

УДК 655.42 (470)
ББК 76.18
К-53

Доклад подготовлен Управлением периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям при содействии авторского коллектива в составе Б. В. Ленского, А. Н. Воропаева, А. А. Столярова.

Под общей редакцией заместителя Руководителя Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям **В. В. Григорьева**.

Авторы доклада выражают благодарность за предоставленные материалы, использованные в докладе:

- Московскому государственному университету печати им. Ивана Федорова;
- Российской книжной палате;
- Российскому книжному союзу;
- Ассоциации книгоиздателей России;
- Издательству «Эксмо»;
- Издательской группе «АСТ»;
- Книжному клубу «36.6»;
- Издательству «Белый город»;
- Объединенному центру «Московский Дом книги»;
- Книготорговой сети «ПродаЛитЪ»;
- Интернет-магазину «Ozon.ru»;
- Компании «ЛитРес»;
- Федерации интеллектуальных прав России;
- Журналу «Университетская КНИГА»;
- Журналу «Книжная индустрия»;
- Газете «Книжное обозрение».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
I. ИТОГИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО КНИГОИЗДАНИЯ В 2010 Г.	6
1.1. Количественные показатели российского книгоиздания.	6
1.2. Издательская система России.	27
1.3. Рейтинг ведущих мировых издательских компаний.	35
II. РОССИЙСКОЕ КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ В 2010 Г.	37
2.1. Основные тенденции развития системы книгораспространения.	37
2.2. Объем книжного рынка и структура каналов книгораспространения.	38
2.3. Динамика цен на книги и книжных продаж.	44
2.4. Книгораспространение в регионах России.	49
2.5. Интернет-торговля книгами.	52
2.6. Рейтинг ведущих мировых книготорговых компаний.	55
2.7. Прогнозы развития российской книжной отрасли в 2011 г. Мнения экспертов.	57
III. ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ	59
3.1. Основные тенденции развития рынка электронных изданий за рубежом.	59
3.2. Рынок электронных изданий и букридеров в России.	63
3.3. Электронные библиотеки и электронно-библиотечные системы в России.	67
3.4. Коды ISTC.	69
3.5. Чтение электронных книг.	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	76
СПИСОК ТАБЛИЦ	77
СПИСОК РИСУНКОВ	78

ВВЕДЕНИЕ

Очередной доклад «Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития» посвящен анализу результатов развития книжной индустрии Российской Федерации в 2010 году. В нем рассматриваются итоги деятельности российских издательств, состояние и тенденции развития системы книгораспространения и конъюнктура книжного рынка страны.

Прошедший 2010 год знаменует собой рубеж двух первых десятилетий XXI века. Нулевые годы, как принято обозначать завершившееся десятилетие, унаследовавшие отголоски августовского дефолта 1998 года, начались бурным ростом основных индикаторов развития отрасли книгоиздания, связанным, с одной стороны, с общим оживлением российской экономики, а с другой – с государственной поддержкой книгоиздания, эффективно действовавшей до конца 2003 г. Однако, на излете десятилетия отрасль, как и вся экономика страны, подверглась воздействию нового экономического кризиса. Поэтому итоги закончившегося 2010 г. как третьего кризисного года рассматриваются не только в сравнении с предыдущим, 2009 г., но и в контексте всех нулевых лет.

В докладе обращается внимание на то, что элементы инерции, присущие отрасли и обеспечившие сохранение ею достаточно позитивного развития на протяжении первых двух лет кризиса, в 2010 г. сыграли и негативную роль, тормозя процессы выхода из сложившейся ситуации и возврата к тем положительным тенденциям, которыми характеризовались первые годы нового тысячелетия.

Как видно из материалов доклада, многие российские издательства и предприятия различных каналов книгораспространения ведут постоянную работу по преодолению трудностей, возникших в результате кризиса и действия обстоятельств непреодолимой силы летом 2010 г. Больше внимания уделяется проблемам оптимизации тиражей и выпуска книг в целом, сдерживанию роста розничных цен, преодолению кризиса неплатежей, а также развитию инфраструктуры книжной торговли. Книжные магазины, как независимые, так и сетевые, озабоченные снижением покупательской активности, разрабатывают и осуществляют маркетинговые приемы расширения рынка.

По традиции в специальном разделе доклада рассматриваются проблемы, связанные с бурным развитием электронного книгоиздания. Растущая популярность электронных книг и устройств для их чтения заставляет книжную индустрию активно адаптироваться к новым условиям.

Материалы доклада опираются на результаты отраслевого мониторинга, осуществляемого Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, выводы и рекомендации нескольких крупных научно-практических конференций и «круглых столов», на контент-анализ отраслевой отечественной и зарубежной прессы, а также на экспертные оценки авторитетных представителей отрасли, результаты социологических исследований и информацию ведущих индустриальных аналитических центров мира.

И. ИТОГИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО КНИГОИЗДАНИЯ В 2010 Г.

1.1. Количественные показатели российского книгоиздания

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики (Росстата), в 2010 году ВВП Российской Федерации составил 44,49 трлн. рублей в текущих ценах, увеличившись по сравнению с 2009 г. на 4%.

Табл. 1.

Основные макроэкономические показатели развития России в 2001-2010 гг.

Показатель	Ед. изм.	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ВВП	млрд руб.	8944	10819	13208	17027	21610	26917	33248	41429	39101	44491,4
	% к предыдущему периоду	5,1	4,7	7,3	7,2	6,4	8,2	8,5	5,2	-7,9	4,0
Реальные доходы населения	% к предыдущему периоду	8,7	11,1	15,0	10,4	12,4	13,5	12,1	2,3	2,1	4,3
Инфляция	% к предыдущему периоду	18,6	15,1	12,0	11,7	10,9	9,0	11,9	13,3	8,8	8,8

Источники: Федеральная служба государственной статистики, Институт комплексных стратегических исследований.

Тем не менее в целом, считают эксперты, говорить о восстановлении экономики после кризиса пока еще рано – снижение реального ВВП в 2009 году составило 7,8% по сравнению с 2008 годом, так что 4-процентный рост в 2010 году лишь приближает Россию к докризисным показателям.

В 2011 году Минэкономразвития ожидает роста ВВП на 4,2%. Способствовать росту российской экономики может приток средств, обеспеченный ростом цен на энергоносители, а также увеличение инвестиций. Это должно привести к постепенному росту потребительской активности и, как следствие, к дальнейшему подъему в ряде отраслей экономики.

Доля расходов на конечное потребление в структуре ВВП по итогам 2010 года составила 70,6%, что на 3,4% меньше, чем в 2009 году (74,0%). В том числе доля расходов домохозяйств снизилась на 2% – до 50,9% с 52,9% ВВП. Что касается потребительской инфляции, то, согласно официальным данным Росстата, в 2010 году она составила 8,8%. Однако, если по итогам года общий индекс цен вырос на 8,8%, то показатель продовольственной инфляции составил 12,9% (без учета плодоовощной продукции – 9,4%). Но еще более существенный рост стоимости продемонстрировал рассчитываемый Росстатом минимальный набор продуктов питания, т.е. совокупность продовольственных товаров, необходимых для удовлетворения первоочередных потребностей человека за определенный период. Так, по итогам года стоимость минимального продуктового набора в среднем по стране выросла на 22,4%, достигнув на конец декабря уровня 2625,7 рубля (в расчете на месяц).

Естественно, такой существенный рост стоимости потребительской корзины не может не сказываться на снижении активности покупательского поведения на книжном рынке.

В 2010 году, согласно данным Российской книжной палаты, российскими издательствами было выпущено **121738 названий** книг и брошюр совокупным тиражом **653,8 млн экз.** (см. рис. 1-2). В сравнении с 2009 годом оба количественных показателя оценки российского книгоиздания оказались хуже аналогичных показателей 2009 года: падение по числу выпущенных названий составило 4,6%, а по совокупному тиражу – 8,8%. Ситуация в российском книгоиздании по итогам 2009 года выглядела несколько лучше общего положения в экономике. На фоне почти 8%-ного падения ВВП в 2009 году отрасль показала 3,5%-ный рост к уровню 2008 года по числу выпущенных изданий (127596 названий), а падение тиражных показателей составило «лишь» 5,8% (716,6 млн экземпляров). Если данные 2010 года сравнить с результатами последнего «тучного» 2008 года, то падение числа выпущенных названий покажется не столь значительным – лишь 1,3% (поскольку в 2009 году, как было указано выше, был примерно 3,5%-ный рост), а по совокупному тиражу оно составит 14% с учетом почти 6%-ного падения в 2009-ом.

Немаловажную характеристику развитию российского книгоиздания дает динамика печатных объемов выпускаемой продукции. Именно этот показатель дает представление о размерах загрузки полиграфических предприятий и в кризисный период становится едва ли не более важным, чем номинальное число издаваемых титулов. Как видно из табл. 4, общий листаж выпущенной в России книжной продукции сократился в 2010 году незначительно – менее чем на 2%, однако если вспомнить, что в 2009 году совокупный объем печатной массы сократился по отношению к 2008-му на 17,34%, то можно увидеть, что общее падение этого показателя по отношению к «базисному» 2008-му году составляет почти 20% (см. рис. 7).

В целом же за прошедшее десятилетие число книг и брошюр, издаваемых в стране, выросло на 73,1%, а их тиражи увеличились на 20,5%. Если же брать максимальные значения, достигнутые российским книгоизданием в первом десятилетии XXI века – по числу выпущенных названий в 2009 г., а по тиражу – в 2008 г., и сравнить их с 2001 годом, то максимальный прирост указанных показателей за десятилетие окажется равным соответственно 81,4% (т.е. почти вдвое) и 40,2%.

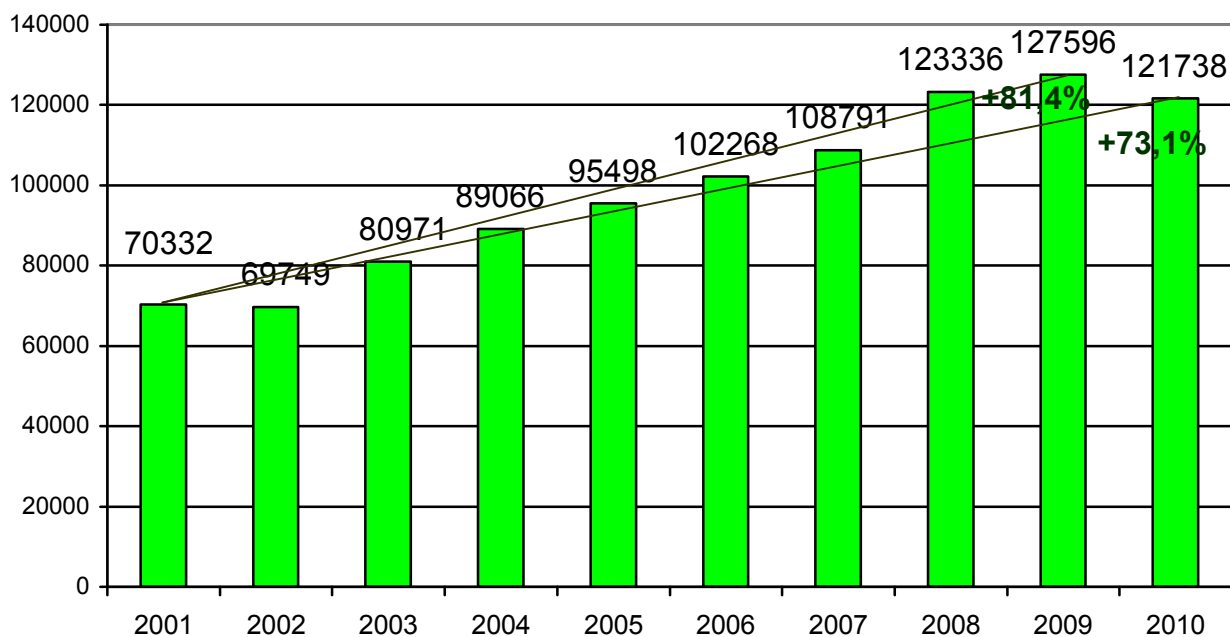
Важным социальным показателем в книгоиздании служит число экземпляров выпущенных книг и брошюр в расчете на душу населения. В начале этого века данный показатель составлял 3,71 экз. на человека, после чего в 2008 г. достиг своего максимума – 5,35 экз. и закончил десятилетие на отметке 4,61 экз. (см. рис. 3). Таким образом, число изданий, выпускаемых на душу населения, с 2001 по 2010 г. выросло на 24,3%, однако по отношению к 2009 году данный показатель в 2010 г. сократился на 8,76%. По отношению же к «пиковому» 2008 году он уменьшился уже почти на 14%.

При этом надо понимать, что увеличение числа выпущенных изданий в расчете на душу населения с 2001 по 2010 г. произошло не только благодаря 20%-ному росту тиражей выпускаемой продукции, но и вследствие естественной убыли населения России, которое, согласно данным Росстата, за прошедшие 10 лет сократилось на 4,4 млн чел., или на 3%.

Исходя из представленных данных, можно сделать расчет динамики «производных» показателей российского книгоиздания – среднего тиража одной книги (отношение совокупного тиража к числу выпущенных названий) и среднего объема одного экземпляра издания (отношение совокупного листаж к совокупному тиражу). Так, средний тираж одного издания по итогам 2001-2010 гг. сократился на 2340 экземпляров, или на 30,4%, а средний объем одного экземпляра издания уменьшился за это же время на 14,6% (см. рис. 4).

Рис. 1.

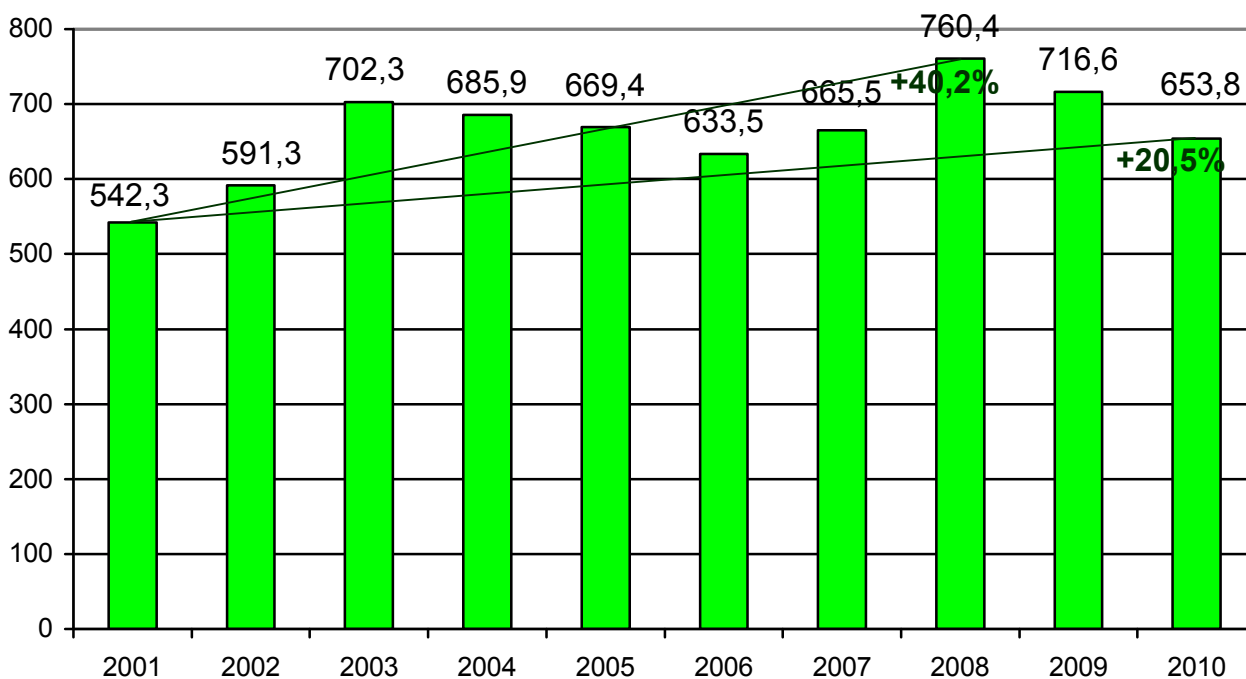
Количественные показатели развития российского книгоиздания в 2001-2010 гг.
(число выпущенных изданий)



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

Рис. 2.

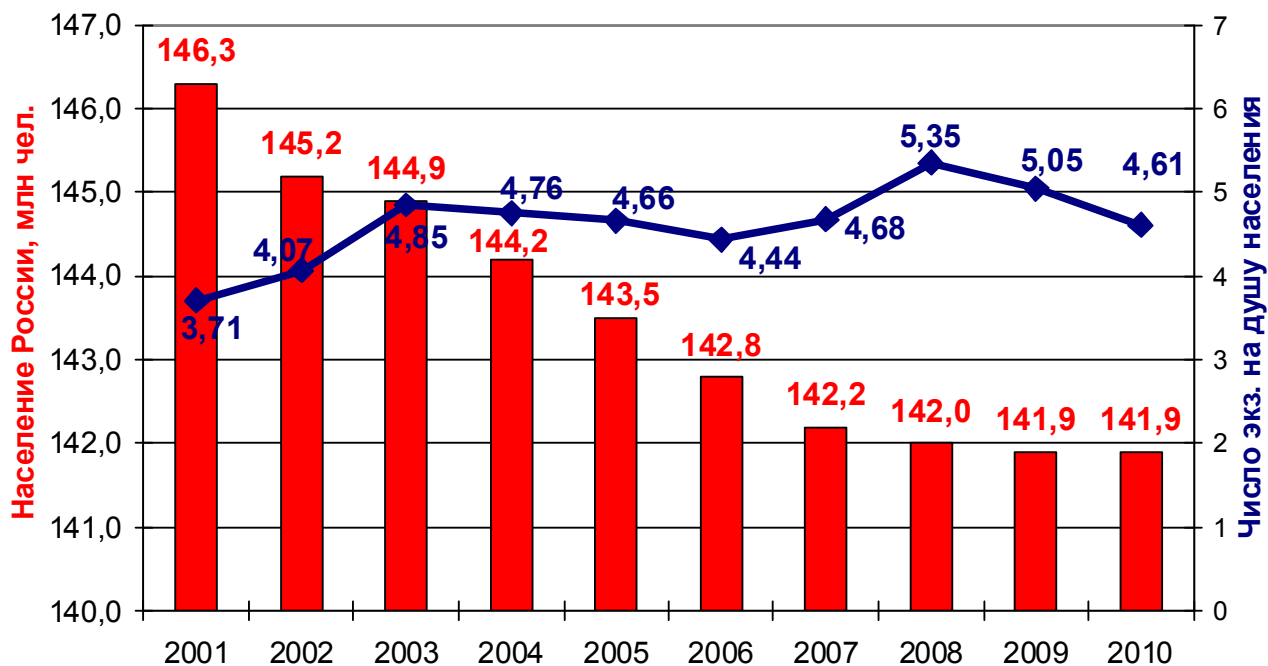
Количественные показатели развития российского книгоиздания в 2001-2010 гг.
(тираж, млн экз.)



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

Рис. 3.

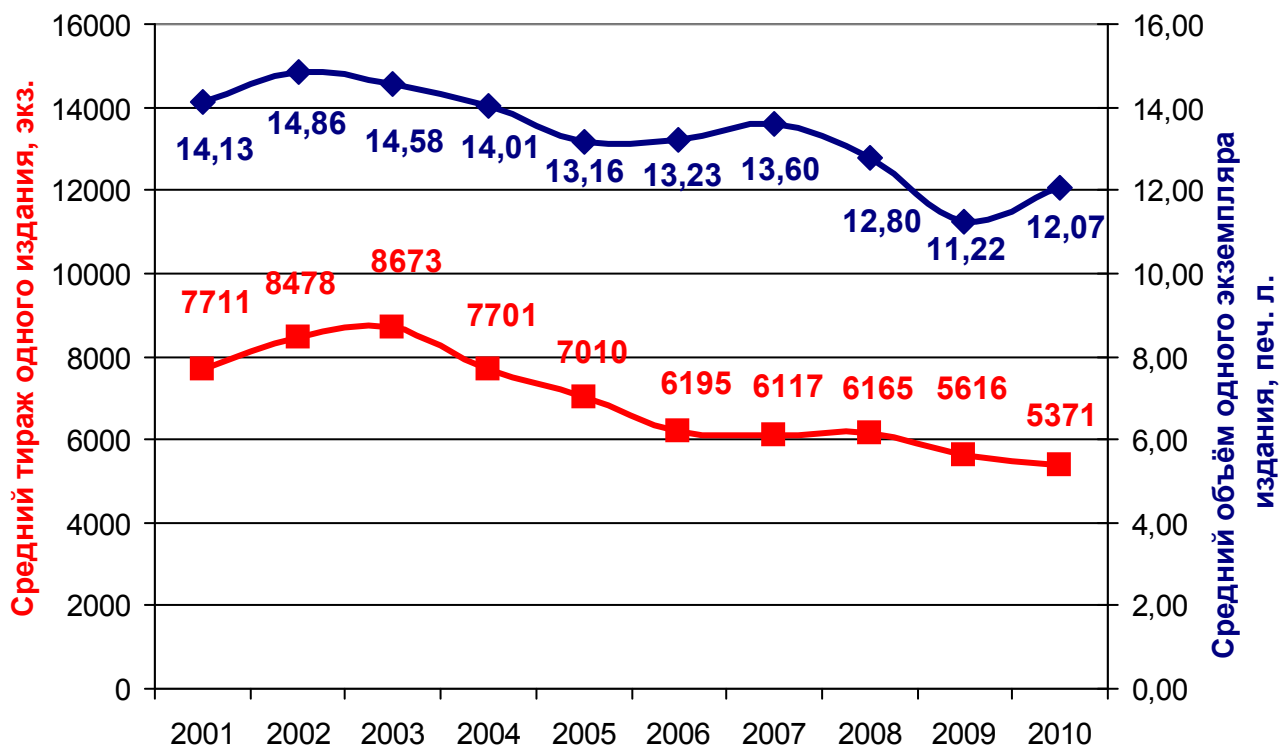
Население России и число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчете на душу населения в 2001-2010 гг.



Источники: Федеральная служба государственной статистики, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Рис. 4.

Средние тиражи и объемы издаваемой в России книжной продукции в 2001-2010 гг.



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

При этом только за последний год средний тираж одного издания в России сократился на 4,4% – с 5616 до 5371 экз., а вот средний объем одного экземпляра после «провального» 2009 года вырос на 7,5% – с 11,22 до 12,07 печ. л. Тем не менее, как можно убедиться из представленной диаграммы, у обоих показателей налицо понижающий тренд, который, по всей видимости, сохранится и в наступающем десятилетии.

Заслуживает внимания анализ соотношения выпуска изданий по книгам и брошюрам. Отметим, что если в первом «полнокризисном» году – 2009-ом – акцент издателей вполне объяснимо сместился от выпуска книг в сторону выпуска брошюр (рост выпуска брошюр по числу названий тогда составил 13,7%, а рост выпуска книг лишь 1,7%), то 2010 год показал принципиально иную картину (см. табл. 2-4, а также рис. 5-7). Оба вида издательской продукции в прошедшем году по основным оценочным показателям продемонстрировали снижение. Однако в то время как выпуск книг сократился лишь незначительно (по числу выпущенных названий сокращение составило около 4%, по совокупному тиражу – менее полпроцента), выпуск брошюр по числу названий сократился почти сразу на 9%, а по совокупному тиражу – более чем на 27%. Если учесть, что в 2009 году был зафиксирован резкий всплеск совокупных тиражей выпускаемых брошюр на 29,2%, то их падение в 2010 году полностью его нивелировало, отбросив этот показатель ниже уровня 2008 года (см. рис. 6).

Табл. 2.

Основные характеристики выпущенных в 2010 г. книг и брошюр (по числу изданий)

	Число выпущенных изданий, 2009 г.	Число выпущенных изданий, 2010 г.	Изменение числа выпущенных изданий в 2010 г. к 2009 г.		Доля в совокупном числе изданий в 2009 г.	Доля в совокупном числе изданий в 2010 г.	Изменение доли в совокупном числе изданий в 2010 г. к 2009 г.
			названий	%			
Всего	127596	121738	-5858	-4,59	100%	100%	–
Книги	106848	102790	-4058	-3,80	83,7%	84,4%	+0,7%
Брошюры	20748	18948	-1800	-8,68	16,3%	15,6%	-0,7%
В переплете	40444	40113	-331	-0,82	31,7%	33,0%	+1,3%
В обложке	87152	81625	-5527	-6,34	68,3%	67,0%	-1,3%
Новые издания	111221	104083	-7138	-6,42	87,2%	85,5%	-1,7%
Переиздания	16375	17655	+1280	+7,82	12,8%	14,5%	+1,7%
Сериальные издания	48306	46945	-1361	-2,82	37,9%	38,6%	+0,7%
Переводные издания	14078	14268	+190	+1,35	11,0%	11,7%	+0,7%

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

Табл. 3.

Основные характеристики выпущенных в 2010 г. книг и брошюр (по тиражам)

	Тираж, тыс. экз., 2009 г.	Тираж, тыс. экз., 2010 г.	Изменение тиража в 2010 г. к 2009 г.		Доля в совокупном тираже в 2009 г.	Доля в совокупном тираже в 2010 г.	Изменение доли в совокупном тираже в 2010 г. к 2009 г.
			тыс. экз.	%			
Всего	716553,1	653843,7	-62709,4	-8,75	100%	100%	–
Книги	496759,1	494553,0	-2206,1	-0,44	69,3%	75,6%	+6,3%
Брошюры	219794	159290,7	-60503,3	-27,53	30,7%	24,4%	-6,3%

В переплете	240746,3	243571,0	+2824,7	+1,17	33,6%	37,3%	+3,7%
В обложке	475806,8	410272,7	-65534,1	-13,77	66,4%	62,7%	-3,7%
Новые издания	536684,8	462044,1	-74640,7	-13,91	74,9%	70,7%	-4,2%
Переиздания	179868,3	191799,6	+11931,3	+6,63	25,1%	29,3%	+4,2%
Сериальные издания	405398,4	406260,9	+862,5	+0,21	56,6%	62,1%	+5,5%
Переводные издания	84679,9	86815,8	+2135,9	+2,52	11,8%	13,3%	+1,5%

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

Табл. 4.

Основные характеристики выпущенных в 2010 г. книг и брошюр (по листажу)

	Печ. л.-отт., тыс., 2009 г.	Печ. л.-отт., тыс., 2010 г.	Изменение совокупного листажу в 2010 г. к 2009 г.		Доля в совокупном листажу в 2009 г.	Доля в совокупном листажу в 2010 г.	Изменение доли в совокупном листажу в 2010 г. к 2009 г.
			тыс. л.-отт.,	%			
Всего	8042232	7888957,9	-153274,1	-1,91	100%	100%	–
Книги	7756357	7568306,3	-188050,7	-2,42	96,45%	95,94%	-0,51%
Брошюры	285875,5	320651,6	+34776,1	+12,16	3,55%	4,06%	+0,51%
В переплете	4761489	4724332,9	-37156,1	-0,78	59,21%	59,89%	+0,68%
В обложке	3280743	3164625,0	-116118,0	-3,54	40,79%	40,11%	-0,68%
Новые издания	5622022	5491204,8	-130817,2	-2,33	69,91%	69,61%	-0,30%
Переиздания	2420210	2397753,1	-22456,9	-0,93	30,09%	30,39%	+0,30%
Сериальные издания	4257024	4441815,6	+184791,6	+4,34	52,93%	56,30%	+3,37%
Переводные издания	1371824	1385504,1	+13680,1	+1,0	17,06%	17,56%	+0,50%

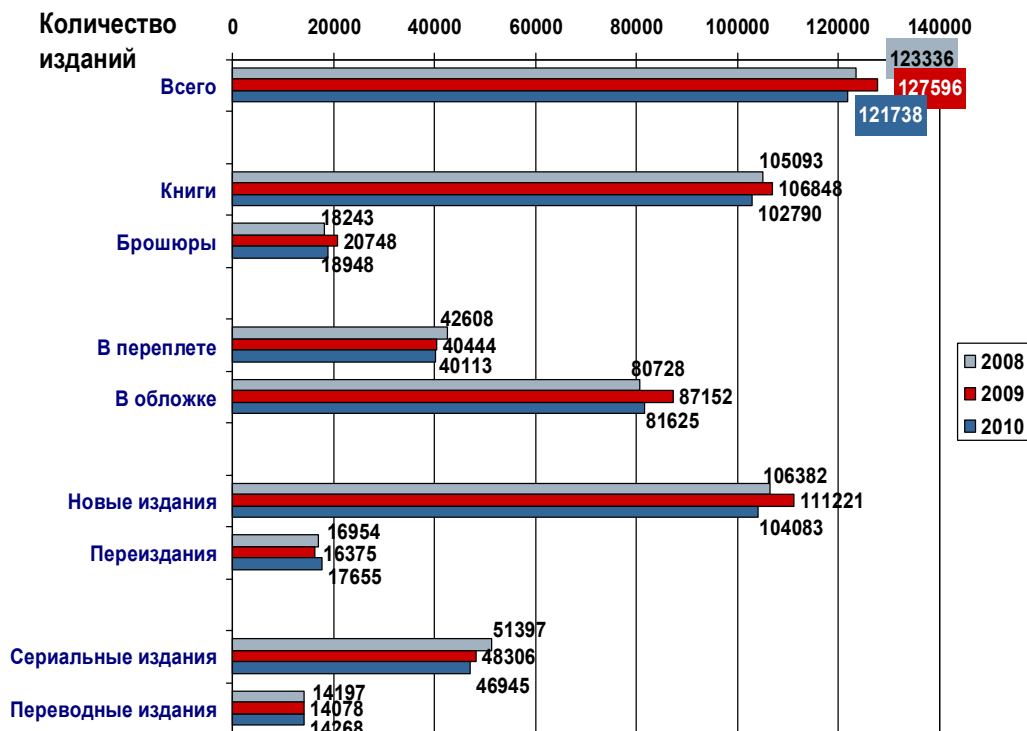
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Таким образом, доля книг в совокупном числе издаваемых в России непериодических печатных изданий за прошедший год прибавила 0,7%, а по тиражам – 6,3%. Однако этот рост не перекрывает полупроцентного падения доли книг в общем объеме выпуска по названиям в 2009 году по отношению к 2008-му и сокращения этой доли в 2009 году по отношению к 2008-му на 8,3% по тиражам.

Анализ распределения выпуска книг и брошюр в 2009 и 2010 гг. по тиражным группам (см. табл. 5 и рис. 8) показывает, что самым уязвимым сегментом в прошедшем году стали издания, выпускаемые тиражом от 1 до 5 тыс. экземпляров (именно в этой категории находится подавляющая часть издаваемой в стране интеллектуальной литературы и учебников для высших школ): за год он потерял более 7% по числу названий и по тиражу. Едва заметный прирост получен в сегменте изданий, выпускаемых тиражом от 5 до 10 тыс. экз., однако он, к сожалению, обусловлен не переходом в эту группу части книг, издаваемых более мелкими тиражами, а напротив, переходом в нее преимущественно изданий из более высокотиражной группы – от 10 до 50 тыс. экз.

Рис. 5.

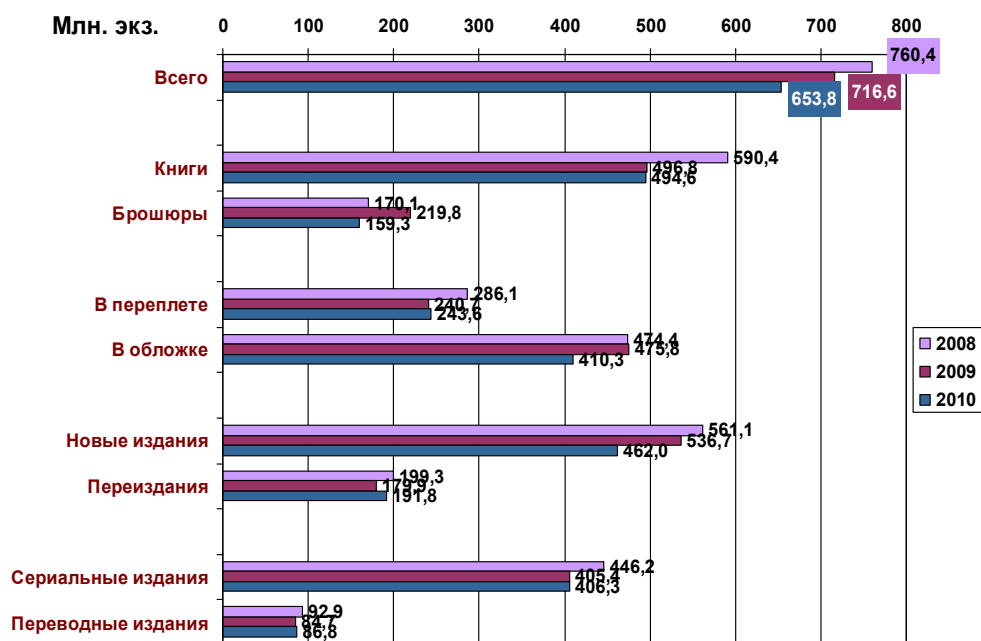
Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2010 гг.
(по числу изданий)



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

Рис. 6.

