



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

Книжный рынок России

**Состояние, тенденции
и перспективы развития**

2016



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

Книжный рынок России

*Состояние, тенденции
и перспективы развития*

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

**Москва
2016**

УДК 339.13:655.42(470)
ББК 65.422.5 + 76.18
К53

Доклад подготовлен Управлением периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям совместно с журналом «Книжная индустрия» при содействии авторского коллектива в составе Б. В. Ленского, А. Н. Воропаева, Е. В. Соловьёвой, С. Ю. Зориной, А. А. Столярова, О. М. Казаковой.

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

Авторы выражают благодарность за предоставленные для доклада материалы:

Московскому государственному университету печати имени Ивана Фёдорова, Российской книжной палате, Российскому книжному союзу, Ассоциации книгоиздателей России, Ассоциации книгораспространителей независимых государств, Гильдии книжников, Ассоциации интернет-издателей;

журналам «Книжная индустрия», «Университетская КНИГА», газете «Книжное обозрение»;

издательствам: ИГ «Азбука-Аттикус», «Алетейя» (Санкт-Петербург), «Альпина паблишер», «Амрита-Русь», «АСТ-Пресс», «Баско» (г. Екатеринбург), «Белый город», «Бичик» (г. Якутск), «БИНОМ. Лаборатория знаний», «Вече», «Вита-Нова» (г. Санкт-Петербург), «Владос», «Дашков и Ко», «Китап» (г. Уфа), «Компас Гид», «Новое литературное обозрение», «Наука», «О-краткое» (г. Киров), «Правда Севера» (г. Архангельск), «РИПОЛ классик», «Русский путь», «Русское слово», «Русский язык. Курсы», «Самокат», «Флинта», «Эгмонт Россия Лтд», «Энас».

книготорговым предприятиям: Торговый Дом «Библио-Глобус», Торговый Дом Книги «Медведково», Дом книги «Молодая гвардия», Дом книги «Москва» книжный магазин «Фаланстер»;

книготорговым сетям: «Новый книжный – Буквояд», «Амиталь», «Магистр», «Пегас», «ПродаЛитЪ», «Ростовкнига»;

интернет-магазинам: OZON.ru, «Библио-Глобус» (www.bgshop.ru);

компаниям: «ЛитРес»;

интернет-порталу Pro-books.ru.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
I. ТРАДИЦИОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ	7
1.1. Количественные показатели традиционного российского книгоиздания	7
1.2. Издательская система России	20
1.3. Деятельность российских издательств	29
II. КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ	37
2.1. Основные тенденции в системе книгораспространения	37
2.2. Показатели деятельности книготорговых предприятий в России	55
III. МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ	67
3.1. Медиапотребление и чтение в России и за рубежом	67
3.2. Тенденции развития рынка электронных книг	76
IV. ПУТИ РАЗВИТИЯ КНИЖНОЙ ОТРАСЛИ В 2015 Г. И ПЕРСПЕКТИВЫ НА 2016 Г.	87
4.1. Законодательные инициативы в книжной отрасли	87
4.2. Год литературы в России	91
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	97
СПИСОК ТАБЛИЦ	99
СПИСОК РИСУНКОВ	99

ВВЕДЕНИЕ

Развитие отечественной книжной индустрии по итогам 2014 г. и первого полугодия 2015 г. характеризовалось серьёзным сокращением выпуска числа книг и брошюр, ощутимым падением тиражей и, соответственно, снижением объёмов книжного рынка. Определённая стабилизация в отрасли началась только во втором полугодии 2015 года, что, в немалой степени, было обусловлено действием ряда факторов: адаптацией российских издателей и книгораспространителей, а также читателей к новым экономическим реалиям, ростом популярности книги и чтения в стране, первыми результатами действия вступивших в силу с 1 мая 2015 г. поправок к «антипиратскому закону».

В течение 2015 г. большинство экспертов считало, что девальвация рубля приведет к более внушительному росту издательских цен и соответственно «обвалу» продаж в натуральном выражении. Но эти прогнозы не оправдались. «Полевые» исследования показывают, что поставщики удержали цены в разумном диапазоне, что позволило зафиксировать падение экземплярных продаж.

Большую роль в поддержке отрасли, безусловно, сыграл объявленный в 2015 году, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации, Год литературы, благодаря которому проблемы поддержки книгоиздания, книгораспространения, чтения впервые за много лет вышли на уровень государственной политики.

