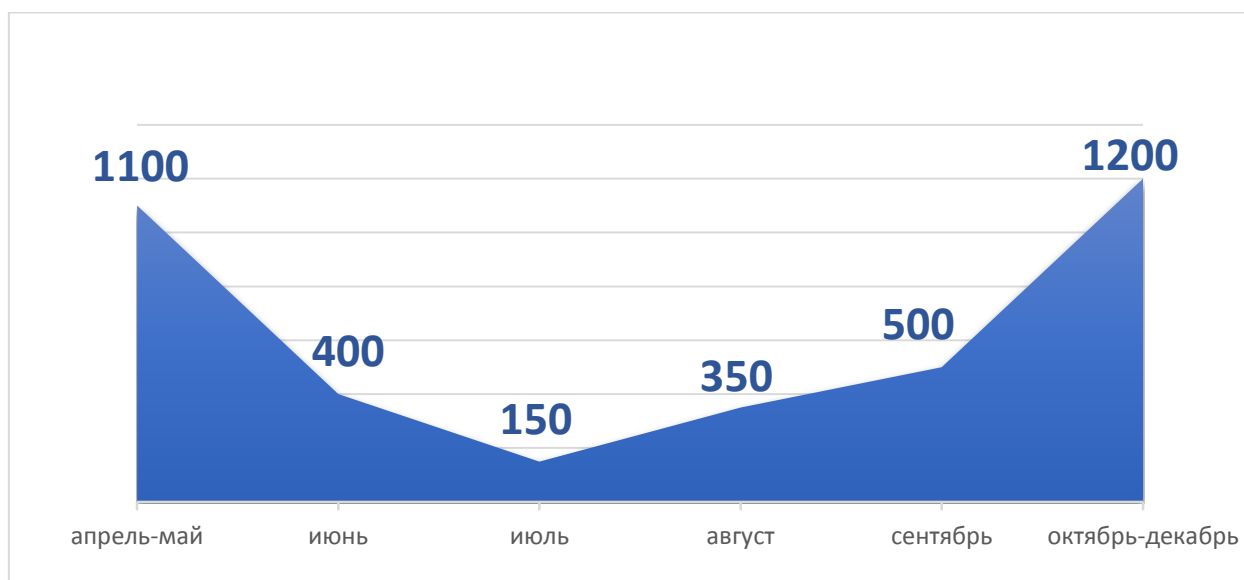
Но на протяжении всего 2020 года книжный рынок столицы показывал худший сценарий развития на фоне других субъектов федерации: он сильнее «проваливался» весной, в том числе по причине большего объема карантинных мероприятий, и медленнее восстанавливался летом и осенью, а запрет всех праздничных рождественских акций в декабре фактически ликвидировал возможности московских книжников возместить потери, в том числе за счет туристического потока. Недобор клиентов и денег в начавшийся высокий сезон лишь увеличивал потери книжников. Так и не открывшиеся или не вышедшие из убыточного состояния магазины, сократившие инвестиции издательства и библиотеки с секвестрированным в связи с пандемией бюджетом – это реалии завершающих 2020-й год месяцев. Дистрибуторы электронной книги и интернет-магазины не смогли перекрыть потери от кризиса офлайн-каналов книжной розницы, и как следствие весеннего

экономического и социального локдауна столичный книжный рынок даже без «второй волны самоизоляции» в IV квартале 2020 не дополучит по меньшей мере 1.2 млрд рублей только по причине санитарных требований ограничения мобильности граждан.

Согласно экспертным прогнозам, по итогам 2020 года объем книжного рынка Москвы сократится на 3,7 млрд рублей (с 17,8 млрд в 2019 до 14,1 млрд в 2020) и составит порядка 25-26% оборота книжного рынка РФ.

Диаграмма 2.13.

Потери в обороте книжного рынка Москвы, млн рублей



Источник: экспертный опрос (июнь-сентябрь 2020 г.), аналитика – Мониторинг

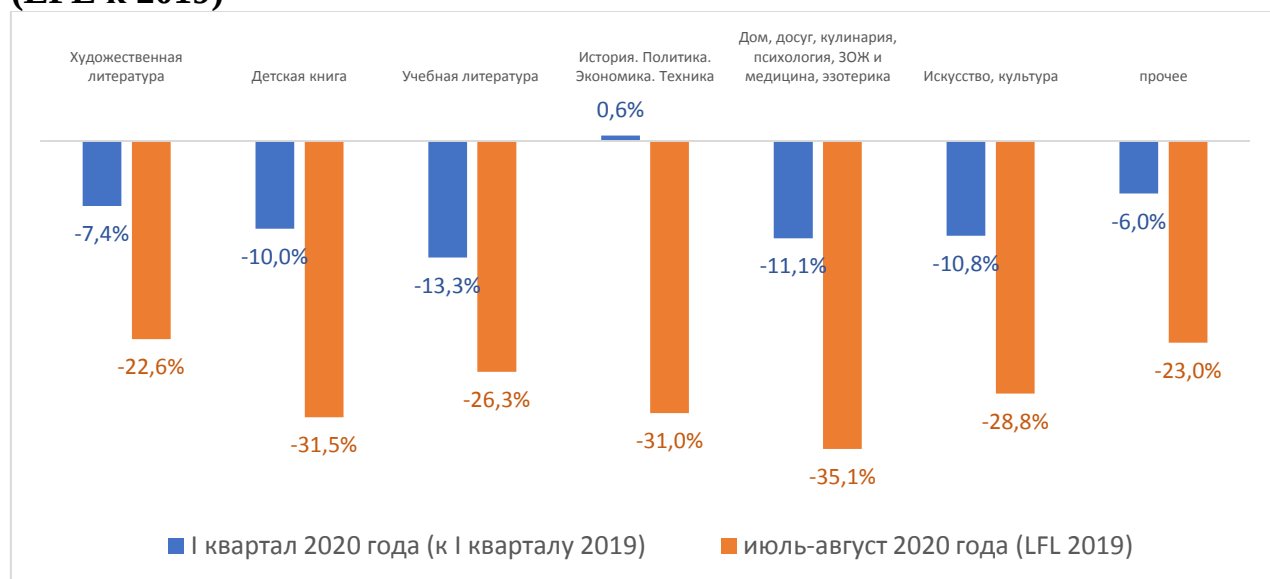
Еще в июле 2020 года московский книжный рынок постепенно выходил из кризиса. Издатели возвращались в офис, открывались книжные магазины, возобновлялись поставки новинок и взаиморасчеты за проданные книги. Но уже в начале сентября картинка начала меняться, по крайней мере, в сравнении с предыдущими школьными кампаниями. Конечно, поток клиентов не иссяк. Они как и прежде приходили за школьными пособиями, тестами и атласами, десятками закупали развивающие брошюры для дошкольников в интернет-магазинах. Подгоняемые слухами о «второй волне» родители привычными темпами формировали резервную школьную библиотеку для дома, но вот

другие разделы ассортимента, и прежде всего детская и прикладная литература, почувствовали себя что называется на обочине жизни. Снижение экземплярных продаж по этим разделам в школьную кампанию традиционно, но впервые в 2020-м столь масштабно. Детская книга покупалась в среднем на 30% хуже чем в школьную кампанию 2019 года, а прикладная литература по вопросам кулинарии, отношений и здоровья, в том числе психического и гормонального, сократила продажи в штуках в диапазоне от 22% до 59% в зависимости от магазина и локации размещения.

Ситуацию спасал лишь индекс потребительских цен, который для большинства тематических сегментов книжного рынка в сентябре 2020 года находился в области положительных значений.

Диаграмма 2.14.

Динамика рублевых продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в книжных магазинах Москвы в I и III кварталах 2020 г. (LFL к 2019)



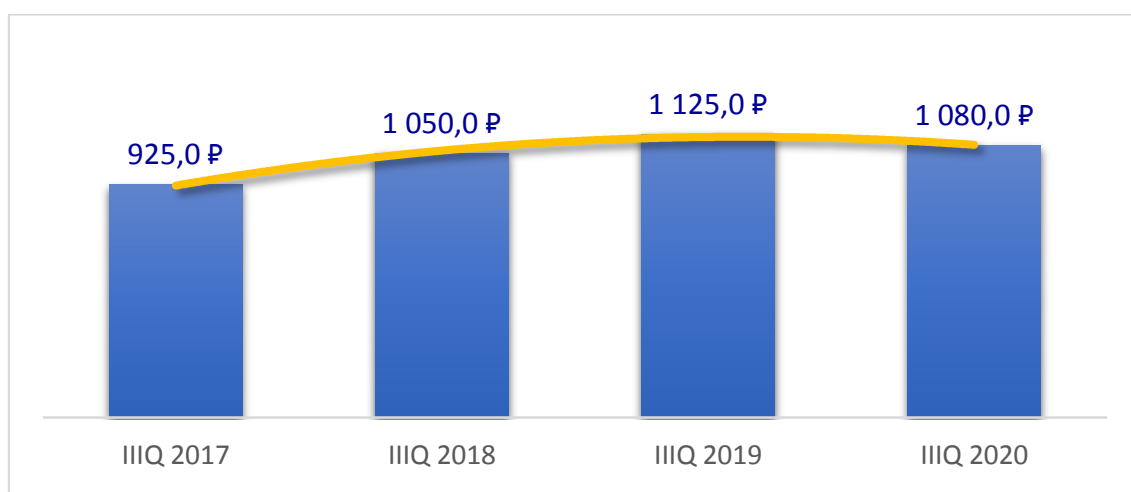
Источник: экспертный опрос (сентябрь 2020 г.), аналитика – Мониторинг

И вряд ли негативные тенденции книжного рынка в столичном регионе можно объяснить невысоким уровнем обеспеченности москвичей комфортными современными книжными магазинами. Несмотря на тенденцию постепенного переключения читающих книги москвичей на альтернативные

классическим книжным каналы сбыта, тем не менее, и в 2020 году жители столицы сохраняют привычку посещения книжных магазинов. Но в августе 2020 года впервые за последние 4 года средний чек книжных магазинов в Москве показал отрицательную (-4,1%) динамику, опустившись до 1080 рублей.

Диаграмма 2.15.

Средний чек офлайн книжной розницы Москвы в III кв. 2017-2020 гг.



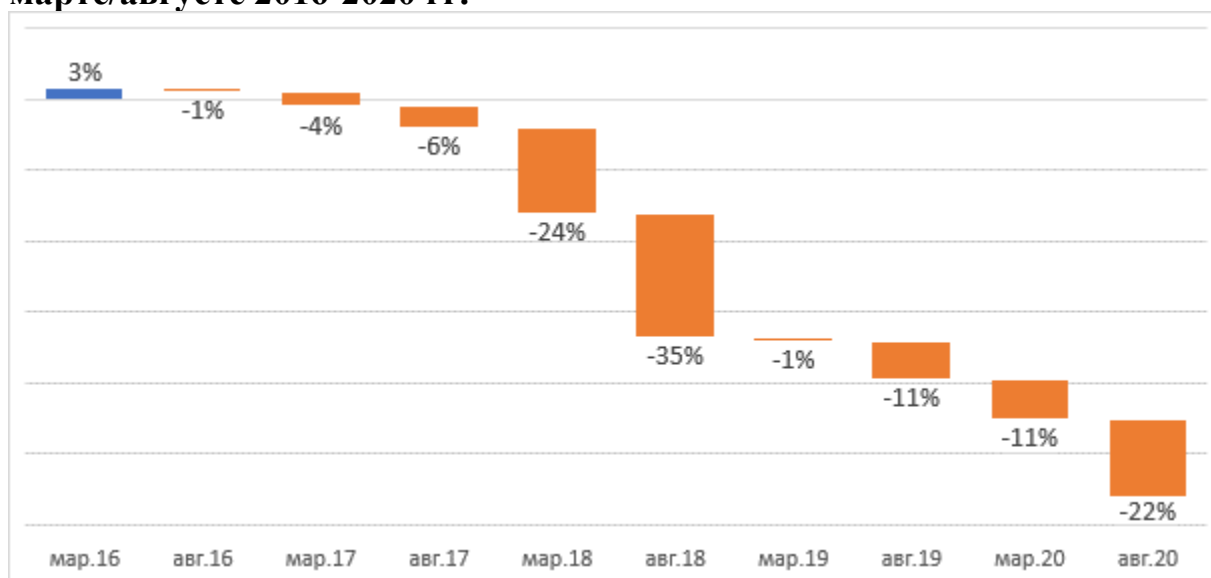
Источник: экспертный опрос (сентябрь 2017-2020 гг.), аналитика – Мониторинг

Если говорить о трафике и мотивации посещения магазинов со стороны покупателя, то в 2020 году все книжники Москвы свидетельствуют о снижении трафика в среднем на 11% в феврале-марте и на 22% в августе-сентябре (к соответствующему периоду 2019 года). Причем в этой группе находятся книжные магазины в том числе Центрального АО столицы, которые обладают своим стилем и сложившейся клиентурой. Параллельно снижается (-23%) и количество новых наименований книг, включаемых ежемесячно в ассортимент столичного книжного магазина. То есть, в 2020 году и клиентов всё меньше, и покупают они недостаточно для сохранения оборачиваемости книжной продукции на прежнем уровне.

Надо признать, что рост потока посетителей в книжных магазинах столицы закончился вместе с Годом Литературы (2015), и уже с середины 2016-го книготорговые предприятия Москвы столкнулись с обычными для себя проблемами – снижением трафика и коэффициента конверсии. В 2017-2020 годы ситуация лишь ухудшилась. И если мы говорим о конкретных цифрах с учетом неоднородности книготоргового ландшафта мегаполиса, то VIP-магазины, расположенные в пределах Садового кольца, сегодня могут рассчитывать на трафик в 1300-3000 человек в день, а магазины клубного формата – 60-200/300 человек в день. Стандартный же трафик сетевого книготоргового объекта в любом другом районе мегаполиса в среднем может рассчитывать на ежедневный поток в 300-350 человек с коэффициентом конверсии 47-49%. Впрочем, средняя конвертация по столичным магазинам остается достаточно стабильной на протяжении последних четырех лет: в августе 2020 года – 51%, в августе 2019 – 54%, в августе 2018 – 55%. Но разброс значений коэффициента конверсии у VIP-магазинов более значителен, и в августе 2020 года он колеблется от 27% ТДК Москва до 75% ОЦ МДК.

Диаграмма 2.16.

Динамика трафика (LFL) книжной оффлайн розницы Москвы в марте/августе 2016-2020 гг.



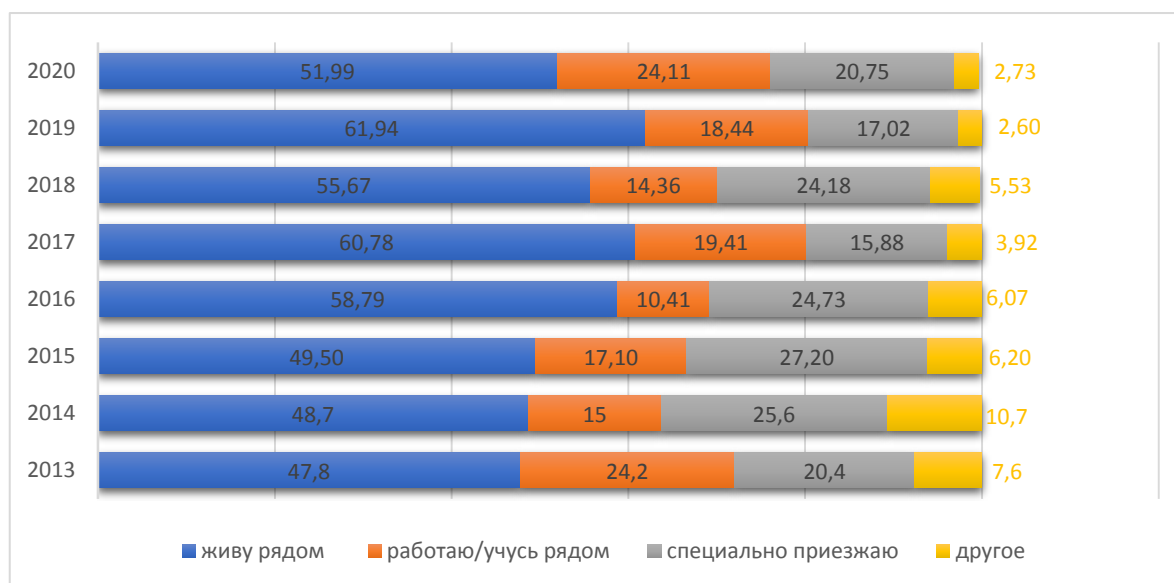
Источник: экспертный опрос (сентябрь 2016-2020 гг.), аналитика – Мониторинг

Опросы клиентов книжных магазинов столицы свидетельствуют о том, что лишь магазины исторического центра Москвы могут похвастаться существенным числом лояльных покупателей. Впрочем, в 2020 году растет число посетителей, «специально приезжающих в конкретный магазин» по причине «большого выбора книг», «традиции» и прочих нематериальных мотивов и в других административных округах Москвы. Но всё же, в большинстве случаев клиентский пул книготорговых объектов формируется непосредственным окружением книжного магазина – москвичами, работающими или проживающими в непосредственной зоне влияния торговой площадки. И москвичи по-прежнему часто ленятся, когда речь идет о книгах, отдавая предпочтение варианту покупки «по пути», «у дома» или «рядом с работой», хотя по-прежнему особенно ценят «большой выбор».

Диаграмма 2.17.

Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2013-2020 гг.

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



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2020 гг.)

Впрочем, анализ торговых площадок, расположенных в разных округах столицы, позволяет предположить, что причина «большой выбор книг» в данном случае является скорее субъективным ощущением или сложившимися традициями в среде покупателей книг, чем отражением реального положения дел. Например, в магазин «Молодая гвардия», ассортимент которого насчитывает 74 тыс. наименований книг, клиенты зачастую приезжают по причине «большого выбора» и «низких цен», в то время как «Читай-город» на Волгоградском проспекте (те же 75 тыс. наименований) посещают в 61% случаев проживающие в непосредственной близости москвичи.