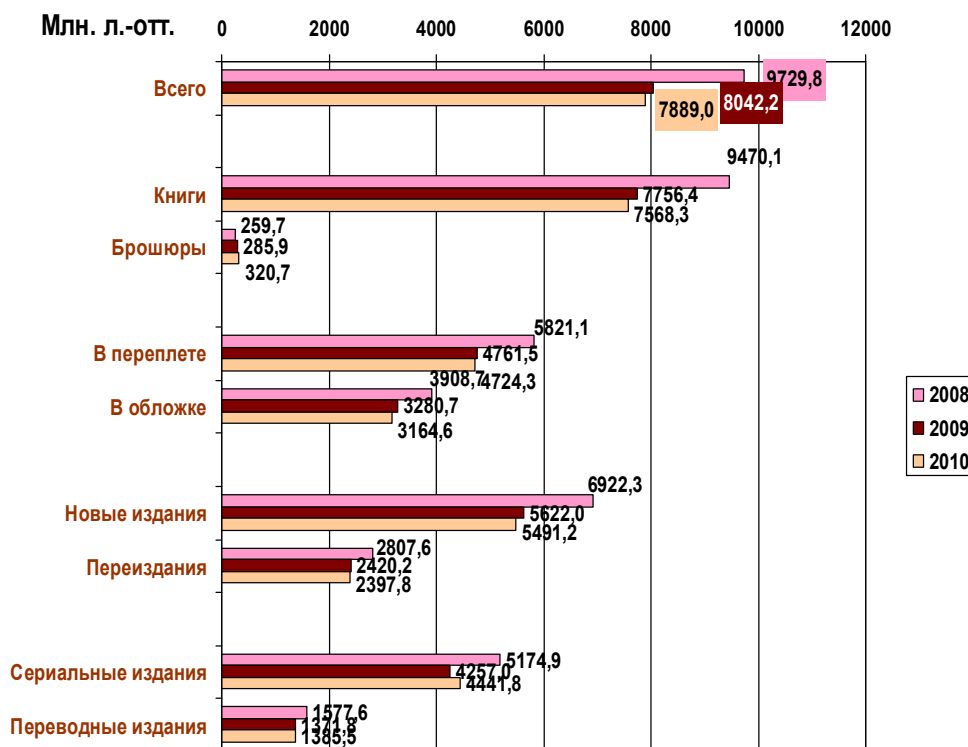
Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2010 гг.
(по тиражу)



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

Рис. 7.

Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2010 гг. (по листажу)



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

Табл. 5.

Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2009-2010 гг.

	Число выпущенных изданий, 2009 г.	Число выпущенных изданий, 2010 г.	Изменение числа выпущенных изданий в 2010 г. к 2009 г.		Совокупный тираж, тыс. экз., 2009 г.	Совокупный тираж, тыс. экз., 2010 г.	Изменение совокупного тиража в 2010 г. к 2009 г.	
			названий	%			Тыс. экз.	%
Всего	127596	121738	-5858	-4,59	716553,1	653843,7	-62709,4	-8,75
в том числе тиражом:								
до 500 экз.	51430	49665	-1765	-3,43	12892,8	12368,3	-524,5	-4,07
от 500 до 1000 экз.	10966	10432	-534	-4,87	10420,0	9930,8	-489,2	-4,69
от 1 тыс. до 5 тыс. экз.	38102	35350	-2752	-7,22	126460,2	117232,0	-9228,2	-7,30
от 5 тыс. до 10 тыс. экз.	13503	13750	+247	+1,83	110967,2	112801,3	+1834,1	+1,65
от 10 тыс. до 50 тыс. экз.	11069	10563	-506	-4,57	254259,3	235649,4	-18609,9	-7,32
от 50 тыс. до 100 тыс. экз.	1010	997	-13	-1,29	75625,7	71429,6	-4196,1	-5,55
свыше 100 тыс. экз.	494	462	-32	-6,48	125927,9	94432,3	-31495,6	-25,01
Без указания тиража	1022	519	-503	-49,22				

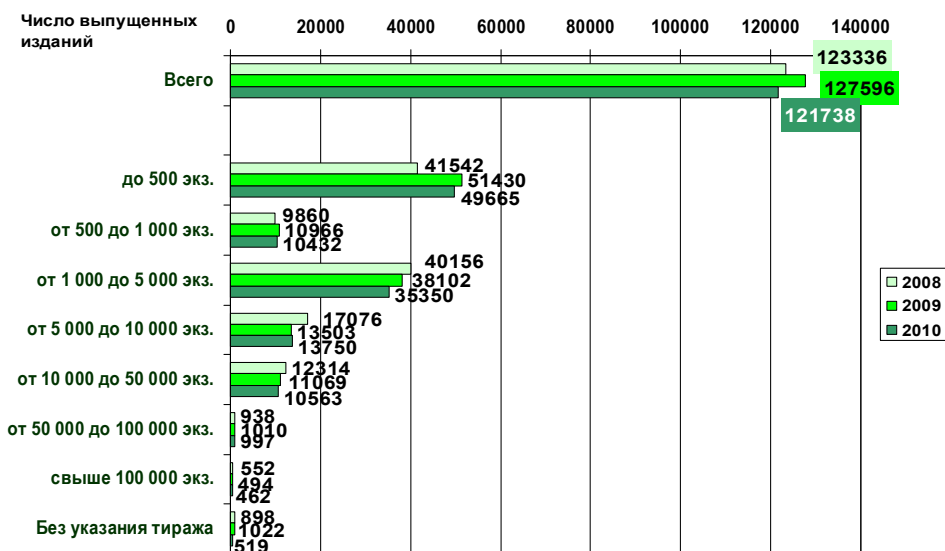
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Из данных табл. 5 видно, что доля первых двух групп (тиражом до 500 экз. и до 1000 экз.) в суммарном тираже за 2010 год составляет всего 3,4%, тогда как число названий в них составляет почти 50% от общего выпуска. В то же время видно, что значительную массу рыночных тиражей (от 10 тыс. до 50 тыс. экз.) – 36%, или более трети от общего тиража по стране, дают менее 10% всех выпущенных изданий, еще 35% тиража составляют издания, выпускаемые тиражом от 1000 до 10000 экз. (но их уже 40%

от общего числа названий). А самое интересное состоит в том, что более четверти (25,3%) суммарного тиража дают издания, вошедшие в группу от 50 тыс. экз. и выше, число наименований которых чуть более 1% в общем количестве выпущенных книг и брошюр.

Рис. 8.

Изменение в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2010 гг.



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

В целом за прошедшее десятилетие прослеживается отчетливая тенденция роста доли малотиражных изданий и сокращения числа изданий, попадающих в высокотиражные группы. Так, доля изданий, выпущенных тиражом от 1 до 5 тыс. экз., выросла с 2001 по 2010 годы с 21% до 29% по числу названий и с 9,8% до 17,9% (почти в два раза!) по совокупным тиражам. Также за прошедшие 10 лет выросла доля малотиражных брошюр, выходящих тиражом до 500 экз.: за это время она увеличилась по числу названий с 35,5% до 40,8%, а по тиражу – с 1,2% до 1,9%. При этом видно, что увеличение доли малотиражной продукции в общем числе выпускаемых изданий шло, в основном, за счет сокращения доли изданий, выходящих тиражом от 5 до 10 тыс. экз. и от 10 до 50 тыс. экз., а в совокупных тиражах – за счет изданий, выпускаемых в группах от 50 до 100 тыс. экз. и от 100 тыс. экз. и выше.

Несмотря на общее сокращение объемов книгопроизводства, выпуск переводных изданий по количеству названий и по тиражу остался примерно на уровне 2009 г. В прошедшем году книги выпускались в переводе с 87 языков стран ближнего и дальнего зарубежья, а также с языков народов России.

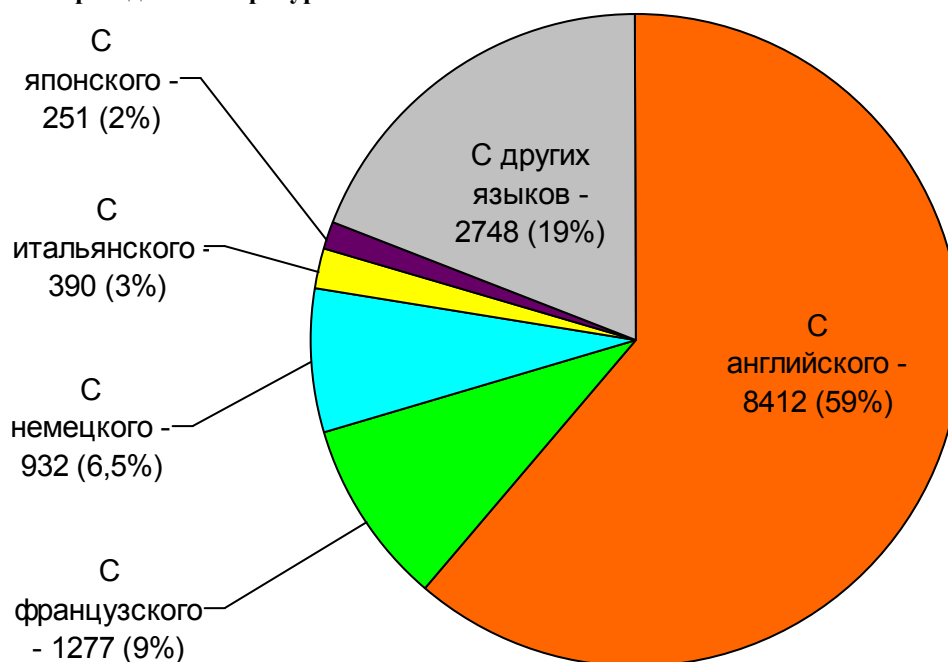
В истекшем году было издано также 3152 издания на 70 языках народов России и зарубежных стран. И здесь, как и в переводной литературе, на первом месте издания на английском языке – 1124 названий (в 2009 г. – 1018 названий) общим тиражом около 4,1 млн экз.

В табл. 6 сведены показатели выпуска книг и брошюр по тематике изданий. По числу выпущенных названий основное место занимают издания политической и социально-экономической литературы (33069 названий), литературы по образованию,

культуре и средствам массовой информации (19051 название, в основном учебные издания) и художественной литературы (18131 название).

Рис. 9.

Число изданий переводной литературы в 2010 г.



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

Отрицательная динамика по числу выпущенных названий наблюдалась почти во всех тематических разделах репертуара. Исключение составили литература по образованию, культуре и средствам массовой информации (+2,4%), детская литература (+0,7%) и литература универсального содержания, которая показала наибольший прирост (+27,8%). Самое большое падение наблюдалось в сегменте литературы по филологическим наукам и искусству (-12,3%). Что касается тиражных показателей, то здесь наибольший прирост произошел в сегменте литературы универсального содержания (+211,3%), а наибольшее падение – в сегменте политической и социально-экономической литературы (-45,0%).

Табл. 6.

Выпуск книг и брошюр по укрупненным тематическим разделам в 2009-2010 гг.

	2009		2010		2010 в% к 2009	
	Число книг и брошюр	Общий тираж, млн экз.	Число книг и брошюр	Общий тираж, млн экз.	Число книг и брошюр	Общий тираж, млн экз.
Всего	127596	716,6	121738	653,8	-4,6%	-8,8%
Политическая и социально-экономическая литература	35772	138,6	33069	76,18	-7,6%	-45,0%
Естественнонаучная литература	9637	7,9	8665	6,2	-10,1%	-21,5%
Техническая литература	14598	30,9	14275	31,6	-2,2%	+2,3%
Сельскохозяйственная литература	3101	7,4	2999	9,2	-3,3%	+24,3%
Медицинская и спортивная литература	7430	36,4	6755	27,11	-9,1%	-25,5%
Литература по образованию, культуре и средствам массовой информации	18613	199,3	19051	214,5	+2,4%	+7,6%
Литература по филологическим наукам и искусству	8616	14,6	7556	20,1	-12,3%	+37,7%
Художественная литература	18729	130,8	18131	120,6	-3,2%	-7,8%

	2009		2010		2010 в% к 2009	
	Число книг и брошюр	Общий тираж, млн экз.	Число книг и брошюр	Общий тираж, млн экз.	Число книг и брошюр	Общий тираж, млн экз.
Детская литература	10866	145,3	10938	132,0	+0,7%	-9,2%
Литература универсального содержания	234	5,3	299	16,5	+27,8%	+211,3%

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

В табл. 7 приведены данные о выпуске отдельных видов изданий по целевому назначению, на которые приходится около трех четвертей всего суммарного тиража выпускаемых книг и брошюр. Как видно из таблицы, в 2010 г. сократился выпуск (по числу названий) почти всех видов изданий (за исключением изданий для детей и юношества). По тиражным показателям ситуация выглядит иначе: сокращение наблюдалось в сегментах научных (с 11,3 млн экз. до 10,0 млн экз.), литературно-художественных (со 130,8 до 120,6 млн экз.) и детских изданий (со 145,3 до 132,0 млн экз.). В то же время тиражи учебных и справочных изданий неуклонно росли. При этом рост тиражей справочной литературы при сокращении числа ее названий на 7,3% составил 1,8 раза.

Интересно проследить параллели кризисных двухлетий 2009/2010 гг. и 1999/2000 гг. Как видно из табл. 7, при выходе из первого кризиса наблюдалась тенденция роста числа названий и тиражных показателей практически во всех сегментах целевого назначения.

В 2009/2010 гг., наоборот, отчетливо прослеживается тенденция уменьшения количественных показателей почти во всех сегментах литературы, за исключением детской, где число выпущенных названий осталось примерно на уровне 2009 г.. Соотношение долей различных видов изданий в выпуске книжной продукции в 2010 г. представлено на рис. 10.

Табл. 7.

Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 1999-2000 гг. и в 2009-2010 гг. по некоторым категориям целевого назначения

Виды изданий по целевому назначению	1999				2000			
	Число изданий	Тираж, млн экз.	В% к общ. числу назв.	В% к общ. тир.	Число изданий	Тираж, млн экз.	В% к общ. числу назв.	В% к общ. тир.
Всего	47300	409,4	100%	100%	59543	471,2	100%	100%
<i>в т. ч. издания</i>								
Научные	7600	7,0	16,1	1,7	11414	8,7	19,2	1,8
Учебные	10511	110,9	22,2	27,1	14619	144,5	24,6	30,7
Справочные	2205	15,7	4,7	3,8	2534	16,1	4,3	3,4
Лит.-худож.	7701	107,8	16,3	26,3	9479	100,3	15,9	21,3
Для детей и юношества	2609	54,5	5,5	13,3	4123	71,2	6,9	15,1

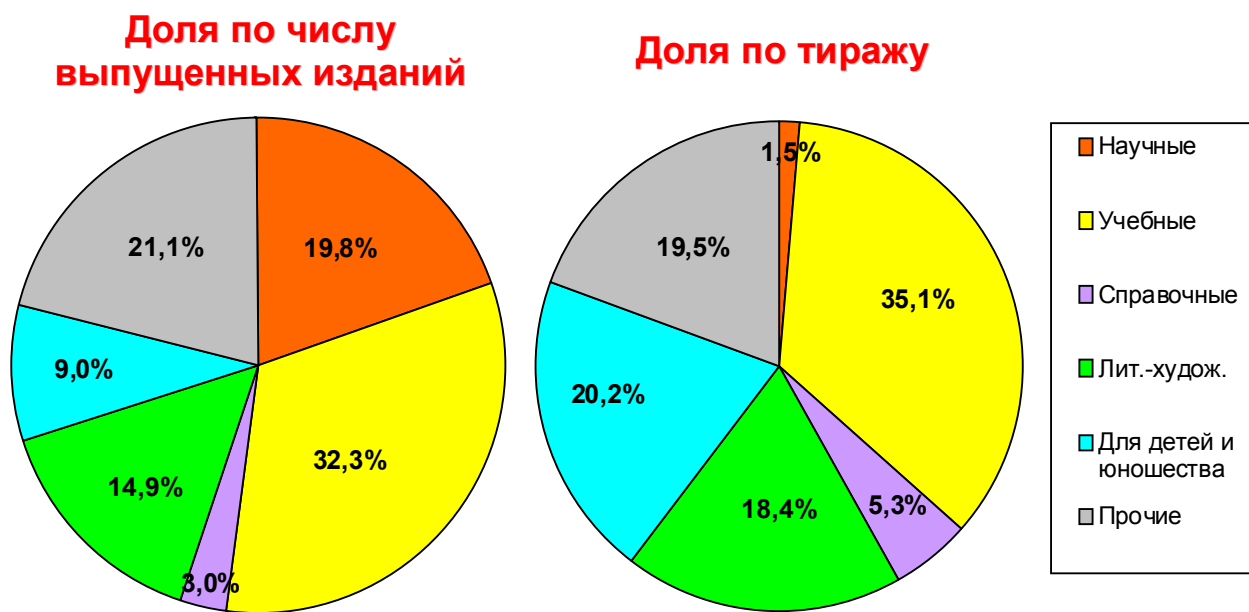
Виды изданий по целевому назначению	2009				2010			
	Число изданий	Тираж, млн экз.	В% к общ. числу назв.	В% к общ. тир.	Число изданий	Тираж, млн экз.	В% к общ. числу назв.	В% к общ. тир.
Всего	127596	716,6	100%	100%	121738	653,8	100%	100%
<i>в т. ч. издания</i>								
Научные	24671	11,3	19,3	1,6	24070	10,0	19,8	1,5
Учебные	40978	218,3	32,1	30,5	39309	229,6	32,3	35,1
Справочные	3884	19,5	3,0	2,7	3602	34,3	3,0	5,2
Лит.-худож.	18729	130,8	14,7	18,3	18131	120,6	14,9	18,4

Виды изданий по целевому назначению	2009				2010			
	Число изданий	Тираж, млн экз.	В% к общ. числу назв.	В% к общ. тир.	Число изданий	Тираж, млн экз.	В% к общ. числу назв.	В% к общ. тир.
Для детей и юношества	10866	145,3	8,5	20,3	10938	132,0	9,0	20,2

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

Рис. 10.

Соотношение долей различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2010 г.



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

Интересно также проследить динамику выпуска изданий по основным категориям целевого назначения в целом за последние 10 лет. Так, обращает на себя внимание динамика выпуска научной литературы (см. рис. 11). При планомерном увеличении числа выпускаемых названий (за 10 лет абсолютное число выпущенных в России названий научной литературы увеличилось в 1,8 раза) рост тиражей, начавшийся в 2001 г. и три года следовавший за выпуском числа названий, оборвался в 2003-ем и сменился резким падением, после чего последовала стагнация.

Число названий выпускаемой учебной литературы (см. рис. 12) также с небольшими отклонениями росло из года в год (за 10 лет рост абсолютного числа названий составил 2 раза), при этом тиражи выпускаемой учебной литературы оставались все эти годы примерно на одном уровне.

Выпуск художественной литературы в 2001-2010 гг. не отмечен ни существенным ростом числа выпущенных названий, ни динамикой тиражей, однако заметным явлением на общем фоне стало увеличение выпуска беллетристики в последний предкризисный (или первый кризисный) год – 2008-ой. Как видно из диаграммы (см. рис. 13), в 2008 году число выпущенных изданий художественной литературы увеличилось по отношению к 2007 году сразу более чем на 25%, а их тираж за этот год вырос на 20%. Однако после этого последовало снижение числа выпущенных названий в 2009-2010 гг., а тиражные показатели в 2010 г. вернулись едва ли не к уровню десятилетней давности.

Единственным видом литературы, который показал за прошедшее десятилетие весьма заметную положительную динамику по тиражам – это издания для детей и

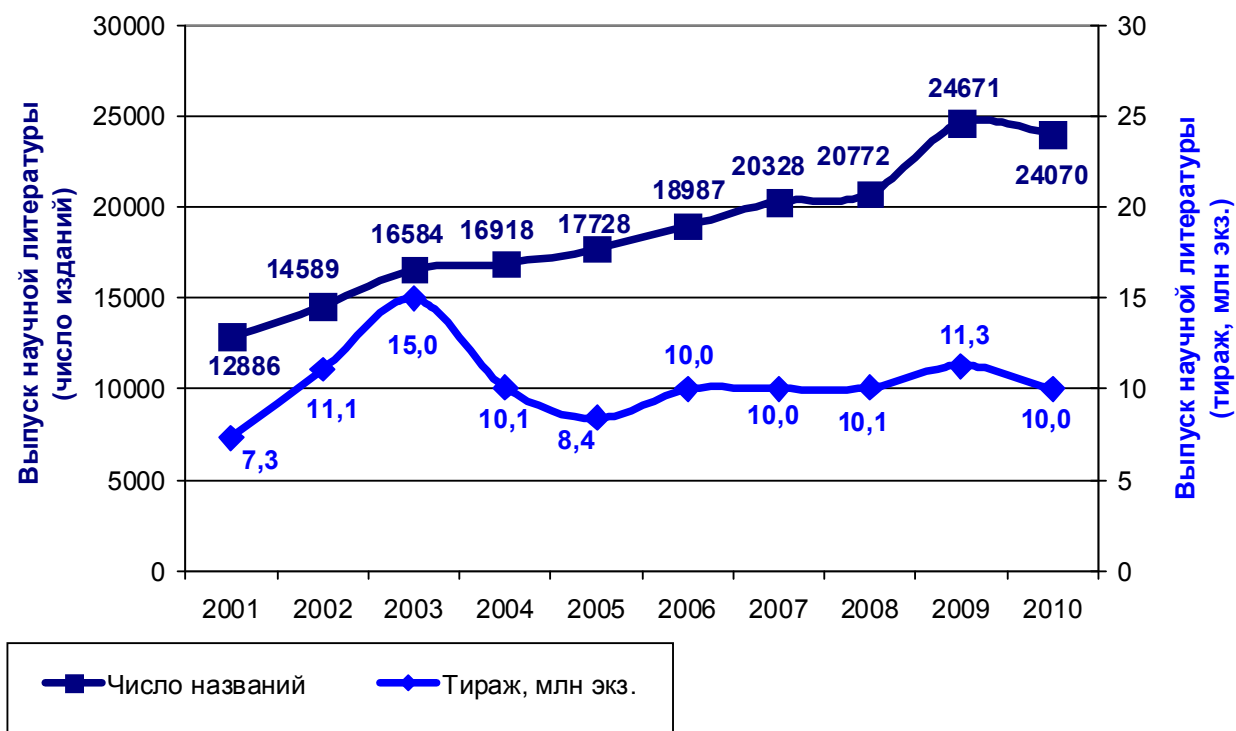
юношества. Так, с 2001 по 2010 гг. совокупные тиражи выпускаемых детских изданий в России выросли на 88,3%, а к максимальному уровню 2008 года рост тиражных показателей, начиная с 2001 г., составил 213,7% (2,1 раза). Еще более заметно выросло за прошедшее десятилетие число выпущенных названий детских книг – на 155% (более чем в 2,5 раза), и лишь кризис слегка приостановил этот небывалый рост.

Таким образом, за прошедшее десятилетие соотношение долей различных видов литературы (см. рис. 15-16) в общем выпуске книг и брошюр несколько изменилось. Так, по числу выпущенных названий в общем издательском репертуаре страны выросла доля учебных (на 15,8%), научных (на 8,2%) и детских (на 47,5%) изданий, а доля изданий художественной (на 15,8%) и справочной литературы (на 31,8%) сократилась.

По тиражам мы видим снижение доли учебной (на 9,5%) и художественной (на 13,6%) литературы на фоне резкого увеличения доли тиражей детских изданий (на 56,6%). Доли справочной (+4,0%) и научной (+15,4%) выросли не так заметно.

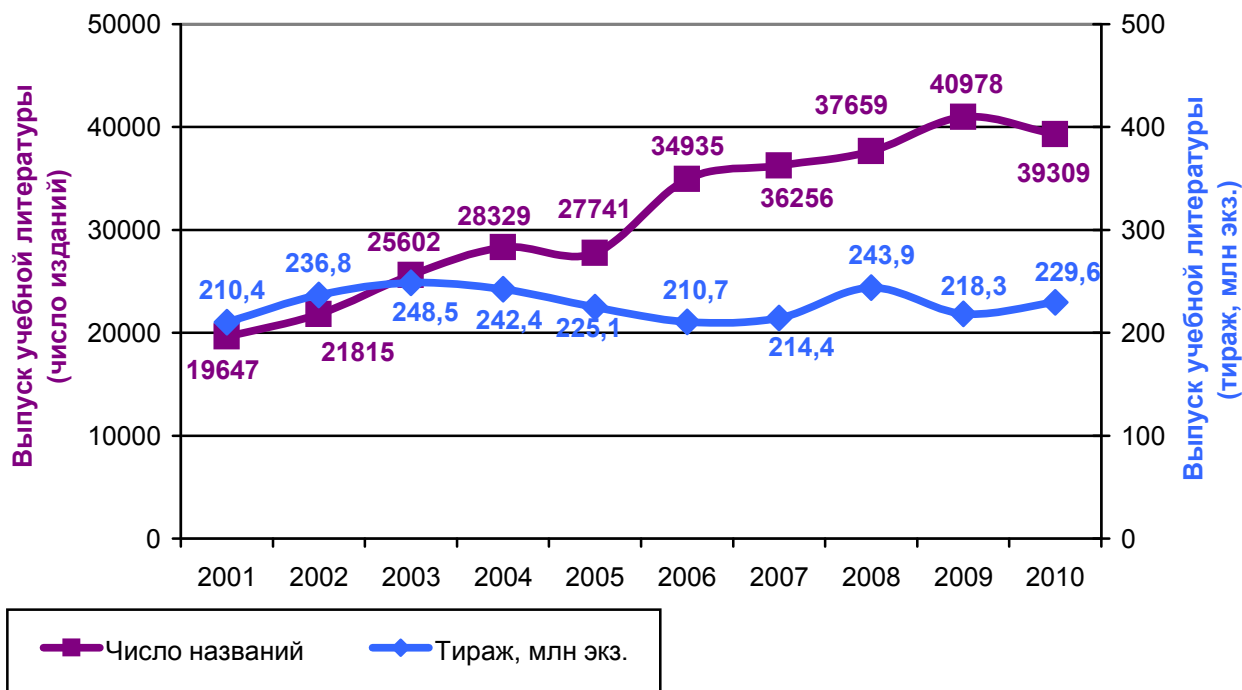
Интересно проследить динамику выпуска отдельных видов литературы на фоне некоторых социально-демографических показателей. Так, выпуск детской литературы в 2001-2010 гг. и по числу выпускаемых названий, и по тиражу опережал динамику роста численности детского населения России. В то время как за прошедшие 10 лет численность детского населения России в возрасте от 0 до 14 лет, согласно данным Росстата, сократилась более чем на 4 млн чел., или почти на 16%, выпуск детской литературы в стране показал более чем 55%-ный прирост по числу названий и почти 90%-ный прирост по совокупному тиражу (см. рис. 17). Таким образом, если 10 лет назад на одного ребенка в возрасте до 14 лет приходилось 2,75 экземпляра книги, то сегодня на душу детского населения в России приходится уже 6,17 экземпляров, то есть этот показатель за 10 лет вырос более чем в 2 раза.

Рис. 11.
Выпуск научной литературы в 2001-2010 гг.



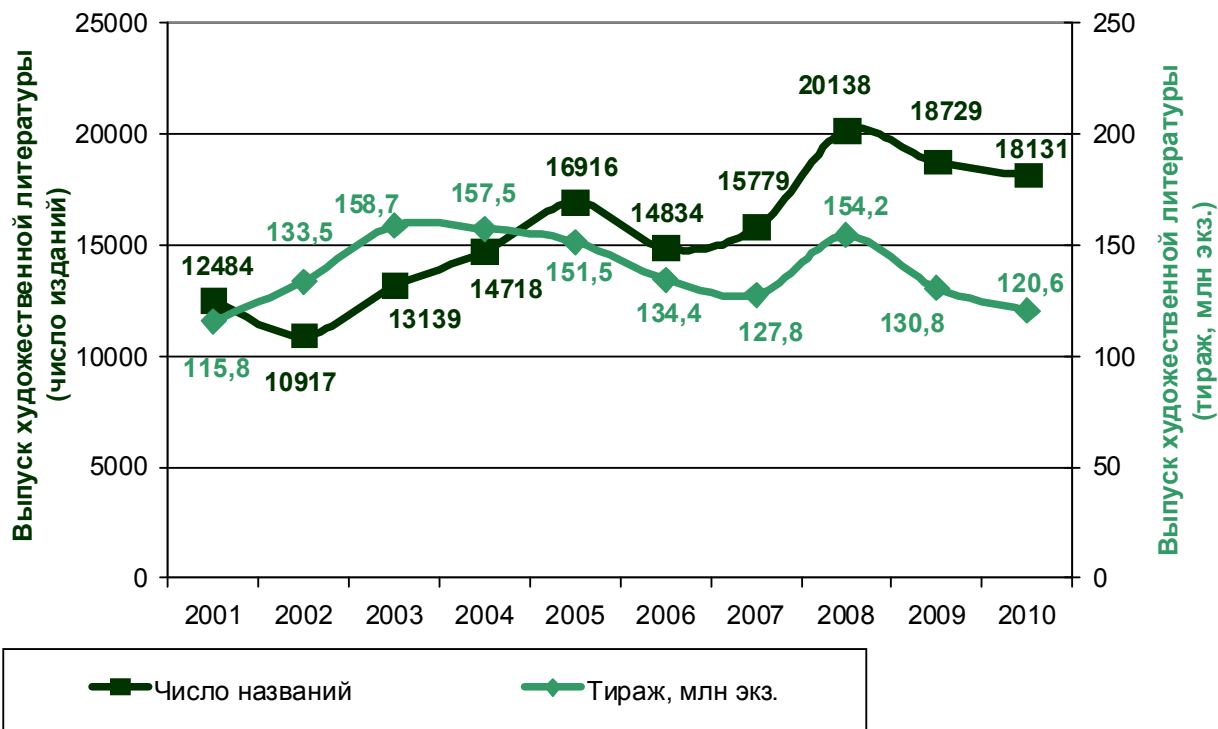
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Рис. 12.
Выпуск учебной литературы в 2001-2010 гг.



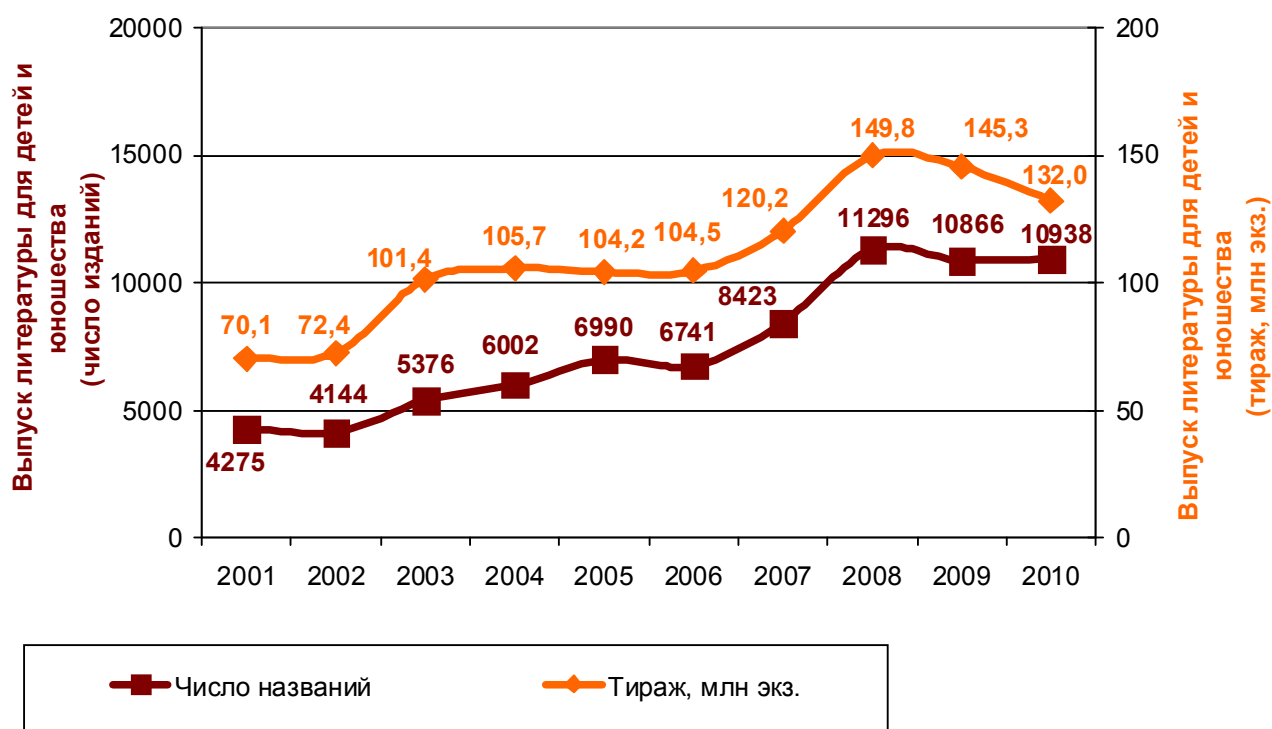
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Рис. 13.
Выпуск художественной литературы в 2001-2010 гг.



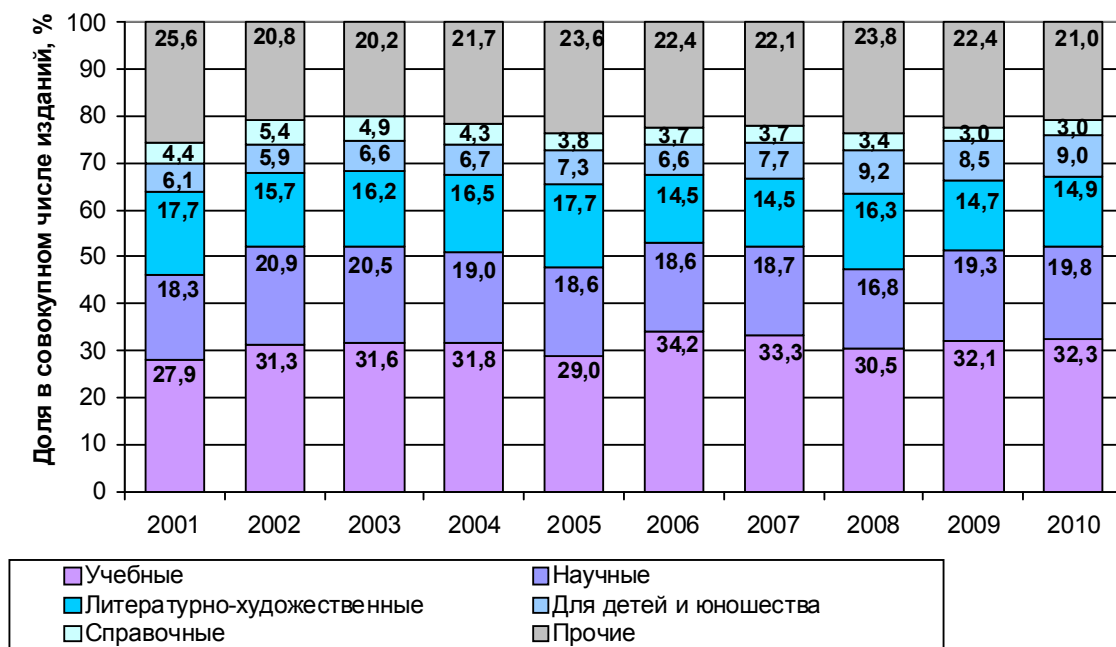
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

Рис. 14.
Выпуск литературы для детей и юношества в 2001-2010 гг.