О коренном улучшении ситуации в книгоиздании говорить пока преждевременно. Думается, что эффект от Года литературы будет не сиюминутным, а несколько отложенным, но первые перемены к лучшему уже просматриваются.

Настоящий доклад традиционно отражает основные итоги развития книгоиздательской отрасли в России, включая динамику выпуска книг и брошюр в целом по рынку и его отдельным сегментам, показатели выпуска книг на душу населения, выпуск переводной литературы. Анализируется современная издательская система России, география отечественного книгоиздания, приводятся показатели деятельности крупнейших игроков отечественного издательского рынка и рейтинг ведущих издательских домов мира.

Показаны базовые индикаторы, характеризующие современное состояние книжной торговли: инфраструктура книгораспространения, объём книжного рынка, данные, характеризующие экспорт и импорт печатной продукции. Рассматриваются тенденции и перспективы развития рынка электронного книгоиздания в России и за рубежом, включая динамику роста объёма легального рынка электронных книг в России, характеристику его основных игроков и рынка электронных читающих устройств. Анализируется структура медиапотребления российских граждан и место в ней книги и чтения. Отдельный раздел посвящён законодательным инициативам, имеющим отношение к книжной отрасли.

Материалы доклада базируются на статистических данных Российской книжной палаты, Федеральной службы государственной статистики и Федеральной таможенной службы России, а также на данных мониторинга книжного рынка, осуществляемого Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям и результатах исследований, проводимых журналом «Книжная индустрия» совместно с Российским книжным союзом.

При подготовке отдельных разделов доклада были использованы материалы научно-практических конференций, круглых столов, публикации в периодических печатных изданиях и электронных СМИ, а также экспертные оценки авторитетных представителей российского книжного сообщества и данные зарубежных аналитических центров.

I. ТРАДИЦИОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ

1.1. Количественные показатели традиционного российского книгоиздания

Согласно данным Российской книжной палаты, в 2015 г. российскими издательствами было выпущено **112647 названий** книг и брошюр. В сравнении с 2014 г. число выпущенных названий увеличилось на **0,5%**. Совокупный тираж отпечатанных изданий составил **459,4 млн экз.** и по сравнению с 2014-м снизился на **5,4%**.

В сравнении с предкризисным 2008 г., который мы традиционно в докладах последних лет берём за точку отсчёта, количество выпущенных наименований в стране за это время снизилось на 8,7%, а их совокупный тираж сократился почти на 40% (см. рис. 1-2 и табл. 1).

Рис. 1.

Число книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2015 гг.

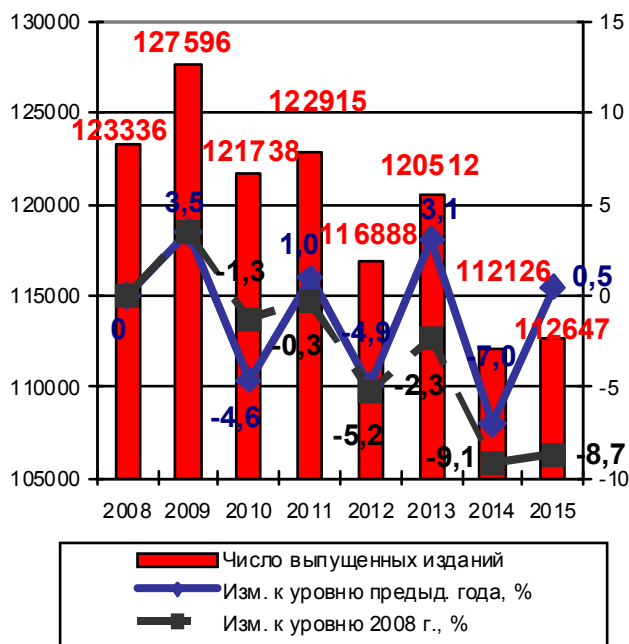
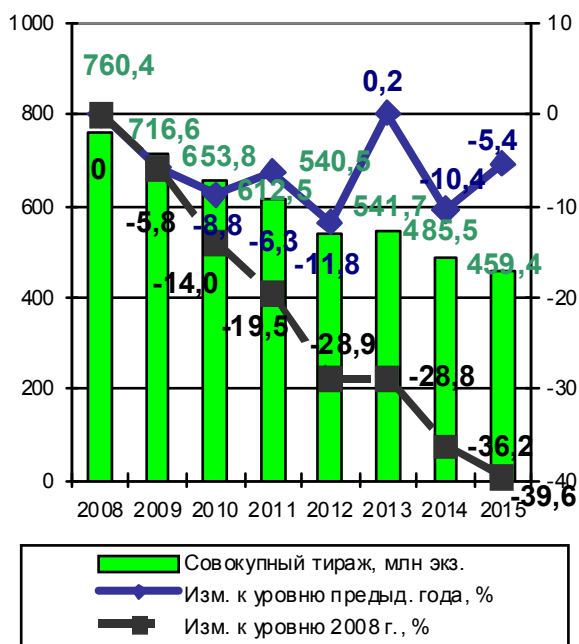