Таблица 2.1. ТОП-10 книготорговых объектов Москвы по обороту книжных продаж в натуральном и денежном выражении

ПАРАМЕТР: ОБОРОТ ПРЕДПРИЯТИЯ		ПАРАМЕТР: ЭКЗЕМПЛЯРНЫЕ ПРОДАЖИ	
1	Библио-Глобус ТД / ул. Мясницкая, 6/3	1	Молодая Гвардия ДК / Б. Полянка ул., 28
2	Дом книги на Новом Арбате / ул. Новый Арбат, 8	2	Дом педагогической книги / Б. Дмитровка ул., 7/5 стр. 1
3	Молодая Гвардия ДК / Б. Полянка ул., 28	3	Дом технической книги / Ленинский пр-т, д. 40
4	Читай-город / Андропова пр-т, д. 38	4	Читай-город / Перерва ул., 43 корп. 1, ТЦ "БУМ"
5	Москва ТДК / ул. Тверская, 8	5	Читай-город / Кировоградская ул., д. 9, ТЦ "Южный", 1-й этаж
6	Республика на Мясницкой / Мясницкая ул., 24/7, стр. 1	6	Дом книги на Преображенке / Преображенский вал, д.16
7	Дом технической книги / Ленинский пр-т, д. 40	7	Библио-Глобус ТД / ул. Мясницкая, 6/3
8	Читай-город в Кузьминках / Волгоградский пр-т, 78/1	8	Книжный Лабиринт / Вернадского пр-т, д. 39А
9	Книжный Лабиринт / ул. Вавилова, 3	9	Дом книги в Медведково /Заревый пр-д, 12
10	Дом книги в Медведково /Заревый пр-д, 12	10	Читай-город в Кузьминках / Волгоградский пр-т, 78/1

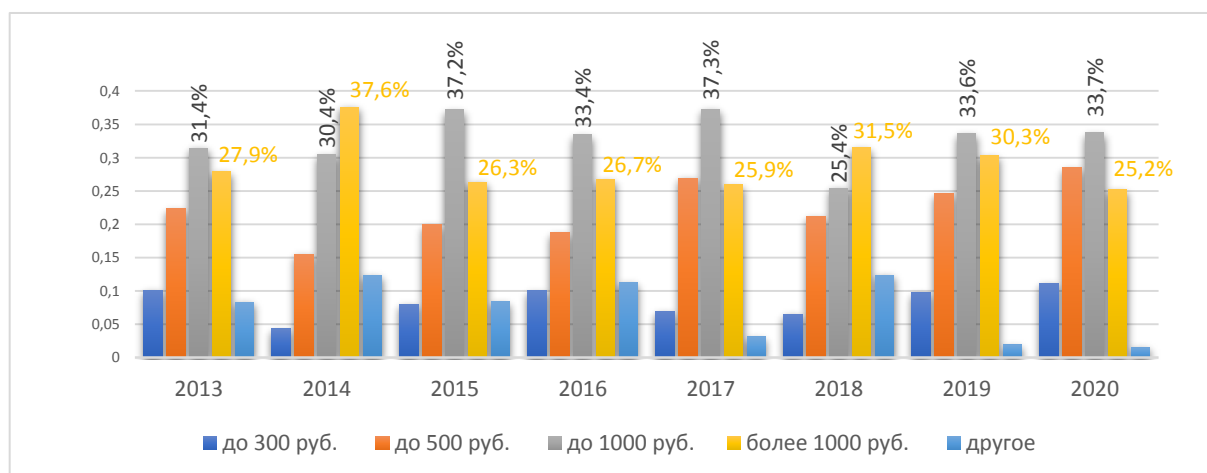
Источник: данные о продажах на территории Москвы проекта «Книжный рынок России 2010–2020», аналитика – Мониторинг

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. Так что, в данном случае правильнее говорить о явном стремлении москвичей минимизировать усилия по приобретению книг, чем о каких-либо изъянах книготорговой инфраструктуры столицы.

Диаграмма 2.18.

Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2013-2020 гг.

*Какую денежную сумму в месяц Вы в среднем тратите на приобретение книг?
(% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)*



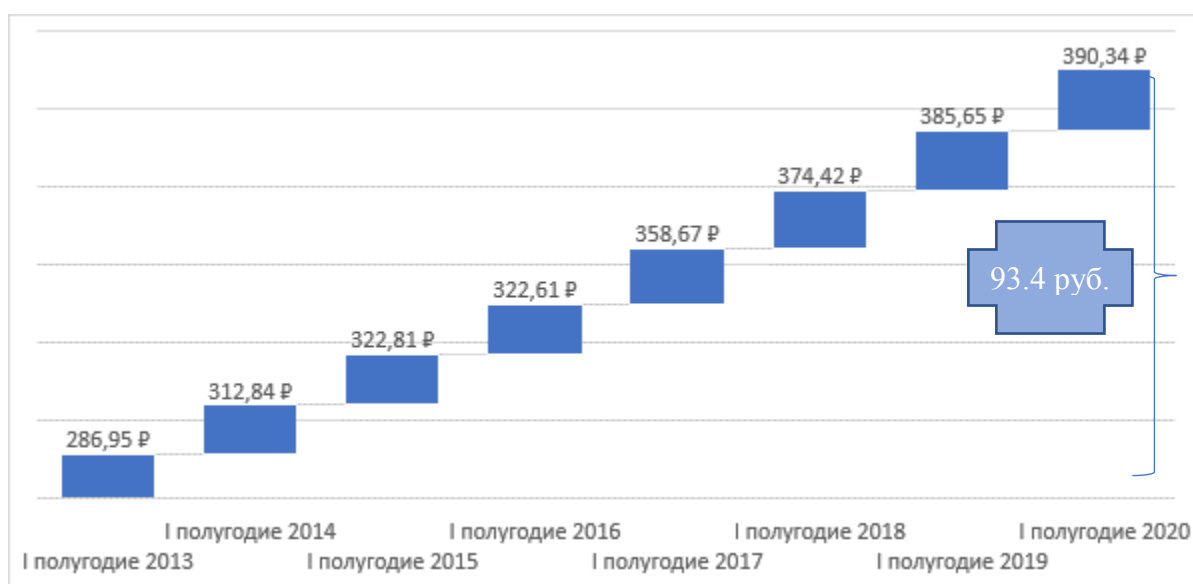
Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2020 гг.)

В целом, результаты опроса в сентябре 2020 года свидетельствуют о том, что читающие москвичи покупают книги в массе своей (65,6%) не реже одного раза в 1-3 месяца, тратя от 300 до 1000 рублей (72,1%), что в целом сопоставимо с итогами аналогичных опросов, проведенных в рамках Мониторинга в 2014-2019 гг. Но, тем не менее, в 2020 году заметно растет доля тех, кто готов заплатить за книги скромные 100-500 рублей в месяц (с 20% в

2014 до 39,6% в 2020), а также посещает книжный магазин лишь единожды за 3-6 месяцев (с 39% в 2016-м до 51% в 2020-м).

Диаграмма 2.19.

Средняя цена реализованного на территории Москвы книжного издания в I полугодии 2013-2020 гг.



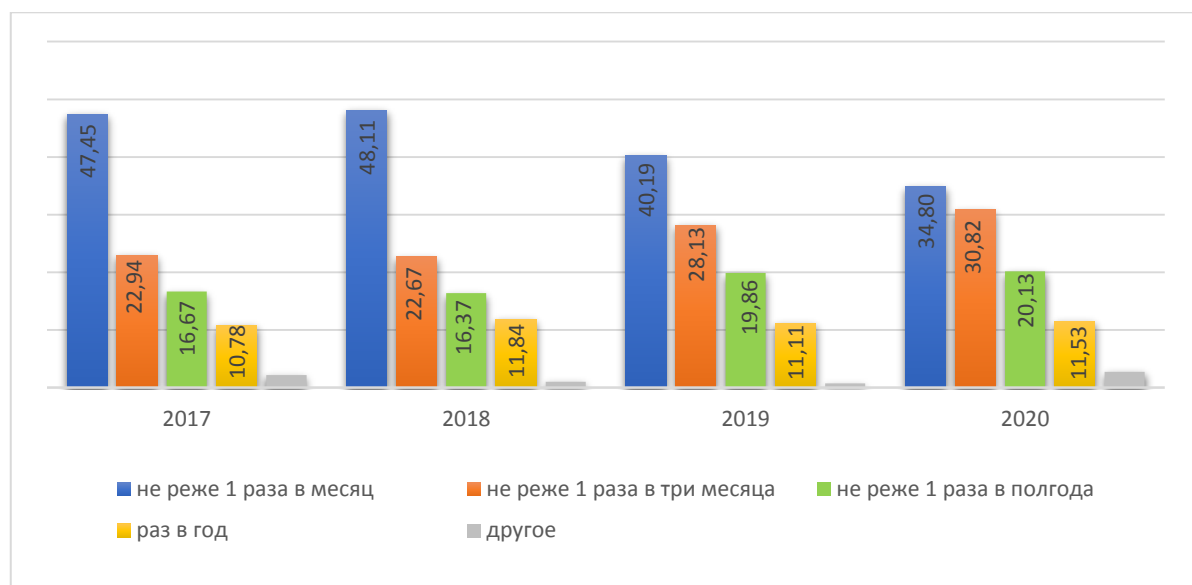
Источник: данные о продажах на территории Москвы проекта «Книжный рынок России 2010–2030», аналитика – Мониторинг

Безусловно, среднестатистический москвич продолжает и сегодня тратить на книги значительно большие, чем житель регионов, суммы. И если в I полугодии 2020 года средняя цена книжного издания, реализованного на территории регионов РФ, составила 312,52 руб. (в 2019 – 296,98 руб.; в 2018 – 267,16 руб.; в 2017 – 284,69 руб.), то в Москве – 390,34 руб. (+1,2% к I полугодию 2019 года).

Диаграмма 2.20.

Частота покупки книг населением Москвы в 2017-2020 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, 23-30.09.2020 | 16-18.09.2019 | 28.09-02.10 2018 | 21-29.09 2017)

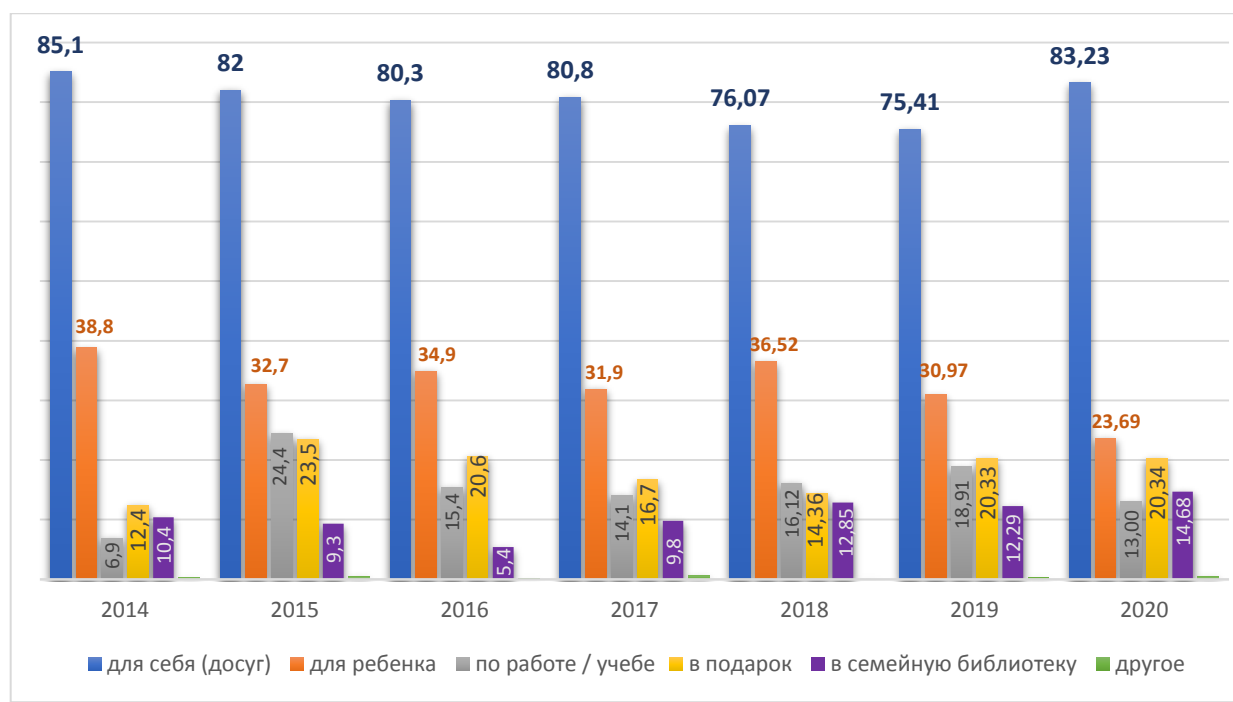
Целью покупки москвича является, как правило, приобретение книги «для собственного досуга» (83,2%) и «для ребенка» (23,7%). При этом доля тех, кто покупает книги «для ребенка» и «для работы/учебы» в сентябре 2020 года снизилась, в то время как покупка книг для собственного развлечения и в семейную библиотеку (14%) выросла на фоне аналогичного опроса в сентябре 2019 года. И это лишний раз подтверждает факт распродаж учебной (школьной) литературы по демпинговым ценам в интернет-магазинах.

Читающие москвичи сегодня по-прежнему любят дарить книги (2020 – 20,3%; 2019 – 20,3%; 2018 – 14,4%; 2017 – 16,7%; 2016 – 20,6%; 2015 – 23,5%) и с большим рвением собирают домашние библиотеки (2020 – 14,7%; 2019 – 12,3%; 2018 – 12,9%; 2017 – 9,8%; 2016 – 5,4%; 2015 – 9,3%; 2014 – 10,4%).

Диаграмма 2.21.

Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2014-2020 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 2014-2020 гг.)

2.3. Мониторинг обеспеченности населения административных округов Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий с указанием доли различных форматов по состоянию на сентябрь 2020 года

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории Южного АО располагается 568 торговых объекта распространения книжных изданий (14,0% Москвы), в том числе:

- 30 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (12,9% данного формата в Москве);
- 234 киоска по продаже печатной продукции (13,5% киосков в Москве);
- 58 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,2%);
- 246 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (15,2% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2020 году – 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), – 6466,9 м² (в 2019 – 7056,8 м² ; в 2018 – 7055,6 м²; в 2017 – 6050,6 м²). Южный административный округ потерял в 2020 году наибольшее среди округов Москвы количество книжных магазинов. В отчетный период в ЮАО было закрыто 3 книжных магазина под брендом «Республика», 2 магазина сети «Книжный Лабиринт», 1 «Читай-город» и 2 магазина «Школы семи гномов» издательства «Мозаика-Синтез», – большинство объектов закрыты в связи с трудностями восстановительного пост-карантинного периода. Но одновременно с этим в Южном АО Москвы еще в ноябре-декабре 2019 года

сеть «Читай-город» разместила 3 новых магазина. Поэтому уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЮАО не рухнул окончательно – один объект на 4,39 км² (в 2019 – 3,66 км²; в 2018 – на 3,38 км²). Принимая во внимание тот факт, что 77,7% 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/скачиванию печатных и электронных книг, данный показатель можно рассматривать как соответствующий реальным потребностям жителей ЮАО.

Таблица 2.2.

Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№29 "Дом книги в Чертаново"	ул. Чертановская, д.14, корп.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	190.2	76%	универс	самообслуж
№30 "Дом книги в Орехово"	Каширское ш., д. 88/26, стр.2	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	322.4	84%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Каширское шоссе, д. 61 корп. 2, ТРЦ "Каширская плаза" 3-й этаж (детская зона)	10.00-22.00	70	70%	профиль: детская книга	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Автозаводская ул., д. 18, ТРЦ «Ривьера», 3-й этаж	10:00-22:00	91	90%	профиль: детская книга	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Северное Чертаново ул., вл. 1А, ТРЦК "Аventura"	10.00-22.00	120	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Автозаводская ул., д.18, ТРЦ "Ривьера"	10:00-22:00	244.8	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Вавилова ул., д. 3, ТРЦ "Гагаринский", 2-й этаж	10:00-22:00	455.1	60%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Борисовские Пруды ул., д. 14, корп. 4	10:00-20:00	60	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Россошанский пр-д, д. 5 корп.1	10:00-20:00	80	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Судостроительная ул., 29	10:00-20:00	50	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Книжный Лабиринт	Варшавское шоссе, д. 87Б, ТЦ "Варшавский", 3-й этаж	10:00-22:00	191	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Каширское ш., д. 26, ТРК "Москворечье"	10:00-22:00	387	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Каширское шоссе, д. 14, ТРЦ "Гудзон"	09.00-22.00	126.3	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Покрышкина ул., д. 5, 2-й этаж	10:00-21:00	271	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Поляны ул., д. 8, ТЦ "ВиВа", 2-й этаж	10:00-21:00	157	70%	универс	самообслуж

Школа Семи гномов	Андропова пр-т, д. 22, ТРЦ "Нора" 1-й этаж	10.00-22.00	70	50%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Автозаводская ул., д. 18	10:00-22:00	164.9	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Андропова пр-т, д. 38	10:00-22:00	599.2	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Андропова пр-т, д. 8, ТРЦ "Мегаполис"	10:00-22:00	322.5	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Борисовские Пруды ул., д. 26 корп. 2	09:00-22:00	303.6	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Варшавское шоссе, д. 82	10:00-22:00	301.2	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Каширское шоссе, д. 61, корп. 2	10:00-22:00	278	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Кировоградская ул., д. 13а	10:00-22:00	563.2	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Кировоградская ул., д. 9, корп. 4, ТЦ "Южный" 1-й этаж	09:00-22:00	648.1	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Кустанайская ул., д. 6	10:00-22:00	311.5	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Ореховый б-р, д. 22а, ТРК "Облака" 3-й этаж	09:00-22:00	348	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Пролетарский пр-т, д. 20 стр.2	09:00-22:00	254.9	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Чонгарский б-р, д. 7, ТЦ "Ангара"	10:00-22:00	189.2	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Шаболовка ул., д. 30/12	09:00-22:00	187.4	70%	универс	самообслуж
Сириин: Магазин христианской книги	Автозаводская ул., д. 19, корп.1	10:30-19:00	44	60%	профиль: религия	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих или работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (91,8%). Респонденты опроса в Южном АО Москвы посещают книжные магазины с периодичностью не реже одного раза в квартал (65,3%), причем целенаправленно, т.е. с минимальной долей ответов случайного посещения магазина «по пути». Для жителей этого округа в приоритете «широкий ассортимент» и «низкие цены», поэтому их предпочтениям отвечают прежде всего специализированные книжные магазины (78,3%) и интернет-магазины печатных книг (30,2%). При этом очень незначительная часть респондентов опроса в ЮАО практикует в 2020-м скачивание и чтение электронных книг (1,44%). В целом, посетители книжных магазинов ЮАО готовы ежемесячно тратить на книги от 100 и до 1000 рублей (68%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (76,7%), для детей (41,6%) и отдавая предпочтение фантастике, детективам и классической литературе. На фоне других «спальных районов» столицы жители ЮАО реже выбираются на крупные книжные ярмарки и фестивали

(Красная площадь, Манеж), полностью игнорируя встречи с авторами на территории книжных магазинов.