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

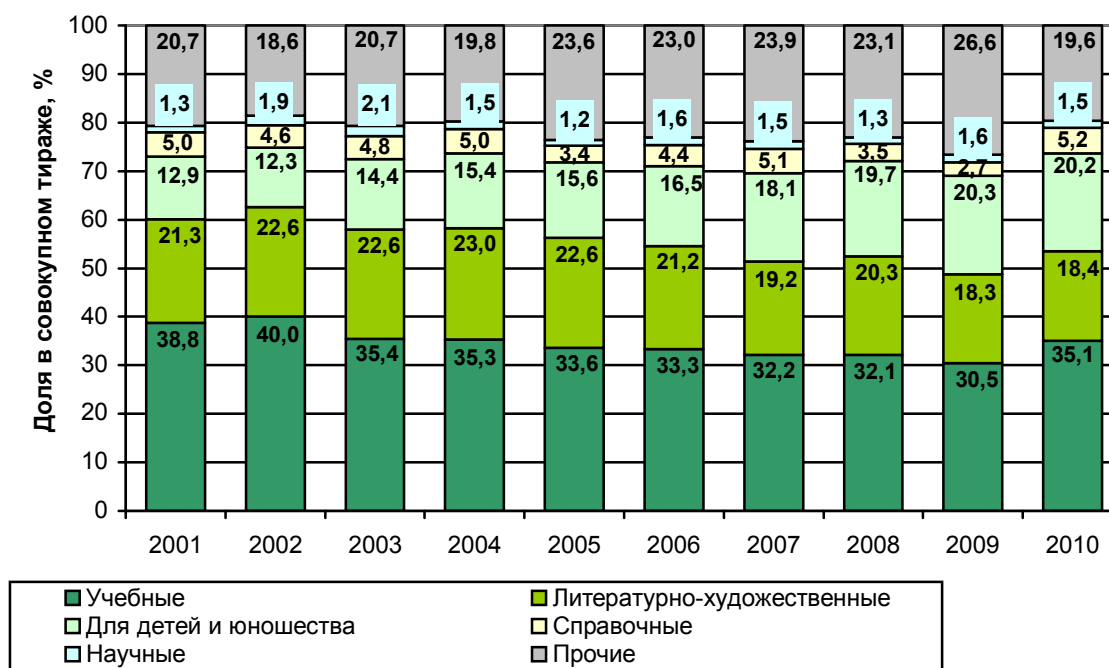
Рис. 15.
Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 2001-2010 гг. по некоторым категориям целевого назначения (доля в совокупном числе изданий, %)



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

Рис. 16.

Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 2001-2010 гг. по некоторым категориям целевого назначения (доля в совокупном тираже,%)



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

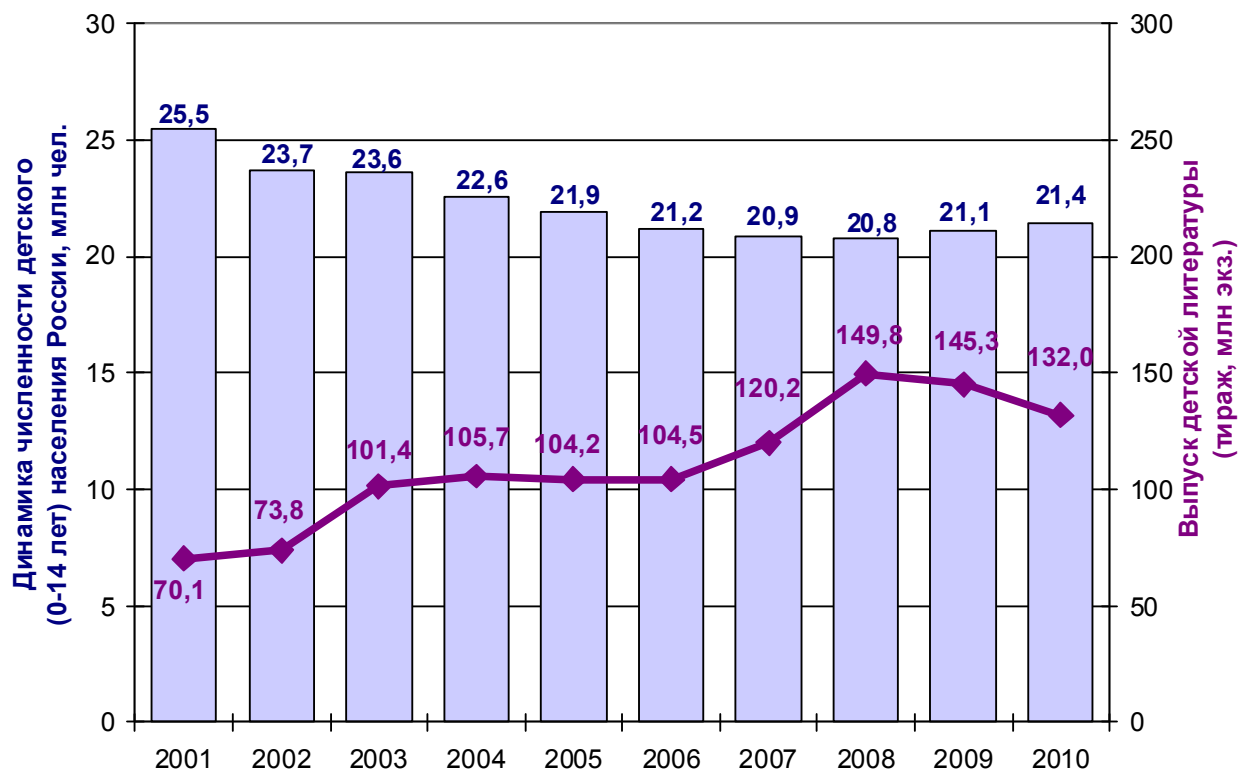
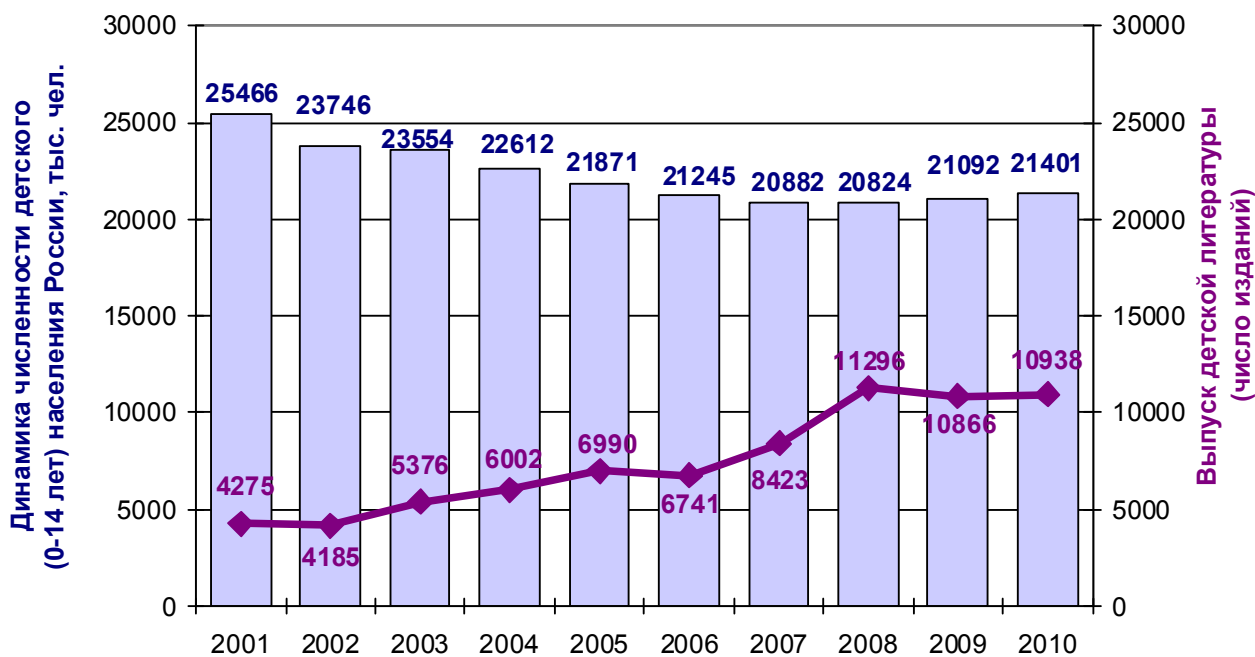
Аналогично можно рассчитать число издаваемой в России учебной литературы для средних школ и ВУЗов в расчете на одного учащегося.

Так, из рис. 18 можно видеть, что число учащихся средних школ сократилось с 2001 по 2010 гг. на 31,4% – с 19,8 млн чел до 13,6 млн чел. При этом выпуск учебной литературы для учащихся школ в стране показал почти 90%-ный прирост по числу названий и практически не изменился по совокупному тиражу. Таким образом, если 10 лет назад на одного школьника приходилось 8,56 экз. учебных изданий, то сегодня этот показатель увеличился до 12,47 экз., то есть за 10 лет вырос почти в 1,5 раза.

За 2002-2010 гг. (данные за 2001 г. отсутствуют) число учащихся высших учебных заведений страны выросло почти на 25%, при этом выпуск литературы для ВУЗов за прошедшее десятилетие увеличился по числу названий почти на 90% и сократился по тиражу почти на 55%. В расчете на одного студента в 2002/2003 г. приходилось 6,2 экз. книг, а в 2009/2010 г. – только 2,0 экз. На снижение тиражных показателей, помимо хорошо известных экономических причин, по всей видимости, немаловажное влияние оказывает и тот факт, что в последние годы студенты все чаще обращаются к ресурсам Интернета и меньше работают с традиционной печатной учебной книгой.

Рис. 17.

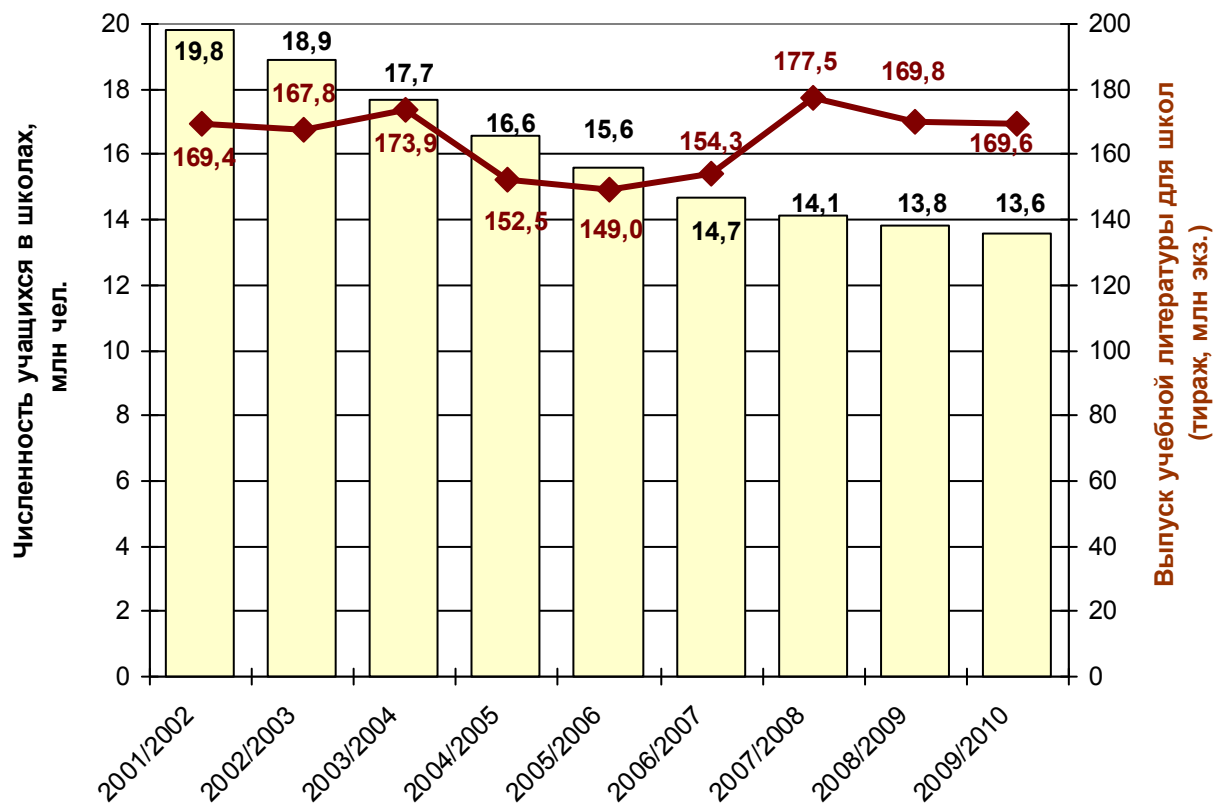
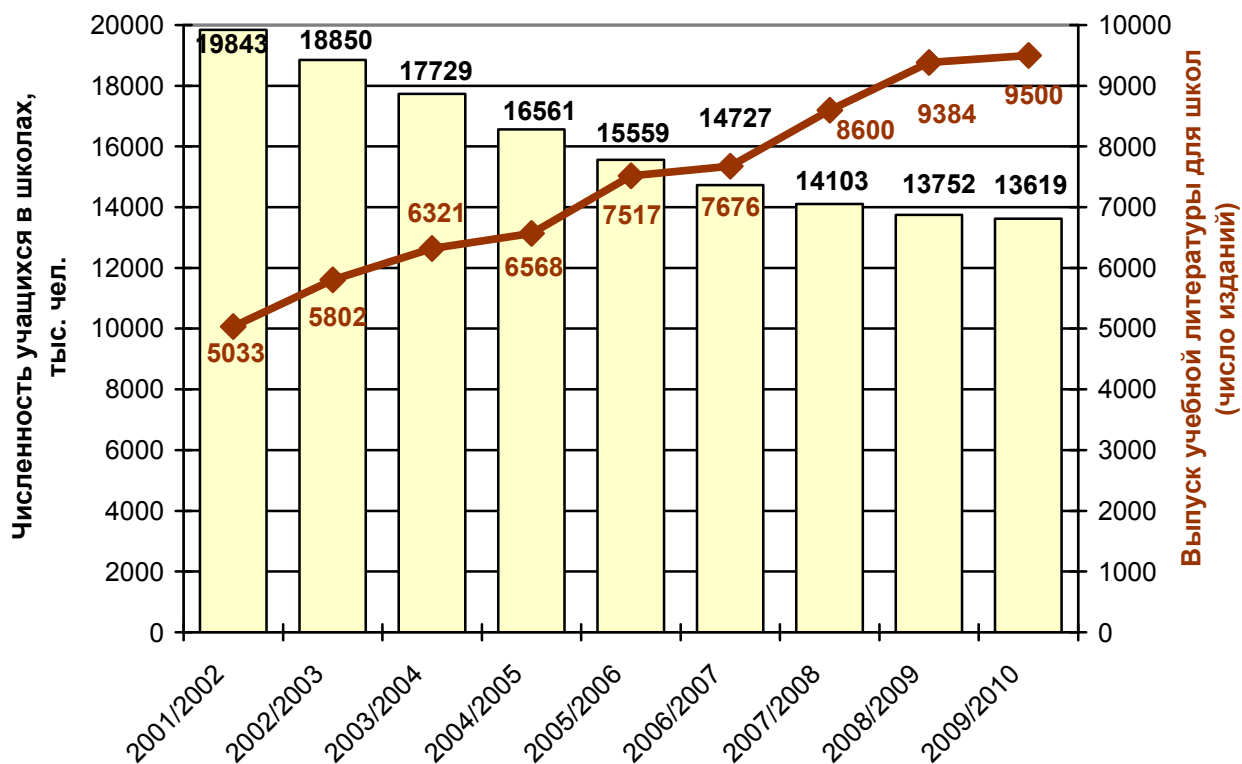
Сравнительная динамика численности детского населения (0-14 лет) и выпуска детской литературы в России в 2001-2010 гг.



Источники: Федеральная служба государственной статистики (Росстат),
Российская книжная палата.

Рис. 18.

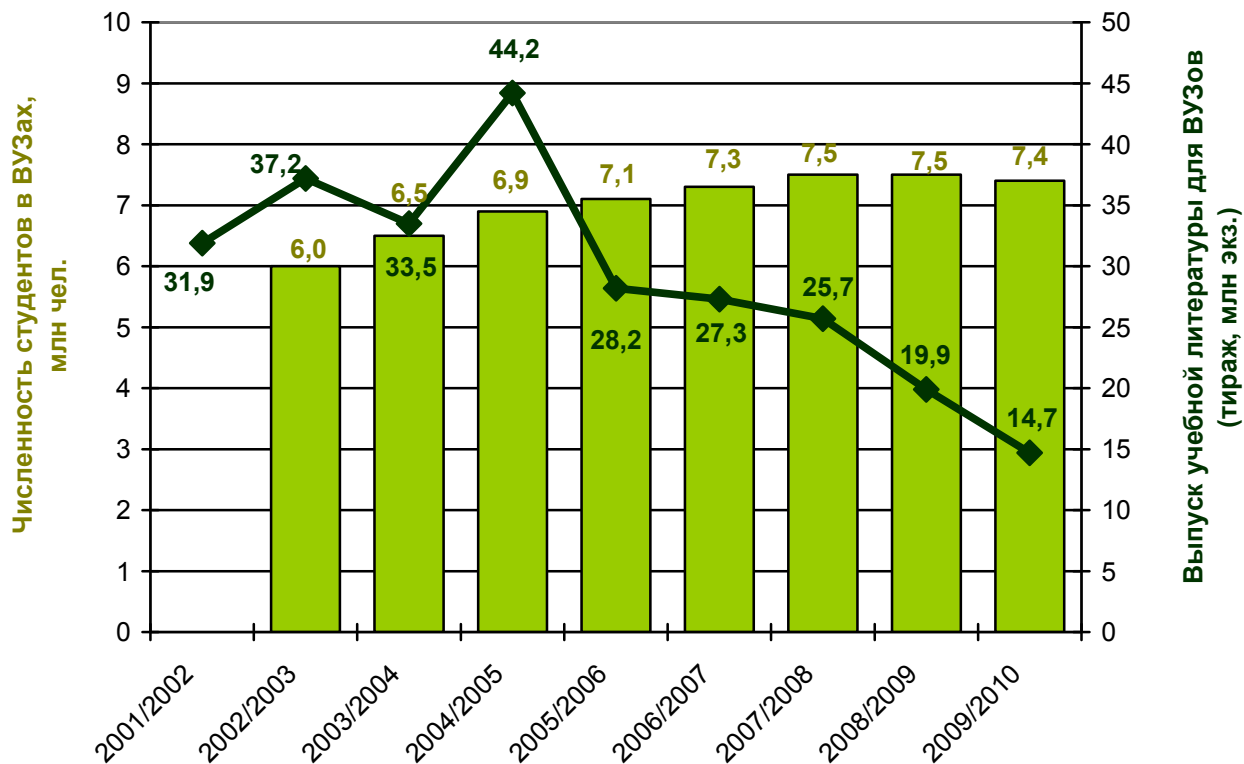
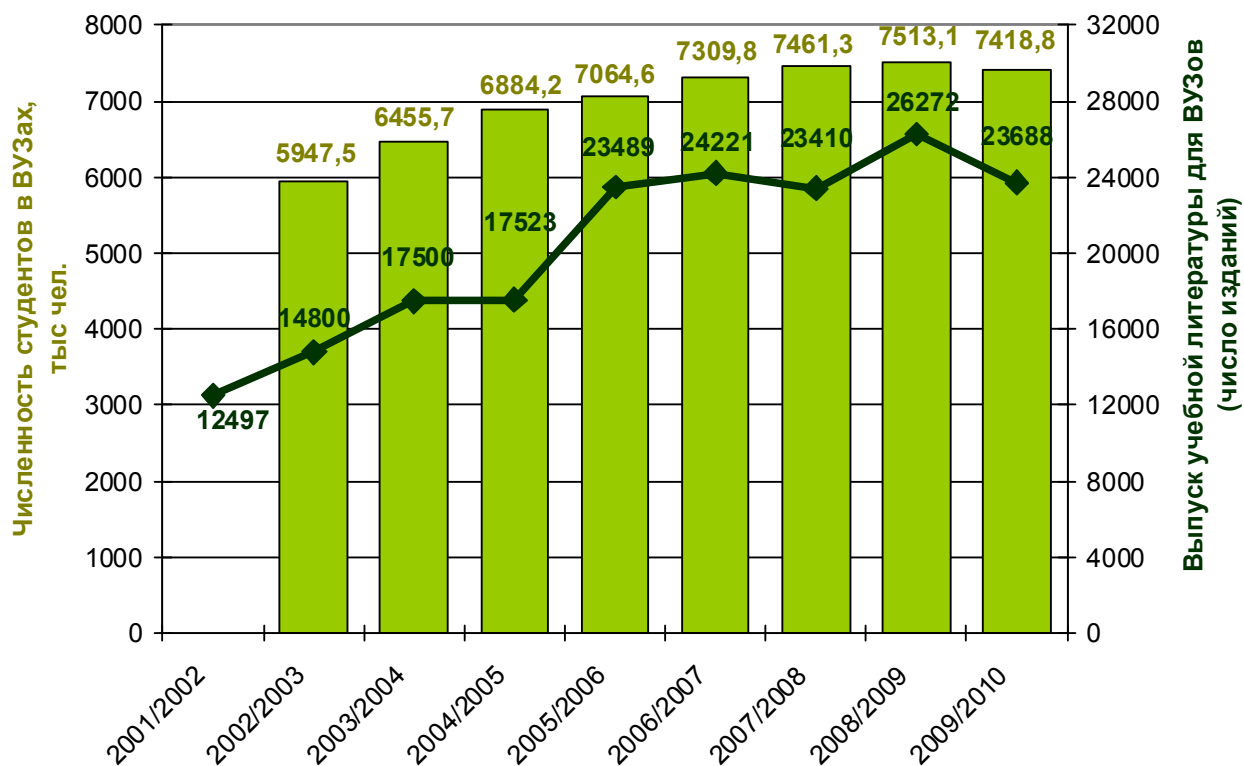
Сравнительная динамика числа учащихся в школах и выпуска учебной литературы для школ в 2001-2010 гг.



Источники: Федеральная служба государственной статистики (Росстат),
Российская книжная палата.

Рис. 19.

Сравнительная динамика числа студентов в ВУЗах и выпуска учебной литературы для ВУЗов в 2001-2010 гг.



Источники: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), Российская книжная палата.

В табл. 8-10 приведены списки отечественных и зарубежных авторов беллетристики для взрослых и детей, произведения которых изданы в России наибольшими тиражами. По итогам 2010 г. среди российских авторов (см. табл. 8) по данному показателю уже четвертый год подряд уверенно лидирует Дарья Донцова (5,4 млн экз.), на втором и третьем местах – Юлия Шилова (4,0 млн экз.) и с большим отрывом – Татьяна Устинова (1,8 млн экз.).

Табл. 8.

Топ-10 самых тиражных российских авторов художественной литературы в 2007-2010 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор		
				Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Общий тираж, тыс. экз.
2007			2008			
1.	Донцова Д.	99	8991,5	Донцова Д.	147	9764,7
2.	Устинова Т.	59	3163,2	Шилова Ю.	117	3748,0
3.	Шилова Ю.	55	2896,6	Устинова Т.	100	3210,9
4.	Маринина А.	92	2837,7	Полякова Т.	102	2254,2
5.	Полякова Т.	75	2190,7	Акунин Б.	79	2118,0
6.	Акунин Б.	58	1488,5	Вильмонт Е.	79	1504,4
7.	Бушков А.	77	1364,2	Бушков А.	93	1248,7
8.	Кольчев В.	109	1283,8	Маринина А.	102	1111,2
9.	Литвиновы А. и С.	39	974,9	Кольчев В.	86	1104,2
10.	Семенова М.В.	76	972,0	Абдуллаев Ч.	137	1097,2

№ п/п	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор		
				Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Общий тираж, тыс. экз.
2009			2010			
1.	Донцова Д.	138	6374,6	Донцова Д.	144	5459,5
2.	Шилова Ю.	135	3740,2	Шилова Ю.	93	3995,1
3.	Акунин Б.	71	2283,0	Устинова Т.	48	1850,3
4.	Устинова Т.	54	2176,1	Полякова Т.	81	1729,3
5.	Полякова Т.	75	1707,7	Маринина А.	61	1674,6
6.	Вильмонт Е.	62	1135,1	Акунин Б.	72	1432,0
7.	Бушков А.	111	1059,0	Вильмонт Е.	57	1017,9
8.	Маринина А.	54	961,5	Литвиновы А. и С.	57	975,1
9.	Александрова Н.	157	957,4	Рой О.	35	939,0
10.	Литвиновы А. и С.	49	920,6	Бушков А.	121	826,0

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

Среди зарубежных писателей (см. табл. 9) самым печатаемым в России автором по итогам 2010 года стал Артур Конан Дойль (1,9 млн экз.). На втором месте в хит-параде переводов зарубежных авторов – Александр Дюма (1,5 млн экз.). Недавняя «фаворитка» рейтинга переводов Стефани Майер (1,4 млн экз.) оказалась всего лишь на третьей позиции.

Табл. 9.

Топ-10 самых тиражных зарубежных авторов художественной литературы в 2007-2010 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор		
				Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Общий тираж, тыс. экз.
2007			2008			
1.	Стил Д.	108	978,8	Коэльо П.	40	1516,0
2.	Флобер Г.	3	838,1	Стил Д.	112	988,5
3.	Коэльо П.	21	830,0	Кристи А.	75	807,4
4.	Смолл Б.	98	585,0	Шелдон С.	58	593,5

№ п/п	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.
5.	Шелдон С.	68	421,0	Деверо Дж.	57	581,0
6.	Кинг С.	87	395,0	Стаут Р.	62	561,7
7.	Вербер Б.	21	353,0	Вишневский Я.	13	462,0
8.	Фрэнсис Д.	51	320,7	Хмелевская И.	55	442,0
9.	Стаут Р.	35	319,7	Вербер Б.	22	440,0
10.	Уайльд О.	18	304,1	Смолл Б.	89	427,0

№ п/п	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Майер С.	13	1862,1	Дойль А.К.	67	1907,2
2.	Козьмо П.	41	1001,6	Дюма А.	71	1549,5
3.	Вишневский Я.	37	978,0	Майер С.	19	1458,0
4.	Кристи А.	117	965,9	Кристи А.	113	806,7
5.	Вербер Б.	29	614,0	Шелдон С.	77	658,7
6.	Браун Д.	17	581,0	Стил Д.	84	654,6
7.	Шахразада	11	542,0	н/д	н/д	н/д
8.	Стил Д.	69	497,5	н/д	н/д	н/д
9.	Дрюон М.	29	435,7	н/д	н/д	н/д
10.	Робертс Н.	52	390,0	н/д	н/д	н/д

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

Табл. 10.

Топ-10 самых тиражных авторов детской литературы в 2007-2010 гг.

№ п/п	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Степанов В.	99	3882,5	Степанов В.	97	2903,0
2.	Чуковский К.	163	3289,5	Чуковский К.	166	2612,7
3.	Ролинг Дж.	8	2490,0	Барто А.	109	1592,8
4.	Барто А.	83	1395,1	Гурина И.	54	1539,0
5.	Михалков С.	69	972,0	Ролинг Дж.	10	970,2
6.	Гурина И.	33	744,0	Михалков С.	58	740,1
7.	Носов Н.	52	571,5	Носов Н.	45	606,2
8.	Емец Д.	31	524,2	Маршак С.	52	570,0
9.	Пушкин А.	57	520,4	Крылов И.	57	553,1
10.	Андерсен Г.	41	478,6	Емец Д.	46	546,2

№ п/п	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Автор	Кол-во изданий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Чуковский К.	195	3459,5	Чуковский К.	236	3738,8
2.	Степанов В.	81	2515,6	Степанов В.	88	1971,0
3.	Гурина И.	53	1472,0	Барто А.	98	1240,2
4.	Барто А.	84	1040,2	Гурина И.	44	1110,0
5.	Линдгрэн А.	93	534,6	Андерсен Х.	56	654,6
6.	Андерсен Х.	44	521,0	Маршак С.	68	606,6
7.	Маршак С.	42	508,6	Перро Ш.	45	573,3
8.	Перро Ш.	28	489,7	Волков А.	49	479,7
9.	Волков А.	40	438,5	Носов Н.	29	478,4
10.	Братья Гримм	22	404,0	Остер Г.	66	457,3

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

В числе детских писателей (см. табл. 10) в 2010 г. самым тиражируемым автором в России стал Корней Чуковский (3,7 млн экз.). На второй позиции – Владимир Степанов (2,0 млн экз.), третью строчку заняла Агния Барто (1,2 млн экз.).

В целом за прошедшее десятилетие в российском книгоиздании проявлялись тенденции, характерные для общемировой книгоиздательской индустрии – рост числа выпускаемых названий при снижении тиражных показателей. Однако ясно, что начавшееся десятилетие будет характеризоваться не «косметическими» изменениями тех или иных параметров развития отрасли печати, а коренной перестройкой мировой издательской индустрии в целом, которая будет связана со все большим «наступлением» электронной книги на традиционную. Изменения будут настолько серьезными, что, возможно, некоторые нынешние оценочные показатели развития отрасли вскоре перестанут быть определяющими при характеристике ее развития. Речь идет, прежде всего, о понятиях «тираж» и «печатная масса» (листаж) выпускаемой продукции, которые со временем могут уйти в историю. С этой точки зрения можно даже сказать, что первое десятилетие XXI века стало последним периодом традиционного книгоиздания. И в десятых годах XXI века книжникам, чтобы выжить, очевидно, предстоит не только решать текущие проблемы, но и ставить перед собой принципиально иные задачи.

1.2. Издательская система России

Несмотря на продолжающееся влияние кризиса в прошедшем году издательская система России не претерпела существенных изменений. По итогам 2010 года была зарегистрирована деятельность около 5700 издательств (см. рис. 20). Если говорить об активно действующих издательских структурах, то есть выпускающих не менее 10-20 книг в год, их число в течение всех последних лет сохраняется приблизительно на одном уровне – около 1300.

Доля на рынке «ключевой десятки» издателей по сравнению с 2009 годом сократилась на 0,7 по числу выпущенных названий, и на 7,4% по тиражу (см. рис. 20-21). По числу выпущенных в 2010 г. названий доли трех ведущих издательств «Эксмо», «АСТ», «Просвещение» в сравнении с 2009 г. изменилась незначительно, а если говорить о тиражных показателях, то здесь у всех трех издательств-лидеров наблюдается незначительный прирост.

Первая двадцатка издательств по числу выпущенных в 2010 г. книг и брошюр и тиражным показателям представлена соответственно в табл. 11-12.

Табл. 11.

Топ-20 издательств по количеству выпущенных титулов

Место в 2010 г. (в 2009 г.)	Издательство	Число выпущенных изданий, 2009	Число выпущенных изданий, 2010	Изменение 2010 к 2009 (абсол.)	Изменение 2010 к 2009 (%)
1 (2)	Эксмо	9178	9663	+485	+5,28%
2 (1)	АСТ	10163	9333	-830	-8,17%
3 (3)	Просвещение	1444	1646	+202	+13,99%
4 (13/28)	Азбука-Аттикус	1241	1481	+240	+16,21%
5 (4)	Эгмонт Россия Лтд	1355	1266	-89	-6,57%
6 (9)	Росмэн	960	1146	+186	+19,38%
7 (8)	Дрофа	976	1115	+139	+14,24%
8 (5)	ОЛМА Медиа Групп	1058	1099	+41	+3,88%
9 (6)	Феникс	1004	1016	+12	+1,20%
10 (10)	Стандартинформ	932	994	+62	+6,65%

Место в 2010 г. (в 2009 г.)	Издательство	Число выпущенных изданий, 2009	Число выпущенных изданий, 2010	Изменение 2010 к 2009 (абсол.)	Изменение 2010 к 2009 (%)
11 (11)	Рипол-классик	826	979	+153	+18,52%
12 (16)	Экзамен XXI	697	894	+197	+28,26%
13 (15)	Вече	736	894	+158	+21,47%
14 (20)	ИЦ Академия	548	873	+325	+59,31%
15 (17)	Центрполиграф	654	732	+78	+11,93%
16 (29)	Питер	422	622	+200	+47,39%
17 (18)	Стрекоза-Пресс	571	614	+43	+7,53%
18 (14)	Фламинго	766	590	-176	-22,98%
19 (12)	Мир книги	797	587	-210	-26,35%
20 (56)	Учитель	511	561	+50	+8,91%

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

Табл. 12.