Рис. 2.

Совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2015 гг.



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

Табл. 1.

Основные показатели выпуска книг и брошюр в Российской Федерации в 2008-2015 гг.

	Число выпущенных названий					Доля в числе названий, %			Тираж, млн экз.					Доля в тираже, %		
	2008	2014	2015	2015/2014, %	2015/2008, %	2008	2014	2015	2008	2014	2015	2015/2014, %	2015/2008, %	2008	2014	2015
Всего	123336	112126	112647	+0,5	-8,7	100,0	100,0	100,0	760,4	485,5	459,4	-5,4	-39,6	100,0	100,0	100,0
Новые издания	106382	96027	96583	+0,6	-9,2	86,3	85,6	85,7	561,1	310,2	288,3	-7,1	-48,6	73,8	63,9	62,7
Переиздания	16954	16099	16064	-0,2	-5,2	13,7	14,4	14,3	199,3	175,3	171,2	-2,3	-14,1	26,2	36,1	37,3
Сериальные издания	51397	43153	43469	+0,7	-15,4	41,7	38,5	38,6	446,2	337,3	341,0	+1,1	-23,6	58,7	69,5	74,2
Переводные издания	14197	11692	11628	-0,5	-18,1	11,5	10,4	10,3	93,0	61,5	59,4	-3,4	-36,1	12,2	12,7	12,9

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

Показатель объёмов отпечатанной книжной продукции (совокупный листаж), свидетельствующий о степени загрузки полиграфических предприятий, сократился в 2015 г. по отношению к 2014-му почти на **8%** и составил **4904,7 млн печ. л.-отт.** (см. рис. 3). В сравнении с 2008 годом совокупный листаж выпущенных в стране книжных изданий **сократился в 2 раза.**

Рис. 3.

Совокупный листаж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2015 гг.

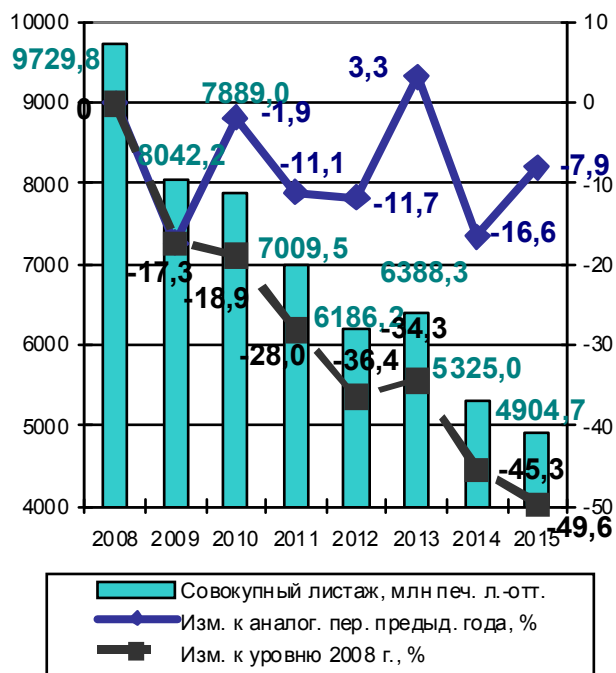
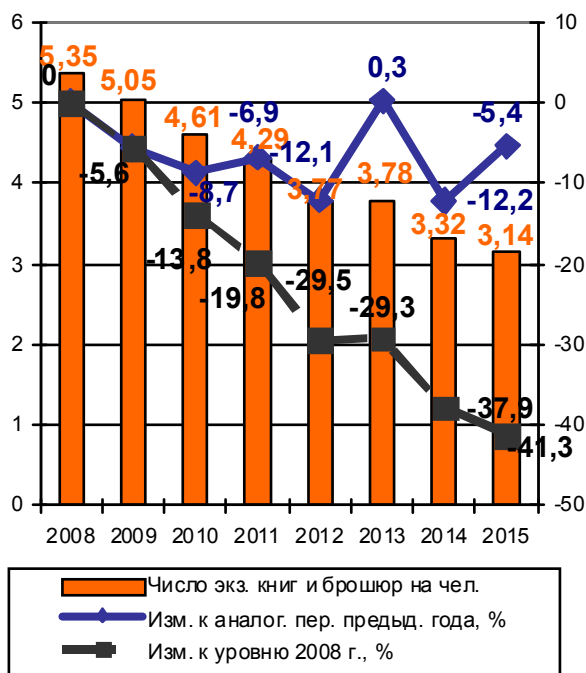