Таблица 2.3. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Южного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги в Чертаново / Чертановская ул., д.14, кор.1; 22 сентября 2020 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		
	31,63	34,76	11,74	16,67		5,2		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе		в подарок		в семейную библиотеку	
	76,67	41,60	0,0		10,14		21,60	
Сколько денег готов потратить на книги <u>в месяц</u> в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/ один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.		до 1000 руб.		более 1000 руб.	
	0,0	13,1	18,54		36,4		31,96	
Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)		в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз		скачивает электронные книги из интернета	
	78,25	11,67	6,75		30,23		1,44	
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.		
	20,0	46,67	30,0	35,0	33,1	23,58		
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что		низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	60,12	31,65	6,69		25,0	50,0	25,0	1,54

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории Северо-Западного АО располагается 344 торговых объекта распространения книжных изданий (8,48% Москвы), в том числе:

15 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (6,5% данного формата в Москве);

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

41 отделение почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (8,6%);

142 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (8,8% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:67530 (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), – 3291,2 м² (2019 – 2939,6 м²; 2018 – 2714,13 м²; 2017 – 3221,3 м²). Ситуация на протяжении отчетного периода менялась дважды – сеть «Читай-город» открыла новый магазин (Химкинский б-р, вл. 7-23) в ноябре 2019 года и филиал (Митинская ул., д. 39) сети «Мир школьника» прекратил существование в качестве книжного в 2020 году. В результате уровень территориальной доступности книжных магазинов в округе остался прежним – один объект на 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 по-прежнему значимое количество (93,3%) книжных магазинов СЗАО относятся к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.4.

Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№33 "Дом книги в Тушино"	Яна Райниса б-р, д. 21	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	320	69%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	66-й км МКАД, Международная ул., д. 12, ТРК "Вегас" в Крокус-Сити, 3 этаж	10:00-24:00	241	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Маршала Бирюзова ул., д. 32 ТРЦ "Пятая Авеню"	10:00-22:00	110	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новокурское шоссе, д. 1	10:00-21:00	350	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Соколово-Мещерская ул., д. 16/114	10:00-21:00	120	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Сходненская ул., д. 56, ТЦ "Калейдоскоп", 4-й этаж	10:00-22:00	251	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Дубравная улица, 34/29, ТРЦ "Ладья"	09:00-22:00	461.9	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Маршала Бирюзова ул., д. 17	09:00-22:00	239	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Маршала Катукова ул., д. 25, ТЦ "Солнечный ветер" 3-й этаж	10:00-22:00	195	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Митинская ул., д. 48	09:00-22:00	108.5	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Планерная ул., д. 7, ТПУ "Планерная" 2-й этаж	10:00-22:00	487.3	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Сходненская ул., д. 50	09:00-22:00	275	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Химкинский б-р, вл. 7-23	10:00-22:00	172.9	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Щукинская ул., д. 42	09:00-22:00	244.7	70%	универс	самообслуж
МОРКНИГА	Пятницкое шоссе, д. 7, корп. 1	пн-пт 09:00-19:00; сб 10:00-16:00	69	75%	профиль: морская тематика	смешанная

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории СЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (80,3%). Лишь 3,4% москвичей специально приезжает в магазины округа, так как они в большинстве своем представляют типовой формат сетевого книжного объекта. В целом, жители и гости Северо-Западного АО Москвы достаточно регулярно покупают книги (62,2% – не реже 1 раза в 1-3 месяца), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором (79,6%), покупке книг в гипермаркете параллельно с другими товарами (21,4%) и заказу печатных изданий в интернет-магазинах (24,7%). Среднестатистический посетитель книжных магазинов СЗАО в 2020 году тратит на книги в месяц до 1000 рублей (72,8%), посещая книготорговые объекты, как правило, с целью приобретения

книг для собственного досуга (66,1%) и для ребенка (31,2%). Предпочитаемая тематика – детективы и боевики. Житель СЗАО в большинстве случаев считает, что цена на романы для взрослых не должна превышать 500 рублей, а на книги для детей – 300 рублей. Более 90% респондентов из этого АО не посещали никаких массовых книжных мероприятий или встреч с авторами.

Таблица 2.5.

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, книоторговый объект – Дом книги в Тушино / Яна Райниса б-р., д. 21; 22 сентября 2020 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	
	25,31	36,90	24,47	14,57	0,0	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку	
	66,12	31,18	20,70	15,18	7,82	
Сколько денег готов потратить на книги в <u>месяц</u> в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.	
	0,00	10,0	18,45	44,37	27,28	
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	
	79,55	10,21	21,44	24,70	8,82	
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.
	8,95	75,4	19,65	52,11	42,00	5,89

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
	80,28	15,34	3,38	20,0	80,00	0,0	1,0

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории Юго-Западного АО располагается 466 торговых объектов распространения книжных изданий (11,49% Москвы), в том числе:

- 27 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (11,64% данного формата в Москве);
- 188 киосков по продаже печатной продукции (10,9% киосков Москвы);
- 57 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,0%);
- 194 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,98% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2020 году – 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), – 5875,8 м² (2019 – 5705,6 м²; в 2018 – 5627,6 м²; в 2017 – 5004,5 м²; в 2016 – 4489,8 м²). Ухудшение ситуации с обеспеченностью жителей округа книжными магазинами связано с закрытием магазина «Книжный Лабиринт» (Мичуринский пр-т) и «Школы семи гномов» в ТРЦ «Принц Плаза». При этом в ЮЗАО за отчетный период был открыт лишь один новый объект сети «Читай-город». В итоге уровень территориальной доступности книжных магазинов немного снизился – один объект на 4,12 км² (в 2019 – 3,84 км²; в

2018 – 1:3,59 км²; в 2017 – 1:4,14 км²), но по-прежнему абсолютное большинство (96,3%) книжных магазинов ЮЗАО относится к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) объектам с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.6.

Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№11 "Дом технической книги"	Ленинский пр-т, д. 40	пн-пт 9.00-22.00 сб-вс 10.00-22.00	907.9	80%	специал	самообслуж
№14 "Дом книги на Ленинском"	Ленинский пр-т, д. 86	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	269.1	78%	универс	самообслуж
№31 "Дом книги на Профсоюзной"	Профсоюзная ул., д. 7/12	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	210.2	71%	универс	самообслуж
№36 "Дом книги в Беляево"	Миклухо-Маклая ул., д. 18, корп.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	422.4	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Вернадского пр-т, д.39А	09:00-22:00	572.8	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Домодедовская ул., д. 28, корп.1, ТД "Белград", цокольный этаж	10:00-21:00	150	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Куликовская ул., д. 6, ТЦ "Алфавит"	10:00-22:00	187.5	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ленинский пр-т, д. 62/1	10:00-21:00	187	40%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Миклухо-Маклая ул., д. 32А, ТЦ "Капитолий", 2 этаж	10:00-22:00	225	50%	универс	самообслуж
Читай-город	Большая Черемушкинская ул., вл. 1, ТЦ "РИО", 3-й этаж	10:00-22:00	130	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Новоясеневский пр-т, д. 11	09:00-22:00	311.3	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 102 стр. 1	10:00-22:00	148.3	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 126 корп. 2, ТЦ "Коньково Пассаж"	10:00-22:00	162.8	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр-т, вл. 7, ТЦ "Калита"	09:00-22:00	187.9	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр-т, д. 1, ТЦ "Спектр", 2-й этаж	10:00-21:00	289	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Севастопольский пр-т, д. 11-е, ТЦ "Капитолий"	09:00-22:00	143.2	60%	универс	самообслуж
Республика	Ленинский пр-т, д. 109, ТРЦ «РИО», 4-й этаж	10.00-22.00	324	45%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. творчество	Голубинская ул., д. 28, 2-й этаж	10.00-20.00	124	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Литовский б-р, д. 22, ТЦ "Ясенево"	10.00-20.00	110	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Вильнюсская ул., д. 5	10.00-20.00	68	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Адмирала Лазарева ул., д. 24, ТЦ "Успех" 3-й этаж	10:00-22:00	473	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Азовская ул., д. 24 корп. 3	10:00-22:00	294	70%	универс	самообслуж

Читай-город	Профсоюзная ул., д. 129а	09:00-22:00	258	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 56, ТДЦ "Черемушки" 3-й этаж	10:00-22:00	225.7	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 61а, ТЦ "Калужский" 1-й этаж	10:00-22:00	406.7	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Чечёрский пр-д, д. 51	09:00-22:00	305.2	70%	универс	самообслуж
Академкнига	Вавилова ул., д. 55/7	пн-пт 10.00-19.00, сб 10.00-18.00	120	70%	профиль: история, философия право	смешанный

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих или работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (78,2%), тем не менее, здесь и достаточно клиентов, специально приезжающих ради «большого выбора» (13,45%). Жители Юго-Западного АО Москвы достаточно часто покупают книги (56,6% - не реже раза в 1-3 месяца), предпочитая специализированный книжный магазин с большим выбором книг (78,3%), а также достаточно активны как клиенты лотков/киосков «по пути» (21, 67%). В целом, посетители книжных магазинов ЮЗАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (67,2%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (81,7%), для ребенка (31,7%) и нередко в подарок (25%). Предпочитаемая тематика – фантастика и детективы, а также детские книги.

Таблица 2.7.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮЗАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги в Беляево/ Миклухо-Маклая ул., д. 18, корп. 1; 21 сентября 2020 г.)

Частота покупки книг	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
----------------------	---------------------------	--------------------------------	-----------------------------	------------------------	--------

(% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	23,32	33,34	30,0	11,65	1,69		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку		
	81,67	31,67	20,0	25,0	20,0		
Сколько денег готов потратить на книги в <u>месяц</u> в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	0,0	13,15	36,85	30,36	19,64		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	78,33	21,67	10,0	13,33	10,0		
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.	
	26,67	55,0	20,0	61,67	30,0	8,33	
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
	48,21	30,0	13,45	25,0	62,5	12,5	8,33

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории Западного АО располагается 408 торговых объектов распространения книжных изданий (10,06% Москвы), в том числе:

- 24 специализированных на продаже книжных изданий магазина (10,3%);
- 193 киоска по продаже печатной продукции (11,2% киосков в Москве);
- 57 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (12,0%);
- 134 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (8,3% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 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), – 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 конце 2019 – начале 2020 годов округ пополнился новыми магазинами под брендами «Читай-город» и «Дом книги» сети ОЦ МДК. Очередной магазин в декабре 2019 года открыл в округе и «Книжный Лабиринт». Однако параллельно пул книжных магазинов юго-запада Москвы лишился летом 2020 года магазинов «Республика» в БП «Крылатские холмы» и «Книжный Лабиринт» на ул. Столетова, 17. В итоге уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЗАО улучшен, но не намного – один объект на 6,38 км² (2019 – 6,28 км²; 2018 – 7,29 км² ; 2017 – 8,85 км²). При этом 87,5% (2019 – 83,3%) книжных магазинов ЗАО можно отнести к крупноформатным (торговая площадь >100 кв. м) объектам с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.8.

Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№39 "Дом книги в Очаково"	Б. Очаковская ул., д.23/8	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	240	75%	универс	самообслуж
Дом книги на Мичуринском	Мичуринский проспект, д. 31 корп.4	пн-пт 11:00-19:00; сб-вс 11:00-18:00	158	80%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Ярцевская ул., д. 19, МФК «Кунцево плаза», 4-й этаж	09:00-22:00	87	90%	профиль: детская книга	самообслуж
Книжный Лабиринт	Академика Анохина ул., д. 2 к. 1б, ТЦ "Виктория", 2-й этаж	10:00-21:00	229	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Багратионовский пр-д, д. 5, ТРЦ "Филион", 3-й этаж	09.00-22.00	128.7	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Вернадского пр-т, д. 6, ТЦ "Капитолий" 3-й этаж	10:00-21:00	384	65%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, д. 7 корп. 1, ЖК Шуваловский	09:00-22:00	485.1	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Кутузовский пр-т, д. 57	10:00-22:00	424	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Можайское шоссе, д. 31	10:00-22:00	362	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Рублевское шоссе, д. 62	10:00-22:00	177.2	70%	универс	самообслуж

Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, Олимпийская деревня, д.3, корп.1, ТРЦ "Фестиваль"	10:00-22:00	397.8	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Осенний б-р, д. 7, стр. 1, ТЦ "Матрица", 1-й этаж	10:00-22:00	185	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Пресненская набережная, д. 2, ТРЦ "Афимолл сити" 4-й этаж	пн-чт, вс: 10.00-22.00, пт-сб: 10.00-23.00	376.2	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Солнцевский пр-т, д. 21, ТЦ "Столица", 3-й этаж	10:00-21:00	189	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Большой б-р, д. 40, территория инновационного центра Сколково БЦ «Амальтея»	09:00-21:00	162	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ярцевская ул., д. 19, ТЦ "Кунцево Плаза", 4-й этаж	09:00-22:00	214.2	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Кутузовский пр-т, д. 48, ТЦ «Времена года»	11:00-22:00	165	50%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары, игрушки	Авиаторов ул., д. 11 115-й квартал, Люберцы	10.00-20.00	60	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Вернадского пр-т, д. 86а, ТЦ Avenue Southwest	10:00-22:00	363.4	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Вернадского пр-т, д. 14а	10:00-22:00	348	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Киевского Вокзала пл., д. 2	10:00-22:00	746.2	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Ярцевская ул., д. 25а, ТЦ "Трамплин" 4-й этаж	09:00-22:00	341.5	70%	универс	самообслуж
Академкнига	Мичуринский пр-т, д. 12	пн-пт 11:00-20:00, сб 11:00-19:00	90	88%	профиль: история, философия, право	смешанный
Pioneer Bookstore	Кутузовский пр-т, д. 21, этаж 2	10:00-22:00	150	60%	профиль: искусство	самообслуж

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 (76,5%), но и специальные посещения по причине «большого выбора книг» нередки (15%). Жители Западного АО Москвы не имеют четкого графика приобретения книг, предпочитая совершать покупки в книжных магазинах (85,2%), «по пути» в супермаркетах (33,1%), параллельно с другими товарами, или скачивая электронные книги (20%). В целом, посетители книжных магазинов ЗАО готовы ежемесячно тратить на книги лишь от 500 до 1000 рублей (73,3%), и считают, что цена на книгу должна укладываться в 300-500 рублей (47-57%). Они, как правило, приобретают книги для собственного досуга (81,7%), отдавая предпочтение детективам, боевикам, фантастике и книжной классике. В ходе опроса 93,3% респондентов

«сознались» в том, что НЕ посещали каких-либо книжных выставок и прочих книжных мероприятий 2020 году. И это один из худших показателей среди всех административных округов столицы.

Таблица 2.9.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Западного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЗАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Читай-город / Ярцевская ул., д. 25а, ТЦ "Трамплин" 4-й этаж; 30 сентября 2020 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		
	46,67	10,05	25,13	18,15	0,00		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку		
	81,67	16,67	18,33	11,67	0,0		
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	13,33	31,67	41,67	10,0		
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/кио сках по пути	в книжном отделе FMCG- гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет- магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электр. книги из интернета		
	85,16	11,51	33,13	10,2	20,0		
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.	
	31,62	56,7	11,68	46,78	24,89	3,1	
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

	76,54	6,8	15,0	11,1	88,9	0,0	1,66
--	-------	-----	------	------	------	-----	------

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории Северного АО располагается 417 торговых объектов распространения книжных изданий (10,28% Москвы), в том числе:

28 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (12,07% данного формата в Москве);

165 киосков по продаже печатной продукции (9,5% киосков Москвы);

52 отделения почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (10,95%);

172 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (10,6% объектов данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 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), – 5465,97 м² (в 2019 – 5012,6 м²; в 2018 – 4848,94 м²; в 2017 – 5039,42 м²). Основным корпус книготорговых объектов округа составляют на сегодня стабильно работающие магазины сети «Читай-город». И в декабре 2019 года здесь открылся очередной «Читай-город» в ТРК «Водный». В CAO сегодня представлены объекты ОЦ «Московский Дом книги» и «Книжный Лабиринт», магазины издателей детской и школьной книги: «Школа семи гномов», «Узнай-ка!» и «Clever», но всё же летом 2020 года округ лишился открытого в 2018-м магазина «Республика» (БЦ «Метрополис»). Так что, уровень территориальной доступности книжного магазина в CAO остался прежним – один объект на 4,06 км² (в 2019 – 4,06 км²; в 2018 – 4,06 км²; в 2017 – 4,55 км²). При этом 89,3% книжных магазинов округа относятся к крупноформатным

объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.10.

Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	Книжный ассортимент	Метод торговли
№7 "Дом книги на Волкова"	Космонавта Волкова ул., д. 19	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	25.7	84%	универс	самообслуж
№16 "Дом книги в Коптево"	З. и А. Космодемьянских ул., д.31, к. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	283.4	77%	универс	самообслуж
Читай-город	Ленинградское шоссе, д. 16а стр. 4	10:00-22:00	314	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Лобненская ул., д. 4а	10:00-22:00	154	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Локомотивный пр-д, д. 4	10:00-21:00	178	70%	универс	самообслуж
№19 "Дом книги на Соколе"	Ленинградский пр-т, д. 78, корп. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	320.8	81%	универс	самообслуж
№28 "Дом книги на Петрозаводской"	Петрозаводская ул., д. 3, корп. 2	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	280	75%	универс	самообслуж
№ 40 "Дом книги на Космодемьянских"	Ленинградское ш., д. 8, корп. 3	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	63.4	64%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Ленинградское ш., 16А стр. 8, ТРЦ "Метрополис" 3-й этаж	10.00-23.00	95	80%	профиль: детская книга	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ленинградский пр-т, вл. 36, МДРК "Арена Плаза", 1 этаж	10:00-22:00	321	50%	универс	самообслуж
Читай-город	Кронштадтский б-р, д. 7, ТЦ "Крона" 2-й этаж /3а	10:00-22:00	448.1	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Ленинградский пр-т, д. 62а	09:00-22:00	442	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Ленинградский пр-т, д. 76а, ТЦ "Метромаркет" 3-й этаж	10:00-22:00	173	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новопетровская ул., д. 6, ТЦ «Петровский», 3-й этаж	10:00-22:00	288	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Правобережная ул., д. 1Б, ТЦ "Капитолий", 2-й этаж	10:00-21:00	152	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ходынский б-р, д.4., ТЦ "Авиапарк", 4-й этаж	10:00-22:00	246	50%	универс	самообслуж
Республика	Ходынский бульвар, д. 4, ТРЦ «Авиапарк»	вс-чт: 10.00-22.00, пт-сб: 10.00-23.00	308	45%	универс	самообслуж
Школа Семи гномов в ТРЦ "Хорошо"	Хорошевское ш., д. 27, ТРЦ "Хорошо" 3-й этаж	10.00-22.00	105	60%	профиль: детская, развивающая	самообслуж
Школа Семи гномов в ТЦ Час Пик	87-й км МКАД, д. 8, стр. 4, ТД "Час Пик" 3-й этаж	10.00-22.00	50	50%	профиль: детская, развивающая	самообслуж
Школа Семи гномов	Мневники ул., д. 7 корп. 2	10:00-20:00	120	70%	профиль: детская, развивающая	самообслуж

Читай-город	Головинское шоссе, д. 5 корп. 1 ТРК "Водный"	10:00-22:00	172	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 15	09:00-22:00	393	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 89, ТРЦ "XL" 2-й этаж	10:00-22:00	204.1	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Зорге ул., 1	10:00-22:00	303.9	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Фестивальная ул., д. 13 корп. 1, ТЦ "У Речного" 2-й этаж	10:00-22:00	355	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Фестивальная ул., д. 26, ТРЦ "Речной" 1-й этаж	10:00-22:00	113.1	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Хорошевское шоссе, д. 27	10:00-22:00	398.6	70%	универс	самообслуж
УЗНАЙ-КА!	Дмитровское шоссе, д. 25, корп. 1	10:00-20:00	220	90%	профиль: учебная литература	смешанный

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 (80,1%). Жители Северного АО Москвы в 2020-м не имеют четкого графика покупки, но при этом отдают предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором (96,6%), тратя в месяц на книги от 500+ рублей (68,6% респондентов) и в значительно меньшей степени, чем жители других АО Москвы, пользуясь для книжных покупок интернет-магазинами (лишь 11,5% респондентов). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (95%) по предпочитаемой тематике: фантастика и современная проза. В ходе опроса выяснилось, что жители САО редко, но всё же выбирались из дома на книжные ярмарки в 2020 году – в Манеж (6,7% респондентов) и на Красную площадь (1,8%), но в большинстве своем предпочли изоляцию (85%) или встречу с автором в онлайн (3,3%).