Топ-20 издательств по тиражам

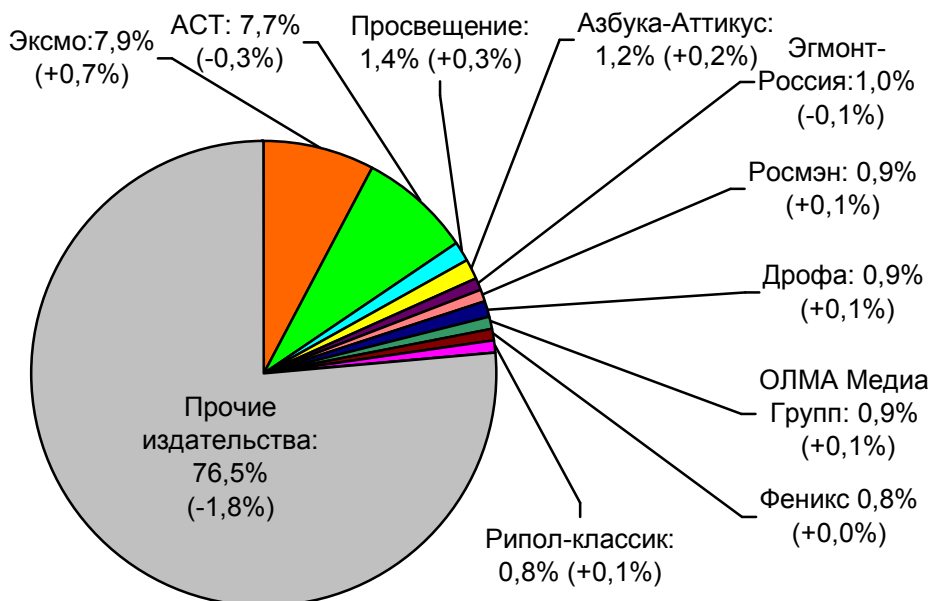
Место в 2010 г. (в 2009 г.)	Издательство	Общий тираж, тыс. экз., 2009 г.	Общий тираж, тыс. экз., 2010 г.	Изменение 2010 к 2009 (абсол.)	Изменение 2010 к 2009 (%)
1 (1)	Эксмо	80851,0	78804,9	-2046,1	-2,53%
2 (2)	АСТ	76928,8	72255,2	-4673,6	-6,08%
3 (3)	Просвещение	45900,4	48791,0	+2890,6	+6,30%
4 (4)	Эгмонт Россия Лтд	32421,4	24939,4	-7482	-23,08%
5 (5)	Фламинго	32173,0	21811,0	-10362	-32,21%
6 (6)	Дрофа	16512,2	17122,7	+610,5	+3,70%
7 (10)	Баласс	9766,6	15257,7	+5491,1	+56,22%
8 (17/16)	Азбука-Аттикус	14463,0	14913,2	+450,2	+3,02%
9 (9)	Экзамен XXI	11863,5	14556,0	+2692,5	+22,70%
10 (118)	ИГ Терра	517,8	13063,5	+12550,7	+2297,62%
11 (13)	Росмэн	8116,5	12317,5	+4201	+51,76%
12 (14)	Стрекоза-Пресс	7887,0	11108,9	+3221,9	+40,85%
13 (7)	ОЛМА Медиа Групп	13562,4	10632,2	-2930,2	-21,61%
14 (15)	Рипол-классик	7585,6	8194,5	+608,9	+8,03%
15 (18)	Ювента (С-инфо)	6105,5	7483,0	+1377,5	+22,56%
16 (12)	Вентана-Граф	8177,6	6916,5	-1261,1	-15,42%
17 (11)	Мир книги	8871,3	6372,4	-2498,9	-28,17%
18 (19)	Титул	6009,4	6056,3	+46,9	+0,78%
19 (71)	Комсомольская правда	1341,3	5634,8	+4293,5	+320,10%
20 (22)	Ассоциация XXI век	5735,4	5613,3	-122,1	-2,13%

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

В нашем прошлогоднем докладе мы уже отмечали, что ряд издательств в качестве нового канала продвижения книжной продукции начал задействовать киоски прессы. Так, к примеру, издательская группа «АСТ» еще в 2008 г. совместно с ИД «Аргументы и факты» начала реализацию «газетного проекта», где вместе с газетами по очень низкой (заведомо дешевле магазинной) цене продавались книги. Это способствовало продвижению и книг, и самой газеты (правда, в проекте участвовали главным образом бестселлеры). Издательство предполагало, что и у бестселлеров книжного рынка может появиться дополнительная новая аудитория, и реализация проекта это фактически подтвердила.

Рис. 20.

Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по числу выпущенных в 2010 г. изданий)

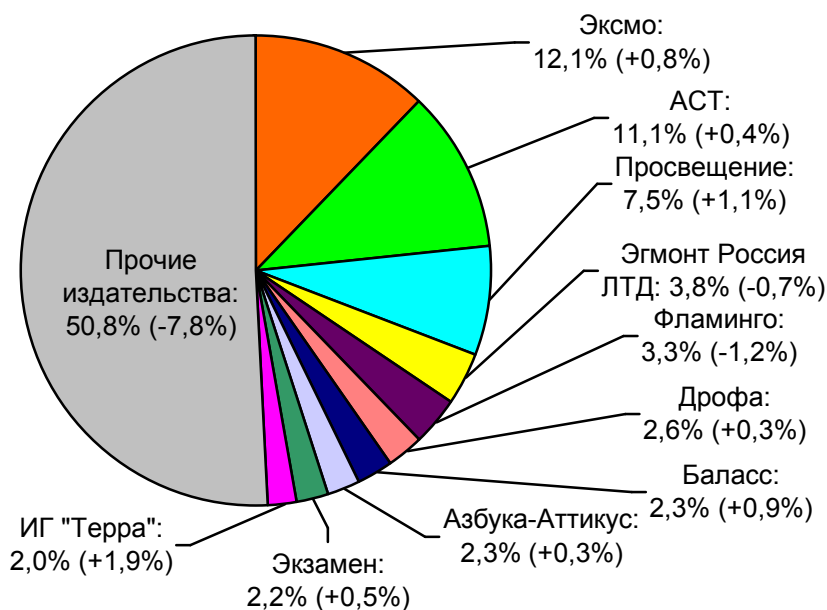


Число издательств, выпустивших 12 и более книг в год:
2008 – 1280, 2009 – 1305, 2010 – 1299

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

Рис. 21.

Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по выпущенному в 2010 г. тиражу)



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

Одновременно с крупными книжными издательствами практику совместного издания и продажи книги и периодики предприняли издатели прессы, поэтому не удивительно, что в 2010 г. в списке двадцати крупнейших издателей России впервые появился Издательский дом «Комсомольская правда». Свою первую издательскую программу («Книжная коллекция «КП») компания запустила еще в 2006 г., после чего в 2008-2009 гг. последовали проекты «Великие композиторы» и «Гора самоцветов». Показательно, что синергия книжного и газетного бизнеса дает почти 100-процентную реализацию отпечатанного тиража книжных изданий. Так, тиражи «Книжной коллекции «КП» и «Великих композиторов» были распроданы на 95%, тираж «Горы самоцветов» – более чем на 90%. Книжные проекты, реализованные в 2010 г. и начале 2011 г. («Великие художники», «Великие композиторы – 2» и др. показывают не менее высокий результат продаж.

Похожую деятельность начал активно осуществлять журнал «Огонек» совместно с издательством «Терра», возродив знаменитую «Библиотеку «Огонька», книги которой распространяются бесплатно вместе с журналом. Массовые тиражи «библиотеки» обеспечили «Терре» 10 место в рейтинге издательств, выпустивших книги наибольшими тиражами в 2010 г.

Российская книжная палата ежегодно составляет список 100 крупнейших российских издательств по числу выпускаемых изданий. Издательства, включенные в этот список по итогам 2010 года, выпустили почти половину (48,1%) всех названий книг и брошюр (в 2009 г. – 45,7%). При этом число издательств, выпустивших более тысячи названий в год, за прошедший год не изменилось.

По итогам 2010 г. абсолютным лидером, как по числу выпущенных названий, так и по тиражу стало издательство «Эксмо» (9663 названий книг тиражом 78,8 млн экз.). Издательство «АСТ» оказалось на втором месте (9333 названия книг тиражом 72,3 млн экз.). Общая доля двух лидеров российского книгоиздания в числе выпущенных названий по стране в 2010 году увеличилась, составив 15,6% против 15,2% в 2009 году.

Важным прецедентом на российском книжном рынке можно считать объединение реализационных подразделений двух крупнейших издателей учебной литературы для школ – «Просвещения» и «Дрофы». Коммерческий директор «Просвещения» Михаил Кожевников одновременно занял пост коммерческого директора «Дрофы», аналогичные должности получили его заместители. Дилеры и партнеры по распространению получили уведомления о том, что оба издательства отныне совместно работают с регионами.

Разговоры о возможном объединении двух крупнейших издательств учебной литературы начались в конце 2010 г. Генеральный директор «Просвещения» Александр Кондаков в одном из интервью заявил о том, что объединение коммерческих служб начнется в первом квартале 2011 года, однако официальных сообщений об изменениях в структурах компаний до сих пор не появлялось.

В 2011 г. Министерство образования и науки РФ переходит к новому порядку формирования федеральных списков учебных изданий, отдавая приоритет «системам учебников», и это может быть одной из причин для объединения усилий лидеров сегмента. Многие участники книжного рынка допускают, что «Просвещение» может в той или иной форме приобрести «Дрофу». Возможная организационная форма объединения, однако, неясна. ОАО «Просвещение» пока на 100% принадлежит государству, хотя и находится в программе приватизации на 2011-2013 годы. Так или иначе, в случае объединения двух издательств в сегменте учебной литературы значительно изменится расстановка сил. По оценкам специалистов, «Просвещение» и «Дрофа» смогут контролировать около половины рынка школьных учебников.

Еще одним заметным событием на российском книжном рынке в начале 2011 г. стал опцион, по которому один из крупнейших мировых издателей – французская

компания Lagardere Publishing (книжное подразделение Hachette Livre) договорилась о намерении выкупить у бизнесмена Александра Мамута 25% плюс одна акция группы «Азбука-Аттикус» – четвертого по величине книгоиздателя в стране (по оценкам Российской книжной палаты, объединение «Азбука-Аттикус» выпустило в 2010 году около 1,5 тыс. наименований книг и брошюр, а оборот группы, согласно экспертным оценкам, составил 45 млн долл. США). В марте 2011 г. стороны подписали протокол о намерениях (MoU - Memorandum of Understanding), согласно которому Lagardere в течение трех месяцев проведет оценку компании «Азбука-Аттикус». Французская сторона также получит право увеличить свою долю до контрольной в течение двух лет после подписания соглашения. Lagardere может выкупить часть доли А.Мамута (контролирует более 80% группы) и часть – генерального директора компании Аркадия Витрука (около 10%).

Следует отметить, что Lagardere уже давно присматривалась к российскому рынку, но покупку компании не из лидирующей тройки можно назвать неожиданностью, считает финансовый директор АСТ Олег Бартенев. По его оценке, 100% «Азбуки-Аттикус» может стоить до 150 млн долл. США.

В предыдущих докладах уже обращалось внимание на тенденцию концентрации издательского бизнеса в крупных книгоиздающих структурах. В последние годы путем слияний и поглощений в составе таких издательств и издательских групп появляются новые импринты, которые еще недавно были независимыми издательствами (см. табл. 13). Особенно показательна в этом отношении издательская группа «АСТ», официально осуществлявшая свою деятельность в 2010 г. под восемью импринтами. Однако, если сравнить число импринтов у той же «АСТ», то можно видеть, что за два года – с 2008 по 2010 – их число сократилось. При этом общая доля издательской группы на рынке по совокупному тиражу выросла – с 9,8 до 11,3%. Также сократилось число импринтов в издательской группе «Инфра-М». Правда, при этом ее совокупная доля на рынке по отпечатанному тиражу за последние 2 года сократилась примерно в 2 раза.

Табл. 13.

Состав отдельных издательских групп России

Импринты		Показатели деятельности издательской группы / объединения	
«АСТ»			
2008	2010	2008	2010
«АСТ»	«АСТ»	Совокупное число изданий – 10356 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 8,40% Совокупный тираж – 74533,0 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 9,8%	Совокупное число изданий – 9540 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 7,84% Совокупный тираж – 73580,0 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 11,3%
«Астрель»	«Астрель»		
«Астрель СПб»	«Астрель СПб»		
«Восток-Запад»	«Восток-Запад»		
«Издательский дом Наталии Правдиной»	«Мир энциклопедий Аванта+»		
«Мир энциклопедий Аванта+»	«Прайм-Еврознак»		
«Прайм-Еврознак»	«Корпус»		
«М-Пресс»	«Сова»		
«НТ Пресс»			
«Сова»			
«У-Фактория»			
«Азбука-Аттикус»			
2008	2010	2008	2010
«Азбука-классика»	«Азбука»	Совокупное число изданий – 1396 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 1,13%	Совокупное число изданий – 1493 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 1,23%
«Аттикус»	«Аттикус»		
«Махаон»	«Махаон»		
«Иностранка»	«Иностранка»		
«КоЛибри»	«КоЛибри»		

Импринты		Показатели деятельности издательской группы / объединения	
«Веды»	«Веды»	Совокупный тираж – 17449,3 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,3%	Совокупный тираж – 15038,2 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,3%
«Фантастика»	«Фантастика»		
	«Глаголь Добро»		
«Дрофа»			
2008	2010	2008	2010
«Дрофа»	«Дрофа»	Совокупное число изданий – 1352 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 1,10% Совокупный тираж – 23261,5 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 3,1%	Совокупное число изданий – 1198 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 0,98% Совокупный тираж – 17620,7 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,7%
«Дрофа-Плюс»	«Дрофа-Плюс»		
«ДИК»	«Дрофа-Медиа»		
«Инфра-М»			
2008	2010	2008	2010
«Инфра-М»	«Инфра-М»	Совокупное число изданий – 1043 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 0,85%	Совокупное число изданий – 943 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 0,77%
«Норма»	«Норма»		
«Весь Мир»	«Весь Мир»		
«Форум»	«Форум»	Совокупный тираж – 3717,6 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,49%	Совокупный тираж – 1675,3 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,26%
«Альфа-М»	«Альфа-М»		
«Вузовский учебник»	«Вузовский учебник»		
«Энциклопедия»	«Энциклопедия»		
«Риор»	«Риор»		
ИД «Форум»	«Магистр»		
«Магистр»			
«Вадим-синема»			
Корпорация «Федоров»			
2008	2010	2008	2010
«Федоров»	«Федоров»	Совокупное число изданий – 176 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 0,14% Совокупный тираж – 3782,3 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,50%	Совокупное число изданий – 169 Совокупная доля на рынке по числу изданий – 0,14% Совокупный тираж – 3197,9 тыс. экз. Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,49%
«Учебная литература»	«Учебная литература»		

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

Уже не раз отмечалось, что в развитии современной издательской системы России отчетливо прослеживается давняя тенденция тяготения книжного бизнеса к центральным районам России и высокой концентрации издательской активности в Москве и отчасти в Санкт-Петербурге.

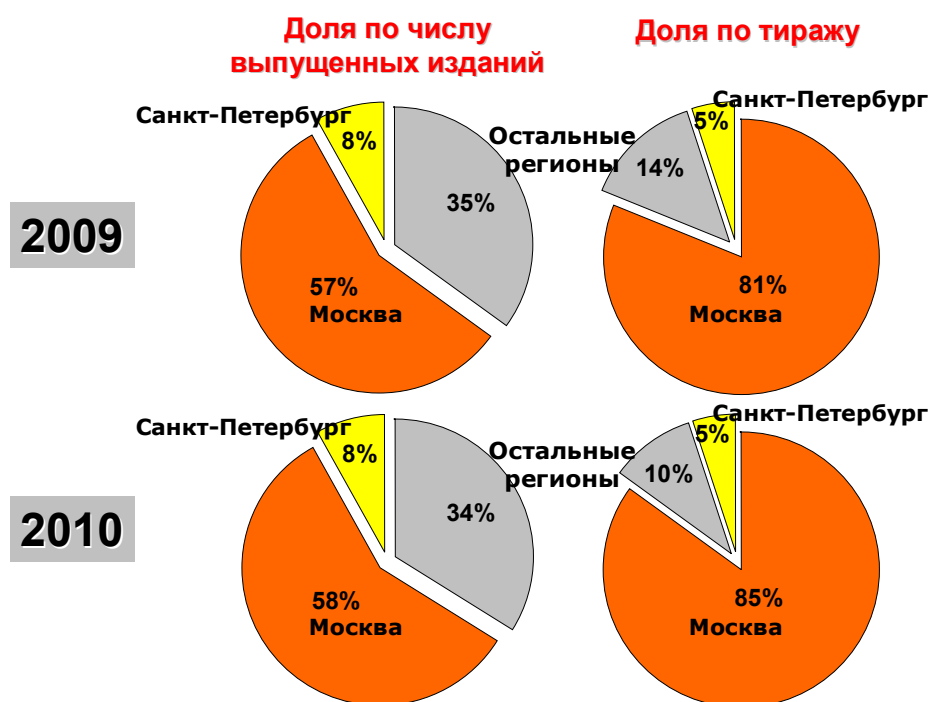
Доля издательств, расположенных в Москве и Санкт-Петербурге, в общем объеме книжного выпуска в России составляет 64% по количеству названий и 90% – по тиражам выпускаемых книг и брошюр. Принимая во внимание особенности территориального строения издательской системы России, в структуре российского книжного рынка могут быть выделены две составляющие: московская и региональная. Регионы представлены на московском книжном рынке в основном научной и научно-популярной литературой, а Москва на книжном рынке регионов доминирует по всем разделам ассортимента массовых изданий.

Данные по географии книгоиздания демонстрируют доминирующую роль Москвы, где расположена примерно половина всех действующих издательств страны

(причем практически все крупнейшие издательства, выпускающие определяющую долю суммарного тиража книг и брошюр). На долю Москвы приходится примерно 60% выпускаемых названий и более 80% тиражей. Доля Санкт-Петербурга – около 8% названий и 5% общенациональных тиражей. Данные, представленные на рис. 32 показывают усилившуюся в последний год концентрацию книгоиздания вокруг столицы. Показательно, что за прошедший год Москва «отобрала» у регионов 1% выпущенных названий и целых 4% тиражей. При этом доля петербургского книгоиздания, что примечательно, и по числу названий, и по тиражу, осталась в прошедшем году неизменной (см. рис. 22).

Рис. 22.

Доли различных регионов в географии российского книгоиздания



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

Скромный удельный вес регионов в общем выпуске печатной продукции и их отставание в темпах развития принято объяснять, прежде всего, монополизацией книжного рынка. Несколько столичных гигантов издательской индустрии во многом определяют общую картину продаж книг и брошюр.

Усиливающееся доминирование на книжном рынке крупных издательств оборачивается тем, что большинство авторов, произведения которых выпускались мелкими и средними издательствами, затем принимают более выгодные условия крупных компаний. Собственная дистрибуция ведущих издательских структур демонстрирует большую эффективность в сравнении с деятельностью региональных оптовиков, которые пока недостаточно сильны и опытны для осуществления эффективных продаж продукции мелких и средних издательств. Как следствие – уменьшается доля присутствия в магазинах книг средних и малых издательств, которые выпускают издания, ориентированные на узкие целевые группы читателей, не представляющие интереса для больших магазинов.

Эксперты сходятся во мнении, что выходом из сложившегося положения может быть согласование позиций малых и средних издательств для формирования единой политики реализации для поддержки дистрибуторского и оптового звена. Только

подобная скоординированная политика позволит обеспечить присутствие книг малых и средних издательств на полках книжных магазинов. Конечно, определенные возможности для малых и средних издательств могут представлять альтернативные каналы продаж – интернет-торговля, «Книга-почтой», прямые поставки. Однако на российском книжном рынке доминирует реализация через традиционные книжные магазины, составляя 2/3 всех розничных продаж, и альтернативные каналы продаж не настолько развиты, чтобы помочь решить большинству малых и средних издательств их сбытовые проблемы.

В российских регионах сейчас действует более 2,5 тыс. издательств. Среди ведущих региональных издательств основное место занимают университетские, которые выпускают учебную и некоторые виды научной литературы (см. табл. 14-15).

Табл. 14.

Топ-10 региональных издательств по количеству выпущенных титулов

№ п/п	Издательство	Число изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство		
				Число изданий	Общий тираж, тыс. экз.	
2009				2010		
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1004	3331,8	Феникс (Ростов-на-Дону)	1016	3058,3
2.	Саратовский государственный технический университет	517	75,4	Учитель (Волгоград)	561	1740,0
3.	Учитель (Волгоград)	511	1850,6	Сибирский федеральный университет	441	167,0
4.	Тюменский государственный университет	507	166,1	Южно-Уральский государственный университет	432	58,4
5.	Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса	377	40,3	Магнитогорский государственный университет	384	205,0
6.	Воронежский государственный технический университет	377	108,6	Уфимский государственный авиационный технический университет	348	42,1
7.	Уфимский государственный авиационный технический университет	370	41,5	Саратовский государственный технический университет	348	49,4
8.	Магнитогорский государственный университет	345	156,6	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	333	2579,3
9.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	316	2409,0	Новосибирский государственный технический университет	333	67,6
10.	Казанский государственный технологический университет	315	43,9	Тамбовский государственный университет	314	76,5

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

Табл. 15.

Топ-10 региональных издательств по тиражам

№ п/п	Издательство	Число изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство		
				Число изданий	Общий тираж, тыс. экз.	
2009				2010		
1.	Титул (Калужская обл.)	101	6009,4	Ассоциация XXI век (Смоленск)	140	5613,3
2.	Ассоциация XXI век (Смоленск)	147	5735,4	Лицей (Саратов)	116	3808,0
3.	Лицей (Саратов)	102	3766,5	Феникс (Ростов-на-Дону)	1016	3058,3
4.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1004	3331,8	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	333	2579,3

№ п/п	Издательство	Число изданий	Общий тираж, тыс. экз.	Издательство	Число изданий	Общий тираж, тыс. экз.
2009			2010			
5.	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	168	3094,7	Учитель (Волгоград)	561	1740,0
6.	Сибирское университетское издательство (Новосибирск)	316	2409,0	Учебная литература (Корпорация Федоров) (Самара)	114	1701,4
7.	Учитель (Волгоград)	511	1850,6	ИД «Федоров» (Корпорация Федоров) (Самара)	55	1496,5
8.	Проф-Пресс (Ростов-на-Дону)	183	1327,5	Легион (Ростов-на-Дону)	90	1429,6
9.	Китап (Башкирия)	296	1286,7	РАННУР (Казань)	24	1203,0
10.	Клуб семейного досуга (книжный клуб)	40	1071,0	Проф-Пресс (Ростовская обл.)	115	1088,0

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

По традиции мы включаем в наш доклад рейтинг крупнейших издательских компаний мира, что дает возможность сопоставить развитие издательской индустрии в России с мировым книгоизданием.

1.3. Рейтинг ведущих мировых издательских компаний

В июне 2010 г. был опубликован новый мировой издательский рейтинг за 2009 г., основанный на материалах ежегодного исследования Global Ranking of the Publishing Industry, которое проводится по инициативе журнала Livres Hebdo (Франция).

Табл. 16.

Рейтинг ведущих издательских домов мира

Место 2009	Место 2008	Издательская компания	Компания-владелец	Страна владельца	2009 Доходы (млн долл. США)	2008 Доходы (млн долл. США)
1.	1.	Pearson	Pearson Corp.	Великобритания	7,756.40	7,419.72
2.	2.	Reed Elsevier	Reed Elsevier Corp.	Великобритания/ Нидерланды/США	7,367.12	6,746.01
3.	3.	Thomson Reuters	The Woodbridge Co. Ltd	Канада	5,470.00	5,126.00
4.	4.	Wolters Kluwer	Wolters Kluwer	Нидерланды	4,910.77	4,963.15
5.	5.	Bertelsmann	Bertelsmann AG	Германия	4,256.95	4,383.58
6.	6.	Lagardère Publishing/ Hachette Livre	France Lagardère	Франция	3,259.03	3,175.89
7.	8.	Grupo Planeta	Grupo Planeta	Испания	2,586.58	2,588.96
8.	7.	McGraw-Hill Education	The McGraw-Hill Companies	США	2,388.00	2,639.00
9.	9.	De Agostini Editore	Gruppo De Agostini	Италия	н/д	2,235.29
10.	12.	Holtzbrinck	Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	Германия	н/д	1,962.87
11.	13.	Cengage Learning	Apax Partners et al.	Канада/ США	1,958.00	1,723.40
12.	10.	Scholastic	Scholastic Corp.	США	1,849.00	2,205.60
13.	14.	John Wiley & Sons	John Wiley & Sons	США	1,611.00	1,674.70
14.	11.	Houghton Mifflin Harcourt	Education Media and Publishing Group Ltd.	США/ Каймановы острова	1,600.00	2,049.00
15.	18.	Shueisha	Shueisha	Япония	1,448.14	1,326.84
16.	17.	Shogakukan	Shogakukan	Япония	1,385.05	1,363.62
17.	19.	Kodansha	Kodansha	Япония	1,352.07	1,303.31

Место 2009	Место 2008	Издательская компания	Компания-владелец	Страна владельца	2009 Доходы (млн долл. США)	2008 Доходы (млн долл. США)
18.	20.	Springer Science and Business Media	Cinven and Candover	Великобритания/ Германия/ Италия/ Франция	1,228.77	1,294.48
19.	16.	HarperCollins	News Corp.	США	1,141.00	1,388.00
20.	15.	Informa	Informa plc	Великобритания	1,074.90	1,512.04
21.	24.	Oxford University Press	Oxford University	Великобритания	938.65	910.55
22.	25.	Bonnier	The Bonnier Group	Швеция	937.71	906.72
23.	27.	Grupo Santillana	PRISA	Испания	884.50	852.80
24.	28.	Gakken	Gakken Co. Ltd	Япония	845.94	757.57
25.	23.	Egmont Group	Egmont International Holding A/S	Дания/ Норвегия	838.77	947.32
26.	22.	RCS Libri	RCS Media Group	Италия	828.88	1,017.78
27.	26.	Simon & Schuster	CBS	США	793.50	857.70
28.	21.	Reader's Digest	Reader's Digest Holdings	США	758.00	1,111.70
29.	30.	Klett	Klett Gruppe	Германия	667.72	638.41
30.	33.	Cornelsen	Cornelsen	Германия	617.97	521.18
31.	34.	Kadokawa Publishing	Kadokawa Holdings Inc.	Япония	614.67	489.84
32.	29.	Mondadori	The Mondadori Group	Италия	612.23	638.86
33.	31.	Sanoma (раньше WSOY Publishing and Educational Publishing)	Sanoma WSOY	Финляндия	610.37	573.69
34.	32.	Messagerie Italiane-Gruppo	Messagerie Italiane Editoriale Mauri	Италия	494.66	561.92
35.	35.	Harlequin	Torstar Corp.	Канада	468.85	464.84
36.	36.	Media Participations	Media Participations	Франция	456.95	456.60
37.	37.	Les Editions Lefebvre-Sarrut	Frojal	Франция	450.21	453.80
38.	41.	La Martinière Groupe	La Martinière Groupe	Франция	372.79	355.98
39.	39.	Higher Education Press	Higher Education Press	Китай	367.91	379.52
40.	51.	Kyowon	Kyowon	Корея	365.62	251.54
41.	40.	Westermann Verlagsgruppe	Medien Union (Rheinland-Pflaz Gruppe)	Германия	358.16	363.04
42.	43.	Groupe Gallimard	Madrigall	Франция	347.98	354.51
43.	46.	Bungei		Япония	322.61	288.32
44.	47.	Shinchosha		Япония	302.53	278.02
45.	44.	Weka	Weka Firmengruppe	Германия	300.81	325.24
46.	45.	Perseus Book Group	Perseus	США	н/д	300.00
47.	48.	Haufe Gruppe		Германия	274.43	273.75
48.	49.	MairDuMont		Германия	258.08	257.43
49.	50.	Weltbild	Verlagsgruppe Weltbild GmbH	Германия	250.92	257.43
50.	52.	Groupe Albin Michel		Франция	234.43	228.01

Данные основываются на продажах в 2009 календарном или финансовом году и включают продажи книг, научных журналов и цифровых изданий.

Источник: журнал Publishers Weekly

На наш взгляд, в представленный рейтинг без сомнения могли бы войти лидеры российского книгоиздания – «Эксмо», «АСТ», «Просвещение», показатели которых вполне совместимы с результатами деятельности многих крупных зарубежных издательств, вошедших в представленный список, однако им, как и всему российскому книгоизданию, пока не хватает амбиций и опыта зарубежных компаний.

В то же время Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям договорилось с ведущими мировыми периодическими изданиями о включении уже в следующем году в вышеприведенный рейтинг ряда отечественных издательств.

II. РОССИЙСКОЕ КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ В 2010 Г.

2.1. Основные тенденции развития системы книгораспространения

Материалы отраслевых конференций и опросов издателей и книготорговцев, проводившихся в конце 2010 – начале 2011 г., выявили определенные тенденции функционирования системы книгораспространения в прошедшем году.

В первую очередь, многие эксперты полагают, что 2010 год по некоторым параметрам был даже хуже, чем кризисный 2009 год. Так, в прошедшем году снижение спроса на книги произошло уже и в Москве, обеспечивающей более 40% продаж на книжном рынке России. На фоне падения спроса на книги в столице в регионах наблюдалась определенная стагнация. В 2009 г. картина была иной: продажи падали в регионах при практически не изменившемся объеме книжных продаж в Москве. При этом большинство издательств отметило стабилизацию положения дел с финансовыми расчетами с контрагентами. В 2010 г. неплатежи со стороны книготорговцев проблему массового характера уже не представляли.

В марте 2011 г. на XIV Национальной выставке-ярмарке «Книги России» коммерческий директор ГУП ОЦ «Московский Дом книги» Н.Д.Юмашева отметила в качестве негативного фактора уменьшение числа посетителей магазинов сети и их низкую покупательскую активность. Причиной данного явления служит повышение стоимости потребительской корзины и соответственное снижение спроса на книги, особенно в специализированных магазинах (научно-технической, учебно-педагогической, медицинской книги). Особенно сильное влияние на посещаемость книжных магазинов оказали также аномальные погодные условия, сложившиеся летом 2010 г. Книготорговцы считают, что уменьшение числа посетителей в книжных магазинах и их низкая покупательская активность также объясняется снижением интереса к чтению книг и подъемом среднеотраслевых цен на книги. Большая часть книготорговцев говорит об уменьшении размера среднего чека в 2010 г. на 5-20% и практически все отмечают сокращение продаж в натуральном выражении. По мнению участников рынка, частично повлияло на падение продаж смещение в 2009-2010 гг. некоторых книжных магазинов в районы с низким покупательским потоком.

Еще одной заметной тенденцией развития книгораспространения в прошедшем году является уточнение большинством независимых книжных магазинов структуры своего ассортимента исходя из изменившегося спроса. Подверглись некоторому сокращению разделы деловой (экономика, юриспруденция, бухгалтерский учет), технической (компьютерная тематика) литературы, учебных изданий для высшей школы. Отчасти уменьшились отделы художественной литературы и подарочных книг. Одновременно увеличился объем выкладки в торговых залах изданий для детей и юношества.

Своеобразные изменения происходили в 2010 г. в ассортименте региональной книжной торговли, где существенную долю в товарообороте стали составлять сопутствующие товары – канцелярские принадлежности, игрушки, развивающие игры, товары для детского творчества. Примерно половина независимых региональных книготорговцев полагает, что для обеспечения рентабельности книжного магазина под сопутствующие товары должно отводиться не менее 30-50% торговой площади.

Большинство независимых книготорговых предприятий в регионах констатирует усиление конкуренции со стороны неспециализированных розничных сетей (FMCG, киоски «Роспечать»). Многие местные независимые книготорговцы указывают на усиление активности на региональных книжных рынках федеральных сетей, а некоторые полагают, что серьезная угроза их бизнесу исходит от интернет-магазинов.

Среди важнейших событий на книжном рынке России в 2010 году можно выделить следующие.

Предсказуемым стал в 2010 г. уход со сцены «Топ-книги» как самостоятельного игрока. 7 декабря 2010 года генерального директора «Топ-книги». Георгия Лямина сменил Максим Гольдберг, исполнительный директор ОАО «Торговый дом «Копейка». Еще летом стало известно, что «Топ-книга» может быть приобретена генеральным директором «Копейки» Сергеем Солодовым и его партнерами. Но в ходе реализации этих договоренностей возникли технические проблемы, и потому «Копейка», еще не завладев «Топ-книгой» целиком, взяла компанию в управление. Учитывая продажу «Копейки» X5 Retail Group и давление на «Топ-книгу» кредитов Сбербанка и издательской группы «АСТ», следует ожидать банкротства «Топ-книги» уже в 2011 г.

В 2010 г. официально была признана банкротом еще одна крупная книготорговая сеть – «Библиосфера». Еще в августе 2010 года на первом собрании кредиторов «Библиосферы» было решено ходатайствовать перед судом о признании книжной сети банкротом, однако тогда у компании не хватило средств, чтобы покрыть расходы, необходимые для процедуры банкротства. В конце ноября один из кредиторов сети, ООО «Издательский Дом ИНФРА-М» согласился финансировать всю процедуру. Временный управляющий компанией Андрей Коньков привел доказательства наличия у «Библиосферы» имущества, достаточного для финансирования расходов конкурсного производства. В конце 2010 г. суд признал ООО «Библиосфера» банкротом и открыл конкурсное производство, которое продлится шесть месяцев. Конкурсным управляющим назначен Андрей Коньков, полномочия органов управления прекращены, ранее наложенные аресты имущества сняты. Следующее судебное заседание назначено на 2 июня 2011 г.

2.2. Объем книжного рынка и структура каналов книгораспространения

Динамика книжного рынка России второй год подряд остается отрицательной. По мнению многих книготорговцев, пережив 2009 год, книжная отрасль рассчитывала, что дальше ситуация будет улучшаться. Первая половина 2010 года оправдывала эти ожидания, однако из-за аномальной жары (особенно в Центральном и Северо-Западном регионах) и отсутствия традиционного повышения спроса на книги осенью-зимой 2010 г. позитивным прогнозам не суждено было оправдаться.