Таблица 2.11.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в САО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Читай-город / Ленинградский пр-т, д. 62А; 30 сентября 2020 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		
	39,82	20,18	25,0	10,0	5,0		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе/учебе	в подарок	в семейную библиотеку		
	95,0	11,67	15,0	33,3	13,33		
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	0,0	1,51	25,16	33,52	35,14		
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		
	96,61	21,67	10,19	11,54	3,21		
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.	
	20,17	48,32	31,51	36,7	38,29	23,12	
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
	45,13	35,0	18,2	27,3	72,7	0,0	1,67

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории Северо-Восточного АО располагается 450 торговых объектов распространения книжных изданий (11,09% Москвы), в том числе:

14 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (6,03% данного формата в Москве);

183 киоска по продаже печатной продукции (10,6% киосков в Москве);

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

194 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,98% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 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), – 3362,5 м² (в 2019 – 4199,8 м²; в 2018 – 3441,56 м²; в 2017 – 3532,7 м²). Округ отличается очень подвижной книготорговой инфраструктурой. Ещё в 2015 году округ потерял 9 полноценных книжных магазинов (сеть «Буква» и «Книжный Лабиринт»), но уже в 2016 году здесь открылись 2 новых магазина («Читай-город» и «Книжный Лабиринт»). В 2017 году на территории округа были закрыты сетевой «Новый книжный» и работавший с 1975 года Дом книги в Бибирево, но при этом параллельно открылись два сетевых объекта под брендами «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». В 2018-м в сети «Читай-город» на территории СВАО вновь пополнение, а в 2019-м очередной «Книжный Лабиринт» переехал с проспекта Мира на Шереметьевскую улицу в ТЦ «Капитолий». В сложном 2020-м в округе закрыто два магазина под брендом «Книжный Лабиринт» и один «Читай-город», но основной корпус книготорговых объектов СВАО по-прежнему составляют магазины сетей «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». Уровень территориальной

доступности книжного магазина – 1 объект на 7,28 км² (в 2019 – 5,99 км²; в 2018 – 5,99 км²; в 2017 – 1:6,36 км²). Причем, 85,7% 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 2.12.

Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№2 "Дом книги в Бескудниково"	Бескудниковский б-р, д. 29, к. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	292	80%	универс	самообслуж
Чук и Гик	Новодмитровская ул., д. 1 стр. 13, Хлебозавод 9	12:00-20:00	70	70%	профиль: комиксы, фантастика	смешанный
Книжный Лабиринт	84-й км МКАД, ТРК "Весна"	10:00-22:00	318.3	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Алтуфьевское шоссе, д. 86, корп. 1, ТЦ "Ареал", 2-й этаж	10.00-22.00	178	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Шереметьевская ул., д. 20, ТЦ «Капитолий»	10:00-22:00	220	50%	универс	самообслуж
Республика	Б. Новодмитровская ул., д. 36, Дизайн-завод FLACON	10.00-22.00	173	45%	универс	самообслуж
Читай-город	Декабристов ул., д. 12, ТЦ "Золотой Вавилон" 2-й этаж	10:00-23:00	259	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 163а	09:00-22:00	146	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Мира пр-т, д. 182/2	10:00-22:00	578.7	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Пришвина ул., д. 22	10:00-22:00	142.1	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Снежная ул., д. 27	10:00-22:00	168	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Шереметьевская ул., д. 6 корп. 1	09:00-22:00	308.2	70%	универс	самообслуж
Чук и Гик	Новодмитровская ул., д. 1 стр. 13, Хлебозавод 9	12:00-21:00	70	70%	профиль: комиксы, фантастика	смешанный
Дом книги Медведково	Заревый пр-д, д. 12	10.00-22.00	389	60%	универс	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории СВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих непосредственно в зоне

влияния торговой площадки (70,7%), но при этом достаточно высока и доля тех, кто специально выезжает в специализированный книжный за «большим выбором» книг (17,2%), несмотря на ограничения Роспотребнадзора. Жители и гости Северо-Восточного АО Москвы как правило делают книжные покупки не реже одного раза в квартал (64,1%), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (96,6%), но и не отказывая себе в удовольствии заказать книги в интернет-магазине (31,03%) или просто купить по пути в киоске (34,5%). В целом, посетители книжных магазинов СВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (75,9%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (84,5%) или в подарок (25,9%). С точки зрения жанров и тематик они отдают предпочтение истории и психологии. И, конечно же, среди респондентов социологического опроса в СВАО значимое число книголюбов, посетивших даже переехавшую в Манеж Московскую международную книжную ярмарку (13,8%).

Таблица 2.13.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в СВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги в Медведково / Заревый пр-д, д. 12; 28 сентября 2020 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
	25,86	48,28	18,97	6,9	0,0
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе/учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	84,48	24,14	17,24	25,86	20,69
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	1,72	43,1	32,76	18,97

Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	96,55	34,48	13,79	31,03	12,07		
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.	
	36,21	53,45	6,9	44,83	29,31	1,72	
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
	70,69	10,34	17,24	10,0	90,0	0,0	1,72

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Восточного АО располагается 454 торговых объекта распространения книжных изданий (11,19% Москвы), в том числе:

- 21 специализированный на продаже книжных изданий магазин (9,05% данного формата в Москве);
- 208 киосков по продаже печатной продукции (12,02% киосков в Москве);
- 49 отделений почтовой связи с книжной выкладкой (10,32%);
- 176 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (10,9% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 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), – 4046,8 м² (в 2019 – 3835,8 м²; в 2018 – 3863,5 м²; в 2017 – 4082,58 м²). Основной корпус книготорговых объектов округа составляют стабильно работающие с советского периода магазины ОЦ «Московский Дом книги», а также открытые в 2005-2008 гг. малоформатные магазины для школьников под брендом «Детский книжный». В 2017 году ОЦ «МДК» закрыл работавший с 1988 года Дом книги «Фолиант», но в 2018-м открыл новый Дом книги на Парковой. За 2017-2019 гг. «Книжный Лабиринт» закрыл четыре своих магазина в округе и открыл только один, но за этот же период Восточный АО пополнился двумя книжными магазинами сети «Читай-город» и магазином новой франшизы «Территория: Книги. Мысли. Впечатления». В начале 2020 года на Первомайской улице появился очередной «Читай-город», а летом, не сумев договориться по поводу аренды, закрылась «Школа семи гномов». Учитывая взаимные открытия/закрытия объектов книготорговли уровень территориальной доступности книжных магазинов в ВАО остается достаточно скромным – один объект на 7,37 км² (в 2019 – 6,73 км²; в 2018 – 1: 7,04 км²; в 2017 – 1:7,7 км²). Тем не менее, 80,95% книжных магазинов ВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.14.

Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№13 "Дом книги в Измайлово"	Измайловская пл., д. 2.	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	318.7	76%	универс	самообслуж
№24 "Дом книги на Преображенке"	Преображенский вал, д.16	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	435.4	75%	универс	самообслуж
№25 "Дом книги в Гольяново"	Байкальская ул., д.25	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	254.3	67%	универс	самообслуж
№27 "Дом книги "Новый"	ш. Энтузиастов, д.24/43	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	247.9	82%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Челябинская ул., д. 15	10.00-20.00	60	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Новокосинская ул., д. 15А	10.00-20.00	66	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж

Детский книжный: канцтовары. игрушки	Перовская ул., д. 6 корп. 1	10.00-20.00	120	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
№38 "Дом книги на Рокоссовского"	Маршала Рокоссовского б-р, д. 18	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	152.2	77%	универс	самообслуж
Читай-город	Вешняковская ул., д. 18	10:00-22:00	279.1	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Новокосинская ул., д. 29	09:00-22:00	135	70%	универс	самообслуж
№41 "Дом книги на Молдагуловой"	Молдагуловой ул., д. 3а	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	268	63%	универс	самообслуж
«Дом книги на Парковой»	15-я Парковая ул., д. 60	пн-пт 9.00-22.00 сб-вс 10.00-22.00	180.9	84%	универс	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Хабаровская ул., д. 12/23	09.00-21.00	156	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Большая Семеновская ул., 17а, ТЦ «Март», 1- й этаж	10.00-22.00	280	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Декабристов ул., д. 10/2	10:00-21:00	278	65%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Просторная ул., д. 8	10:00-21:00	90	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Саянская ул., 5а, цокольный этаж	10:00-20:00	77	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Сиреневый б-р, д. 63	10.00-20.00	138	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Большая Черкизовская ул., д. 2 корп. 1	10:00-22:00	411.7	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Первомайская ул., д. 42	09:00-22:00	187.4	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Семеновская пл., д. 1, ТЦ "Семеновский" 3-й этаж	10:00-22:00	255.4	70%	универс	самообслуж

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 (40,6%), и у тех, кто рядом работает или учится (40,8%). В меньшей степени, но всё же достаточно много среди посетителей местных книжных магазинов и москвичей, которые готовы специально приезжать по причине «низких цен и большого выбора» (18,6%). Действительно, жители и гости Восточного АО Москвы готовы в массе своей (54,5%) тратить на книги не более 500 рублей в месяц и считают приемлемой цену на книги в диапазоне 300-500 рублей, причем для трети респондентов (34%) детская книга должна стоять в пределах нижней планки. Жители ВАО достаточно часто приобретают книги (раз в 1-3 месяца – 69,5%), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (76,3%), но не видят причин отказаться от покупки книг «по пути» на лотках/киосках (33,9%) и в книжных отделах

гипермаркетов (30,5%). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (81,4%), в подарок (25,4%) или в семейную библиотеку (18,64%), что обуславливает и набор читательских предпочтений: детективы, боевики, фантастика и современная проза. При этом, клиенты книжных магазинов этого округа достаточно активно посещают большие (выставки – 25,4%) и маленькие (встречи с авторами – 6,8%) книжные мероприятия, особо выделяя книжную ярмарку на Красной площади (32,2%).

Таблица 2.15.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Восточного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги на Преображенке / Преображенский вал, д.16; 21 сентября 2020 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
	30,51	38,98	23,73	6,78	0,0
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	81,36	10,17	8,47	25,42	18,64
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.
	3,39	16,95	33,9	30,51	15,25
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
	76,27	33,9	30,51	11,86	15,25
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.	
	18,64	66,1	13,56	33,9	28,81	15,25	
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

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Центрального АО располагается 241 торговый объект распространения книжных изданий (5,94% Москвы), в том числе:

- 49 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (21,1% данного формата в Москве);
- 159 киосков по продаже печатной продукции (9,19% киосков в Москве);
- 18 отделений почтовой связи с книжной выкладкой (3,79%);
- 15 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (0,93% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 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), – 11673,4 м² (в 2019 – 11879,2 м²; в 2018 – 11500,39 м²; в 2017 – 11119,80 м²). В декабре 2019 года этот и без того благополучный с точки зрения обеспеченности книжными магазинами округ пополнился 3 новыми площадками – двумя магазинами сети «Читай-город» и стильной «Республикой» на Патриарших

прудах. Но летом 2020 года именно Центральный административный округ Москвы в наибольшей степени пострадал от решений менеджмента сети «Республика» - 8 магазинов под этим брендом не смогли открыться после карантина: в ГУМе и в ТК «Охотный ряд», на Пресненской набережной в ДЦ «Москва-Сити» и в Стремянном переулке, на проспекте Мира и т.д. Но даже так уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЦАО остается высоким – один объект на 1,35 км² (в 2019 – 1:1,30 км²; в 2018 – 1:1,41 км²; в 2017 – 1:1,37 км²). Этот показатель очень близок к европейскому уровню обеспеченности населения книжными магазинами. Но в данном случае следует иметь в виду, что лишь 65,3% 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 2.16.

Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
№4 "Дом иностранной книги"	Кузнецкий мост, д.18\7	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	219	86%	специал	самообслуж
№9 "Дом книги на Фрунзенской"	Комсомольский пр-т, д. 25, к. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	268.5	70%	универс	самообслуж
№10 "Дом педагогической книги"	Б. Дмитровка ул., д. 7/5, стр.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	815.9	77%	профиль: учебная книга	самообслуж
№37 "Дом детской книги"	Калужская площадь, д. 1, корп. 1	пн-пт 9.00-23.00 сб-вс 10.00-23.00	523	75%	профиль: детская книга	самообслуж
«Московский дом книги»	Новый Арбат ул., д. 8	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	3648.3	71%	универс	самообслуж
Республика	Комсомольский пр-т, 24, стр. 1, ТЦ «К24»	10.00-22.00	82.5	50%	универс	самообслуж
Республика	Мясницкая ул., 24/7, стр. 1	круглосуточно	193.4	55%	универс	самообслуж
Республика	Театральный пр-д, 5, стр. 1, Центральный Детский Магазин на Лубянке, 5-й этаж	10.00-22.00	223	60%	универс	самообслуж
Республика	Цветной б-р, д. 15, стр. 1, Универмаг «Цветной», первый этаж	10.00-22.00	530	60%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Театральный пр-д., д. 5/1, ЦДМ, 3-й этаж, магазин 3-16а	10.00-22.00	88	90%	профиль: детская книга	самообслуж

Чук и Гик	Б. Палашевский пер., д. 9	12.00-20.00	15	70%	профиль: комиксы	смешанный
Чук и Гик	Климентовский пер., д. 6	12.00-20.00	30	70%	профиль: комиксы, фантастика	смешанный
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Театральный пр-д, д. 5, ЦДМ, 3-й этаж	10.00-22.00	250	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Краснопрудная ул., вл. 13А, ТРЦ "Краснопрудный", 2 этаж	10:00-22:00	217	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Марксистская ул., д. 1, корп.1	10:00-21:00	286	50%	универс	самообслуж
Республика	1-я Тверская-Ямская ул., 10	10.00-22.00	603.2	70%	универс	самообслуж
Республика	Б. Ордынка ул., 21, стр. 2	09.00-22.00	87.4	45%	универс	самообслуж
Республика	Воздвиженка ул., д. 4/7, стр. 1	10.00-22.00	1000	45%	универс	самообслуж
Республика	Земляной вал ул., д. 33, ТЦ "Атриум", 3-й этаж	10.00-23.00	341	45%	универс	самообслуж
Республика	Малый Патриарший пер., д. 5 стр. 1	10.00-22.00	198	40%	универс	самообслуж
Читай-город	Малая Сухаревская пл., д. 12	09:00-22:00	754	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Манежная площадь, д. 1 стр. 2, ТЦ "Охотный ряд", -2 этаж	09:00-22:00	283	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Пресненская набережная, д. 2, ТРЦ "Афимолл Сити"	10:00-22:00	156.2	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Таганская ул., д. 1 стр.1	09:00-22:00	216.6	70%	универс	самообслуж
Comic Street	Театральный пр-д, д. 5, ЦДМ, 4-й этаж	10:00-22:00	50	70%	профиль: комиксы	самообслуж
Чук и Гик	Большой Палашевский пер., 9	12.00-20.00	15	70%	профиль: комиксы	смешанный
Чук и Гик	Климентовский пер., д. 6	12.00-20.00	30	70%	профиль: комиксы, фантастика	смешанный
MONITORbox: Книжный магазин	Нижняя Сыромятническая ул., 10, стр. 10 (Центр дизайна Artplay)	11.00-22.00	80	80%	профиль: искусство, дизайн	смешанный
Букбридж / Еврокнига	Большая Татарская ул., д. 7 корп. 1, БЦ "Букбридж"	09.00-21.00	259	90%	профиль	самообслуж
Москва ТДК	Тверская ул., д. 8, стр. 1	10.00-01.00	700	87%	универс	самообслуж
Молодая Гвардия ДК	Б. Полянка ул., д. 28	09.00-21.00	1267.5	88%	универс	самообслуж
магазин Дома русского зарубежья им. А. Солженицына	Нижняя Радищевская ул., д. 2, 1-й этаж	пн-сб 11:00-19:00	120	80%	универс	самообслуж
У Кентавра, книжный магазин РГГУ	Миусская площадь, д. 6 стр. 6	пн-пт 11:00-20:00; сб 11:00-18:00	135	90%	профиль	смешанный
Фаланстер	Тверская ул., д. 17	11:00-20:00	189	80%	универс	самообслуж
Ходасевич	Покровка ул., д. 6 стр. 2	11.00-21.00	45	80%	универс	самообслуж
Циолковский	Пятницкий пер., д. 8, этаж 4	11:00-22:00	89	80%	универс	самообслуж
Читалка	Жуковского ул., д. 4	11.00-22.00	40	70%	профиль	смешанный
Я люблю читать: Магазинчик детских книг	Покровка ул., д. 11, подъезд 2	пн-пт 10:00-20:00, сб-вс 11:00-19:00	30	70%	профиль: детская книга	смешанный
Primus Versus. Умные книги	Покровка ул., д. 27, стр. 1	пн-сб 11:00-23:30; вс 14:00-22:00	120	80%	универс	смешанный

Академкнига	Б. Спасоглинищевский пер., д. 8, стр.4	пн-пт 10.00-19.00, сб 10.00-18.00	90	80%	профиль: история, философия, право	смешанный
Белые облака	Покровка ул., д. 4 стр. 1	пн-пт 10.00-22.00	200	40%	профиль: религия, эзотерика	смешанный
Библио-Глобус ТД	Мясницкая ул., д. 6/3, стр. 1	пн-пт 09.00-22.00, сб-вс 10.00-21.00	1100	72%	универс	самообслуж
БукВышка. Книжный магазин ВШЭ	Мясницкая ул., д. 20, стр. 1	пн-пт 10:00-20:00; сб 10:00-19:00	40	80%	профиль: университетская книга	самообслуж
Гиперион, Книжный клуб	Хохловский пер., д. 7/9, стр. 3	12.00-22.00	100	60%	профиль	самообслуж
Центральная Книжная лавка писателей	Кузнецкий мост ул., д. 18/7	пн-пт 10:00-20:00, сб 12:00-20:00	80	80%	профиль	самообслуж
Маршак: независимый детский книжный	Казарменный пер., д. 4, стр. 3	11.00-20.00	40	80%	профиль: детская книга	смешанный
ПК "Русская деревня"	Рождественка ул., д. 12/1	11:00-20:00	58	80%	профиль: малотиражная литература	смешанный
Пархоменко	Бутырский вал, д. 32	10:00-21:00	30	95%	универс	самообслуж
Достоевский	Воздвиженка ул., д. 1	10:00-22:00	270	80%	универс	смешанный

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. Ограничения Роспотребнадзора на перемещения в рамках мегаполиса в связи с распространением коронавирусной инфекции, отсутствие туристического потока привели к пугающей пустоте торговых залов в июле-августе, и к значимому снижению трафика даже в высокий осенний сезон. Конечно, в центральные магазины или книжные клубы и сегодня специально приезжает достаточное число клиентов (44% посетителей), тем не менее, их трафик на 51% создают москвичи, работающие или живущие в «шаговой доступности» (2-3 станции метро) и случайные прохожие (4,1%), большинство из которых – активно читающие книголюбцы.