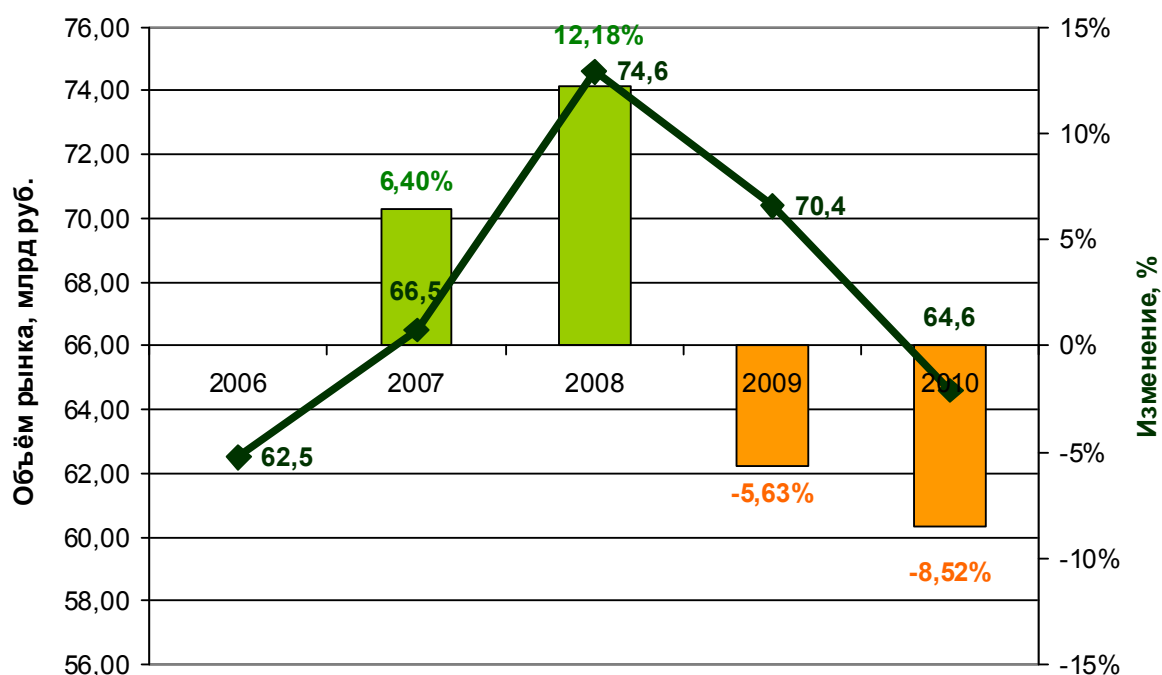
У специалистов отрасли по-прежнему не существует единой точки зрения в отношении его объема в рублевом исчислении: оценки колеблются от 63,1 до 87,9 млрд руб. (см. табл. 17). По оценкам издательства «Эксмо», в 2010 году продажи в натуральном выражении упали примерно на 10%, а в денежном – примерно на 5% вследствие дальнейшего увеличения цен на книги.

Общая динамика книжного рынка России в 2006-2011 гг. представлена на рис. 23.

По мнению экспертов, рост объема книжного рынка в довольно значительной степени зависит от покупательской способности населения страны и от роста ВВП. Однако приведенные в табл. 17 данные показывают, что существующая инерция отраслевого развития пока идет вразрез с общими макроэкономическими показателями, которые в последний год существенным образом выправились.

Рис. 23.

Динамика книжного рынка России в 2006-2010 гг.



Источник: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям.

Табл. 17.

Индикаторы развития российской экономики и книжного рынка в 2009-2010 г.

Показатель	2009/2008	2010/2009
Реальный ВВП	-8,5%	+4,0%
Реальные доходы населения	+0,7%	+4,3%
Реальный оборот розничной торговли	-5,7%	+4,4%
Индекс потребительских цен на непродовольственные товары	+9,7%	+8,7%
Общий тираж книг	-15,9%	-8,8%
Объем книжного рынка в натуральном выражении	-15%	-10%
Объем книжного рынка в денежном выражении	-5,63%*	-8,52%**

* Ввиду девальвации рубля в 2008-2009 гг., падение в долларовом эквиваленте составило более 20%.

**Падение в долларовом эквиваленте составило около 6%.

Источники: Федеральная служба государственной статистики, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

В отношении роли отдельных каналов книгораспространения у экспертов также нет единого мнения. В настоящее время на рынке существуют как минимум три оценки структуры этих каналов в прошедшем году, они приведены в табл. 18. Попытка определить консолидированную позицию участников рынка по данному вопросу представлена на рис. 24.

Табл. 18.

Оценки емкости каналов книгораспространения в 2010 г.

Канал	Консолидированная оценка 2009		2010							
			Оценка изд-ва «Эксмо»		Оценка ж-ла «Кн. индустрия»		Оценка МДК		Оценка Роспечати	
	В млрд руб.	В%	В млрд руб.	В%	В млрд руб.	В%	В млрд руб.	В%	В млрд руб.	В%
Независимые книжные магазины	27,456	39%	29,026	46%	48,345	55%	13,66	20,0%	27,132	42,0%
Сетевые книжные магазины	14,08	20%	15,144	24%	14,943	17%	34,15	50,0%	15,504	24,0%
Торговые центры FMCG	8,448	12%	7,572	12%	4,395	5%	6,83	10,0%	7,752	12,0%
Библиотеки	4,928	7%	–	–	10,548	12%	6,83	10,0%	6,46	10,0%
Интернет	5,632	8%	3,786	6%	4,395	5%	4,098	6,0%	3,876	6,0%
Книга-почтой, книжные клубы	2,816	4%	–	–	1,758	2%			1,938	3,0%
Лотки	2,816	4%	5,048	8%	1,3185	1,5%	2,732	4,0%	0,969	1,5%
Книжные рынки	2,112	3%	–	–	1,3185	1,5%			0,646	1,0%
Книгоноши	2,112	3%	–	–	0,879	1%			0,323	0,5%
Прочие				4%						
Всего:	70,4	100%	63,1	100%	87,9	100%	68,3	100%	64,6	100%

Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия», ГУП ОЦ «МДК».

Рис. 24.

Структура каналов книгораспространения в России в 2010 г.



Источник: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (на основе экспертных оценок издательств и книготорговых организаций России).

По мнению большинства экспертов, наибольшую долю на рынке в 2010 г. по-прежнему занимали *независимые книжные магазины*, а их доля выросла с 39% до 42%. При этом эксперты издательства «Эксмо» придают этому каналу еще больший вес – до 46%, а специалисты журнала «Книжная индустрия» вообще называют цифру 55% (правда, включая в этот сегмент магазины независимых книготорговых сетей). Напротив, специалисты ОЦ «Московский Дом книги» склонны снизить оценку данного канала до 20%.

Второй по значимости канал – **книготорговые сети**, несколько потерявший свой вес ввиду закрытия большого числа сетевых магазинов в течение в 2009 года, в 2010 году значительно укрепил свои позиции и прибавил 4% – с 20% до 24% (эксперты ОЦ «МДК» считают, что данный канал обеспечивает 50% всех продаж в книжной торговле).

Доля **канала FMCG** (книжные продажи в торговых центрах товаров повседневного спроса), выросшая в 2009 г. с 10% до 12%, сохранила свои позиции и в 2010 г. Мнение журнала «Книжная индустрия» в отношении объема канала FMCG резко расходится с оценками издательства «Эксмо» и ОЦ «МДК». Специалисты издания полагают, что на долю канала FMCG приходится сегодня всего 5% продаж книжной продукции. Между тем, вследствие неразвитости традиционной книжной розницы многие специалисты видят в увеличении доли продаж через гипермаркеты и магазины Cash & Carry большой потенциал привлечения широкого круга потребителей.

Несколько выросла по сравнению с 2009-м (с 7% до 10%) доля канала библиотечных продаж. Рост этой доли, по видимому, можно объяснить сокращением продаж в других каналах книгораспространения. Журнал «Книжная индустрия» оценивает объем этого канала в 12%, однако некоторые эксперты полагают, что эта доля несколько завышена и не может составлять 10,5 млрд руб. в денежном исчислении (от 87,9 млрд руб.).

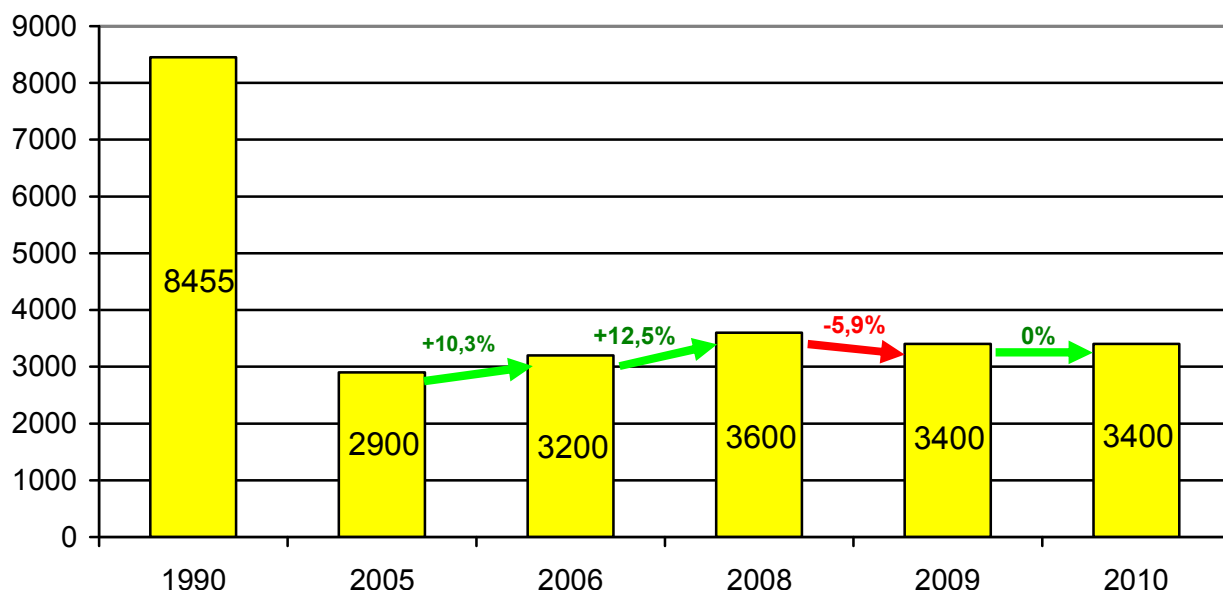
Интересны мнения участников рынка в отношении доли канала интернет-продаж. В 2009 г. специалисты отрасли оценивали его в 8% и говорили о его двухпроцентном росте по отношению к 2008 году. В этом году эксперты издательства «Эксмо» вновь отводят этому каналу не более 6% продаж (т. е. фактически признают двухпроцентное снижение к уровню 2009 г.), а специалисты журнала «Книжная индустрия» вообще дают этому каналу 5%. На наш взгляд, доля интернет-продаж составляет сегодня около 6% рынка, а почтовые продажи (продажи по каталогам и книжные клубы) – около 3%. Надо полагать, что наступление электронной эры будет способствовать дальнейшему увеличению доли интернет-торговли в структуре каналов книгораспространения, причем торговле уже не только традиционной, но и электронной книгой.

Характерной чертой кризисного периода стало возвращение издателей к практике «нецивилизованных» форм книгораспространения, характерных для 1990-х гг. В частности, получил второе рождение такой старый, но довольно успешный канал, как **книгоношество**. Данный способ сегодня активно используют издательства «АСТ», «ОЛМА Медиа Групп», «Белый город» и др. Еще одна «архаичная» категория, которая также оказывает влияние на продажи, – это так называемые **«книжные рынки»** («Олимпийский» в Москве и аналогичные рынки в региональных городах). Совокупная доля указанных каналов в структуре распространения, по оценке участников рынка, составляет сегодня около 3%.

По общему мнению экспертов и специалистов, книгораспространение в 2010 г. продолжало испытывать на себе влияние экономического кризиса. Однако тенденция сокращения книжных магазинов, характерная для первых кризисных лет, в 2010 году была преодолена, и их общее число, на наш взгляд, осталось примерно на уровне 2009 г. (см. рис. 25), т. е. наряду с закрытием одних магазинов шло открытие новых. Тем временем, по мнению издательства «ОЛМА Медиа Групп», число розничных книготорговых предприятий в 2010 г. сократилось примерно на 6%, в то время как количество книжных точек в крупных торговых центрах выросло приблизительно на 3%. Существует более оптимистичная оценка числа книжных магазинов, предложенная журналом «Книжная индустрия», согласно которой число стационарных книготорговых точек в России достигает 4400. Однако, ввиду неподтвержденности этих данных реальными полевыми исследованиями, мы пока склонны придерживаться умеренной оценки числа книжных магазинов в стране.

Рис. 25.

Динамика числа стационарных розничных книоторговых точек в России в 1990-2010 гг.

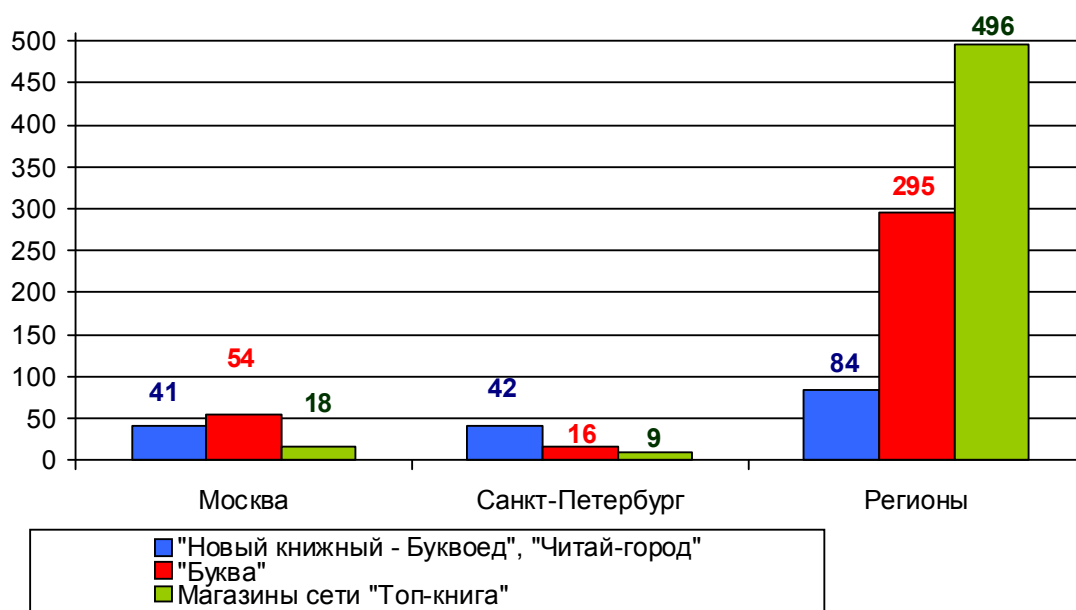


Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Ассоциация книгораспространителей независимых государств, РБК, компания «Стратегика», издательство «Эксмо».

Согласно экспертным оценкам, в настоящее время в Москве по количеству торговых точек преобладают сети книжных магазинов издательства «АСТ» («Буква») в Санкт-Петербурге – сеть книжных магазинов «Буквоед» (издательство «Эксмо»). В регионах первое место занимают магазины сети компании «Топ-книга», на втором месте находятся сети книжных магазинов издательства «АСТ» («Буква», «От А до Я»), а 3-е место занимает объединенная книоторговая сеть «Новый книжный – Буквоед» (издательство «Эксмо»). На рис. 26 показано соотношение количества магазинов трех основных федеральных книоторговых сетей.

Рис. 26.

Количество магазинов в ведущих книоторговых сетях России



Источник: данные компаний.

В табл. 19 представлен состав ведущих книготорговых сетей России, а в табл. 20 – состав ведущих книжных оптовиков и библиотечные коллекторы России.

Табл. 19.

Ведущие книготорговые сети России

	Сеть (владелец)	Название (торговая марка)	Кол-во магазинов		
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011
1.	Топ-книга	«Книгомир», «Лас-Книгас», «Литера», «Пиши-Читай»	602	548	523
2.	АСТ	«Буква», «От А до Я»	314	310	365
3.	Эксмо	«Новый книжный»	66	63	61
4.	Эксмо	«Читай-город»	30	55	58
5.	Эксмо	«Буквоед»	35-36	43-44	48
6.	Инфра-М	«Библиосфера»	50	1	находится в состоянии банкротства
7.	Правительство Москвы	ОЦ «Московский Дом книги»	38	41	41
8.	Мирс (Хабаровск)	«Мирс», «Знание», «Пиши-Читай» и др.	38	44	44
9.	ПродаЛитЪ (Иркутск)	«ПродаЛитЪ» и др.	37	40	39
10.	Амиталь (Воронеж)	«Амиталь»	34	36	35
11.	Азбука-Аттикус	«Снарк»	24	н/д	в настоящее время идет реорганизация сети
12.	Чакона (Самара)	«Чакона»	12	17	18
13.	Люмна (Екатеринбург)	«Живое слово»	10	9	11
14.	ДОМО (Казань)	«Книжный Двор»	7	6	5
15.	Учредитель Вадим Дымов	«Республика»	8-9	10	10
16.	Омега	«Букбастер»	5	5	8

Источник: данные компаний.

Табл. 20.

Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований		
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011
Москва	«Эксмо»	Розница, опт	10800***	н/д	н/д
	«Пятый океан» («АСТ»)	Розница, опт	36000***	более 50000**	н/д
	«Амадеос» («РИПОЛ-классик»)	Розница, опт	20000***	25719*	28495*
	Книжный клуб «36.6»	Опт	21500***	20000**	ок.28000*
	«КноРус»	Опт, библиотечный коллектор, интернет- магазин	55546*	24575* более 50000**	более 100000*

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований		
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011
	Книготорг «Инфра-М»	Опт, библиотечный коллектор	50547*	57704*	35539*
	«Лабиринт»	Опт, розница	143635*	н/д	более 100000**
	«Омега-Л»	Опт, библиотечный коллектор, интернет-магазин	48594*	56744* 68462**	129035*
	«Гранд-Фаир»	Библиотечный коллектор	40000***	ок. 30000**	100000- 150000**
	«Бибком»	Библиотечный коллектор	40000***	40000**	более 100000**
	Центр учебной и профессиональной литературы (ЦУПЛ)	Опт	37514*	38692*	40857**
	«Абрис»	Опт	30000***	30000**	более 25000*
	«Юрайт»	Опт	15070*	42178*	40898*
Санкт-Петербург	«Бизнес-Пресса»	Опт, розница, библиотечный коллектор	80000***	ок. 80000**	ок. 80 000*
Архангельск	«АВФ-книга»	Опт	80000***	ок. 80000**	ок. 80000**
Ростов-на-Дону	«Ростовкнига»	Опт	50000***	более 60000**	до 55000**
Воронеж	«Регион-книга»	Розница	53000***	н/д	н/д
	«Амиталь»	Розница, опт	50000***	50000**	более 70000**
Самара	«Киви» (Чакона)	Розница, опт	80000***	357576*	394881*
	«Метида»	Розница, опт	54278*	ок. 80000**	ок. 80000**
Челябинск	«Интерсервис»	Розница, опт	55791*	ок. 60000**	ок. 60000**
Екатеринбург	«Люмна»	Розница, опт	60000***	34152*	ок.100000**
Новосибирск	«Топ-книга»	Розница, опт	85210*	ок. 100000**	более 100000*
	«Экор-книга»	Розница, опт	54832*	52048*	более 50000*
	«Новосибирсккнига»	Розница, опт	31720*	более 30000**	более 25000*
Иркутск	«ПродаЛитЪ»	Розница, опт	90000***	150000** (в рознице) 200000** (в опте)	150000*
Хабаровск	«Мирс»	Розница, опт	30000***	35000***	36000**
Петропавловск-Камчатский	ЧП «Кожан С.П.»	Розница, опт	60000**	60000**	60000**

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

** – собственная оценка компаний, представленная на сайте (без привязки к прайс-листу);

*** – экспертная оценка специалистов.

Источники: данные компаний, экспертная оценка.

2.3. Динамика цен на книги и книжных продаж

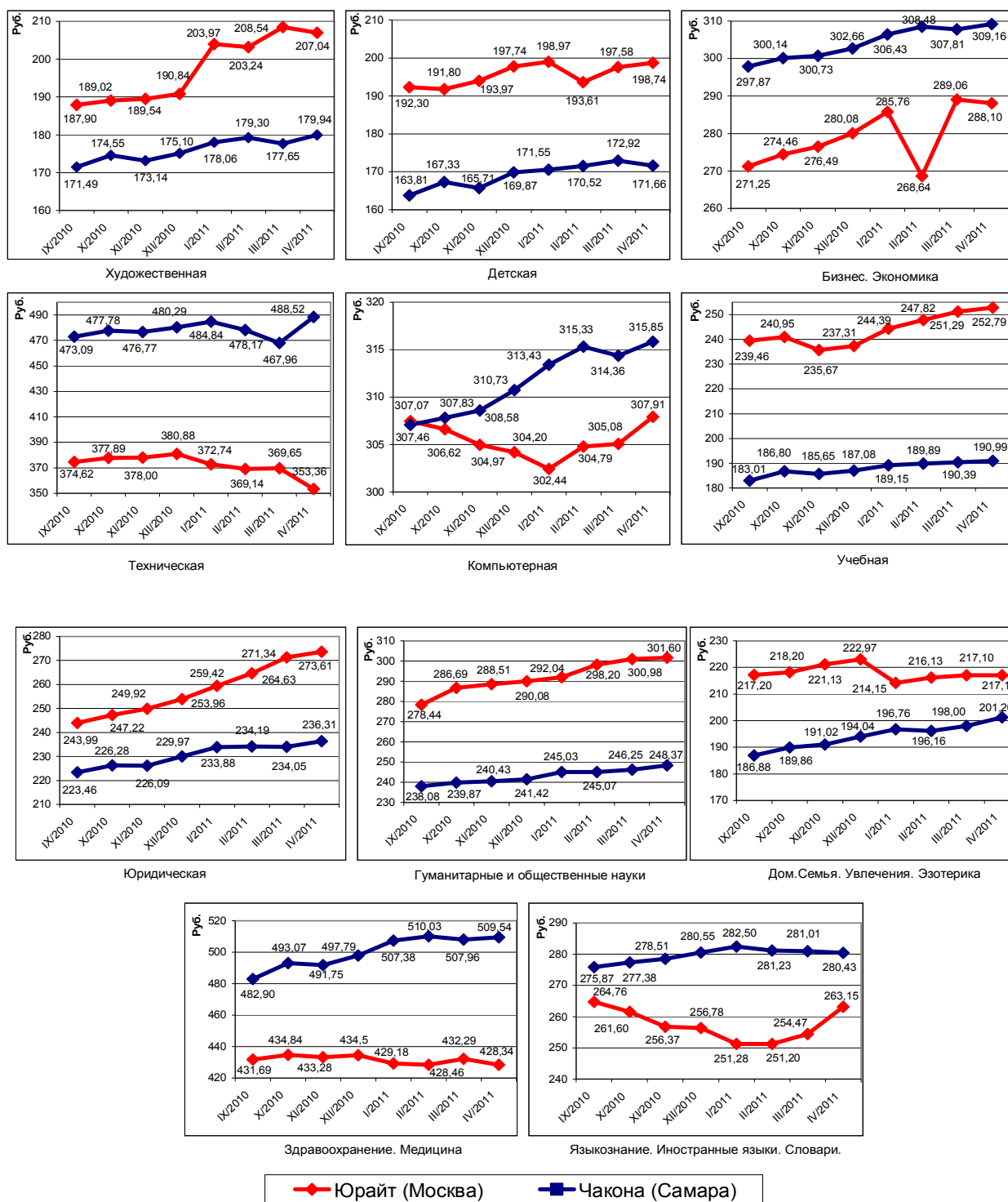
В процессе изучения книжного рынка нами проведен сравнительный анализ средней цены книги в оптовых компаниях г. Москвы и одного из регионов за последние 8 месяцев – с сентября 2010 г. по апрель 2011 г. За основу были взяты открытые прайс-листы компаний «Юрайт» (г. Москва) и «Чакона» (г. Самара). Анализ цен на книги был проведен по следующим тематическим разделам: художественной и детской литературе, экономике и бизнесу и другим видам изданий (см. рис. 27).

Из представленных диаграмм видно, что в период с сентября 2010 г. по апрель 2011 г. средняя оптовая цена на книги в Москве выросла практически во всех тематических сегментах, за исключением технической литературы. В сегменте компьютерной литературы, изданий по языкознанию и в разделе «дом, семья, увлечения» цена сохранилась приблизительно на одном и том же уровне.

В регионах, однако, все сегменты литературы показали абсолютный прирост средней оптовой цены. При этом, как следует из рис. 27, средняя оптовая цена на книги в регионах оказалась выше, чем в столице.

Рис. 27.

Динамика средней оптовой цены на книги по различным сегментам литературы в сентябре 2010 – апреле 2011 гг., руб.

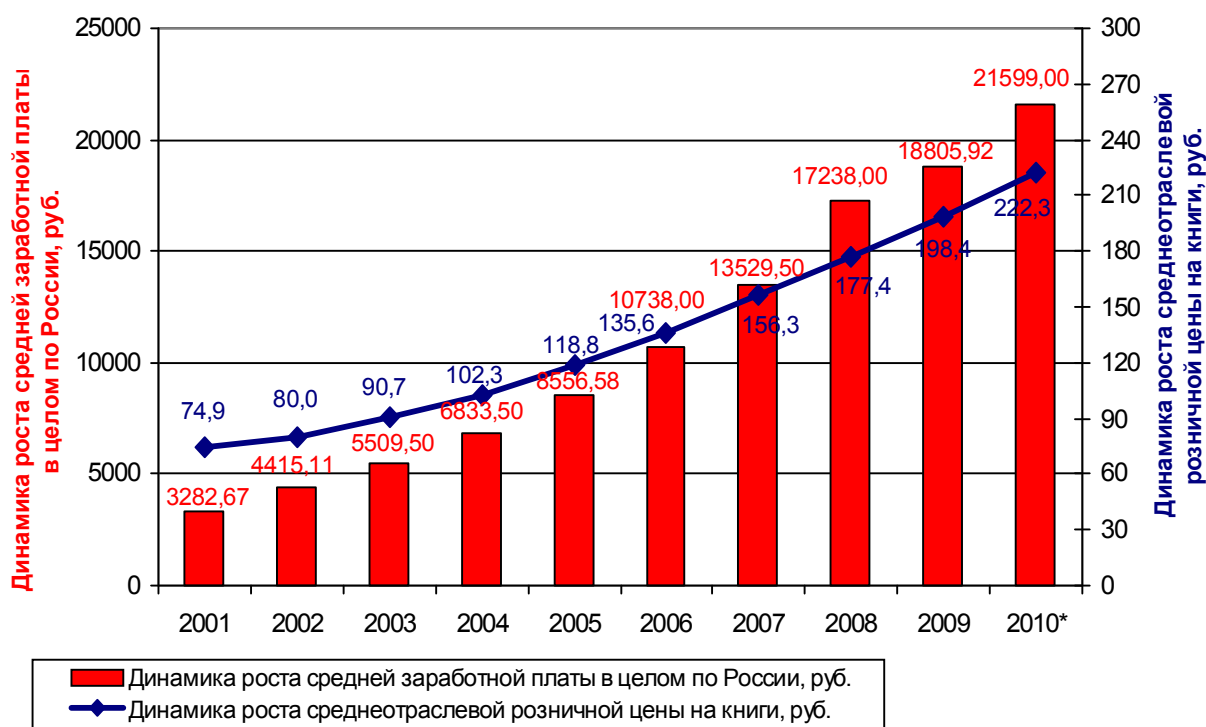


Источники: открытые прайс-листы компаний «Юрайт» (г. Москва), «Чакона» (г. Самара).

Интересно проанализировать покупательную способность российских граждан за период 2001-2010 гг. на предмет возможности приобретения ими книжной продукции. Имеющиеся данные государственной статистики о средней заработной плате населения в России и средней розничной цены на книги в г. Москве (по данным ОЦ «Московский Дом книги») позволяют, с определенной долей погрешности, констатировать, что если в 2001 г. среднестатистический россиянин мог приобрести в книжном магазине Москвы всего 43,8 «средних» книг, то в 2010 г. – уже 97,2 книги. Мы не анализируем здесь рост стоимости потребительской корзины за указанные годы в целом, однако чисто номинально покупательная способность населения в отношении возможности приобрести книжную продукцию не снижается, а растет. Мы, конечно, не претендуем на абсолютную достоверность приведенных данных, поскольку в нашем случае сравниваем среднестатистическую зарплату по всей России со средней ценой книги по г. Москве, тем не менее, ввиду того, что цена на книги в регионах отличается от московской не очень существенно, можно сделать предположение, что продажи в книжных магазинах из года в год падают не столько из-за снижения покупательной способности россиян, сколько – в большей мере – из-за снижения их интереса к чтению и других внеэкономических причин.

Рис. 28.

Динамика соотношения роста средней заработной платы (в целом по России) и среднеотраслевой розничной цены на книги в 2001-2010 гг., руб. (по г. Москве)



* Данные по средней зарплате за 2010 г. – по состоянию на ноябрь.

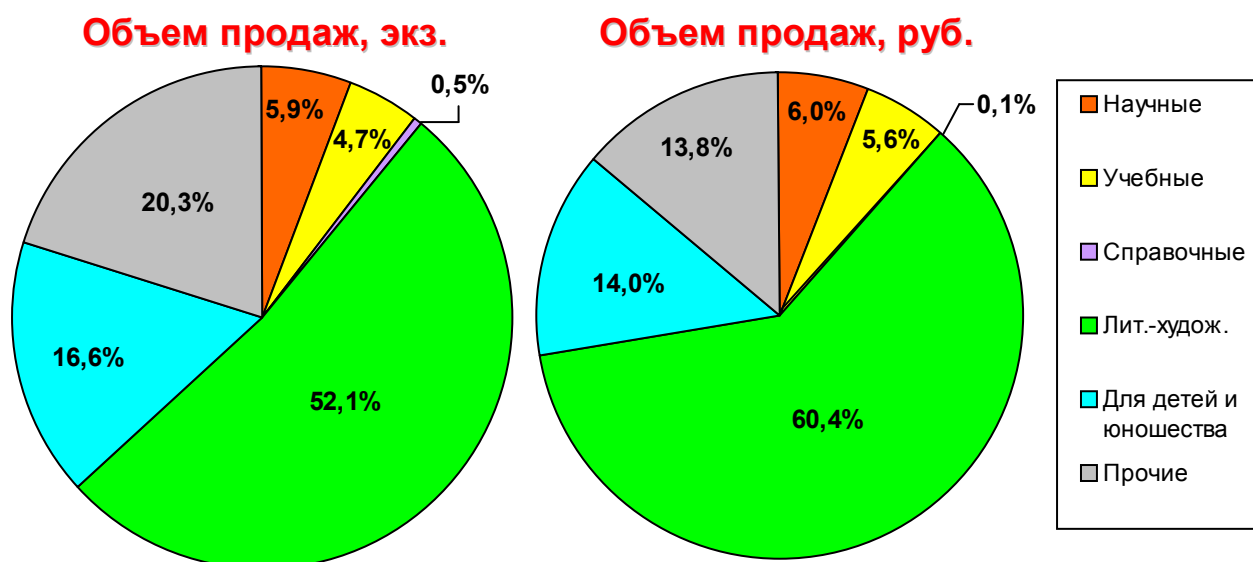
Источники: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), ГУП ОЦ «Московский Дом книги».

Как отмечает генеральный директор издательства «Эксмо» О.Новиков, в 2010 г. наибольший объем продаж давали издания художественной литературы – более 50% по числу проданных экземпляров и более 60% по обороту. Наименьшую долю в структуре продаж занимали справочные издания – не более 0,5% по количеству проданных экземпляров и не более 0,1% по обороту. Доля основных ассортиментных групп в продажах на территории РФ в 2010 г. представлена на диаграмме (рис. 29).

Согласно данным издательства «ОЛМА Медиа Групп», лидирующую позицию в рейтинге экземплярных продаж по итогам 2010 г. заняла художественная литература (42%), на втором месте оказалась справочная литература (22%), на третьем – литература для детей и юношества (16%). Следом за ними идут учебная (5%) и научная (1%) литература. На долю остальных видов литературы приходится 14% от общего объема экземплярных продаж в 2010 г.

Рис. 29.

Доля основных ассортиментных групп в продажах на территории РФ в 2010 г., %



Источник: издательство «Эксмо».

Как отмечают издатели и книготорговцы, наиболее продаваемые книги находятся сегодня **в низком и среднем ценовых сегментах** – от 50 до 200 и от 200 до 500 руб. В общей сложности на них приходится **более 70% продаж**. Как видно из рис. 30, книги **нижнего ценового сегмента** (до 50 руб.) составляют примерно **9% продаж**. Дорогие книги (от 500 руб. и выше) составляют около **18%** совокупных продаж.

Табл. 21.

Структура розничных книжных продаж в ценовом разрезе в 2010 г.

Ценовой сегмент	Консолидированная оценка 2009	Оценка 2010 г.			
		«Эксмо»	«Белый город»	«МДК»	«Ozon.ru»
1-50 руб.	50%	38%	20%	9%	9%
50-200 руб.				53%	42%
200-500 руб.	25%	45%	45%	30%	39%
500-1500 руб.	15%	15%	19%	7%	9%
Св. 1500 руб.	10%	2%	16%	1%	1%
	100%	100%	100%	100%	100%

Источники: данные компаний.

Рис. 30.

Структура книжных продаж в ценовом разрезе в 2010 г. (консолидированная оценка)



Источник: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (на основе экспертных оценок издательств и книготорговых организаций России).

Среди основных факторов, которые будут оказывать влияние на динамику книжного рынка в течение ближайших 3-5 лет, следует, в первую очередь, отметить факторы макроэкономического характера. Среди них можно назвать продолжающуюся инфляцию, в значительной степени обуславливающую рост цен на непродовольственные и, в особенности, на продовольственные товары, наличие остаточных кризисных явлений, а также трудности, связанные с проблемами самого книжного рынка. Это и неразвитость инфраструктуры как оптового, так и розничного звена книгораспространения, и достижение розничными ценами на книги психологического предела, и слабые логистические цепочки в системе доведения книг до конечного потребителя, которые не могут обеспечить спрос в отдаленных от Москвы регионах. Ну и наконец, нельзя не сказать о «постоянно действующем» факторе – падении интереса населения к чтению. Так, по данным ВЦИОМ (см. табл. 22), доля россиян, не читающих книги, с 1996 г. по 2010 г. увеличилась на 17% – с 20% до 37%. Доля же россиян, активно читающих книги, составила в 2010 г. только 23%, и эта цифра продолжает снижаться. Обсуждению этих и других вопросов был посвящен круглый стол по проблемам выработки законодательных инициатив в сфере издательской деятельности и полиграфии в Российской Федерации, который был проведен 8 ноября 2010 г. Комитетом по информационной политике, информационным технологиям и связи Государственной Думы РФ. Участники рынка выражают надежду, что реализация предложенных на круглом столе мер приведет к положительным изменениям на книжном рынке России.

Табл. 22.

Процент россиян, не читающих книги

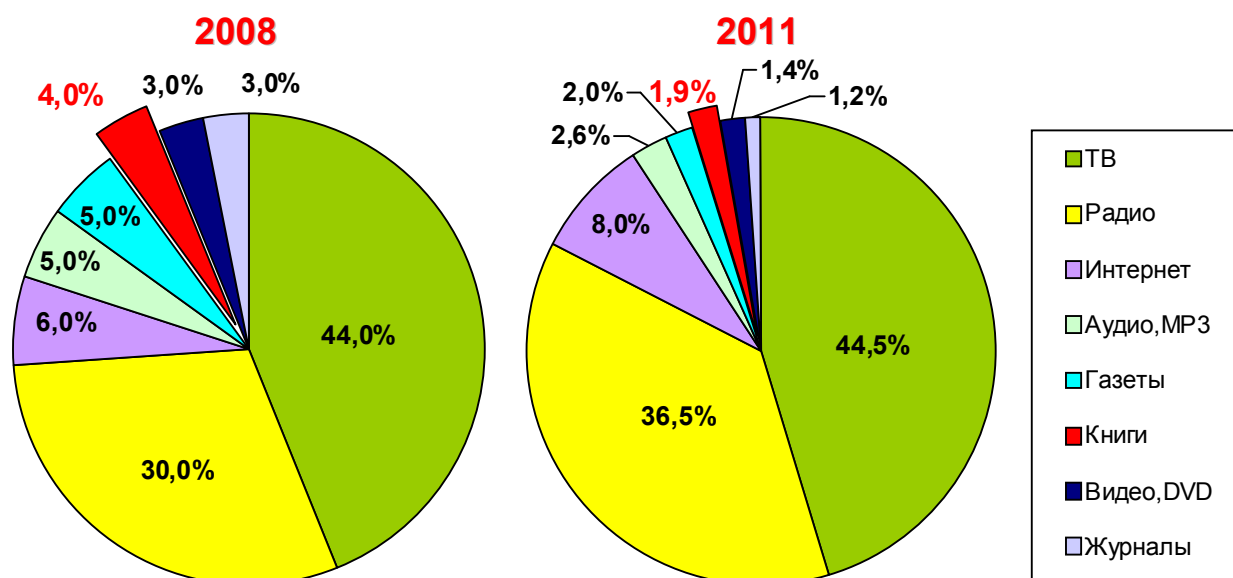
Год	Динамика, %
1996	20
2009	35
2010	37

Источник: ВЦИОМ.

Большую роль среди факторов, оказывающих влияние на интерес к чтению, а следовательно, и на динамику книжных продаж, играют другие медиа, которые ведут ожесточенную борьбу за свободное время человека. Так, по данным исследовательской компании «TNS Россия», общее медиапотребление российских граждан в возрасте от 16 лет и старше сегодня составляет около 8 часов в сутки. Из них чтению книг в общем объеме медиапотребления отводится 1,9% (около 9 мин. в день), чтению газет – 2% (около 10 мин.) и чтению журналов – 1,2% (около 6 мин.). Сопоставление этих данных с результатами аналогичного исследования 2008 г. показывает, что за последние три года доля времени, отводимого среднестатистическим гражданином России на чтение всех видов печатных источников информации, снизилась почти на 7%, в т. ч. книг – на 2,1%, газет – на 3% и журналов – на 1,8%. При этом в структуре медиапотребления российского гражданина за последние три года выросла доля телевидения, Интернета и особенно – радио (см. рис. 31).

Рис. 31.

Структура медиапотребления россиян



Источник: TNS Россия.

Одновременно с этим нельзя не отметить увеличение числа читателей, использующих для чтения возможности современных гаджетов. Правда, серьезной причиной, тормозящей развитие электронного книгоиздания и книгораспространения является электронное пиратство: сегодня доля пиратских электронных книг при скачивании достигает 80%.

2.4. Книгораспространение в регионах России

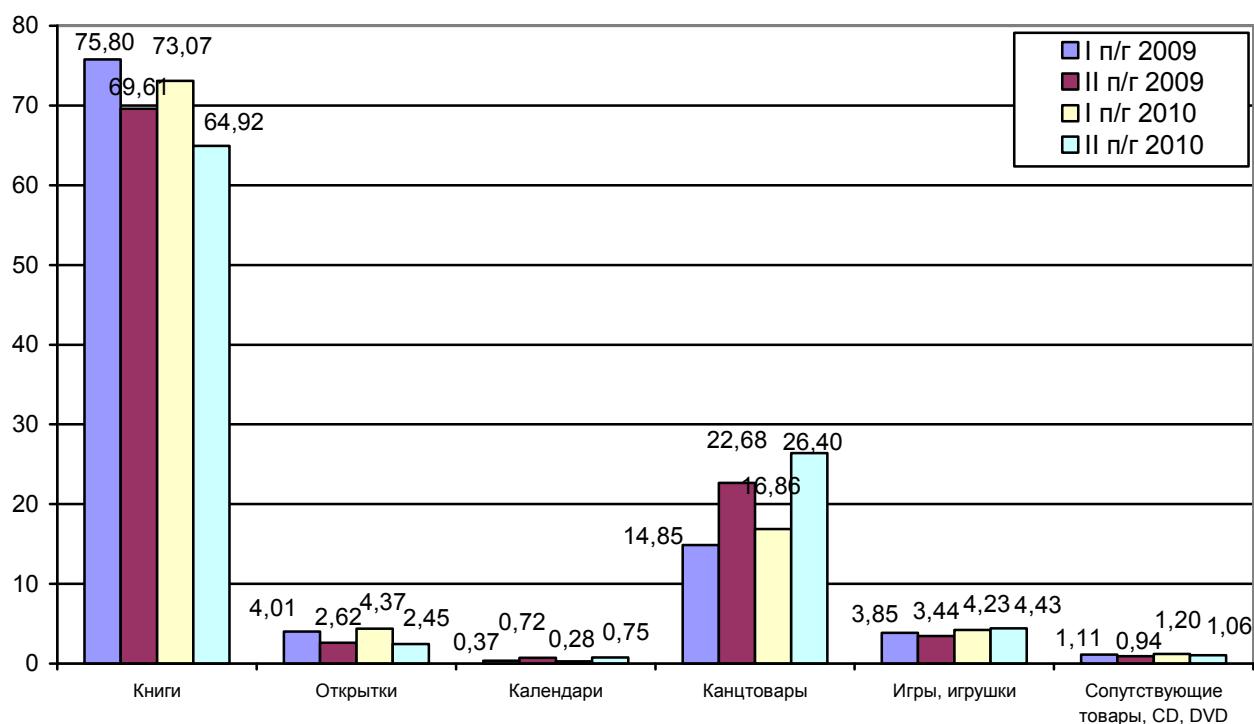
Несмотря на то, что количественные показатели регионального книгоиздания заметно снизились, что привело к уменьшению их доли в общем числе выпущенных названий и совокупном тираже (соответственно 34,2% и 10,1% против 35,3% и 13,4% в 2009 г.), по словам многих книгораспространителей регионального звена, их предприятия в основном смогли справиться с влиянием последствий кризиса и аномальных погодных условий. Например, как отмечает директор книжного магазина

ТД «Барс» (Рязань) С.Платова, предприятие закончило год с ростом товарооборота около 10% (правда, с 8%-ым снижением объема продаж в натуральном выражении). Остался на том же уровне оборот продаж и в региональной сети «Магистр» Ростова-на-Дону. По заявлению генерального директора предприятия Е.Штехиной, при этом пришлось произвести определенные изменения в ассортименте в связи с тем, что наблюдалось снижение спроса на некоторые тематические разделы предлагаемой литературы, особенно на издания технической и деловой тематики.

Успешно закончила 2010 г. и компания «ПродаЛитЪ» (г. Иркутск), которая является одной из самых крупных региональных книготорговых сетей и насчитывает в своем составе 35 магазинов общей площадью более 9 тыс. кв. м. Торговый оборот компании в 2010 г. возрос почти на 30% и составил более 750 млн руб. При этом, как и во многих других региональных предприятиях, рост оборота в денежном выражении был в значительной степени обеспечен за счет продажи сопутствующих товаров: канцелярских принадлежностей, открыток, календарей, игрушек и т.д. Характерно, что и школьные учебники генеральный директор компании В.Перевозников относит не к книжным товарам, рассматривая их скорее как предметы повседневного спроса. На рис. 32 представлены товарные группы магазинов сети «ПродаЛитЪ».

Рис. 32.

Доли товарных групп в продажах компании «ПродаЛитЪ» в 2009-2010 гг., %



Источник: компания «ПродаЛитЪ».

В ходе различных опросов, круглых столов и других отраслевых мероприятий выявились и некоторые другие тенденции развития регионального книжного рынка. Во-первых, ушли на второй план проблемы, связанные с арендой помещений – их площадью, территориальным расположением, стоимостью и др. На это еще в самом начале кризиса обращал внимание книгораспространителей такой известный эксперт, как О.Бартенев, который считал, что в результате снижения, а в ряде случаев и прекращения деловой активности некоторых субъектов рынка, дефицит нежилых помещений снизится, и это, в свою очередь, облегчит решение задач с размещением и функционированием

книжных магазинов. Вместе с тем еще встречаются случаи, когда желающие открыть книжный магазин натываются на те или иные экономические или бюрократические преграды. Такие сигналы поступали, например, из Архангельска, Кемерово и некоторых других регионов.

Во-вторых, большинство участников регионального книжного рынка сходятся на том, что в настоящее время следует сосредоточить внимание на изучении покупательского спроса и решительнее идти на серьезную трансформацию книжного ассортимента. Решение задач соответствия предложения спросу неизбежно повлечет за собой необходимость совершенствования издательского репертуара с более точным учетом читательского адреса, то есть интереса покупателя.

В-третьих, региональные предприятия книжной торговли практически единодушно высказывают необходимость и принимают решительные меры по расширению товарного предложения за счет не книжной продукции, соответствующей книжному ассортименту. Руководитель новосибирской сети «Аристотель» и совладелец «Топ-книги» М.Трифонов очень образно назвал это «боковым ассортиментом». Речь идет, прежде всего, о канцелярских товарах («Магистр», «Барс», «ПродаЛитЪ» и др.), но высказываются и более радикальные предложения. Так, некоторые представители регионального звена заявляют о своих планах включать в ассортимент магазинов устройства для чтения электронных книг.

В-четвертых, предложение по совершенствованию товарного ассортимента перерастает в программы совершенствования внутриорганизационного менеджмента, структуры предприятия, диверсификации его деятельности, разнообразию предлагаемых услуг, то есть всего того, что может помочь росту посещаемости магазина и повышению эффективности его работы. Если говорить по большому счету, то речь идет о начале инновационного пути развития. Е.Штегина (сеть «Магистр»), например, говорит, что в одном из магазинов сети открыли кафе, «где можно почитать книги – как купленные у нас, так и те, которые бесплатно стоят на полке». В прикассовой зоне продаются прохладительные напитки, чай и т.д. Предприятие старается оптимизировать ассортимент и более выгодно использовать те торговые площади, которые находятся у него в аренде. С.Платова (ТД «Барс») рассказывает о реконструкции Торгового дома, куда ее книжный магазин входит как структурное подразделение: «...площадь всего торгового центра увеличилась до 40 тыс. кв. м. Кроме того, прошлым [2010 г.] летом в непосредственной близости от нашего книжного магазина открылся кинотеатр «Люксор» с шестью кинозалами. Благодаря этому у нас значительно увеличилась выручка в выходные дни, а также количество покупателей. Внутри магазина мы сделали детскую игровую зону, где представлены настольные игры, пазлы. Это также дало нам возможность получить прирост по продаже детской литературы».

В концептуальном плане излагает свою позицию М.Трифонов («Аристотель», г. Новосибирск): «Я изначально делал книжный магазин. Но на фоне сильного падения продажи чистых книг я перехожу к продаже канцелярских товаров. Мы хотим, чтобы магазины росли в продажах. Для этого идеальная модель: 50% занимают книги и 50% не книги. Книги падают на 10% в год, не книги растут на 20% в год. Это нормальная модель. Так мы выйдем к стабильному магазину, где книги будут занимать не 2%-10%, а 30%-40%%, канцтовары – 10%-30%, игрушечная продукция – в районе 10%, открытки – 5%, ну и плюс отдельные проекты. Если мы не сможем сами предложить товар, который, как мы считаем, мог бы быть интересным дополнением к профилю магазина, то возможно, есть смысл пускать субарендаторов, которые дополняли бы существующую продуктовую линейку. Так, в самый большой магазин «Аристотеля» мы пустили нескольких субарендаторов: есть и компьютерная техника, и сувенирная продукция и багеты, а также очень хороший магазин товаров для детского творчества».

В-пятых, наметились признаки того, что в региональном книгораспространении будут шире и эффективнее использоваться современные информационные технологии. Генеральный директор иркутского «ПродаЛита» заявил на мартовской ярмарке «Книги России», что весной 2011 года они открывают у себя интернет-магазин, в надежде на то, что этот ресурс позволит им существенно увеличить продажи. Одновременно он заметил, что в ассортименте «ПродаЛита» нет пока букридеров, но объясняется это единственной причиной, тем, что на них пока не сформирован покупательский спрос.

Наконец, нельзя не сказать о том, что региональную книжную торговлю начинают беспокоить проблемы отсутствия в книжном ассортименте позиций, которые интересуют отдельных покупателей. В качестве примера приводился запрос читателя по поводу возможности приобрести книгу Р.Роллана «Кола Брюньон». Поэтому в магазине ТД «Барс» в Рязани организовали учет таких запросов с целью каким-то образом найти способ удовлетворения потребностей посетителей. В этой связи М.Трифонов также согласился, что постановка данного вопроса актуальна и на этой основе целесообразно инициировать издательские проекты, которые можно осуществлять на основе технологии print-on-demand.

2.5. Интернет-торговля книгами

Как отмечалось нами в предыдущем индустриальном докладе, 2009 год можно было по праву назвать годом поступательного развития онлайн-торговли: продажи через Интернет тогда, вопреки общему падению рынка, не только не снизились, они даже выросли. Формируя свою антикризисную стратегию, многие компания учли этот базовый тренд, заявив о том, что одним из основных приоритетов их работы в 2010 г. станет развитие интернет-торговли.

Результаты работы крупнейшего в Рунете интернет-магазина Ozon.ru показывают, что в 2010 году он выполнил для своих клиентов 1,95 млн заказов, (в сравнении с 1,46 млн в 2009 году) или почти 8,5 млн единиц товара (в 2008 году около 6,6 млн единиц). По сравнению с 2009 годом оборот Ozon.ru увеличился на 34% и составил 4,15 млрд рублей. Кризисная ситуация в стране не повлияла на долю продаж основного товарного направления компании – книжной продукции. В денежном выражении ее доля в общем объеме реализации составила 38%, оставшись неизменной по сравнению с 2009 годом. В 2010 году объем продаж книжной продукции впервые за всю историю компании превысил 1 млрд рублей, увеличившись более чем на 37%. Клиентами магазина было приобретено около 5,2 млн экз. книг, что на 36% больше чем в 2009 году (3,7 млн экз.).

Общий книжный ассортимент, доступный для заказа клиентами Ozon.ru, в апреле 2011 г. составлял около 370 000 наименований. Еще 120 000 наименований книг с недавнего времени стали доступны в разделе «Книги по требованию» (книга печатается по заказу клиента). За 2010 год ассортимент как русскоязычной литературы, так и книг на иностранных языках (среди которых помимо «традиционных» языков появились еще и книги на китайском и японском), вырос более чем на 30%. По собственным оценкам компании, Ozon.ru является явным лидером онлайн продаж книг (40-45% рынка) и уверенно входит в десятку крупнейших игроков книжного рынка России.

Общая картина деятельности ведущих книжных интернет-магазинов в Рунете выглядит следующим образом.

Табл. 23.

Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете

Название магазина	Адрес в Интернет	Число книг в ассортименте			Владелец	Год создания
		Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011		
«Ozon»	www.ozon.ru	140000	335000	ок. 500000	PPE Group	1998

Название магазина	Адрес в Интернет	Число книг в ассортименте			Владелец	Год создания
		Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011		
«Books.ru»	www.books.ru	314471	160501	128906	ООО «Символ-Плюс»	1996
«Библион»	www.biblion.ru	140864	180000	220000	ЗАО «Библион – Русская книга»	1999
«Библио-Глобус»	www.bgshop.ru	250000	250000	250000	Холдинг «Библио-Глобус»	2000
«Лабиринт»	www.labyrinth-shop.ru	143635	н/д	84090	ООО «Лабиринт»	2005
«Болеро»	www.bolero.ru	125308	140474	143785	Интернет-холдинг «eHouse»	1999
«Co@Libri»	www.colibri.ru	35184	более 100000	108117	«Внебиржевые системы»	1999
«Read.ru»	www.read.ru	–	100000	более 200000	Группа компаний «Логос»	2009
«Soyuzkniga»	www.soyuzkniga.ru	–	100000	40000	Холдинг «Терра-ИПК»	2009
«Bookean»	www.bookean.ru	–	100000	170000	Компания «Топ-книга»	2009

Источники: данные компаний, РБК, экспертные оценки.

В середине 2010 г. компанией РосБизнесКонсалтинг было проведено исследование «Российский рынок интернет-торговли: книжные магазины». Результаты исследования показали, что 47,5% опрошенных россиян, приобретавших те или иные товары в интернет-магазинах, по крайней мере, один раз совершали покупку книг и другой печатной продукции.

Как было выяснено в ходе опроса, больше всего средств на покупку книг и другой печатной продукции расходуют респонденты – жители Москвы: в среднем – около 5,7 тыс. руб. в год на каждого. Жители Московской области в среднем тратят в год на эти цели 5,2 тыс. руб. Житель Санкт-Петербурга тратит на приобретение книг через интернет-магазины в среднем 3,7 тыс. руб. в год.

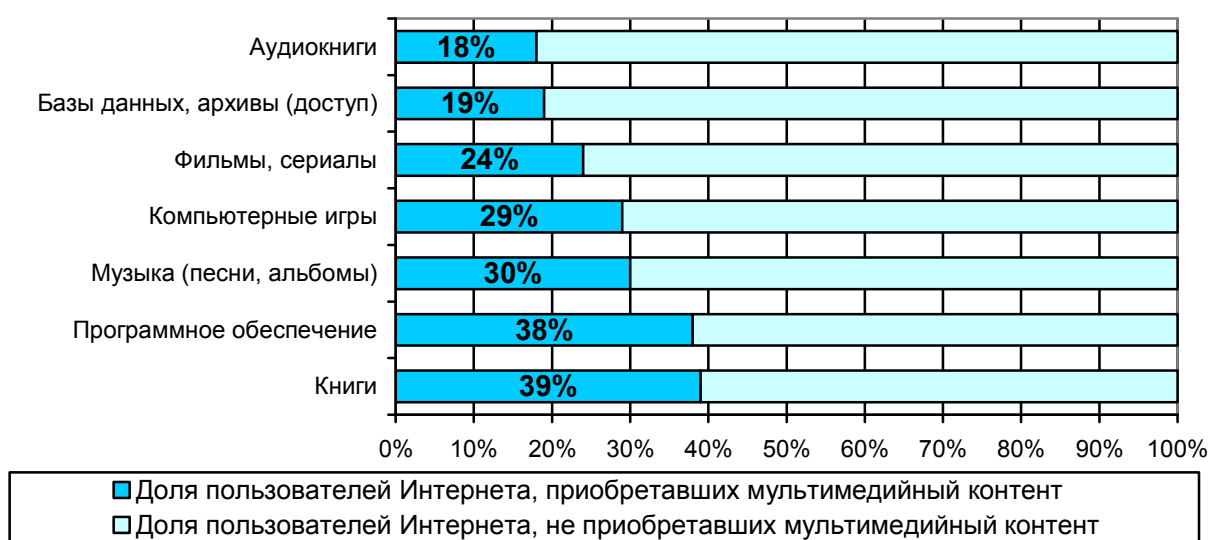
Около трети респондентов выделяют на совершение единичной покупки в интернет-магазинах от 200 до 500 руб., 21,9% – от 500 до 900 руб., 17% – от 900 до 1400 руб. 35,9% респондентов покупали книги в интернет-магазинах 5-6 раз в год, 31,8% – примерно 2 раза в год, 16,6% – лишь один раз в год. Клиенты интернет-магазинов, покупающие книги, в сравнении с покупателями иных товаров чаще совершают оплату заказов по почте наложенным платежом, по банковским квитанциям, посредством платежных систем RBK Money, WebMoney, Яндекс Деньги. В рассматриваемом исследовании также отмечается, что покупателям книг и другой печатной продукции в целом свойственна, опять же в сравнении с покупателями других товаров, готовность к более долгому ожиданию доставки приобретаемых книг.

По данным исследования, наибольшей популярностью в России пользуется книжный интернет-магазин «Ozon». На долю его покупателей приходится 71% участников опроса, которые приобретали книги и другую печатную продукцию в интернет-магазинах. Второе место со значительным отставанием занял «Буквоед» (21,5% респондентов). На третьем месте расположился интернет-магазин «Bolero» (19%). В число ведущих книжных интернет-магазинов также вошли «Лабиринт», «Books.ru», «Топ-книга», «Книга.Ru».

В процесс исследования книжные интернет-магазины оценивались по степени соответствия идеальному магазину. Первое место в рейтинге досталось интернет-магазину «Лабиринт» (98,2%). Интернет-магазин «Ozon» с небольшим отставанием занял второе место. Третье место – у интернет-магазина «My-Shop».

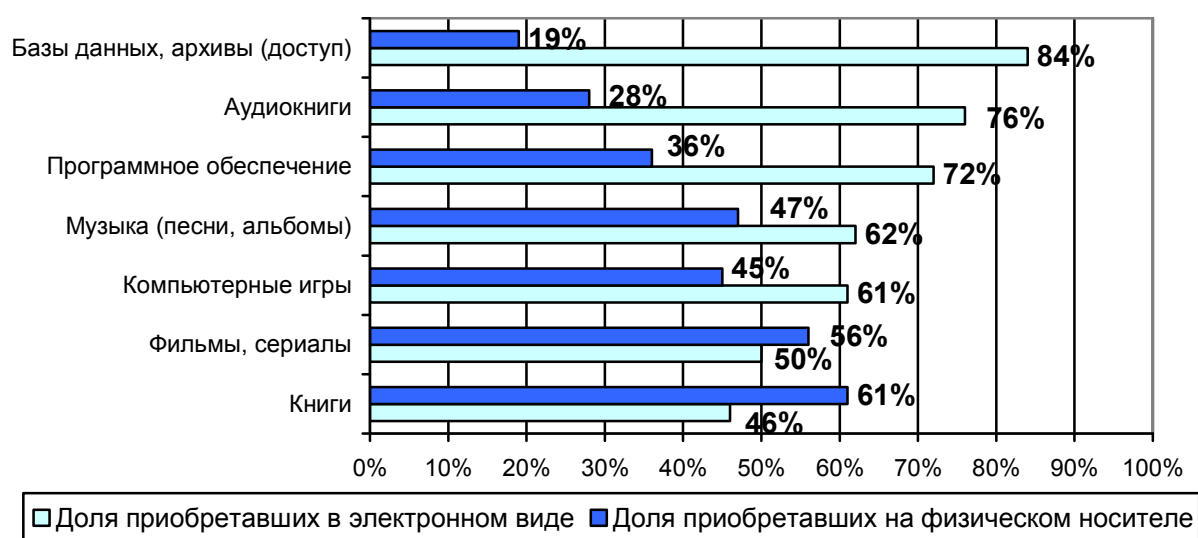
В целом, по данным Аналитического центра «Видео Интернешнл», в настоящее время книги являются самым приобретаемым медиапродуктом в Интернете (см. рис. 33). Однако сказанное в основном относится к книгам в их привычном виде, т. е. на бумажном носителе. Что же касается электронных изданий, то здесь, напротив, ситуация пока выглядит прямо противоположным образом: среди всех медиапродуктов, продаваемых в нематериальной форме, электронные книги пока пользуются наименьшим спросом. Из числа приобретавших книги посредством Интернет только 46% пользователей (хотя это уже не мало) приобретали их в электронном виде и 61% – в печатном (см. рис. 34). Тем не менее, есть основания полагать, что в недалеком будущем доля продаж книг в электронном виде посредством Интернет обгонит не только интернет-продажи книг в печатном виде, но и интернет-продажи некоторых других медиапродуктов.

Рис. 33.

Приобретение мультимедийного контента через Интернет*(городское население России от 15 лет и старше)*

Источник: Аналитический центр «Видео Интернешнл».

Рис. 34.

Приобретение товаров / услуг через Интернет на различных носителях*(среди приобретавших мультимедийный контент в Интернете)*

Источник: Аналитический центр «Видео Интернешнл».

2.6. Рейтинг ведущих мировых книготорговых компаний

В сентябре 2010 г. немецкий отраслевой журнал Vuchreport опубликовал свой очередной ежегодный мировой рейтинг книготорговых компаний (см. табл. 24).

Табл. 24.

Мировой рейтинг ведущих книготорговых компаний

№ п/п	Название	Страна	Компания-владелец	Оборот (млн евро)	Филиалы	Торговая площадь	Ассортимент	Представленность в международном масштабе
1.	Barnes & Noble	США	Акционерная компания	5810,0	1357	1,75 млн кв.м.	Книги, периодика, канцелярские товары	США
2.	Fnac	Франция	Группа PPR	4375,0 (-1,8%)	143	Около 3,2 млн кв.м.	Книги, пресса, музыка, видео, компьютерные товары, фото	Франция, Италия, Испания, Португалия, Бельгия, Швейцария, Бразилия, Марокко
3.	Borders Inc.	США	Акционерная компания	2210,0 (-13,8%)	699	Около 1,3 млн кв.м.	Книги, пресса, музыка	США, Пуэрто-Рико (3), Малайзия (5), ОАЭ (8)
4.	WH Smith	Великобритания	Акционерная компания	1637,0 (-0,9%)	1045	316 000 кв.м.	Книги, канцелярские товары, периодика	Великобритания
5.	Kinokuniya Company Ltd.	Япония	Частный холдинг	990,2 (2008 г.)	90	н/д	Книги, пресса	Япония, США, Австралия, Дубай, Сингапур, Индонезия, Тайвань
6.	Thalia	Германия	Douglas Holding (75%), Könncke (25%)	910,0 (+6,4%)	292	242 200 кв.м.	Книги	Германия, Австрия, Швейцария
7.	DBN	Германия	Семья Hugendubel (50%), Weltbild (50%)	743,0 (-1,6%)	493	Около 170 000 кв.м.	Книги	Германия, Австрия, Швейцария
8.	Indigo Books & Music	Канада	Акционерная компания	727,24 (+3%)	246	244 000 кв.м.	Книги, пресса, музыка, spiele	Канада
9.	Waterstone's	Великобритания	HMV Group	625,0 (-6,3%)	314	Около 170 000 кв.м.	Книги	Великобритания, Ирландия
10.	Redgroup	Австралия		479,3 (+52%)				
	Angus & Robertson	Австралия	Redgroup/PEP		183	н/д	Книги, PBS	Австралия
	Borders	Австралия	Redgroup/PEP		33	н/д	Книги, пресса, музыка	Австралия, Новая Зеландия, Сингапур
	Whitcoulls	Новая Зеландия	Redgroup/PEP		80	н/д	Книги, PBS	Новая Зеландия
11.	MG Giunti & Messaggerie	Италия	Messaggerie Italiane/Giunti	470,0	181	51 000 кв.м.	Книги	Италия
12.	Librerie Feltrinelli	Италия	Feltrinelli Holding	332,0 (+0,6%)	97	51 439 кв.м.	Книги, музыка	Италия
13.	Eason's	Ирландия	Частный холдинг	248,4 (-50%)	64	н/д	Книги, канцелярские товары, пресса	Ирландия, Великобритания
14.	Indeks Retail	Дания	Кооператив	210,0	177	н/д	Книги, канцелярские товары, PBS, фототовары	Дания
15.	CNA	Южная Африка	Edcon/Bain Capital	198,0 (+0,8%)	195	н/д	Книги, PBS, музыка,	Южная Африка

№ п/п	Название	Страна	Компания-владелец	Оборот (млн евро)	Филиалы	Торговая площадь	Ассортимент	Представленность в международном масштабе
							программное обеспечение	
16.	Mayersche	Германия	Семья Falter	170,0 (+10,3%)	41	Около 67 000 кв.м.	Книги	Германия
17.	Top-Kniga	Россия	Георгий Лямин (81%)	163,9 (-21%)	537	129 700 кв.м.	Книги, PBS, программное обеспечение	Россия
18.	Akademi- bokhandeln	Швеция	Kooperativa Förbundet (KF)	147,7	61	н/д	Книги, PBS, DVD	Швеция
19.	Exclusive Books/Van Schaik	Южная Африка	Avusa Retail	121,0 (+5,3%)	94	н/д	Книги, PBS	Южная Африка, Ботсвана, Намибия
20.	Ark Bokhandel	Норвегия	Gyldendal	110,0	101	26 000 кв.м.	Книги, PBS	Норвегия
21.	Selexyz	Нидерланды	Менеджмент (66%), Audax (33%)	Около 105,0	16	18 400 кв.м.	Книги	Нидерланды
22.	Bokia AB	Швеция	AG	80,5 (-13,9%)	76	Около 24 000 кв.м.	Книги, канцелярские товары	Швеция

Источник: журнал Buchreport

Первые две строчки в рейтинге занимают американская книготорговая сеть Barnes & Noble и французская компания Fnac. Следует отметить, что структура ассортимента данных ритейлеров существенно отличаются. Если в ассортименте компании Barnes & Noble книгам принадлежит основная доля, то применительно к Fnac продажи книг формируют примерно пятую часть оборота компании: 18,4% в 2008 г., 19,7% в 2009 г. В абсолютном выражении книжный оборот компании Fnac составил 875 млн евро, что сделало ее лидером среди книготорговцев Европы. Хотя совокупный оборот немецкой книготорговой сети Thalia несколько выше (910 млн евро), однако доход Thalia формируется не только благодаря книжным продажам.

Среди европейских книготорговцев, в ассортименте которых книги играют доминирующую роль, ведущие позиции третий год подряд принадлежат немецким компаниям Thalia и DBN, а также британской сети Waterstone's.

Быстрое развитие онлайн-торговли не оказывает существенного влияния на деятельность традиционных книжных магазинов. Одновременно с ростом книжных интернет-магазинов происходит открытие и новых традиционных магазинов. Так, к примеру, в 2009-2010 финансовом году итальянская книготорговая сеть Feltrinelli ввела в действие 7 новых книжных магазинов, включая большой вокзальный книжный магазин в Неаполе площадью в 1100 кв.м. (при обычной площади вокзальных книжных магазинов в размере около 100-250 кв.м).

Большинство книготорговцев уже включили в свой ассортимент и не книжные товары, превратившись в медиаторов, таких, как Fnac или британская сеть WH Smith. Даже такие «классические» книготорговые компании, как немецкие Thalia, DBN и Mayersche придают большое значение диверсификации ассортимента для компенсации в условиях падения оборотов книжных продаж.

Экономический кризис наложил отпечаток на положение дел на национальных книжных рынках. По оценке журнала Buchreport, картина носит примерно одинаковый характер: везде экономия, везде закрытия, везде увольнения, везде слияния. Так, шведская книготорговая сеть Bokia заморозила проект экспресс-магазинов, сохранив только три тестовых магазина с площадью около 100 кв.м., которые специализируются на быстрооборачиваемом ассортименте – бестселлерах и покетбуках. В Ирландии сеть Eason's потеряла половину оборота и была вынуждена встать на путь жесткой экономии, сокращения жалования сотрудников, отказ от премий. Сеть Fnac в июле 2010 г. приняла

решение закрыть свои магазины в Греции после 5 лет работы. А владелец Fnac – группа PPR решила выставить сеть Fnac на продажу. Составители рейтинга включили в Топ-50 ведущих книготорговых компаний мира российскую книготорговую сеть «Топ-книга», однако обратили внимание на ее непростое финансовое положение в последний год и на существенное падение оборота сети.

Любопытно взглянуть на ситуацию в США. По результатам 2010 г., лидерство среди розничных каналов продаж в США (см. табл. 25) естественно принадлежит книготорговой сети Barnes & Noble, на долю которой по итогам года пришлось 23% рынка – на 0,5% больше, чем в 2009 году.

Табл. 25.

Доля отдельных предприятий и каналов книгораспространения в США в 2009-2010 гг.