Посетители книжных магазинов Центрального АО Москвы, как правило, не реже одного раза в 1-3 месяца покупают книги (73,45%) и имеют четкую привязку к «любимому книжному», предпочитая делать покупки в специализированном книжном магазине (86,6%) и зачастую в интернет-

магазине (23,1%). Иными словами, именно в Центральном АО мы встретим наибольшее количество поклонников печатной книги, приобретающих её вдумчиво в специально предназначенных для этого местах и, как правило, для собственного удовольствия (83,3%), для ребенка (26,7%), а также по работе (23,2%).

В отличие от ряда других АО Москвы, аудитория респондентов ЦАО, скачивающих электронные книги из интернета, нынешней осенью почти не сократилась – 15,2% (в 2019 – 16,7%). Но среди посетителей магазинов округа по-прежнему мало тех, кто покупает книги «по пути» параллельно с другими покупками (1,6-1,7%). Осенью 2020-го лишь менее половины (43,3%) респондентов ЦАО готовы потратить более 1000 рублей в месяц на приобретение книг (в сентябре 2019 – 56%), но при этом большинство уверено, что ценовой диапазон романа для взрослых и книг для детей должен ограничиваться пределами 300-500 руб. (48-58%). Еще одной особенностью 2020 года стало снижение на фоне опроса 2019-го числа респондентов, посетивших июньский книжный фестиваль на Красной площади (с 3% до 1,7%), но при этом выросло число доехавших в сентябре до Манежа книголюбов (с 5% до 13,8%). По-прежнему достаточно тех (82,8%), кто так и не смог выбраться ни на одно книжное мероприятие столицы.

Таблица 2.17.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЦАО Москвы (выборка 150 человек, книготорговый объект – Молодая Гвардия / Полянка, д. 28; 21 сентября 2020 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
	45,13	28,32	13,34	10,11	3,1
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	83,31	26,69	23,22	18,44	15,13

Сколько денег готов потратить на книги <u>в месяц</u> (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	0,00	5,17	15,0	36,49	43,34		
Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках /киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	86,6	1,74	1,67	23,1	15,23		
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.	
	11,67	58,33	25,0	20,01	48,12	18,54	
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
	16,32	34,71	44,9	25,9	63,0	11,1	4,07

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории Зеленоградского АО располагается 104 торговых объекта распространения книжных изданий (2,56% Москвы), в том числе:

- 3 специализированных на продаже книжных изданий магазина (1,3% данного формата в Москве);
- 41 киоск по продаже печатной продукции (2,4% киосков в Москве);
- 11 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (2,32%);
- 49 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (3,03% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 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 и FMCG), – 591,54 м² (в 2019 – 422,1 м²; в 2018 – 422,81 м²; в 2017 – 900,17м²). Ситуация в этом округе остается относительно стабильной на протяжении последних лет. В 2015 закрывшуюся «Букву» освоил «Читай-город», а «Книжный Лабиринт» открыл в 2016 году в округе свой третий по счету магазин. Впрочем, в 2018-м «Книжный Лабиринт» был вынужден закрыть свой магазин в ликвидированном ТЦ «Седьмой континент» Зеленограда. И в 2020-м книжных магазинов в округе по-прежнему лишь три. Уровень их территориальной доступности в ЗелАО остается низким – один объект на 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.

Таблица 2.18.

Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	Зеленоград, 23 мкр. "Зеленый бор", корп. 2309А, ТЦ "Столица"	10:00-22:00	186.7	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Зеленоград, Панфиловский пр-т, д. 6А, ТЦ "Панфиловский", 3 этаж	10:00-22:00	189	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Зеленоград, Крюковская пл., д. 1	10:00-22:00	137.8	70%	универс	самообслуж

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории ТиНАО располагается 129 торговых объектов распространения книжных изданий (3,18% Москвы), в том числе:

11 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (4,7% данного формата в Москве);
26 киосков по продаже печатной продукции (1,5% киосков Москвы);
17 отделений почтовой связи /ПВЗ/ с книжной выкладкой (3,58%);
75 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (4,6% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:36814 (в 2019 – 1:32253; в 2018 – 1:29908; в 2017 году – 1:48609; в 2016 году – 1:40244), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG) – 2189,9 м² (в 2019 – 2266,0 м²; в 2018 – 1946,9 м²; в 2017 – 1084,40 м²). В 2018-2019 годах ситуация с книготорговым бизнесом в округе претерпела серьезные изменения. Троцкий Дом книги переехал на задворки центральной улицы города (фактически в ларек площадью 35 м²), но при этом в районе Академической площади открылся двухэтажный (190 м²) книжный магазин «Территория: Книги. Мысли. Впечатления» (франшиза ЭКСМО/АСТ). Книжный магазин в п. Щербинка вынужден был сначала вдвое сократить свою торговую площадь, а в 2019 году окончательно закрылся, как и «Книжный Лабиринт» в пос. Внуковское. Это место тотчас же было занято магазином сети «Читай-город», а «Книжный Лабиринт» открыл в 2018 году 2 новых магазина в д. Рогозино и БП «Румянцево». «Читай-город» также добавил к своей сети крупноформатный объект в ЖК «Бутово Парк» в 2018 году и магазин в ТЦ «Саларис» (п. Московский) в 2019-м. В 2020 году по понятным причинам новых магазинов книжники здесь не открывали, напротив, закрылся «Книжный Лабиринт» в пос. Коммунарка, и уже в октябре готовится к закрытию «Республика» в ТРЦ «Мега-Теплый стан». Тем не менее, уровень территориальной доступности книжных магазинов ТиНАО и в сентябре 2020 года выглядит намного лучше данных трехлетней давности – один объект на 131,4 км² (в 2017 – 1:247,0 км²), и при этом 81,8% книжных магазинов «новой Москвы» относятся к

крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 м²) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.19.

Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Троицк, Академическая площадь, д. 3	09.00-21.00	189	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	22-й км Киевского ш., БП "Румянцево", корп. Б, 1-й этаж	10:00-21:00	370	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Первомайское пос., д. Рогозинино, ул. Луговая, д. 20А, стр. 1	10:00-22:00	192	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Троицк, Городская ул., д. 6, ТЦ "Троицк", 3-й этаж	10:00-21:00	270	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Московский ГП, ул. Хабарова, д. 2, ТРК «Новомосковский»	10:00-22:00	411	60%	универс	самообслуж
Республика	Калужское шоссе, 21-й км, ТЦ «МЕГА Теплый Стан», 0 этаж	10.00-22.00	344	45%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Коммунарка пос., Ясная ул., д. 5	10.00-20.00	74	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	23-й км Киевское шоссе, д. 1, ТРЦ "Саларис" пос Московский	10:00-22:00	356.2	70%	универс	самообслуж
Читай-город	ЖК "Бутово Парк", 8 корп.1	10:00-22:00	356	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Внуковское пос., Летчика Ульянина ул., д. 5	10:00-22:00	292	70%	универс	самообслуж
МУП "Книги. Канцтовары"	Троицк, Октябрьский пр-т, д. 16	10:00-19:00	48	40%	универс	смешанный

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ТиНАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих и работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (92%). Жители и гости ТиНАО Москвы не имея четко выраженного графика покупки книг, тем не менее, предпочитают приобретать книги не чаще раза в квартал или в полгода, отдавая предпочтение лоткам, киоскам и непрофильным гипермаркетам с книжной выкладкой в качестве покупок «по пути» (37-40%) и интернет-магазинам для вдумчивых приобретений (65,2%). Как правило, покупка совершается с целью приобретение книг для собственного досуга (85,1%), для семьи (26,2%) и в подарок (24,6%), что обуславливает и выбор читательских

предпочтений: современная проза, детские книги и классика. В отличие от предыдущих лет, осенью 2020 по результатам опроса выявлено достаточно скромное число респондентов, скачивающих электронные книги из интернета – 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 (21%) в ТиНАО, склонных к экономной модели поведения в отношении книги и не готовых тратить более 300 рублей на книжное издание.

Таблица 2.20.

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, книоторговый объект – Читай-город / ГП Московский, 23-й км Киевское шоссе, д. 1, ТРЦ "Саларис"; 30 сентября 2020 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	
	13,41	30,54	43,62	19,20	2,29	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку	
	85,14	21,83	14,06	24,55	26,17	
Сколько денег готов потратить на книги в <u>месяц</u> (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.	
	1,51	19,48	35,72	41,27	19,06	
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киоска х по пути	в книжном отделе FMCG- гипермарке та (параллельн о с другими покупками)	в интернет- магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета	
	54,12	36,84	39,71	65,18	13,22	
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.

	27,00	48,6	24,4	51,00	35,00	7,13	
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
	63,29	28,37	8,14	15,0	85,0	0,0	0,0

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

По состоянию на сентябрь 2020 года на территории ЮВАО располагается 475 торговых объектов распространения книжных изданий (11,71% Москвы), в том числе:

10 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (4,3% данного формата в Москве);

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

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

222 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (13,7% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 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) – 3786,6 м² (в 2019 – 3416,7 м²; в 2018 – 3322,36 м²; в 2017 – 2236,80 м²). После некоторого улучшения состояния в 2016 году, в 2017-м после закрытия «Книжного Лабиринта» на Волгоградском проспекте и Дома книги в Выхино (ОЦ МДК) книготорговая инфраструктура округа вновь оказалась в кризисном состоянии. Открытый в апреле 2018 года новый «Книжный Лабиринт» в ТРЦ «Миля» был закрыт в августе 2019 года как недееспособный, а в 2020-м филиал сети «Мир школьника» прекратил

существование в качестве книжного магазина, сократив выкладку книг до 10% торговой площади. Так что позитивных перемен в книготорговом ландшафте округа не произошло. Если говорить об уровне территориальной доступности книжных магазинов в ЮВАО, то он остается одним из худших в «старой» Москве: 1 объект на 11,8 км² (в 2019 – 9,9 км²; в 2018 – 1: 9,8 км²; в 2017 – 1:12,03 км²). Впрочем, 80% книжных магазинов ЮВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100м²) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.21.

Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Книжный Лабиринт	7-ая Кожуховская ул., д. 9, ТРЦ «Мозаика» (2016)	10.00-22.00	278	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Андропова пр-т, д. 8, ТРЦ "Мегаполис"	10:00-21:00	189	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Поречная ул., д. 10, ТРК "Мари"	10:00-22:00	152.3	60%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары, игрушки	Шоссейная ул., д. 34/36	10.00-20.00	50	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары, игрушки	Зеленодольская ул., д. 30	10.00-20.00	118	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Волгоградский пр-т, д. 78/1	10:00-22:00	947.9	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Люблинская ул., д. 171	09:00-21:00	315.6	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Перерва ул., д. 43 корп. 1, ТЦ "БУМ"	10:00-22:00	1078.4	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Рязанский пр-т, д. 46	10:00-22:00	519.5	70%	универс	самообслуж
Филаделфия	Волгоградский пр-т, д. 17 стр. 1	пн-сб 10:00-19:00	54	60%	профиль: христианская лит-ра	прилавочный

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 (58,5%). Хотя по причине малочисленности книжных магазинов в округе многим (31,7%) приходится «специально

приезжать» за «большим выбором книг». Жители Юго-Восточного АО Москвы достаточно часто покупают книги – не реже одного раза в квартал (68,3%), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (76,7%), и очень много на фоне жителей других АО столицы скачивая книги у онлайн продавцов (28,3%). В целом, посетители книжных магазинов ЮВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (53,3%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (81,8%) или для ребенка (26,6%). С точки зрения жанров и тематик они отдают предпочтение боевикам, фантастике, детективам, женским романам и современной прозе. Но при этом жители ЮВАО фактически полностью игнорируют книжные мероприятия столицы, организованные издателями, книжными магазинами и библиотеками – 95% так и не выбрались никуда в 2020 году.

Таблица 2.22.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Читай-город/ Волгоградский пр-т, д. 78/1; 30 сентября 2020 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	35,19	33,14	13,32	11,74	6,61
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	81,75	26,59	1,67	13,12	8,48
Сколько денег готов потратить на книги в месяц (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	5,0	13,33	25,0	28,33	26,67
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги?	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках /киосках по пути	в книжном отделе FMCG- гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет- магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета

(% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	76,68	0,0	3,4	16,6	28,32		
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.	
	26,64	51,71	21,65	50,11	38,21	11,68	
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
	58,54	3,12	31,67	10,5	84,2	5,3	1,67

Источник: данные Мониторинга, сентябрь 2019 г.

2.4. Оценка востребованности основных форматов распространения книжной продукции в административных округах Москвы.

Предложения по новым перспективным местам размещения книжных павильонов.

Проведенный анализ эффективности книгораспространения позволил 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 1:15998 (или 1 магазин на 15-16 тыс. жителей). Летом 2020 года округ больше других столичных АО пострадал от закрытия магазинов сети «Республика» (-8

площадок), но в целом отрицательная динамика коэффициента обеспеченности в ЦАО не столь впечатляюща какой она могла бы быть, учитывая мероприятия по сдерживанию распространения коронавирусной инфекции. Фактически все небольшие книжные магазины, кулуарные книжные клубы и VIP-объекты книжной торговли центра Москвы открылись после двух месяцев карантина и смогли сохранить лояльную аудиторию покупателей.

В отчетном году наблюдается ухудшение ситуации с книжными магазинами в 58,3% административных округов Москвы. Наиболее заметна отрицательная динамика коэффициента обеспеченности жителей книжными магазинами в южном и северо-восточном (ЮАО, СВАО) округах столицы, где осенью 2020 – 1 магазин приходится на 60 тыс жителей (в 2019 – на 50 тыс) и 1 магазин на 102,5 тыс жителей (в 2019 – 84 тыс) соответственно. Здесь ежегодно происходит ротация существующих и открытие новых магазинов сетей «Книжный Лабиринт» и «Читай-город», но в 2020-м в этих округах были закрыты сразу 4 магазина «Книжный Лабиринт», 3 магазина «Республика», 2 магазина «Читай-город», 2 площадки «Школы семи гномов» и перепрофилирован «Мир школьника», так что появление в декабре 2019 года трех новых магазинов «Читай-город» принципиально ситуацию не спасло.

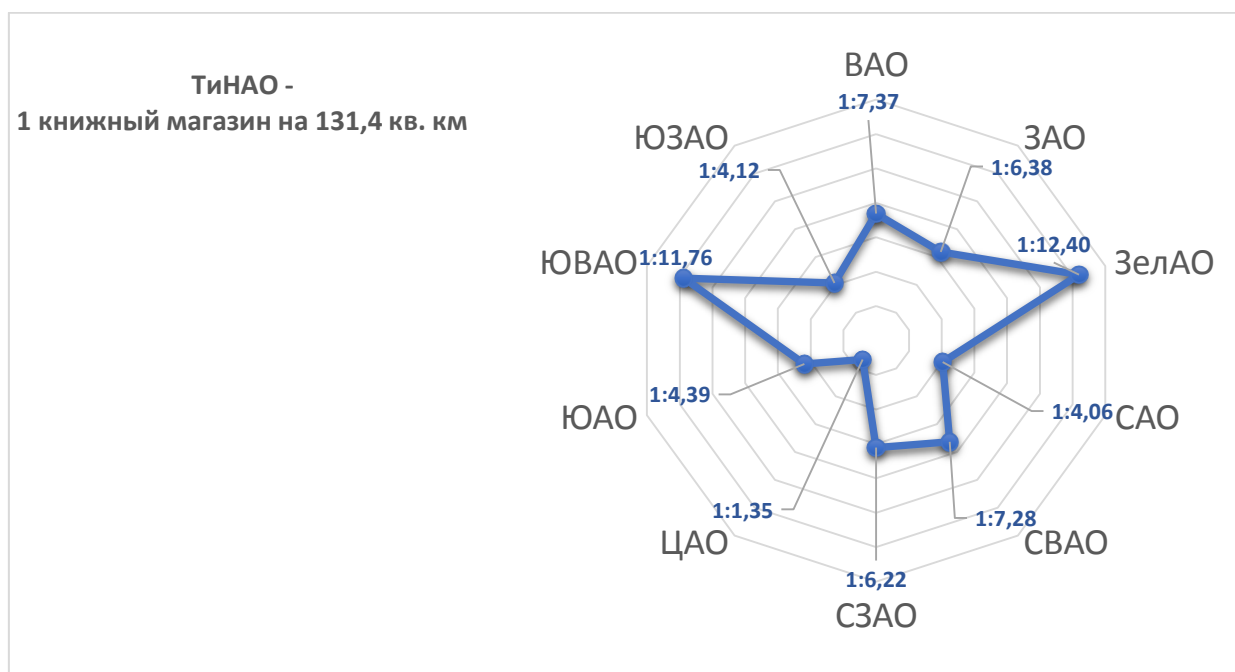
Относительно стабилен книготорговый ландшафт (без потерь) в САО, СЗАО, ЗАО и ЗелАО, где один книжный магазин приходится на 42 тыс, 68 тыс, 58 тыс и 83 тыс жителей соответственно, а территориальная доступность профильных объектов книготорговли колеблется в диапазоне от 1:4,06 км² до 1:12,4 км².

Несмотря на разнонаправленную динамику в предыдущие годы, в 2020-м Юго-Восточный округ столицы остается аутсайдером по присутствию книжных магазинов – 1 магазин на 143 тыс жителей (2019 – 1:118 тыс; 2017 – 1:136 тыс). Стоит сказать, что по уровню обеспеченности книжными магазинами ЮВАО по-прежнему уступает даже округам «новой» Москвы

(ТиНАО), где в 2020 году, несмотря на потери, этот показатель составил 1:36814 (или 1 магазин на 36-37 тыс жителей).

Диаграмма 2.22.

Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы по состоянию на сентябрь 2020 г.



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2020

Необходимо отметить, что большинство (87,1%) книжных магазинов Москвы – это сетевые объекты, принадлежащие в том числе крупным книготорговым операторам с ровным покрытием по всем АО Москвы, что во многом нивелирует расхождения округов в ассортиментной карте и ценовой политике.

После активной фазы сокращения числа книжных магазинов в 2014-2015 гг., когда закрылись более 20 крупноформатных магазинов московского филиала сети «Буква» и 10 магазинов ОЦ МДК, обанкротилась «Лавка детских книг», более спокойные 2017-2019 годы восполнили потери. Значимо приросли по числу магазинов не только два лидера московской книготорговли – «Книжный Лабиринт» и «Читай-город», но и ОЦ «Московский Дом книги»,

развивается франшиза холдинга «Эксмо/АСТ» («Территория: Книги. Мысли. Впечатления»), открываются магазинчики комиксов, пополняется новыми объектами и профилированный на детских книгах ритейл: одно из самых заметных событий в этом секторе рынка столицы – сеть магазинов издательства «Clever». И надо сказать, что сложный 2020-й по крайней мере пока, осенью, спровоцировал банкротство только сети «Республика». Остальные книготорговые сети Москвы (пусть и в отчасти урезанном составе), как и независимые книжные магазины, несмотря на снижение покупательского трафика покупателей, угрозы нового закрытия в связи с ухудшением эпидемиологической ситуации в Москве, тем не менее, продолжают работать.

В 2020 году в Москве значимо прирос пул универсальных (FMCG) магазинов с присутствием книг в ассортименте. Издатели активно продвигают книги в открытых в период карантина супермаркетах X5RetailGroup («Пятерочка» и «Перекресток»), «FixPrice» и «Ашан». По уровню обеспеченности населения универсальными (FMCG) магазинами с присутствием книг в ассортиментной карте среди округов Москвы лидирует Южный АО. Именно здесь, а также в Юго-Восточном АО, расположено наибольшее количество этих объектов – 246 и 222 соответственно. Эти же округа лидируют и по уровню доступности (плотности размещения) универсамов на своей территории – 1 объект на 0,5-0,6 кв. км. Но жители Южного и Юго-Восточного АО достаточно редко (в 3-7% случаев как показал социологический опрос) приобретают книги параллельно с другими покупками в супермаркетах популярных брендов: «Ашан», «Перекресток», «FixPrice», «Детский мир» и пр.

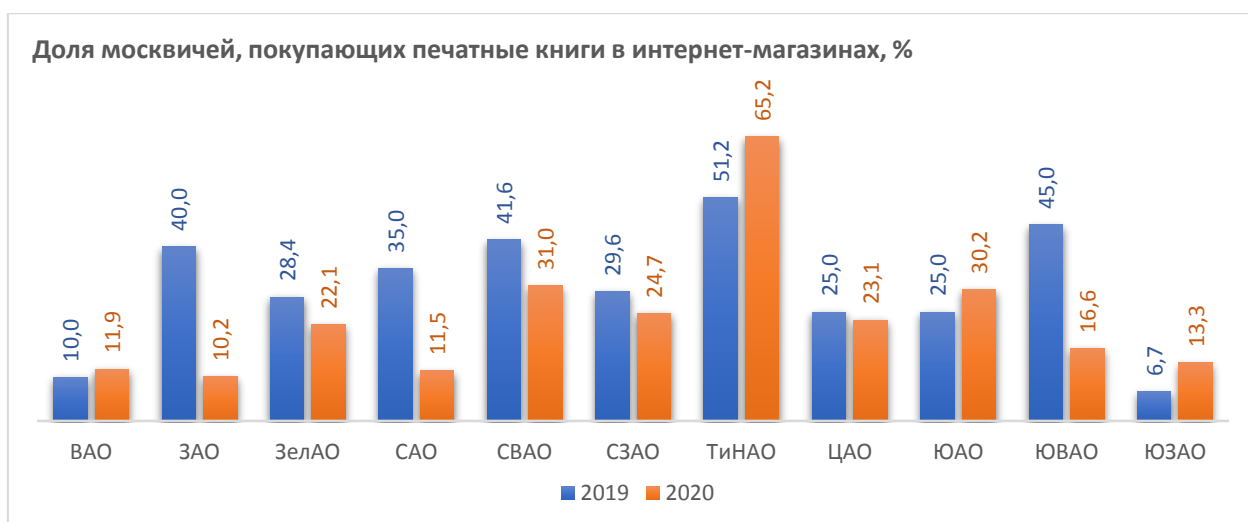
Обеспеченность москвичей киосками печатной продукции в 2019 году несколько снижается до уровня 1:7328 или один объект на 7-8 тыс жителей (в 2019 – 1:6886). Порядка 80% книжного предложения киосковых сетей составляют издания художественной литературы для взрослых и детские книги. В разрезе округов с точки зрения территориальной доступности и

коэффициента обеспеченности наиболее благополучная ситуация складывается в Центральном, Зеленоградском и Северо-Западном АО Москвы, и, напротив, очевидно недостаточное развитие киосковой инфраструктуры наблюдается в Северо-Восточном и Юго-Западном АО Москвы. Особняком стоят округа Москвы, географически размещенные за пределами МКАД. В Троицком и Новомосковском административных округах коэффициент территориальной доступности киосков и в 2020 году составляет невероятные 1:55 км² (в 2019 – 1:50 км²).

Кроме того, в 2020 году на столичной карте пунктов выдачи интернет-заказов (ПВЗ) остались лишь отделения почтовой связи (АО «Почта России») с компактной книжной выкладкой. Сами интернет-магазины полностью передали услуги доставки в аутсорсинг или в партнерские транспортные компании / курьерские службы, в т.ч. Voxberry, DPD, 5POST, Delivery и т.д., где о демонстрации книжного ассортимента речи конечно не идет. Коэффициент территориальной доступности отделений АО «Почта России» с книжными демонстрационными панелями в октябре 2020 года в среднем по Москве составляет 1 : 5,32 км². Этот сервис достаточно востребован, особенно на присоединенных территориях в Троицком и Новомосковском округах. В целом, рост покупок печатных книг в интернете в 2020 году наблюдается там, где этот сервис уже до пандемии был довольно развит и востребован читателями. В большинстве же округов Москвы осенью 2020 года жители в большей степени предпочитают физический контакт с книгой в момент приобретения и традиционные книжные магазины.

Диаграмма 2.23.

Уровень интереса москвичей к покупкам печатных книг в интернет-магазинах в 2019-2020 гг. в разрезе АО Москвы



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь 2019/2020 гг.)

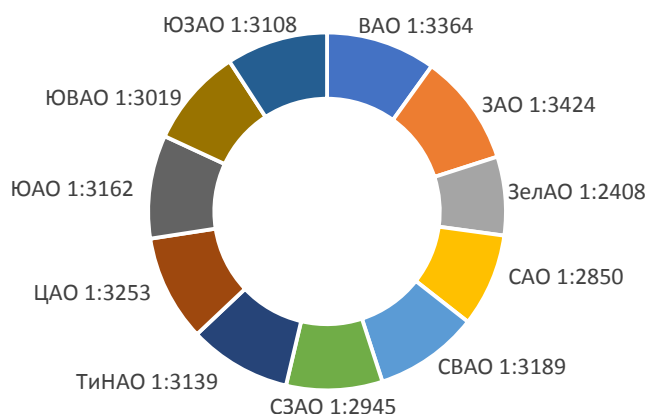
С учетом всех перечисленных выше аналитических оценок и расчетных параметров итоговый рейтинг административных округов Москвы по фактору «традиционное книгораспространение» возглавляют ЦАО, САО и СЗАО. Именно в этих округах представлена развитая традиционная инфраструктура для чтения, обеспечивающая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

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

Диаграмма 2.24.

Коэффициент обеспеченности населения объектами книгораспространения в разрезе АО Москвы в 2019 году

коэффициент обеспеченности населения к/т объектами по Москве -
1 объект на 3126 жителей



Источник: Данные Мониторинга (суммарно по книжным магазинам, ПВЗ, FMCG-объектам и киоскам со специализацией «печать»), сентябрь 2020 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. Но в 2020 году привычка приобретать книги «по пути» (в универсальных супермаркетах и киосках) отмечается гораздо чаще, чем в 2014 году, книжные издательства стали плотнее работать с FMCG-объектами, а москвичи – больше лениться, предпочитая не тратить время на поездку в специализированный книжный магазин.

Диаграмма 2.25.

Предпочтение offline формата покупки книги населением Москвы в 2014-2020 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2014-2020 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 2014-2020 гг.

Лидирующие позиции у книголюбов столицы занимает современная беллетристика (преимущественно зарубежная) при параллельном значительном интересе к книгам массовых жанров – фантастике/фэнтези и детективам. Акцентом 2020 года стал повышенный интерес к книгам по истории на фоне снижения интереса москвичей к приобретению детской литературы. Кроме того, на протяжении последних пяти лет в числе книжных

предпочтений москвичей следует выделить устойчивый интерес к русской/зарубежной классике.

Диаграмма 2.26.

Структура жанровых предпочтений москвичей в 2020 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, 23-30 сентября 2020 г.), аналитика – Мониторинг

Именно эти тематические группы могли бы стать профильной базой при формировании ассортиментных карт для малых форматов книгораспространения (киосков/павильонов). Выбор классических текстов, фантастики или учебной книги в формате доступных изданий (300-500 руб.) как основы ассортимента книжного предложения — это не только экономически эффективное решение для апробации новых форм предложения книги клиенту, но и в определенном смысле социальная акция — поддержка незащищенных слоев населения и обеспечение равного доступа к книжным богатствам мегаполиса.

Для размещения экспериментальных площадок в рамках мониторинга было отобрано 10 локаций, преимущественно в местах закрытия книжных магазинов в восстановительный пост-карантинный период, а также в Троицком округе, как административном образовании с низким уровнем территориальной доступности объектов книгораспространения (см. Приложение 1: слайд 1-10).

Росту конкурентоспособности книги в культурном и информационном пространстве Москвы, сохранению книжных традиций мегаполиса могла бы способствовать и организация краткосрочных книжных ярмарок в формате литературных, этнических и детских фестивалей. В 2020 году Москва – единственный субъект федерации, который провел пусть и в гибридном (офлайн / онлайн) формате два больших книжных мероприятия. В июне 2020 года на Красной площади уже в шестой раз прошел книжный фестиваль «Книги России», ставший благодаря указу Президента РФ ежегодным событием.

Московская международная книжная ярмарка (ММКЯ), переехав в новую локацию (Манеж), тем не менее, позволила гостям посетить живые выступления участников и посмотреть онлайн-включения с площадок. В рамках ММКЯ-2020 проведено более 550 мероприятий, более 300 участников представили книжные новинки на сценах и площадках, а трансляции мероприятий посмотрели зрители из 90 стран мира.

Не менее яркое событие – Международная ярмарка интеллектуальной литературы Non/Fiction, которая на 5 дней в декабре в Гостином Дворе собирает около 30 тысяч москвичей, в том числе студентов, представителей творческих профессий, экспертов книжного бизнеса. Но в связи с эпидемиологической обстановкой Non/Fiction перенесена на 24-28 марта 2021 года.

Значимым событием в культурной жизни столицы в последние три года является и «Библионочь», приуроченная к международному Дню книги (23.04)

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

В ходе мониторинга проектов в поддержку книги и чтения, реализуемых на территории Москвы, было выявлено значительное количество массовых по охвату инициатив, прошедших преимущественно в виртуальном пространстве библиотек и книжных магазинов. Однако разрозненность мероприятий не позволяет 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.

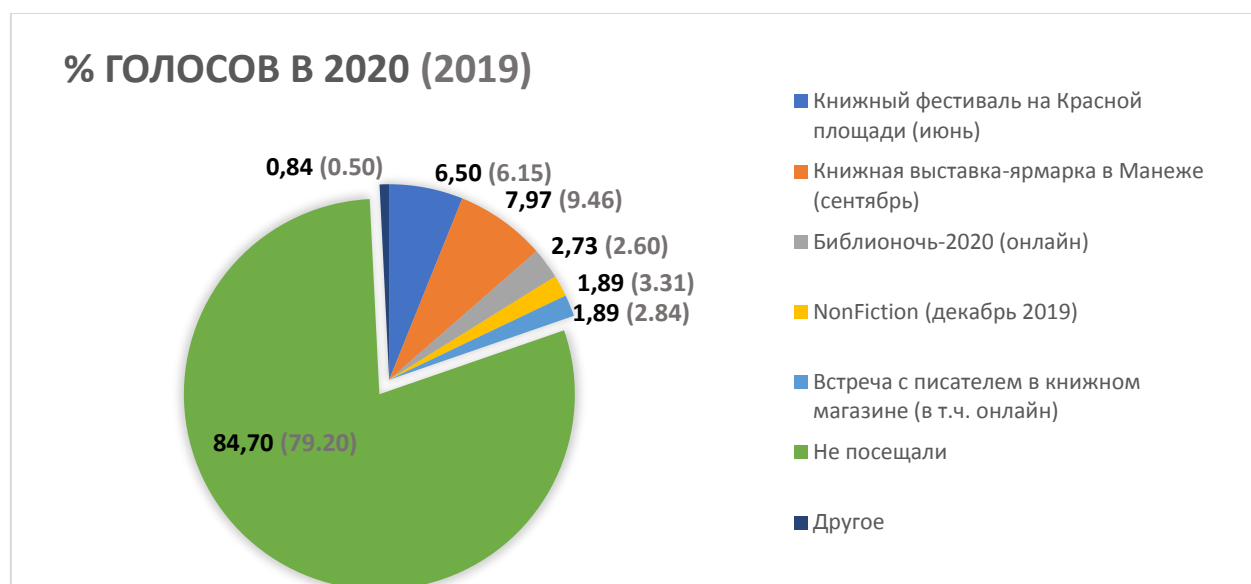
В рамках анкетирования посетителей книжных магазинов во всех округах Москвы был определен уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях по продвижению книги и чтения, а также косвенно оценена популярность этих проектов. Посетителям книжных магазинов было предложено несколько вариантов ответов и возможность варианта открытого ответа. Но по итогам опроса в 2020 году выяснилось, что на 84,7% (в 2019 – 79,2%; в 2018 – 77,8%; в 2017 – 72%) покупатели книг в стационарных книжных магазинах не готовы к посещению такого рода мероприятий, включая онлайн-встречи с писателями, как правило, в силу отсутствия времени или желания, а не только санитарных ограничений. Даже такое «раскрученное» в городских СМИ и первое после 2-х месяцев затворничества мероприятие как книжный фестиваль на Красной площади посетило лишь 6,5% (в 2019 – 6,15%; в 2018 – 5,3%; в 2017 – 6,9%; в 2016 – 12,6%) респондентов социологического опроса, проведенного в рамках мониторинга в сентябре 2020 года. Относительно высоким на общем фоне уровнем узнаваемости может похвастаться лишь традиционная Московская Международная книжная ярмарка (сентябрь Манеж): порядка 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 в 2020 году. Значимость

ММКЯ как площадки для продвижения книги чтения особенно ощутима на фоне НЕузнаваемости других мероприятий, проводимых на территории города. Так, прошедшая онлайн «Библионочь-2020» (апрель) набрала лишь 2,7% голосов (в 2019 – 2,6%; в 2018 -3,3%; в 2017 – 2,9%; в 2016 – 2,4%) респондентов опроса.

Диаграмма 2.27.

Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2019-2020 гг.

(% голосов, допускается более одного варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь 2019-2020 гг.), аналитика – Мониторинг

Популярность инициатив издательств и книжных магазинов по поддержке книги и чтению прежде всего в формате «встреч с авторами/автограф-сессий на торговых площадках» в 2020 сократилась практически на треть – 1,9% (в 2019 – 2,8%). Но для пандемии даже это неплохой показатель. Такого рода мероприятия более привлекательны для женской аудитории, и в 2020 году респондентам особо запомнилась онлайн-встреча с известным литературоведом Дмитрием Быковым.

Диаграмма 2.28.

Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2020 году (% голосов, допускается более одного варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 23-30 сентября 2020 г.), аналитика – Мониторинг

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

Именно поддержку проводимых мероприятий со стороны Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы хотели бы прежде всего видеть столичные книжники, говоря о возможных предпочтениях для отрасли, и в частности:

- Помощь в продвижении книг и чтения в СМИ
 - публикации на книжную тематику,

- опросы читателей,
- анонсы встреч с авторами во всех книжных магазинах Москвы и т.п.

- Регулярная пропаганда чтения с помощью наружной городской рекламы и рекламы в метро.
- Запуск и спонсирование программы поощрения школьников книжными сертификатами (подарок первокласснику/выпускнику, успехи в учебе, победа на Олимпиаде) разных номиналов и погашение сертификатов в книжных магазинах Москвы, участвующих в программе.