№ п/п	Компания	2009	2010
1.	Barnes & Noble	22,5%	23,0%
2.	Amazon.com	12,5%	15,1%
3.	Borders	14,0%	13,1%
4.	Wal-Mart	7,0%	5,8%
5.	Книжные клубы	3,6%	4,0%
6.	Независимые магазины	3,4%	3,5%
7.	Books-A-Million	2,8%	2,7%
8.	Target	2,0%	1,9%
9.	Супермаркеты	2,0%	1,7%

Источник: Pro-Books.ru

Книготорговцы, занимающие второе и третье места в рейтинге – интернет-ритейлер Amazon и сеть Borders – поменялись местами по сравнению с 2009 годом. Второе место теперь занимает Amazon, чей рост оказался наиболее значителен по сравнению с основными конкурентами – с 12,5% до 15,1%. Доля Borders снизилась на 0,9%, хотя аналитики прогнозировали более серьезный спад, учитывая, что весь год компания боролась с кризисом.

Максимальное сокращение книжных продаж было зафиксировано в сети гипермаркетов и универсамов Wal-Mart – с 7% до 5,8%. Возможно виной тому снижающаяся популярность изданий в мягких обложках для массового рынка, которые традиционно занимают значительное место в ассортименте и продажах гипермаркетов и супермаркетов. Доля книжных продаж в последних двух категориях торговых точек также снизилась, хотя и не столь значительно.

2.7. Прогнозы развития российской книжной отрасли в 2011 г. Мнения экспертов

По мнению многих экспертов, прогноз развития книжной отрасли на 2011 год в целом носит пессимистический характер, учитывая, что возможности дальнейшего увеличения цен на книги представляются крайне ограниченными.

Так, О.Новиков считает, что падение рынка в натуральном выражении в 2011 г. продолжится и достигнет примерно 5%. По его мнению, сегодня у отрасли нет ни финансовых, ни других ресурсов, чтобы исправить ситуацию. Реальной помощью в преодолении падения рынка могла бы стать активная пропаганда чтения, но для эффективного решения этой задачи нужны масштабные мероприятия, проводимые при государственной поддержке. Сохранит свою крайнюю значимость вопрос развития книжных магазинов в регионах. В настоящее время на положение региональных

книжных магазинов влияет достаточно серьезная проблема оборачиваемости книжной продукции, но и тут пока не представляется возможным что-либо исправить.

Генеральный директор казанской книготорговой сети «ТАИС» («Дом книги») Б.Мусташкин, считает, что глобальных изменений на рынке в 2011 году не произойдет. Продолжатся те тенденции, которые себя так или иначе уже проявили. Спрос на книги будет сокращаться за счет снижения интереса к чтению в принципе. Продажи книг в Интернете будут расти, а в традиционной рознице – падать, особенно в небольших магазинах, которые не смогут предложить посетителю достаточный выбор. Будет увеличиваться число обладателей электронных книг, что также скажется на продаже бумажной книги. Цены неизбежно вырастут. По мнению Б.Мусташкина, будет увеличиваться влияние и присутствие в регионах федеральных сетей.

Как бы вторя утверждениям своего коллеги из Татарстана, генеральный директор сети магазинов «Магистр» (г. Ростов-на-Дону) Е.Штехина считает, что, в 2011 г. усилится конкуренция между традиционной бумажной и электронной книгой: ридеры постоянно совершенствуются и становятся более доступными для населения, поэтому потребительская аудитория у бумажной книги сузится. Для получения информации покупатели все чаще будут обращаться в Интернет, в связи с чем спрос на литературу, особенно на специальную, еще более сократится. Конкуренционное давление на независимые магазины со стороны федеральных сетей усилится, однако, по мнению Е.Штехиной, у местных книготорговцев всегда есть свои преимущества в знании локального рынка и своего покупателя.

Генеральный директор издательства «РИПОЛ классик» С.Макаренков убежден, что тенденции, которые были характерны для отрасли в 2010 г., сохранятся. По его мнению, стоит ожидать прироста и увеличения рыночной доли интернет-магазинов, постепенного перетекания продаж из традиционной розницы в гипер- и супермаркеты, а также магазины шаговой доступности.

Генеральный директор книготорговой группы «ПродаЛитЪ» В.Перевозников считает, что основные векторы развития книжного рынка – это укрупнение издательств и сведение их количества к минимуму. Книжные магазины перестанут существовать как просто книжные магазины, это будут супер- и минимаркеты, у которых будет четко выверенный книжный ассортимент для продажи, а не для хранения на полке (с этим должны будут считаться издатели). Все большую долю будут занимать канцелярские товары, игрушки, открытки. Многие книготорговцы к этому уже пришли.

Таким образом, по мнению издателей и книготорговцев, книжный бизнес в ближайшее время ожидают довольно сильные трансформации. И можно сказать, что сегодня он находится на пороге перемен.

III. ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ И КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ

3.1. Основные тенденции развития рынка электронных изданий за рубежом

Растущая популярность электронных книг и устройств для их чтения заставляет книжную индустрию активно адаптироваться к новым условиям. Это объясняется не только удобством пользования (небольшой вес, наличие целого каталога книг и простота скачивания), но и гораздо более низкой ценой. Так, стоимость бестселлера в традиционном формате в США колеблется от 25 до 40 долл., тогда как большинство электронных книг доступно в пределах 10 долл. В связи с этим ведущие западные книжные сети развивают операции в Интернете, издательства меняют свою модель бизнеса, в том числе начиная сотрудничать с непрофильными ритейлерами.

Сегодня продажи большинства издательств растут благодаря именно электронным книгам. Так, в 2010 году выручка английского издательства Bloomsbury от продажи электронных книг выросла в 18 раз, до 2,3 млн долл. – во многом благодаря американскому рынку. Рост продаж на 138% зафиксировало и Hachette Book Group, подразделение французской Lagardere Publishing.

По данным Ассоциации американских издателей, которая уже девять лет отслеживает динамику рынка электронных книг, их продажи в 2010 г. по сравнению с 2009 г. выросли со 170,0 млн долл. до 441,3 млн долл., а рыночная доля – с 3,2% до 8,32%. В Европе ситуация обстоит иначе. На европейские страны, по оценкам экспертов крупной британской исследовательской компании Futuresource Consulting, специализирующейся на изучении рынка потребительской электроники, мультимедиа и IT-технологий, в 2010 году пришлось лишь 10% общемировых продаж электронных книг, из них на Великобританию – 2%. Причина такого отставания состоит в том, что в Европе электронные книги и платформы для их чтения были запущены в производство гораздо позже, чем в США.

В мире нет единой оценки объема рынка электронных изданий. Так, согласно исследованию, проведенному компанией Price Waterhouse Coopers (в основу которого легли данные, полученные от 40 представителей книжного рынка США, Великобритании, Германии и Голландии, а также результаты онлайн-опроса 1000 покупателей электронных книг), объем продаж е-книг в США по итогам 2010 года оценивается примерно в 1,5 млрд долл., что составляет 7,2% книжного рынка. К 2015 году этот сегмент может вырасти предположительно до 5,6 млрд долл., и доля его в этом случае составит 22,5%. Существуют и другие мнения о текущем объеме американского рынка цифровых изданий: по данным американской маркетинговой компании Forrester Research, в 2010 г. он достиг одного миллиарда, а в 2011 году, по предварительным прогнозам, эта сумма составит 1,3 млрд долл. По оценке главного аналитика компании Джеймса Маккиви, к 2015 году они составят уже 3 млрд долл.

Специалисты предполагают, что по темпам развития сегмента рынка европейские страны не смогут догнать США, хотя сам по себе рост продаж будет весьма впечатляющим. Например, в Великобритании продажи е-книг в 2010 году составили 52 млн долл. и заняли при этом 1,5% книжного рынка. К 2015 году эта цифра может возрасти до 534 млн долл. и составить 14,2% рынка. Эксперты Futuresource Consulting полагают, что к 2014-2015 гг. на британский рынок электронных книг будет приходиться 13% мировых продаж. Такое мнение экспертов разделяют и большинство британских издательств. В других европейских странах электронные книги будут приживаться несколько хуже. К 2015 году доля цифровых изданий может составить 6,3% книжного рынка в Германии и 4,4% – в Голландии.

Развивающийся сектор электронных изданий будет компенсировать постепенное снижение продаж печатных и аудиокниг, которое будет наблюдаться как в США, так и в Великобритании. Поэтому книжный рынок в целом будет расти – согласно прогнозу, подъем в 2015 году может составить 3,2% в США и 1,3% в Великобритании.

По результатам опроса, проведенного американским поставщиком электронного контента Artara, книги в электронном формате в конце 2010 года в США выпускали 64% издателей. Из числа опрошенных универсальных издательств цифровую продукцию производят 74%, примерно такая же доля приобщенных к выпуску е-книг научных издательств. 71% респондентов среди тех, кто не выпускает книги в электронном формате, не указали конкретной причины своего отсутствия на развивающемся рынке.

В качестве основных причин, которые подталкивают к оцифровке книг из бэклистов, представители универсальных издательств указывают маркетинговый спрос и желание продлить «жизнь» книгам, перешедшим в категорию «out of print». При этом 66% издателей не имеют достаточно ясного представления о том, окупаются ли затраты на цифровую продукцию по сравнению с традиционной печатной книгой, или нет. Более 15% опрошенных дали положительный ответ, 13% утверждают обратное. Аналитики Artara считают, что неясность картины связана с тем, что для производства электронных книг пока используются устаревшие технологии, не ведущие к сокращению издержек. По мере того, как техническая сторона процесса будет совершенствоваться, книги из бэклистов активнее будут переводиться в цифровую форму, соответственно, увеличится и окупаемость.

Среди издателей, выпускающих цифровые книги, 38% продают их с помощью собственных интернет-ресурсов, 37% сотрудничают с Amazon, 22% (по сравнению с 9% в 2009 г.) – с Apple. В последнем случае учитывался не только ритейлер iBooks, но и каналы распространения приложений.

45% издателей сообщили, что основной сложностью для них при выпуске е-книг стали проблемы совместимости форматов с различными устройствами. В 2009 году число издателей, которые столкнулись с этой проблемой, было значительно меньше – 21%. Рост проблем аналитики связывают прежде всего с постоянным появлением на рынке новых устройств, позволяющих читать е-книги. В целом почти половина (49%) из общего числа издателей сообщили, что планируют уделять значительно большее внимание е-книгам в ближайшем будущем.

Самым крупным игроком на рынке электронных изданий является компания Amazon, чистая прибыль которой по итогам 2010 года выросла на 28% и составила 1,15 млрд долл., в то время как выручка увеличилась на 40% – до 34,2 млрд долл. По итогам четвертого квартала зафиксирован рост прибыли на 8% до 416 млн долл., а выручки – на 36% до 12,95 млрд долл.

Наибольшую часть дохода за квартал принес североамериканский рынок (США и Канада), где рост составил 45% до 7,2 млрд долл. Подразделения в Германии, Великобритании, Франции, Италии, Китае и Японии принесли Amazon 5,74 млрд долл., что на 26% больше, чем в прошлом году. Мировые продажи в сегменте медиа-товаров, в который входит печатная и цифровая книжная продукция, выросли на 12% до 5,23 млрд долл., а в сегменте электроники и товаров смешанного ассортимента, где «обитает» ридер Kindle – на 60% до 7,39 млрд долл.

Глава Amazon Джефф Безос отметил два ключевых достижения компании по итогам 2010 года. Впервые за все время работы магазина, квартальный доход превысил 10 млрд долл. – и сразу довольно существенно. Наконец, благодаря появлению обновленного ридера Kindle, который в конце года установил абсолютный рекорд продаж, цифровые книги обогнали по продажам печатные издания в мягкой обложке. Ритейлер скрупулезно отслеживает меняющееся соотношение продаж печатных и

электронных книг. Ранее последние уже оказывались более востребованными, нежели книги в твердом переплете, затем выяснилось, что бестселлеров в цифровой форме продается больше, чем их печатных версий. В среднем по итогам года на каждые проданные 100 книг в мягкой обложке пришлось 115 электронных версий (без учета бесплатных). По сравнению с изданиями в твердом переплете Kindle-версий продавалось и вовсе втрое больше. В ассортименте Kindle Store по состоянию на начало февраля 2011 г. насчитывалось более 810 тысяч цифровых изданий, из них около 670 тысяч продавалось по цене 9,99 доллара или меньше.

В конце 2009 г. крупнейший в США книжный ритейлер Barnes & Noble, управляющий более чем 700 торговыми точками по стране, запустил в продажу собственное устройство для чтения электронных книг Nook. По оценкам Forrester Research, продажи Nook в 2010 году достигли 2 млн долл. По словам гендиректора Barnes & Noble Уильяма Линча, сейчас доля ритейлера на американском рынке электронных книг составляет 25%, а это значительно превышает долю компании в сегменте традиционных книг.

Значимым событием 2010 года стал спровоцированный Apple и связанный с созданием iBook Store пересмотр условий взаимодействия с ритейлом. Изменение заключается в том, что издательство само будет устанавливать цены на электронные книги, а ритейлеры, получают право брать комиссию в размере 30% от стоимости продукции. Переход на агентскую модель, при которой издатель сам устанавливает розничную цену на электронные книги, был принят пятью из шести крупных международных издательских групп и привел к перераспределению дохода между партнерами в пользу издателей (70% против 30% – ритейла). Но относительно эти величины, создающие впечатление убедительной победы производителя над продавцом, во многих случаях обернулись потерями для издателей, на что они пошли добровольно, в том числе и с целью ограничить экспансию Amazon на цифровом книжном рынке. Если вспомнить историю продвижения Kindle, Amazon активно дисконтировал электронные книги себе в убыток, при этом издательская маржа оставалась высокой – сравнимой с доходом от продаж книг в переплете.

В начале марта 2011 г. на агентскую модель продаж электронных книг в США перешло одно из крупнейших в мире книжных издательств Random House. При этом издательство подчеркивает, что условия продажи традиционных книг остаются прежними. И хотя ряд средних издательств по-прежнему придерживается классической модели поставки книг в торговлю по установленной оптовой цене с оговоренной скидкой, вполне вероятно, что и в сфере электронного книгоиздания распространится практика применения фиксированных розничных цен, если не в форме закона, то в виде конвенциональной договоренности игроков рынка.

Агентскую схему работы с ведущими издателями принял и новый, но давно ожидавшийся игрок на рынке – Google ebookstore. Анонсированный еще в 2009 г., магазин электронных книг ebookstore (известный под рабочим названием Google Editions) начал функционировать в преддверии рождественских и новогодних праздников, 6 декабря 2010 г. Самая крупная в мире коллекция электронного контента составляет сегодня более 3 млн наименований, включая около полумиллиона предлагаемых для продажи. Цена на книги колеблется в диапазоне от 7 до 300 долларов, поскольку сервис включает технические, профессиональные и научные издания, но не превышает 80% от минимальной цены бумажной версии. На сегодняшний момент контракт с Google заключили около 4000 книгоиздателей.

Поисковик не планирует создание собственной «читалки», наоборот, в отличие от концепции Amazon, продвигает идеологию сервиса, не зависящего от типа устройства. Отобранные и приобретенные пользователем книги хранятся на удаленном сервере

Google (в облаке) в личной онлайн-библиотеке и доступны с любого устройства: компьютера (только в браузерах Chrome или Safari), смартфона (с Android или iPhone), планшета или букридера (за исключением Kindle из-за конфликта DRM-систем). Применять или не применять DRM-защиту к своему контенту, решает издатель. Для защищенных книг такие опции как «вырезать и вставить», «распечатать» или «поделиться с другом» отсутствуют. Доступ к библиотеке осуществляется по паролю, как к почтовому ящику. Если книга читалась онлайн, программа делает виртуальную закладку и открывает ее на той же странице на любом другом устройстве. После отключения от Сети кэшированная книга сохраняется на гаджете до момента его выключения, и, чтобы в следующий раз ее открыть, необходимо вновь выйти в Сеть.

Сервис позволяет покупать электронные книги непосредственно на сайте поисковика или на сайтах магазинов-партнеров. Это – первый шаг к реализации принципа: информация должна быть доступна там и тогда, когда в ней есть потребность. На следующем этапе Google планирует разработать веб-виджеты ebookstore, которые будут встраиваться в различные сайты. Примером такого виджета уже стала возможность приобрести книгу с сайта дискуссионного книжного клуба Goodreads. Пока Google ebookstore работает только в США, на мировой рынок компания планирует выход в первой половине 2011 года.

Между тем, в 2010 г. Amazon продал около 10 млн своих устройств, вместе с ними приобретая лояльность покупателей и долю рынка, которая даже сейчас, несмотря на громкий успех iPad, составляет около 50%. Аналитики размышляют, удастся ли Google догнать Amazon или хотя бы составить ему ощутимую конкуренцию, учитывая специфику сервиса, размер библиотеки и уникальный инструмент текстового поиска BookSearch. В США, с почти 100%-ным интернет-покрытием, – не исключено. В Европе, где в отдельных странах задача не допустить Google к национальному литературному достоянию формулируется на государственном уровне – менее вероятно.

По мнению экспертов из общества по изучению потребительского спроса в Нюрнберге в Германии в 2010 г. 540 тысяч человек предпочли бумажным книгам электронные, заплатив за них в общей сложности 21 млн евро. По данным исследователей, наибольшим спросом книги в цифровом формате пользуются у людей от 30 до 49 лет. Лидер продаж – так называемая «разовая» литература. 60% продаж приходится на беллетристику. Примерно четверть (24%) – это книги развлекательного характера и словари. Наименьшей популярностью пользуются цифровые путеводители, а также книги для детей и юношества. Исследователи убеждены, что спрос будет расти вместе с ростом предложения. Пока электронными книгами торгует лишь каждое третье немецкое издательство. Ассортимент виртуальных книг на немецком не превышает 40 тысяч наименований (в бумажном виде – 1,2 млн).

Немецкие аналитики отмечают, что если год назад о существовании электронных книг знали 49% немцев, то сейчас их доля составляет 62%. При этом 78% респондентов заверяют, что не собираются отказываться от чтения традиционных книг (в 2009 г. их доля составляла 83%). Главный и наиболее серьезный аргумент в пользу электронных книг – экономия места (50% ответов). 40% респондентов отметили, что для них чтение электронных книг означает быть современным.

По данным главы Германского союза книжной торговли А.Шкиписа, в ближайшие годы в продаже электронных книг собираются участвовать около 80% издательств ФРГ. К 2015 году доля продаж электронных книг, по предварительным прогнозам, будет превышать 16% (0,5% в 2010 году).

Если эти прогнозы оправдаются, тяжелее всего придется небольшим книжным магазинам. Уже сейчас растущее с каждым годом доминирование виртуальной торговли оттесняет их на периферию книжного рынка. По данным крупнейшей немецкой

ежедневной газеты *Süddeutsche Zeitung*, к 2015 году 20% площадей в книжных магазинах в Европе и США будут уже не нужны, еще 20% должны быть переориентированы.

Серьезную угрозу для развития электронного книгоиздания представляет проблема пиратства. В 2010 г. американские исследователи обнародовали данные, согласно которым лояльность пользователей Сети по отношению к нелегальным цифровым копиям книг растет большими темпами. Так, компания *Attributor*, активно занимающаяся веб-мониторингом, провела исследование, посвященное популярности пиратских электронных книг среди пользователей Интернета. Было обнаружено, что число онлайн-запросов бесплатных закачек пиратских е-книг в период с августа 2009 г. по август 2010 г. выросло на 54%. Ежедневно поисковик Google фиксирует от 1,5 до 3 миллионов подобных запросов. С момента появления планшета *iPad* в широкой продаже в мае 2010 года спрос на пиратские электронные книги вырос на 20%. Постепенно набирают также популярность небольшие ресурсы, предлагающие доступ к нелегальному контенту. По степени активности на ниве пиратства среди стран в лидеры вышли США (11% пользователей), Индия (11%) и Мексика (5%). В целом, как отмечают специалисты *Attributor*, растущая лояльность пользователей по отношению к нелегальному книжному контенту в очередной раз свидетельствует о том, что пиратство в Сети продолжает прогрессировать.

3.2. Рынок электронных изданий и букридеров в России

В России внимание к проектам, связанным с электронной книгой и ее продажами, постепенно перерастает в реальный бизнес, обладающий серьезным инвестиционным потенциалом. При этом электронное книгоиздание и книгораспространение начинает оказывать непосредственное влияние на книжный рынок в целом.

Крупнейшим игроком на рынке электронных книг в России по-прежнему остается сетевой ресурс «ЛитРес», обладающий самым большим пакетом авторских прав на распространение русскоязычных книг в Рунете. «ЛитРес» позиционирует себя как интернет-компанию легального бизнеса, продающую электронные копии книг только на основе договорных отношений с правообладателями – авторами или издательствами, и первую компанию в Рунете, выплачивающую авторские гонорары. По оценке финансового директора издательской группы «АСТ» О.Бартенева, вторым игроком на рынке электронных книг является компания «Аймобилко» (развивает продажи электронных книг через интернет-сайт, приложение для iPhone и iPad, а также собственный ридер «Айчиталка») с долей в 15-20%, третье место с долей около 10% – у «АСТ».

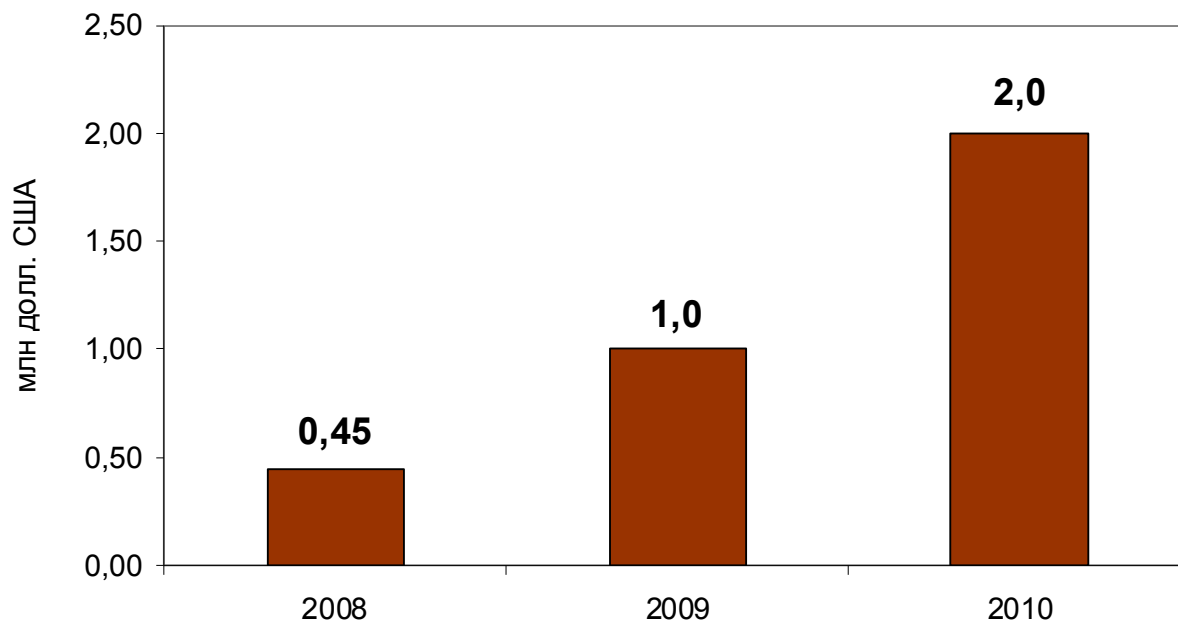
По оценке Генерального директора компании «ЛитРес» С.Анурьева, российский рынок электронных книг по состоянию на конец 2010 г. составлял около 2 млн долларов США (60 млн руб.). Таким образом, за год он вырос на 100%, а с 2008-го – в 4,4 раза (см. рис 35). Согласно внутренним исследованиям компании, около 20% всех российских читателей пользуются ридерами.

Существуют и другие оценки объема рынка электронных книг в России. Так, по оценкам НП «Федерация интеллектуальных прав», в 2010 г. легальный рынок электронных книг в России составлял не более 2,5 млн долл. США (ок. 75 млн руб.), а в совокупности с пиратским контентом – 10-12 млн долл. США (ок. 330 млн руб.).

По оценкам издательства «АСТ», уровень легальных продаж электронных книг в России и вовсе не превышает 600-800 тыс. долл. в год. При этом не менее 95%(!) закачек в Рунете приходится на пиратскую продукцию, объем которой в деньгах составляет около 7-8 млн долл. в год. Рынок легальных электронных книг, выросший благодаря запуску новых проектов в 2008-2009 годах, в 2010 г. начал стагнировать и, по мнению О.Бартенева, может продемонстрировать падение уже в 2011 г.

Рис. 35.

Динамика роста рынка электронных книг в России в 2008-2010 гг., млн долл. США



Источник: компания «ЛитРес» (оценка).

Многие эксперты не считают возможным и целесообразным перевод в электронный формат всех книг, учитывая те преимущества, которые имеются у традиционных книг (цветные иллюстрации, тактильные ощущения). Согласно оценке гендиректора издательства «Эксмо» О.Новикова, в перспективе электронным книгам может принадлежать до 30% рынка, что совсем не означает сокращения рынка традиционных книг на 30%, скорее произойдет рост рынка в целом. Свою долю в российских продажах электронных книг «Эксмо» оценивает примерно в 40%.

Это мнение также разделяет бывший генеральный директор книготорговой компании «Топ-книга» Г. Лямин. Он считает, что, несмотря на усиление позиций электронных книг, в ближайшие 10 лет рынок бумажных книг сохранит сегодняшнюю актуальность. В основе его уверенности – наличие традиционной системы обучения и развития детей, основанной на книгах, а также роль чтения в жизни общества. В то же время, отмечает Г. Лямин, развивать традиционный книжный рынок теперь нужно с учетом тех изменений в сознании покупателей, которые уже произошли, и тех экономических реалий, с которыми отрасли придется иметь дело после 2010 года.

2010 год стал годом взрывообразного интереса не только к электронным книгам, но и устройствам для их чтения, вызванный появлением iPad. На сегодняшний день существуют три группы устройств, помимо стационарных компьютеров, пригодных для чтения электронного контента. Прежде всего, это специализированные букридеры (максимальное время без подзарядки, комфорт для глаз, но одновременно ограниченная функциональность и возможности интернет-поиска). Ко второй группе относятся планшетики с мультимедийными возможностями – iPad и его многочисленные клоны: Archos, Blackberry Playbook, Samsung Galaxy, PocketBook IQ – практически каждый крупный производитель компьютерной техники запланировал на 2011 г. премьеру собственной «таблетки». Третья группа устройств – карманные коммуникаторы, как правило, смартфоны или мобильные телефоны с возможностью загрузки специальных программ для чтения.

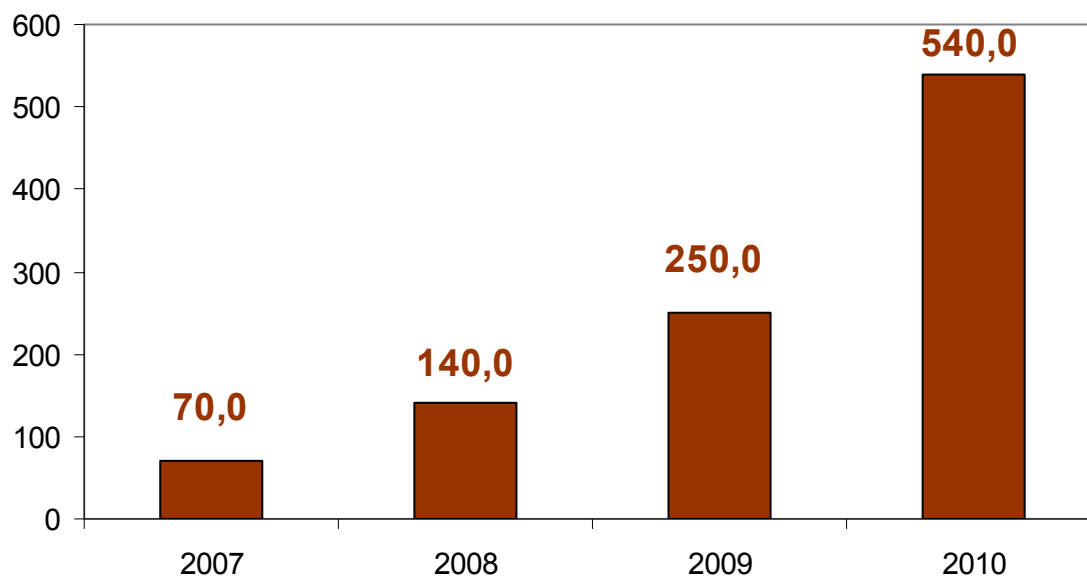
Мультимедийный планшет от Apple не только породил волну подражаний, но и привел к удешевлению специализированных букридеров. Выпущенный на рынок в июле 2009 г. шестидюймовый Kindle, стоимостью немногим больше 100 долларов, стал хитом предновогодних продаж в Европе. В конце 2010 г. компания Amazon заявила, что спрос на ридеры в 2010 г. на 60% превысил прогноз и достиг около 8 млн штук, примерно втрое больше, чем в 2009 году. По мнению председателя компании E Ink Скотта Лью, в 2011 г. будет продано более 20 млн ридеров, а исследовательская компания US называет цифры: 42 млн «таблеток» и 330 млн смартфонов.

Согласно отчету аналитической группы SmartMarketing, по итогам 2010 года общий объем продаж устройств для чтения цифровых книг на российском рынке составил около 540 тыс. штук (с учетом ридеров с дисплеем на основе технологии «электронных чернил», а также «псевдоридеров» – устройств с TFT-дисплеем). Похожие оценки дает и компания «ЛитРес» (см. рис. 36).

Доля устройств на базе экранов e-ink в общем объеме оценивается в 88,7% (479000 штук), ридеров с TFT-дисплеями – 11,3% (61000 штук). Последние постепенно набирают популярность: при более низкой стоимости они, однако, лишены главных преимуществ устройств на базе e-ink – длительного времени работы от одной зарядки и комфортного для зрения экрана. В среднем, ЖК-модели (средняя цена на конец 2010 года – около 4000 рублей) примерно на треть дешевле «классической» модели (средняя цена на конец года – около 7500 рублей).

Рис. 36.

Объем продаж букридеров в России в 2007-2010 гг. (тыс. штук)



Источник: компания «ЛитРес» (оценка).

Быстрому формированию российского рынка читающих устройств в России мешает отсутствие внимания к российскому рынку электронных книг со стороны крупных компаний-производителей читающих устройств. Поставки в Россию хитов мирового рынка – ридеров производства Sony, Amazon и Barnes & Noble до сих пор происходят в основном по неофициальным каналам. Среди локальных игроков преобладают компании, которые занимаются дистрибуцией электроники и выводят на рынок однотипные продукты под частными марками: Digma, Prestigio, Explay, Nexx, Onyx, Lexand, Mr. Book и другие. С технической точки зрения эти устройства зачастую идентичны.

По мнению аналитиков, российский рынок ридеров прошел фазу «набора игроков» и вступил в фазу структуризации, при этом развитие идет опережающими ожидания темпами. Состав игроков рынка претерпел серьезные изменения. Если в 2009 году три лидера (PocketBook, Sony, LBook) занимали 86% рынка, в 2010 конкуренция обострилась, и в конце года в сегменте работали около 30 вендоров. Марке PocketBook, впрочем, удалось сохранить лидерство и – в значительной степени – рыночную долю.

Лидерами рынка «читалок» сегодня являются:

- PocketBook (40,35% рынка);
- LBook (6,37%);
- ONYX (5,56%);
- Sony (5,38%);
- Explay (5,02%);
- Digma (4,84%);
- Wexler (4,26%);
- iriver (3,1%);
- ONEXT (2,51%);
- Qumo (2,41%).

Что касается технических характеристик, то в течение года на рынке доминировали модели с 6-дюймовым экраном и разрешением 800x600. Постепенно увеличивается ниша ридеров с 9-дюймовым экраном, растет популярность устройств с сенсорными экранами и Wi-Fi, а также моделей, оборудованных встроенными адаптерами беспроводного доступа. Как полагают аналитики, последняя тенденция дает основания прогнозировать развитие сегмента книжных web-сервисов. До сих пор, по их мнению, попытки создать «читалку», интегрированную с книжным магазином (проекты «ОЗОН Galaxy», «Аймобилко», HighScreen Alex и др.) оказывались не слишком успешными.

На мировом рынке электронных изданий появились признаки окончания «войны форматов». EPub утверждается как один из базовых, активно идет горизонтальная интеграция – приложения Kindle устанавливаются на i-устройства от Apple, Blackberry, nook. Google принципиально сделал свое приложение платформенно (почти) независимым. А вот ценовая гонка на понижение, а также борьба сервисов (и устройств) за лидерство еще только начинается и обещает быть ожесточенной, учитывая, что на сегодняшний день на долю электронных книг в США приходится лишь 10%, а в Европе чуть более 1% оборота книжной торговли, а прогноз на следующий год – 20% и 6% соответственно.

В 2011 г. по всей видимости, рынок ждет падение цен на устройства для чтения электронных книг. Магазины электронного контента будут частично дотировать собственные ридеры в обмен на лояльность читателей. Не исключено снижение цен до 50 долларов (при цене экрана e-ink около 60), а к концу года, возможно, появится предложение от интернет-провайдеров беспроводного Интернета: ридер/планшетник бесплатно + 3G/4G контракт на один-два года.

Весьма вероятно, что поддержка ридерами DRM станет обязательным условием совместимости их с поставщиками контента (библиотеками и магазинами). DRM может реализовываться как функционал читающего устройства, специальная оболочка desktop reader, и не исключено, что в 2011 г. появятся специальные SD-карты для ридеров, своеобразные электронные читательские билеты, с предустановливаемым приложением-каталогом для загрузки контента. По крайней мере, о планах по созданию подобных карт объявила SD Association. Впрочем, похоже, что этот тренд Россию обойдет, и этому есть две причины – присутствие пиратов и отсутствие DRM-контента.

3.3. Электронные библиотеки и электронно-библиотечные системы в России

До недавнего времени на рынке информационных электронных ресурсов успешно сосуществовали институциональные электронные архивы (репозитории, библиотеки), многочисленные базы данных периодических изданий, электронных книг, диссертаций, энциклопедий, бизнес-информации и узкоспециализированные базы данных.