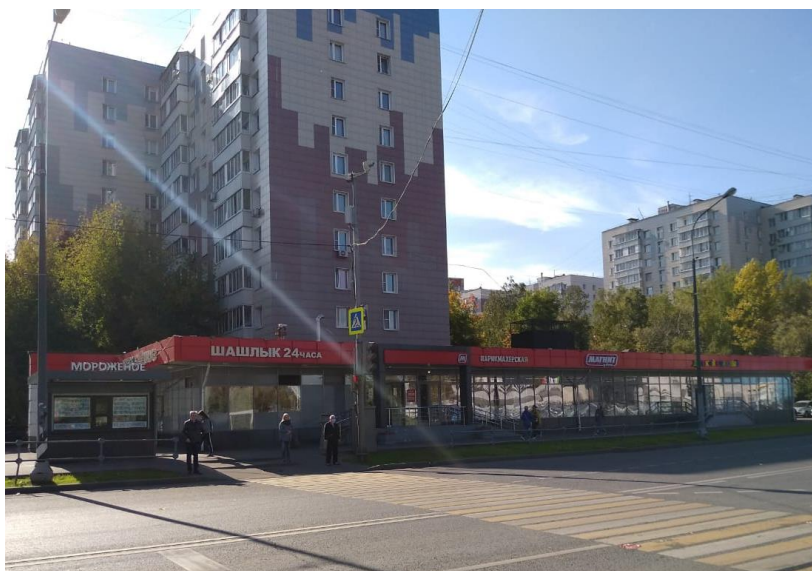
Программы поощрения книжными сертификатами могли бы стать хорошим инструментом социальной поддержки, например, для многодетных семей.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1

Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 1



Адресные ориентиры:
ЮАО, Перовская ул., д. 6
корп. 1б

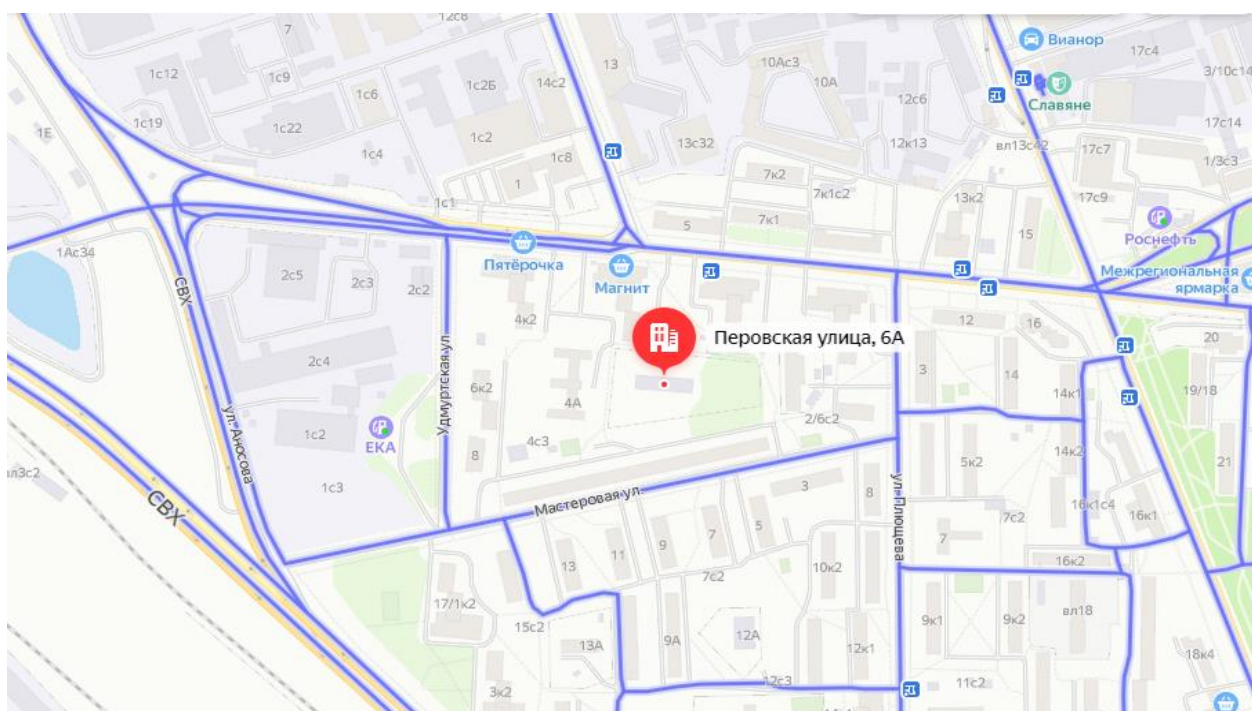
Тип: павильон
Площадь: 20 кв. м
Специализация: печать
/книги, пресса/

**Описание места
расположения:** «Магнит»,
2 киоска «Пресса»,
Автосервис,
парикмахерская

Проходимость: средняя

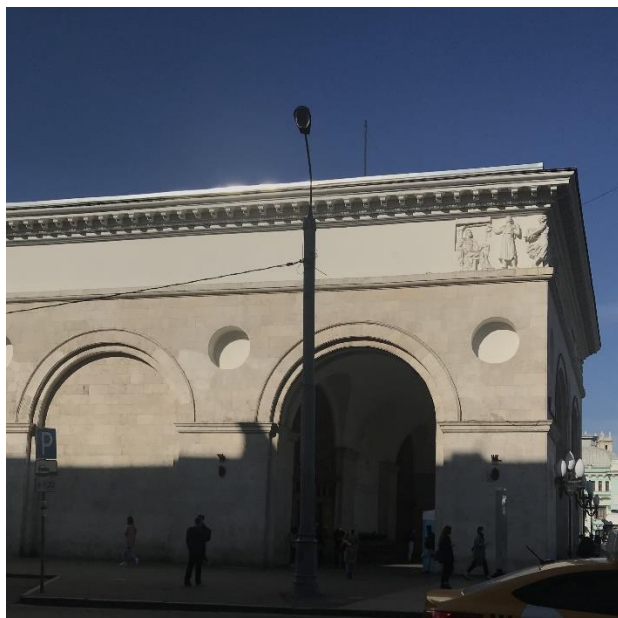
**Расположение
близлежащего объекта со
специализацией «Печать»:**
2 киоска «Печать» на
расстоянии в 30 м и 50 м

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



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 2



Адресные ориентиры: ЦАО,
Грузинский вал, д. 28/45

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

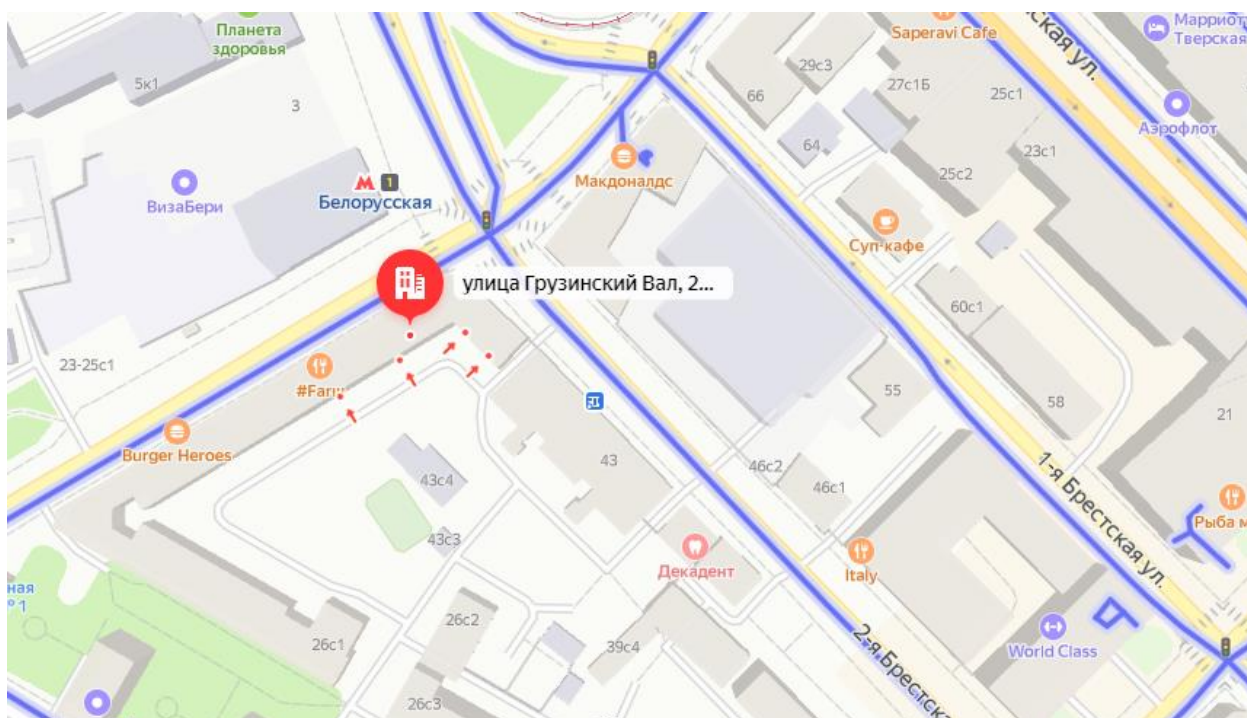
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения: станция метро «Белорусская», аптека, «Теремок», KFC, Ювелирный салон, салон «Мегафон»

Проходимость: высокая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: магазин сети «Республика» (1-я Тверская-Ямская, 10)

Карта с указанием предлагаемого места распространения книжной продукции



Приложение 1

Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 3



Адресные ориентиры: ВАО,
Новокосинская ул., д. 22

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

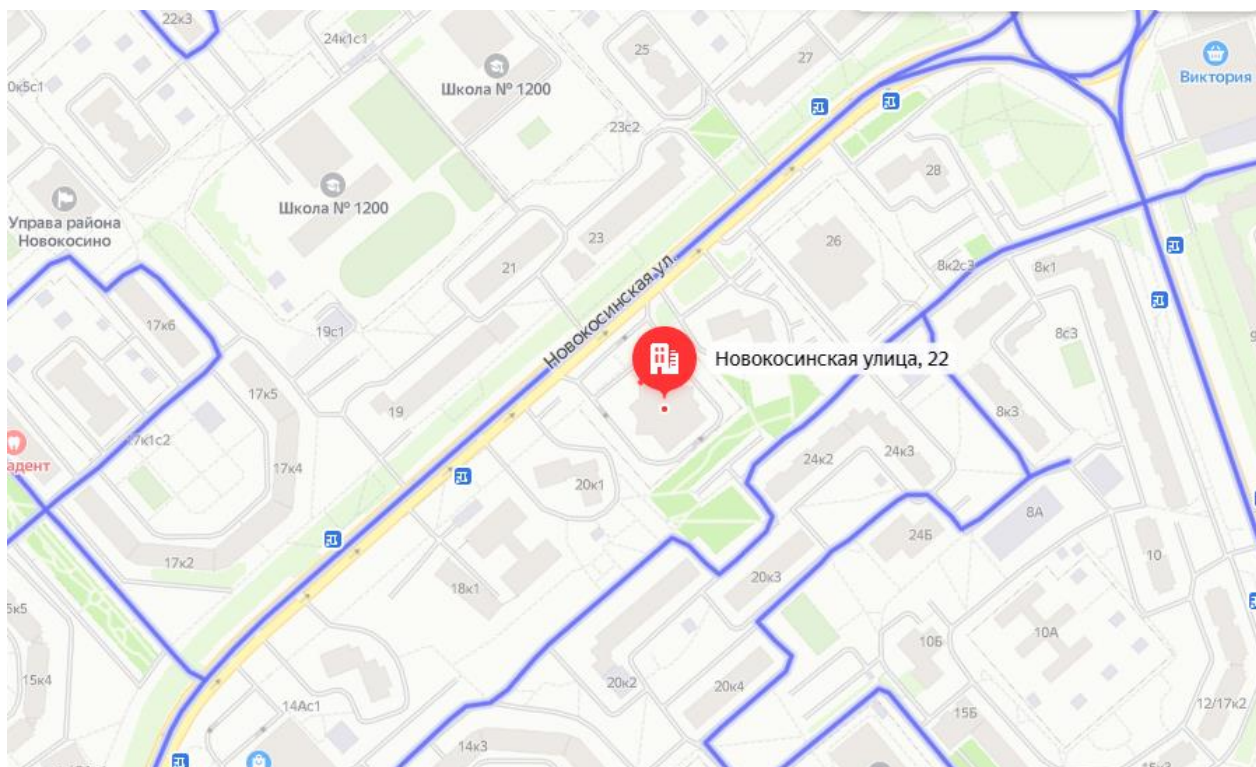
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
ТЦ: «Дикси», школа
английского языка

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** магазин сети
«Детский книжный» в ТЦ

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



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 4



Адресные ориентиры: ЦАО,
Стремянный пер., д. 38

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

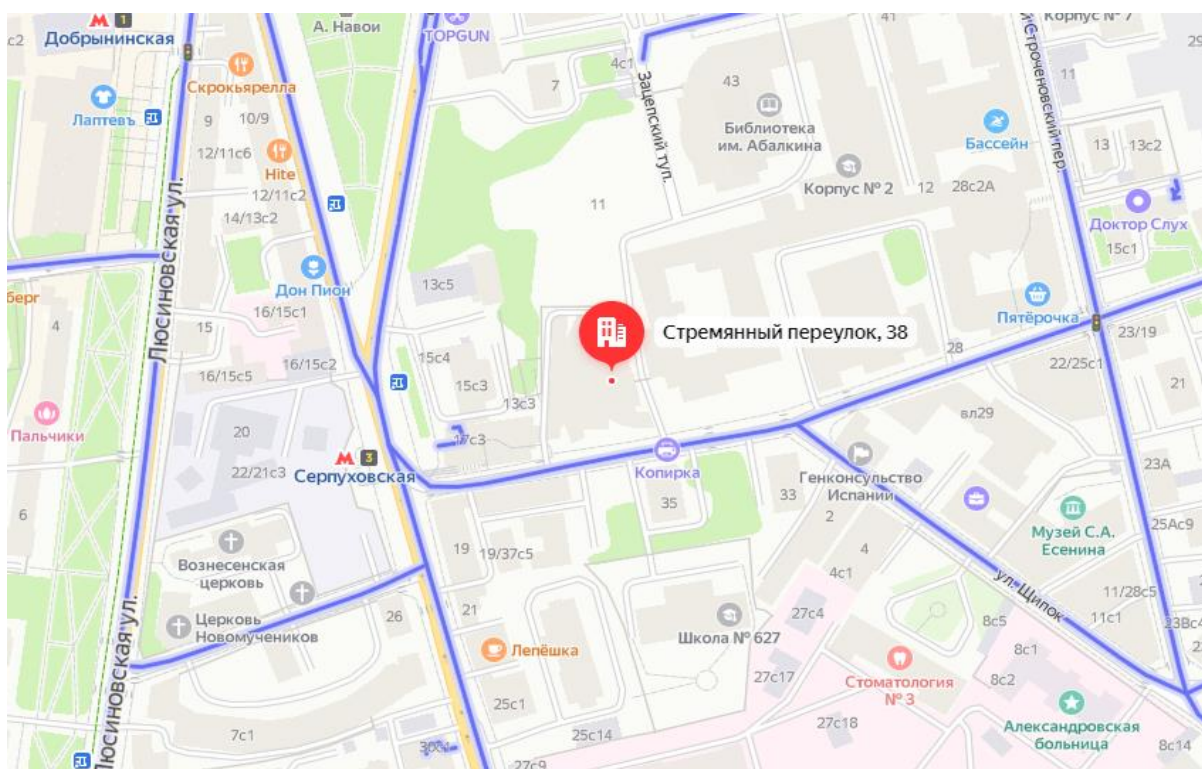
Описание места расположения:

«Пекарня», «Донер Кебаб»,
«Кофикс», «Старбакс», «Хлеб
насушенный» и другие рестораны
быстрого питания, Плехановский ун-
т, станция метро «Серпуховская»

Проходимость: высокая

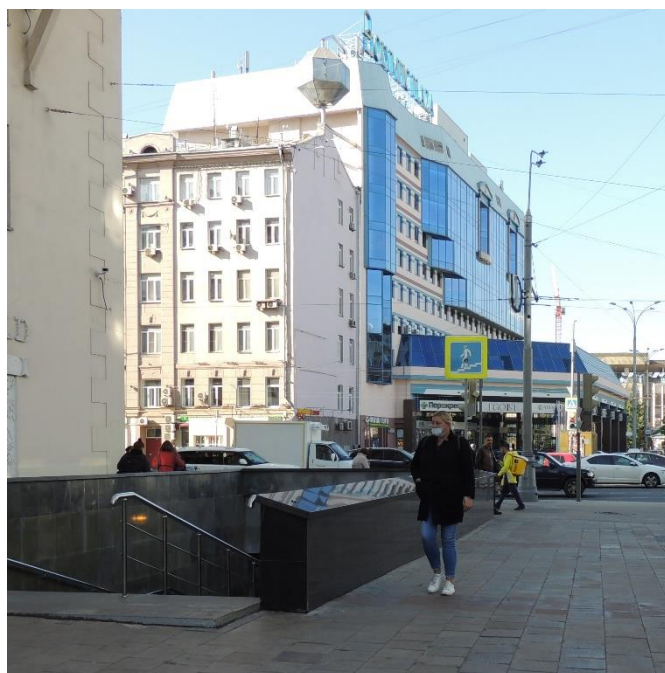
**Расположение близлежащего объекта
со специализацией «Печать»:** летом
2020 г. по данному адресу
ликвидирован магазин «Республика»

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



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 5



Адресные ориентиры: ЦАО,
Протопоповский пер., д. 2

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

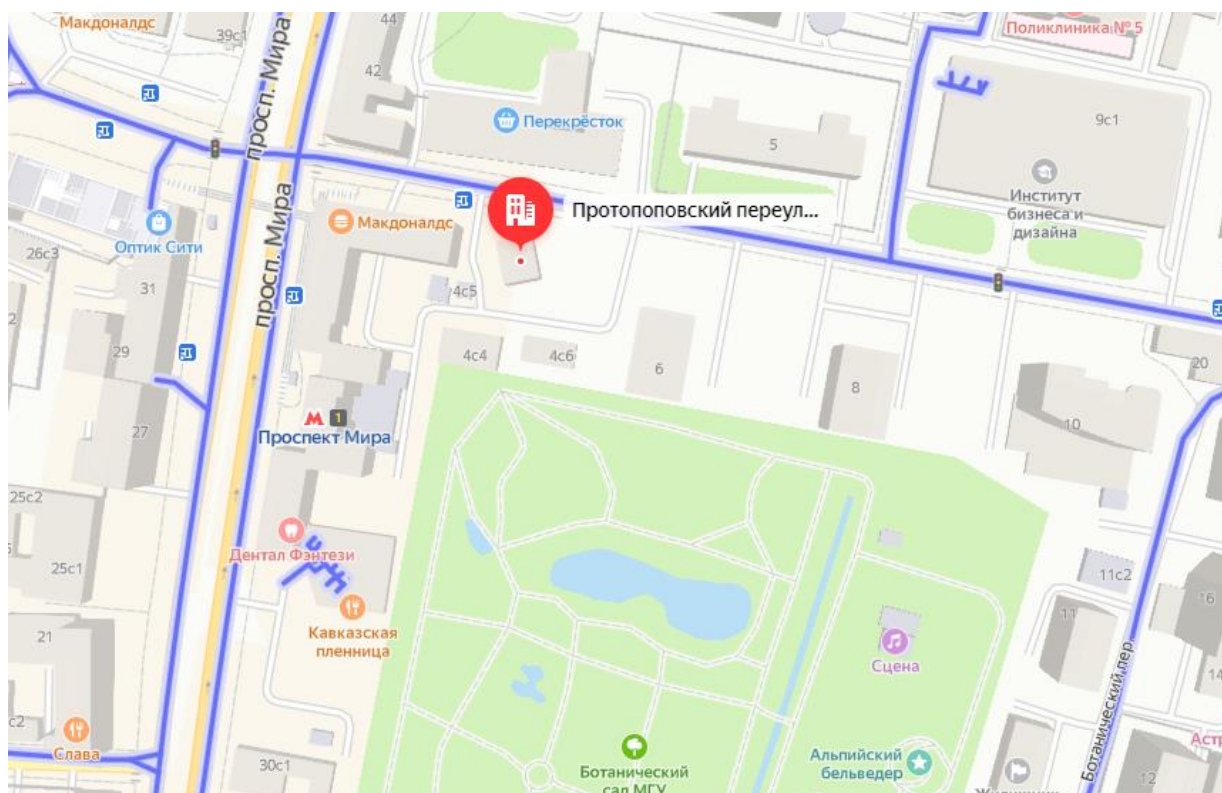
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
станция метро «Проспект мира»,
Макдональдс, «ВкусВилл»,
«Перекресток», «Золотая вобла»

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего объекта
со специализацией «Печать»:** летом
2020 г. ликвидирован магазин
«Республика» (Мира пр-т, 40)

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



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 6



Адресные ориентиры: ТАО, Троицк, Сиреневый б-р, д. 1

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги, пресса/

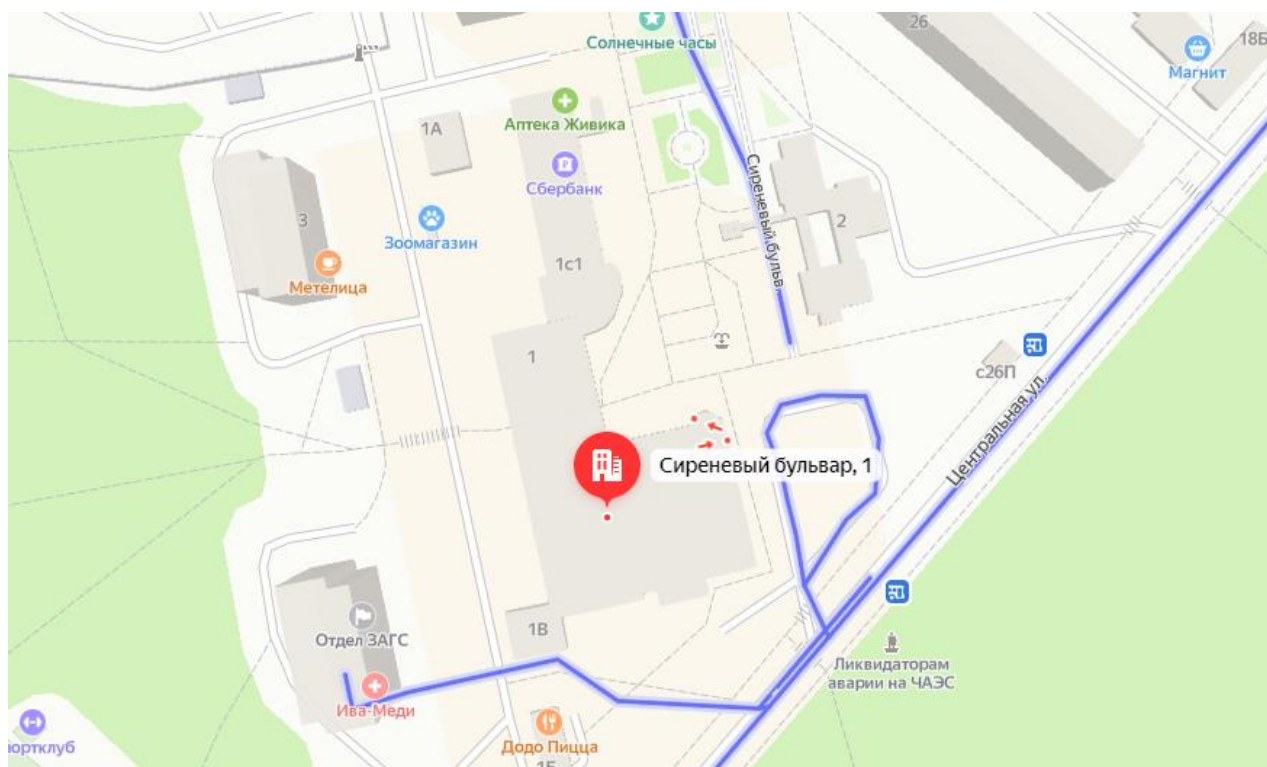
Описание места расположения:

Библиотека № 2 г. Троицк, ТЦ, «Додо Пицца», отдел ЗАГС

Проходимость: низкая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: в 2018 году по данному адресу ликвидирован МУП «Дом книги»

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



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 7



Адресные ориентиры: ЮВАО,
Новочеркасский б-р, д. 10 корп. 1

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

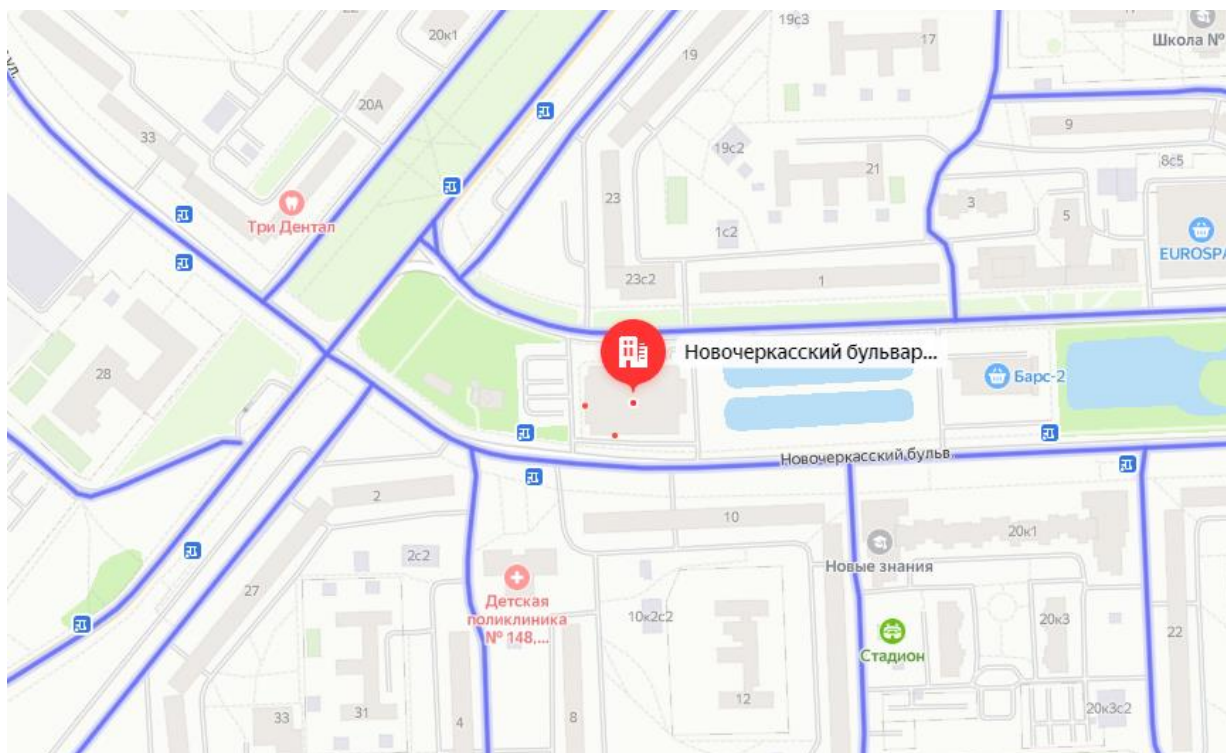
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения: в ТК
«Евромаг»: «Пятерочка»,
«FixPrice», аптека, Дом быта,
Фитнес-клуб

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** магазин сети «Мир
школьника» в ТЦ

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



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 8



Адресные ориентиры: ВАО,
Челябинская ул., д. 15

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

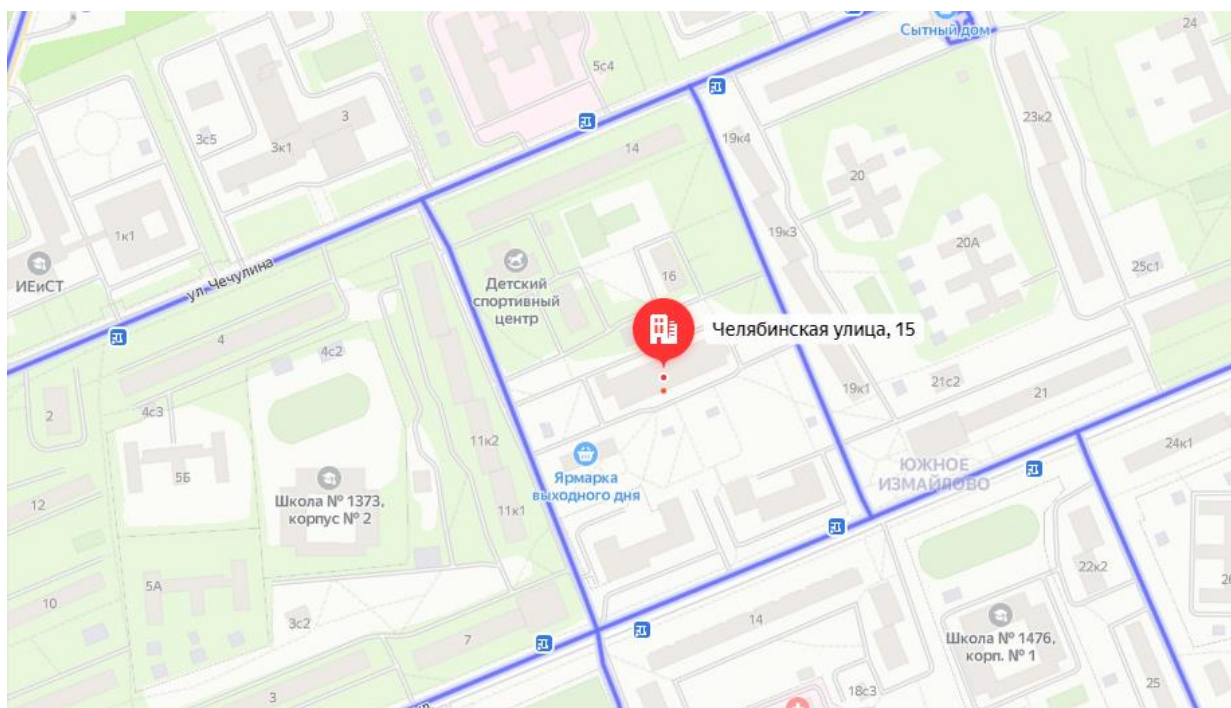
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения: ТЦ
«на Челябинской, 15»: «FixPrice»,
«Авоська», Ярмарка выходного
дня, Детский спортивный центр

Проходимость: средняя

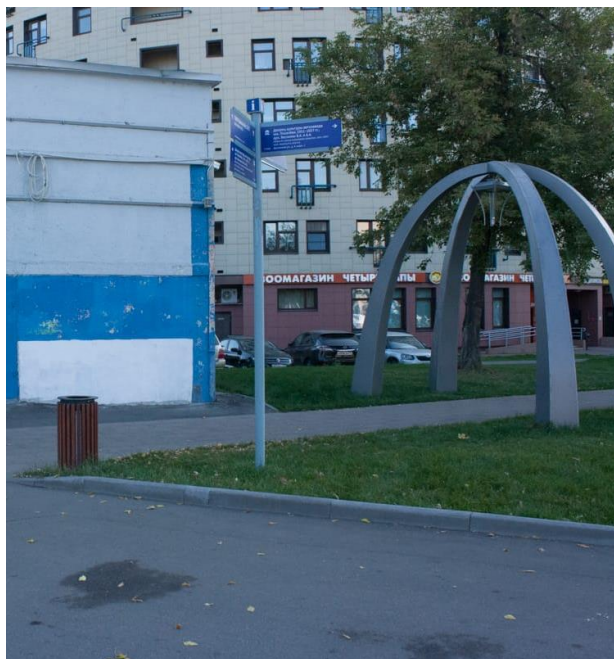
**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** киоск «Пресса» на
расстоянии 20 м, магазин сети
«Детский книжный» в ТЦ

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



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 9



Адресные ориентиры: ЮАО, ул. Ленинская Слобода, д. 11

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

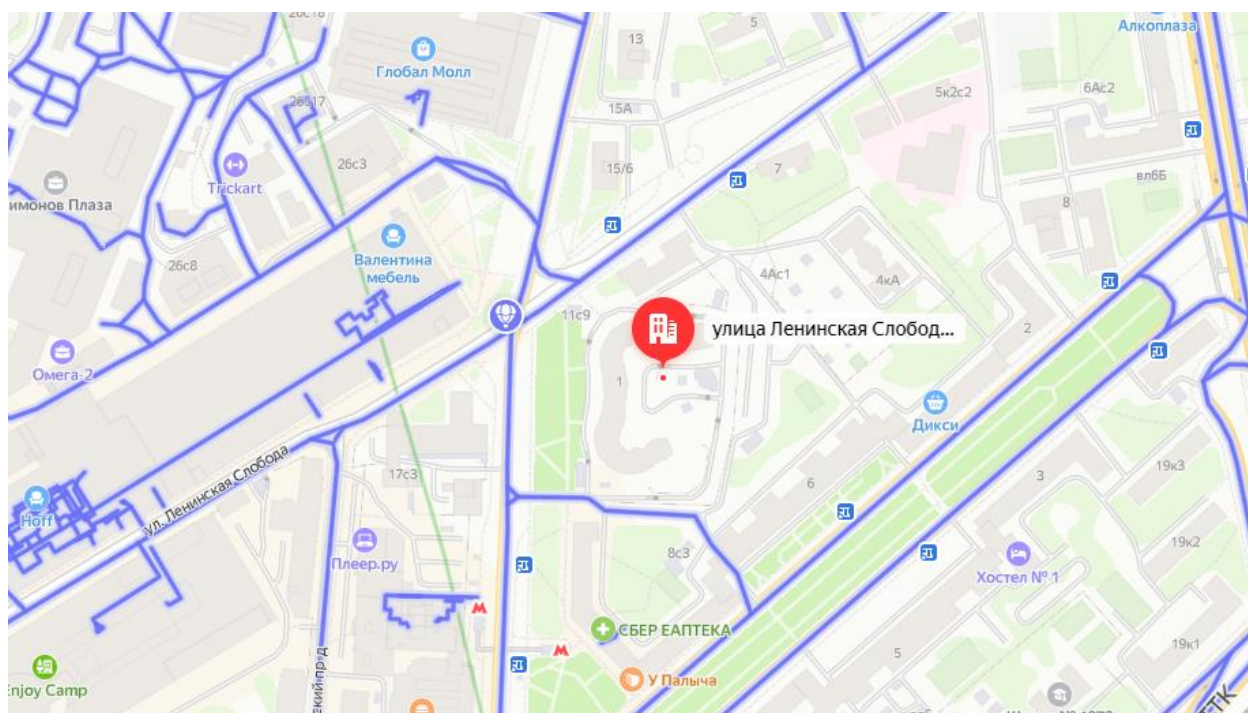
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения: ТЦ «Глобал Молл», зоомагазин «Четыре лапы», школа № 1272, Вкус Вилл, «Бургер Кинг», студия красоты

Проходимость: низкая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: летом 2020 г. ликвидирован магазин «Республика» (ул. Ленинская слобода, 26)

Карта с указанием  предлагаемого места распространения книжной продукции



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 10



Адресные ориентиры: ВАО, 7-я Парковая ул., д. 3/9

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

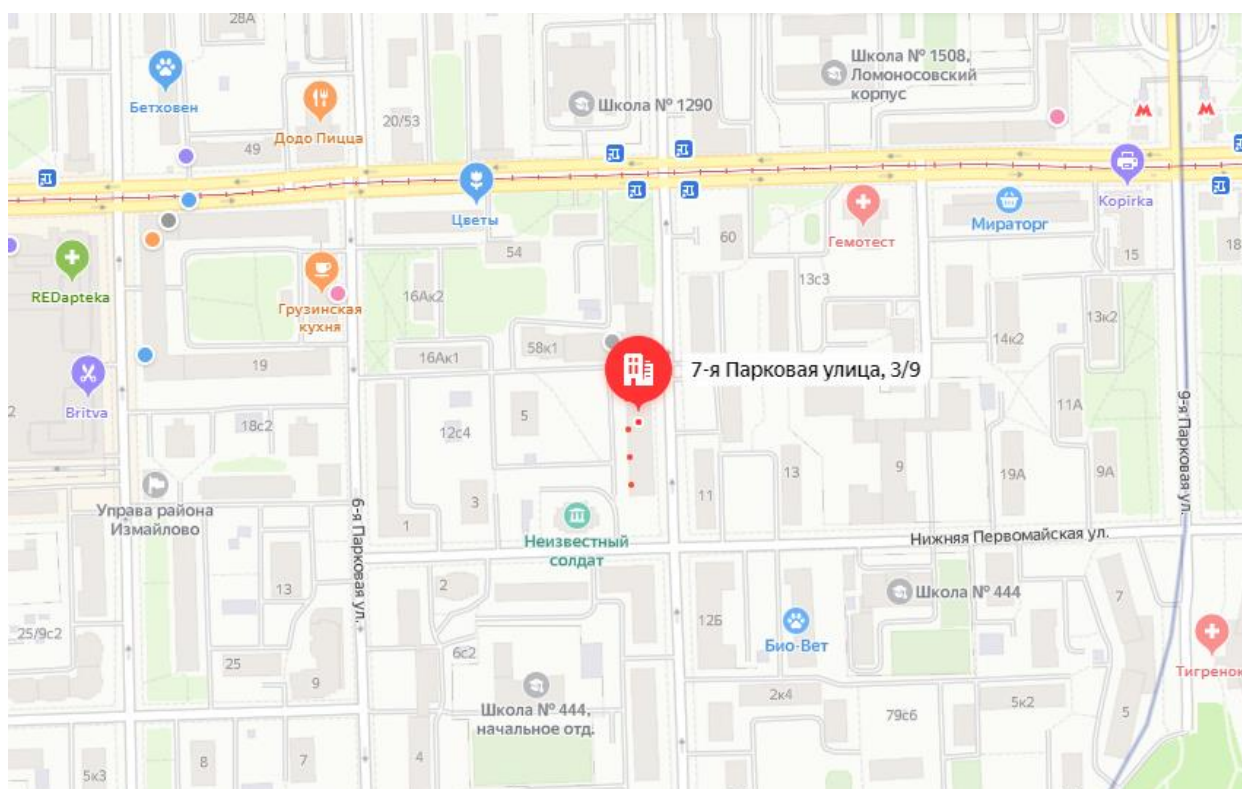
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения: супермаркеты «Мираторг», «Пятерочка»

Проходимость: низкая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: летом 2020 г. по данному адресу ликвидирован магазин «Школа семи гномов»

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



Название объекта Павильон «КНИГИ»

слайд 11



Адресные ориентиры: ЮВАО,
Зеленодольская ул., д. 30

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
супермаркеты «Пятерочка»,
«Детский мир», «Улыбка
радуги», медцентр «Олмедика»,
«Invitro», «Океан
морепродукты», «ВкусВилл»

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** магазин сети
«Детский книжный» в ТЦ

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