Сегодня одним из самых востребованных интернет-ресурсов являются электронные библиотеки (ЭБ), которые остаются предметом неугасающих споров в части понятийно-категориального аппарата и функционала. Под электронной библиотекой, как правило, понимается интегрированная информационная система, предоставляющая возможности создания, хранения и эффективного использования информационных ресурсов, доступных через Интернет или локализованных в самой системе. Таким образом, электронная библиотека представляет собой упорядоченную коллекцию разнородных электронных документов, снабженных средствами навигации и поиска. Однако такое определение электронной библиотеки весьма неоднозначно. Многие специалисты ограничивают это понятие исключительно наличием в системе полнотекстовых коллекций, являющихся как бы продолжением «бумажного» фонда традиционной библиотеки.

С принятием новых федеральных государственных образовательных стандартов третьего поколения в образовательной сфере появилось и нашло нормативное закрепление такое понятие как «электронно-библиотечная система» (ЭБС), которое до сих пор не имело однозначного определения ввиду отсутствия единства в понимании этого термина. Тем не менее, по мнению отдельных экспертов, существуют принципиальные различия между традиционной электронной библиотекой и электронно-библиотечной системой, равно как отличаются их функциональные характеристики. Так, в отличие от электронной библиотеки электронно-библиотечная система является более сложной, систематизированной совокупностью электронных документов, объединенных по тематическим и целевым признакам. Такая ЭБС должна быть снабжена многочисленными дополнительными сервисами, облегчающими поиск документов и работу с ними.

Соответствующая новым требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования электронно-библиотечная система может быть охарактеризована как электронная информационная система, обеспечивающая возможность осуществления из любой точки, в которой имеется подключение к сети Интернет, индивидуального доступа обучающихся к изданиям по основным изучаемым дисциплинам (без ограничения какой-либо отдельной предметной областью или несколькими специализированными областями); формируемая на основании договоров с правообладателями учебной и учебно-методической литературы, в том числе со значительным количеством издателей, выпускающих литературу по основным областям знаний; включающая дополнительные сервисы для поиска документов и работы с ними (формирование подборок документов, цитирование, конспектирование и т. д.). Разумеется, такое определение поддерживается не всеми, и в будущем нельзя исключать возможности уточнения содержания термина «электронно-библиотечная система», действующей в различных областях, в связи с чем будет соответствующим образом развиваться и модифицироваться нормативное правовое регулирование и постепенно выработаться оптимальное решение терминологических, правовых и организационных вопросов.

На сегодняшний день крупнейшими в России ЭБС, по общему мнению экспертов, являются:

- «Университетская библиотека онлайн» (www.biblioclub.ru).
- «iQlib» (www.iqlib.ru);
- «КнигаФонд» (www.knigafund.ru);
- «БиблиоТех» (www.bibliotech.ru);
- «Научная электронная библиотека eLibrary» (www.elibrary.ru).

Следует отметить, что никакого особенного правового регулирования работы электронных библиотек и ЭБС в Российской Федерации не существует. Электронные библиотеки действуют на основании общероссийского законодательства: IV части Гражданского кодекса РФ и закона «О библиотечном деле». Правовой статус электронной книги сейчас приравнен по существу к бумажному носителю.

В конце декабря 2010 г. Совет по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства рассмотрел проект изменений в Гражданский кодекс, в том числе и касающихся IV части, и признал проект на этом этапе готовым.

Но предложенные изменения в IV часть Гражданского кодекса вызвали неоднозначную реакцию среди как правообладателей (издателей, авторов), так и представителей библиотечного сообщества, разведя участников книжного рынка «по разные стороны баррикад». Наибольшее опасение у авторов и издателей вызвало разрешение оцифровки, сканирования и открытого доступа к произведениям в библиотеках без соответствующего разрешения правообладателя. В связи с этим, возникло много вопросов: что такое библиотека, что подразумевается под понятием «помещение библиотеки», как решать вопросы, связанные с виртуальными читальными залами и удаленным доступом.

В законе «Об авторском праве и смежных правах», а также в IV части ГК сказано, что библиотека может использовать произведение в электронном виде. Одно из возражений против избранного варианта законопроекта заключалось в том, что любой человек получит право создавать электронные копии для своей библиотеки.

Один из участников рабочей группы по разработке проекта изменений в IV часть Гражданского Кодекса РФ В.Калятин объясняет эту позицию следующим образом: «В данном случае мы говорим не о любой, а только об общедоступной библиотеке, понятие которой дается в Федеральном законе «О библиотечном деле». Поэтому сюда не будут подпадать ни домашние, ни корпоративные библиотеки. Что касается единичных копий, то здесь намеренно не указывается конкретное число копий, так как для крупной библиотеки их может понадобиться три-четыре экземпляра, а для маленькой достаточно и одного. При этом библиотеки не могут преследовать цели извлечения прибыли. И что очень важно – копии могут предоставляться читателям для использования только в помещении библиотеки». Под понятием «помещение библиотеки» здесь подразумевается конкретный объект недвижимости, а не «виртуальный зал».

Также серьезную озабоченность среди представителей книжной отрасли вызвал «межбиблиотечный обмен». Межбиблиотечный обмен является важным элементом, обеспечивающим доступ населения к общественному достоянию культуры, особенно в регионах. Но очевидно, что предоставление в рамках такого обмена электронных копий произведений потенциально создает угрозу для правообладателя. По этой причине ввиду своей конфликтности пункт об «электронном» межбиблиотечном обмене был исключен из законопроекта.

Ссылка на межбиблиотечный обмен осталась в первом абзаце статьи 1275, где речь идет о том, что библиотека может предоставлять оригиналы или экземпляры произведений, в т.ч. в порядке межбиблиотечного обмена. Это означает, что библиотека

может предоставить другой библиотеке во временное пользование бумажную книгу или электронную, если она записана на диске, с тем чтобы ее потом вернули назад. Но нельзя создать специально для этого электронную копию, она уже должна существовать в библиотеке, а также пересылать данную электронную копию по Интернету.

В целом развитие электронных библиотек требует наличия правоприменительной практики, соответствующей нынешним условиям. Один из путей решения данной проблемы состоит в том, что при заключении соответствующего соглашения с правообладателями и авторами появляются крупные коллекторы, которые используют электронные экземпляры изданий и распространяют их уже по своему усмотрению. Такие библиотеки существуют, и, очевидно, в ближайшем будущем по этому пути практика и пойдет.

По мнению генерального директора Российского авторско-правового общества «КОПИРУС» В.Терлецкого, в число актуальных вопросов относится введение устной формы договора для электронных СМИ, при которой в письменной форме заключается только первый договор, а на каждую статью, которая публикуется по такому договору можно будет договариваться устно, при этом начисление и выплата вознаграждения будут служить дополнительным подтверждением реализации такого устного договора.

Кроме того, необходимо срочно решать вопрос о сиротских произведениях. И в этой части может помочь коллективное управление правами и создание соответствующих реестров. Заложить основу можно в законодательстве, а реализовать на практике – совместными усилиями российских издателей на базе международных реестров ISBN и ISTC, что будет способствовать предотвращению появления «сирот» в будущем.

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям ведет активный мониторинг проблем, связанных с использованием, охраной и защитой авторских прав, в т. ч. в электронном книгоиздании. Однако в данном докладе мы сознательно подробно не рассматриваем существующие законодательные инициативы по изменению и дополнению IV части ГК РФ, а также различие позиций между издательским, книготорговым и библиотечным сообществами, интернет-провайдерами и потребителями электронных ресурсов. Данным проблемам Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям планирует посвятить самостоятельный доклад.

3.4. Коды ISTC

На протяжении последних сорока лет для идентификации печатных и цифровых текстовых произведений служили коды ISBN. Публикация текстового контента более чем в одном формате или издании являлась нормой, и сразу несколько издательств могли зарабатывать на выпуске одного и того же произведения. Однако с появлением сложных моделей электронной доставки контента конечному пользователю и его коммерческого использования, «на смену», а точнее, в дополнение к коду ISBN приходят новые форматы идентификации метаданных, одним из которых является код ISTC. Он призван оптимизировать и упорядочить использование потребителями текстов в электронном виде и обеспечить отрасль стандартизированным форматом по учету и контролю за использованием контента в цифровом виде.

Международный стандартный код текстовых произведений (ISTC), или стандарт ISO 21047, представляет собой систему идентификации авторских произведений в текстовом формате. Каждый ISTC код представляет собой уникальный номер, который присваивается централизованной регистрационной системой текстовому произведению после того, как будет предоставлен уникальный набор информации о работе, который называется «протокол метаданных». Эта система ориентирована, прежде всего, на

издательства, агентства библиографических услуг, розничных торговцев контентом, библиотеки и агентства по контролю над соблюдением авторских прав. Ее цель – дифференцировать публикации с одинаковыми названиями в зависимости от типа и уникальности работы. Кроме того, код ISTC позволяет эффективно проводить анализ продаж на рабочем уровне. Это касается оценки совокупных продаж, или числа текстовых произведений, выданных библиотеками читателям, когда одна или несколько библиотек располагают разными изданиями одного текстового произведения.

Стандарт ISTC предоставляет ряд уникальных возможностей и, прежде всего, позволяет однозначно идентифицировать любое произведение (или его часть) в электронном виде, установить его правообладателя и зоны законного действия прав, облегчает обмен информацией между библиотеками, издателями, авторами, агентами и авторскими обществами в стране и международном масштабе, а также помогает осуществлять контроль за использованием текстового контента в коммерческих целях. При этом код ISTC не «принадлежит» одному автору/издателю, он скорее «принадлежит» произведению, которое определяет. Это означает, что для идентификации одинакового контента используется только один ISTC код, даже в том случае, если этот же текст был опубликован разными издательствами и/или в разных форматах публикаций.

Включая коды ISTC текстовых произведений в список атрибутов каждого продукта (например, каждой книги), становится возможным искать и находить конкретное текстовое произведение среди массы цифровой информации. Как известно, в ряде случаев бывает и так, что несколько текстов с разным содержанием могут иметь очень похожие или одинаковые названия, а другие – содержать одинаковый контент, но могут называться абсолютно по-разному.

В настоящее время коды ISTC уже применяют многие библиографические агентства в качестве дополнительного средства поиска по текстовым продуктам, содержащим одинаковый и/или очень схожий контент в рамках библиографических баз данных.

Таким образом, код ISTC обладает значительным потенциалом в процессе управления контрактами и правами собственности, а также в процессе поиска розничных онлайн продавцов и несет в себе многие другие возможности. Вместо того чтобы искать по всем названиям, под которыми могла быть опубликована одна и та же работа, пользователю теперь нужно знать название только одного издания, ISTC код которого может быть использован для ссылки на все альтернативные экземпляры данной работы. И наоборот, если у нескольких публикаций одинаковые названия, а их содержание может быть как схожим, так и различным, среди результатов поиска можно с легкостью обнаружить требуемую работу. Такой механизм точнее и быстрее, чем оптимизация поиска путем ввода одного или нескольких имен авторов, особенно если автор написал несколько работ с похожими названиями.

Код ISTC может быть присвоен текстовому произведению только официально зарегистрированным агентством ISTC. Как правило, это происходит после запроса либо от лица создателя работы, либо его уполномоченного представителя, то есть издателя этой работы. Уполномоченным агентством по присвоению международных ISTC кодов на территории Российской Федерации является Некоммерческое партнерство правообладателей и пользователей «Федерация интеллектуальных прав» (ФИПР), созданное в апреле 2010 г. Учредителями НП «ФИПР» стали Российская государственная библиотека и Российское авторско-правовое общество КОПИРУС. В состав НП «ФИПР» уже входят ведущие российские библиотеки (присоединилась Государственная публичная научно-техническая библиотека (ГПНТБ) России) и организации

книгоиздательской отрасли. Решение о присоединении также принял Российский книжный союз.

Сегодня в число стран, имеющих аккредитованные агентства по реализации системы ISTC, входят США, Великобритания, Германия и Франция. Россия стала пятой страной, официально регистрирующей ISTC-коды, что, безусловно, повысит ее статус в сфере управления интеллектуальными правами, контролем за их использованием, а также поможет усовершенствовать и реализовать многие законодательные инициативы в области авторских прав.

3.5. Чтение электронных книг

Американские компании iModerate Research Technologies и Brock Associates провели совместное исследование, которое включало опрос трех сотен пользователей мультимедийных устройств, позволяющих читать электронные книги (iPhone, iPad, Blackberry и т.д.). Согласно результатам исследования, люди, читающие книги с дисплеев вышеупомянутых гаджетов, предпочитают пользоваться ими по трем основным причинам. Для 80% опрошенных первостепенное значение имеет портативность устройства, 61% привлекает легкость приобретения цифровых книг в интернет-магазинах, 41% устраивает дисплей.

72% респондентов отметили, что читают обычно в транспорте, столько же – за чтением коротают процесс ожидания встреч или каких-либо событий, 70% пользуются устройствами и во время отдыха (в том числе, например, читая перед сном). 66% опрошенных заявили, что стали больше читать с тех пор, как приобрели устройства; 46%, приобщившись к чтению с дисплея, стали активнее читать и печатные книги; 89% надеются в наступившем году приобрести еще больше книг в цифровом формате; 65% скачивают как бесплатный (издания, на которые истек срок действия авторских прав), так и платный контент. В общей массе доля оплаченных изданий составляет в среднем 57%, свободных – 43%. 73% пользователей являются клиентами Amazon.

В январе 2011 г. информационным каналом Subscribe.ru и сервисом «Глас Рунета» было проведено совместное онлайн-исследование на тему «Электронные тексты и устройства для их чтения». В опросе приняло участие более 5600 респондентов, представляющих активную (месячную) аудиторию Сети. Ниже приводятся основные результаты проведенного исследования.

Ежемесячно не менее трети опрошенных (34%) прочитывают одну-две, а еще около трети (29,2%) более двух изданий художественной литературы. Четверть пользователей Рунета (24,6%) читают художественную литературу эпизодически. Несколько реже пользователи обращаются к нехудожественной литературе: около трети опрошенных (31,4%) прочитывают менее одной книги в месяц, 36,9% читают одну-две, 18,8% – более двух книг. Нечитающая публика составляет всего 6-7% аудитории Рунета.

Не менее трети респондентов постоянно (21%) или довольно часто (14,9%) читают произведения художественной литературы в виде электронных текстов, в том числе, средние и большие тексты (повести и романы). Сравнение данных опроса с результатами аналогичного исследования, проведенного «Гласом Рунета» в 2003 г., показало рост доли респондентов, регулярно читающих электронные художественные тексты, в 2 раза (с 19,9% до 41%).

Электронные издания нехудожественной литературы сегодня читают также около трети опрошенных: 16,2% постоянно, 19,2% – часто, в том числе средние и большие тексты. Напротив, другая треть аудитории Рунета весьма редко обращается к электронным художественным (36,6%) и/или нехудожественным (38,8%) текстам. Около 20% опрошенных пользователей Рунета представлено теми, кто обращается к

электронным текстам лишь в крайнем случае и/или готов осваивать лишь небольшие по объему тексты. Только 6-9% из числа читающих пользователей Рунета совсем не обращаются к электронным текстам. В таблицах 26 – 32 приводится ранжирование ответов на вопросы, поставленные респондентам исследования.

Сведения об ответах респондентов на вопросы о предмете и частоте чтения приводятся в табл. 26 и 27.

Табл. 26.

Частота чтения произведений художественной и нехудожественной литературы

Частота чтения	Художественная литература (сборники рассказов, повести, романы)	Нехудожественная литература (научная, техническая, специальная, учебная)
Менее одной книги в месяц	24,6%	31,4%
Одну-две книги в месяц	34,0%	36,9%
Три-четыре книги в месяц	15,0%	10,8%
Пять книг в месяц и более	14,2%	8,0%
Затрудняюсь ответить	4,8%	6,7%
Не читаю	7,4%	6,1%

Источники: информационный канал Subscribe.ru, сервис «Глас Рунета».

Табл. 27.

Частота чтения электронных текстов

(Отвечали только те респонденты, кто вообще читает книги)

Частота чтения	Художественная литература	Нехудожественная литература
Читаю постоянно	21,0%	16,2%
Довольно часто, в том числе:		
средние и большие тексты	14,9%	19,2%
только небольшие тексты	5,1%	10,6%
Время от времени, если нет возможности / желания найти бумажное издание	13,4%	9,1%
Иногда, в том числе:		
средние и большие тексты	12,0%	15,1%
только небольшие тексты	24,6%	23,7%
Нет, никогда	9,0%	6,0%

Источники: информационный канал Subscribe.ru, сервис «Глас Рунета».

Появление электронных библиотек в Интернете вызвало к жизни новую формацию читателей, которую отличают нетрадиционные способы доступа к печатному слову и его восприятие. В связи с этим у пользователей Рунета спросили как они предпочитают читать электронные тексты и в чем видят преимущества/недостатки последних.

Сравнение данных нынешнего опроса с результатами аналогичного исследования, проведенного «Гласом Рунета» в 2003 году, показало наличие серьезных изменений, произошедших в способах чтения электронных текстов. Доля тех респондентов, которые обычно предварительно распечатывают тексты для последующего прочтения, сократилась в 6 раз – с 30% до 5%. Вчетверо (с 56% до 14%) сократилась доля тех, кто читает электронные тексты с экрана ЭЛТ-монитора. В то же время, более чем в 5 раз увеличилось число читающих электронные тексты посредством ЖК-мониторов (с 7% до 37%), ноутбуков, нетбуков (с 4% до 23%), КПК, смартфонов, мобильных телефонов (с 2% до 12%), планшетных ПК или букридеров (с 1% до 7%).

Табл. 28.

Устройства, используемые для чтения электронных текстов

Тип устройства	Май 2003	Январь 2011
Жидкокристаллический монитор настольного компьютера	7,3%	37,5%
Ноутбук, нетбук	3,9%	22,8%
ЭЛТ-монитор настольного компьютер	55,8%	13,7%
КПК, смартфон, мобильный телефон	2,4%	11,8%
Планшетный ПК, электронное устройство (букридер)	0,4%	7,2%
Распечатываю и читаю с бумаги	30,2%	5,3%

Источники: информационный канал Subscribe.ru, сервис «Глас Рунета».

Технический переворот в средствах чтения способствовал не только росту аудитории, читающей электронные тексты более чем в 2 раза, но и росту позитивного отношения к нетрадиционному способу чтения, что является основой для формирования новой читательской культуры. В течение ближайшего времени более трети опрошенных пользователей Рунета предполагает покупку того или иного устройства для чтения электронных книг.

Табл. 29.

Главные достоинства электронных текстов и устройств для их чтения

Вариант ответа	Процент ответивших респондентов
Компактность (они занимают небольшое пространства)	57,6%
Большая мобильность (возможность переслать по сети или передать на любом носителе, даже на дискете)	52,6%
Бесплатность или почти бесплатность	48,2%
Возможность быстро просмотреть большое количество книг для выбора нужного текста	39,8%
Поиск электронных текстов требует меньших издержек, чем бумажных аналогов	38,5%
Возможность настройки шрифтов и цветов «под себя»	21,6%
Метапоиск по тексту, переходы по гиперссылкам, отображение выделений и примечаний	20,2%
Возможность перевести текст с помощью электронных переводчиков на другой язык	16,9%
Возможность озвучить текст с помощью программ – синтезаторов речи	7,0%
Другие достоинства	6,1%
Затрудняюсь ответить	1,8%
Не вижу достоинств. Не устраивает качество электронных текстов в целом	1,5%

Источники: информационный канал Subscribe.ru, сервис «Глас Рунета».

Табл. 30.

Основные недостатки электронных текстов и устройств для их чтения

Вариант ответа	Процент ответивших респондентов
Устают глаза при чтении с экрана	61,3%
Отсутствует атмосфера чтения (бумажные страницы, запах бумаги, возможность полистать страницы)	38,4%
Некомфортно читать (неудобно сидеть за столом перед монитором, нельзя полежать на диване и т.д.)	35,4%
Текст с экрана воспринимается хуже напечатанного на бумаге	26,8%
Высокая стоимость «экологических», портативных компьютеров, специальных устройств для чтения	25,3%
Ограниченный выбор уже готовых электронных книг	22,8%
Некоторые издатели не производят электронные книги параллельно бумажным, что приводит к значительной задержке появления электронных вариантов	21,6%

Электронный текст некачественен (плохое форматирование, скверная вычитка, отсутствие иллюстраций...)	10,7%
Другие недостатки	3,8%
Затрудняюсь ответить	2,3%
Не вижу недостатков. Меня вполне устраивает качество электронных текстов в целом	5,3%

Источники: информационный канал Subscribe.ru, сервис «Глас Рунета».

Как известно, среди пользователей Рунета есть люди, которые могут читать лишь с экрана. Однако было бы преждевременным говорить о преобладании этой аудитории. Только 5,3% опрошенных не видят недостатков в новом способе чтения. Не устраивает качество электронных текстов в целом 1,5% респондентов. Большинство же опрошенных видят как достоинства, так и недостатки электронных книг и, основываясь на личных оценках, предпочтениях, технических возможностях устанавливают собственный баланс между традиционным и нетрадиционным чтением.

Мысль о законности электронных библиотек в Интернете посещает лишь каждого десятого читателя. Для большинства же читателей электронная библиотека является развитием идеи классической, несущей образовательные и просветительские функции, бумажной библиотеки с бесплатным доступом к ее фондам.

Табл. 31.

Место и роль электронных библиотек в Интернете

Вариант ответа	Процент ответивших респондентов
Электронные библиотеки в Интернете:	
обеспечивают доступ к текстам, которые не получается найти на бумаге	75,3%
выполняют полезную образовательную и просветительскую функцию	61,9%
помогают раскрутке малоизвестных авторов	45,1%
логически развивают и продолжают идею бумажной библиотеки	37,6%
со временем вытеснят традиционные бумажные библиотеки	31,5%
должны жестко регулироваться законами об авторском праве	9,4%
нарушают авторские права и способствуют пиратству	8,6%
незаконны и должны быть ликвидированы	0,9%

Источники: информационный канал Subscribe.ru, сервис «Глас Рунета».

Среди прочитавших электронную версию книги лишь 15% респондентов готовы купить ее в бумажном виде, полагая, что электронный вариант годен только для предварительного ознакомления с текстом. Каждый второй (52%) готов приобрести бумажную версию только в том случае, если сочтет ее содержание интересным или полезным. В такой ситуации, с одной стороны, издательствам будет сложнее продвигать на книжный рынок низкокачественные тексты под яркими обложками, но с другой – общий объем продаж качественной литературы может увеличиться, поскольку читателю становится легче ориентироваться в книжном море.

Около 15% не станут покупать понравившуюся книгу в бумажном виде по причинам экономии денежных средств, времени на поиск продавца и совершение покупки, ограниченности жилого пространства и т.п. Однако, учитывая, что средний уровень достатка в Рунете выше среднероссийского, дороговизна книг не столь уж и важна. Другое дело – жизненные взгляды: около 18% считают в принципе излишним обращение к бумажной версии после прочтения электронной. Скорее всего, эти пользователи относятся к тем читателям, кто никогда не возвращается к уже прочитанной книге.

Табл. 32.

Приемлемая цена электронных изданий

Вариант ответа	Процент ответивших респондентов
Я готов(-а) рассматривать только бесплатные электронные версии	30,3%
Не дороже 100 рублей	39,2%
101-200 рублей	11,0%
201-300 рублей	4,4%
301-400 рублей	1,0%
Столько же, сколько и бумажный вариант	2,2%
Затрудняюсь ответить	11,9%

Источники: информационный канал Subscribe.ru, сервис «Глас Рунета».

Важный вопрос, имеющий прямое отношение к будущему электронного книгоиздания: готов ли потребитель в принципе платить за электронную книгу? Ведь должен же кто-то оплачивать авторский гонорар, труд корректоров, редакторов, менеджеров, верстальщиков? Лишь около 2% читателей электронных книг готово заплатить за нее сумму, эквивалентную бумажной версии, 5% – отдать от 0,4 до 0,6 ее стоимости, а 50% – не более 0,4 от ее стоимости. Таким образом, пока лишь половина пользователей Рунета, читающих электронные книги (что, в общем, не мало, учитывая пиратскую психологию пользователей), согласна финансово, но в разумных (с их точки зрения) пределах, поддержать электронное книгоиздание. Однако треть читающих пока не готовы платить за электронные версии интересующих их книг.

Тем не менее, поскольку идея электронного текста как альтернативы тексту бумажному воспринимается пользователями Рунета в целом благосклонно, а массовый выпуск наиболее соответствующих электронному чтению мобильных устройств по приемлемым ценам – вопрос ближайшего времени, увеличение аудитории электронных читателей неизбежно. Книготорговым фирмам необходимо готовиться к удовлетворению формирующегося платежеспособного спроса и активно заниматься разработкой новых бизнес-моделей. Уже сейчас многие электронные библиотеки сотрудничают с книготорговыми сайтами либо создают свои электронные магазины, где читатель может купить понравившуюся ему книгу. А от продажи книги бумажной до продажи книги электронной – один шаг.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Завершившийся 2010 г. является знаковым периодом нашего времени. Во-первых, этот год завершает первое десятилетие нового века, и, судя по всему, несмотря на кризисную ситуацию, именно в этот период мировое книгоиздание добилось самых высоких темпов развития за всю историю книгопечатания. Действительно, если за 50 предыдущих лет (1950-2000 гг.) выпуск книг и брошюр в мире вырос на 1 млн названий (1950 г. – 250 тыс. названий, 2000 г. – 1250 тыс. названий), то только за первое десятилетие XXI века он увеличился еще чуть ли не вдвое. Это безусловное свидетельство того, что ресурс традиционного книгоиздания пока еще достаточно велик и надежен, хотя электронное книгоиздание в последние годы также продемонстрировало свой растущий потенциал.

Во-вторых, в 2010 г. исполнилось 20 лет постсоветскому российскому книгоизданию, новой издательской системе, начало которой было положено в июне 1990 года принятием известного Закона СССР «О печати и других средствах массовой информации». За истекшие два десятилетия в России сформировалась новая многоукладная система книгоиздания, основанная на демократических началах, рыночной экономике, современных информационных технологиях и активном участии в глобальном издательском процессе. Есть все основания считать, что эта система даст возможность успешно преодолеть те трудности, которые возникли в связи с кризисом, и придаст новые импульсы успешному развитию в будущем.

Среди основных тенденций развития книжного рынка России в 2011 году можно выделить следующие.

Первое и основное направление деятельности всех структур, составляющих базис отрасли, будет составлять осуществление мер по скорейшему и наиболее безболезненному выходу из кризисной ситуации. В экономике страны, как указывается в докладе, уже есть ощутимые признаки стабилизации обстановки, о чем свидетельствует, в частности, увеличение в 2010 г. размера ВВП.

В развитии книгоиздания и росте выпуска книжных изданий значительное место должно быть отведено эффективной реализации Национальной программы поддержки и развития чтения. Это фундаментальная задача не только библиотек, информационно-культурных центров и других учреждений подобного рода, но и всех издательских организаций и предприятий книгораспространения. Однако пока работа в этом направлении не принесла необходимого эффекта.

Решающее значение для развития книжного рынка, повышения посещаемости книжных магазинов, роста числа покупателей имеет развитие книготорговой инфраструктуры. Это особенно актуально в связи с тем, что у крупного игрока на книжном рынке страны – новосибирской «Топ-книги» – возникло предбанкротное состояние. На трудности с открытием новых торговых точек обращают внимание и другие ритейлеры, в частности, руководство объединенной розничной сети «Новый книжный – Буквоед».

В 2011 году предстоит продолжить работу по дальнейшему развитию электронного книгоиздания, где главной темой по-прежнему остается борьба с пиратством.

Успешная деятельность организаций и предприятий книжной отрасли в предкризисные годы первого десятилетия нового века дает основание надеяться на скорейшее преодоление последствий экономического кризиса и выход на новые рубежи формирования современной книжной культуры.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Табл. 1. Основные макроэкономические показатели развития России в 2001-2010 гг.	6
Табл. 2. Основные характеристики выпущенных в 2010 г. книг и брошюр (по числу изданий).....	10
Табл. 3. Основные характеристики выпущенных в 2010 г. книг и брошюр (по тиражам)	10
Табл. 4. Основные характеристики выпущенных в 2010 г. книг и брошюр (по листажу).....	11
Табл. 5. Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2009-2010 гг. ..	13
Табл. 6. Выпуск книг и брошюр по укрупненным тематическим разделам в 2009-2010 гг.	15
Табл. 7. Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 1999-2000 гг. и в 2009-2010 гг. по некоторым категориям целевого назначения.....	16
Табл. 8. Топ-10 самых тиражных российских авторов художественной литературы в 2007-2010 гг.....	25
Табл. 9. Топ-10 самых тиражных зарубежных авторов художественной литературы в 2007-2010 гг. ...	25
Табл. 10. Топ-10 самых тиражных авторов детской литературы в 2007-2010 гг.....	26
Табл. 11. Топ-20 издательств по количеству выпущенных титулов.....	27
Табл. 12. Топ-20 издательств по тиражам	28
Табл. 13. Состав отдельных издательских групп России	31
Табл. 14. Топ-10 региональных издательств по количеству выпущенных титулов	34
Табл. 15. Топ-10 региональных издательств по тиражам.....	34
Табл. 16. Рейтинг ведущих издательских домов мира	35
Табл. 17. Индикаторы развития российской экономики и книжного рынка в 2009-2010 г.....	39
Табл. 18. Оценки емкости каналов книгораспространения в 2010 г.....	40
Табл. 19. Ведущие книготорговые сети России	43
Табл. 20. Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России.....	43
Табл. 21. Структура розничных книжных продаж в ценовом разрезе в 2010 г.	47
Табл. 22. Процент россиян, не читающих книги.....	48
Табл. 23. Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете.....	52
Табл. 24. Мировой рейтинг ведущих книготорговых компаний.....	55
Табл. 25. Доля отдельных предприятий и каналов книгораспространения в США в 2009-2010 гг.	57
Табл. 26. Частота чтения произведений художественной и нехудожественной литературы.....	72
Табл. 27. Частота чтения электронных текстов	72
Табл. 28. Устройства, используемые для чтения электронных текстов.....	73
Табл. 29. Главные достоинства электронных текстов и устройств для их чтения.....	73
Табл. 30. Основные недостатки электронных текстов и устройств для их чтения	73
Табл. 31. Место и роль электронных библиотек в Интернете	74
Табл. 32. Приемлемая цена электронных изданий.....	75

СПИСОК РИСУНКОВ

Рис. 1. Количественные показатели развития российского книгоиздания в 2001-2010 гг. (число выпущенных изданий).....	8
Рис. 2. Количественные показатели развития российского книгоиздания в 2001-2010 гг. (тираж, млн экз.).....	8
Рис. 3. Население России и число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчете на душу населения в 2001-2010 гг.	9
Рис. 4. Средние тиражи и объемы издаваемой в России книжной продукции в 2001-2010 гг.	9
Рис. 5. Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2010 гг. (по числу изданий).....	12
Рис. 6. Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2010 гг. (по тиражу).....	12
Рис. 7. Изменение количественных показателей российского книгоиздания в 2008-2010 гг. (по листажу).....	13
Рис. 8. Изменение в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2010 гг.	14
Рис. 9. Число изданий переводной литературы в 2010 г.	15
Рис. 10. Соотношение долей различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2010 г.	17
Рис. 11. Выпуск научной литературы в 2001-2010 гг.	18
Рис. 12. Выпуск учебной литературы в 2001-2010 гг.	19
Рис. 13. Выпуск художественной литературы в 2001-2010 гг.	19
Рис. 14. Выпуск литературы для детей и юношества в 2001-2010 гг.	20
Рис. 15. Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 2001-2010 гг. по некоторым категориям целевого назначения (доля в совокупном числе изданий)	20
Рис. 16. Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации в 2001-2010 гг. по некоторым категориям целевого назначения (доля в совокупном тираже)	21
Рис. 17. Сравнительная динамика численности детского населения (0-14 лет) и выпуска детской литературы в России в 2001-2010 гг.	22
Рис. 18. Сравнительная динамика числа учащихся в школах и выпуска учебной литературы для школ в 2001-2010 гг.	23
Рис. 19. Сравнительная динамика числа студентов в ВУЗах и выпуска учебной литературы для ВУЗов в 2001-2010 гг.	24
Рис. 20. Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по числу выпущенных в 2010 г. изданий)	29
Рис. 21. Доли ключевых игроков на книжном рынке России (по выпущенному в 2010 г. тиражу).....	29
Рис. 22. Доли различных регионов в географии российского книгоиздания	33
Рис. 23. Динамика книжного рынка России в 2006-2010 гг.	39
Рис. 24. Структура каналов книгораспространения в России в 2010 г.	40
Рис. 25. Динамика числа стационарных розничных книготорговых точек в России в 1990-2010 гг.	42
Рис. 26. Количество магазинов в ведущих книготорговых сетях России	42
Рис. 27. Динамика средней оптовой цены на книги по различным сегментам литературы в сентябре 2010 – апреле 2011 гг.	45
Рис. 28. Динамика соотношения роста средней заработной платы и среднеотраслевой розничной цены на книги в 2001-2010 гг.	46
Рис. 29. Доля основных ассортиментных групп в продажах на территории РФ в 2010 г.	47
Рис. 30. Структура книжных продаж в ценовом разрезе в 2010 г.	48
Рис. 31. Структура медиапотребления россиян.....	49
Рис. 32. Доли товарных групп в продажах компании «ПродаЛитЪ» в 2009-2010 гг.	50
Рис. 33. Приобретение мультимедийного контента через Интернет	54
Рис. 34. Приобретение товаров / услуг через Интернет на различных носителях	54
Рис. 35. Динамика роста рынка электронных книг в России в 2008-2010 гг.	64
Рис. 36. Объем продаж букридеров в России в 2007-2010 гг.	65

ISBN 978-5-904427-10-8



9 785904 427108