Рис. 4.

Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в 2008-2015 гг.



Примечание: данные за 2014-2015 гг. на рис. 4 приведены с учётом жителей Крымского Федерального округа.

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

Сокращается и число выпущенных экземпляров книг и брошюр в расчёте *на душу населения*. В 2015 г. оно **снизилось** по отношению к 2014 г. **на 5,4%**. К уровню 2008 г. его сокращение составляет 41,3% (см. рис 4).

Средний тираж одного издания по итогам 2015 г. в сравнении с 2014 г. сократился на 5,8% и составил 4078 экз. Средний объём одного экземпляра издания в 2015 г. снизился к уровню 2014 г. на 2,6% и составил 10,68 п.л. Оба показателя, как и предыдущие, являются самыми низкими за рассматриваемые годы (см. рис. 5). За период с 2008 г. по 2015 г. **средний тираж одной книги сократился более чем на 30%, а средний объём одного экземпляра издания упал на 16,6%.**

Как видно из табл. 1, доля **переизданий** в общем числе выпускаемых названий на протяжении восьми лет остаётся стабильной (13,7% в 2008 г. и 14,3% в 2015 г.). В то же время в тиражах издаваемых книг доля переизданий постепенно увеличивается – с 26,2% в 2008 г. до 37,3% в 2015 г.

Доля **переводных изданий** в общем объёме выпускаемых книг и брошюр в последние годы также остаётся неизменной: на уровне 10% по числу выпускаемых названий и 12-13% по тиражу.

Доля изданий, выходящих **в сериях**, не превышает 40% (и тоже последние годы держится примерно на одном уровне), но при этом составляет уже более 70% тиражей издаваемой продукции, увеличившись с 2008 г. более чем на 20 процентных пунктов (далее – п.п.).

Рис. 5.
Средние тиражи и средние объёмы книжной
продукции в 2008-2015 гг., экз.

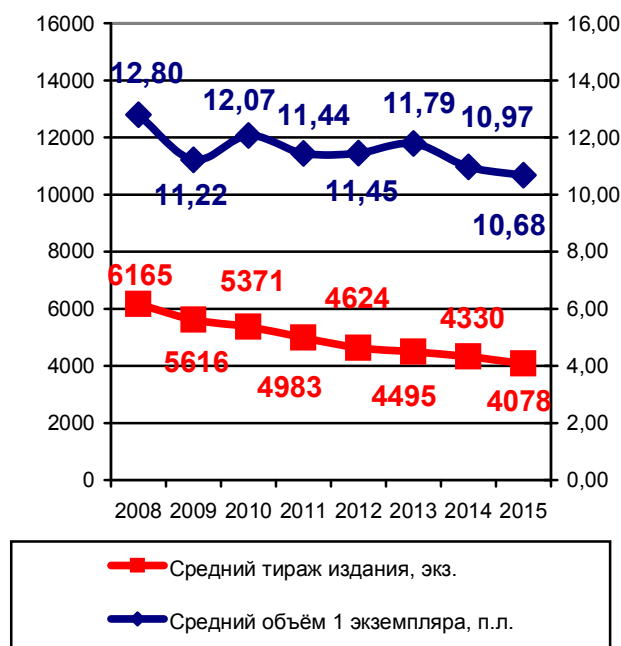
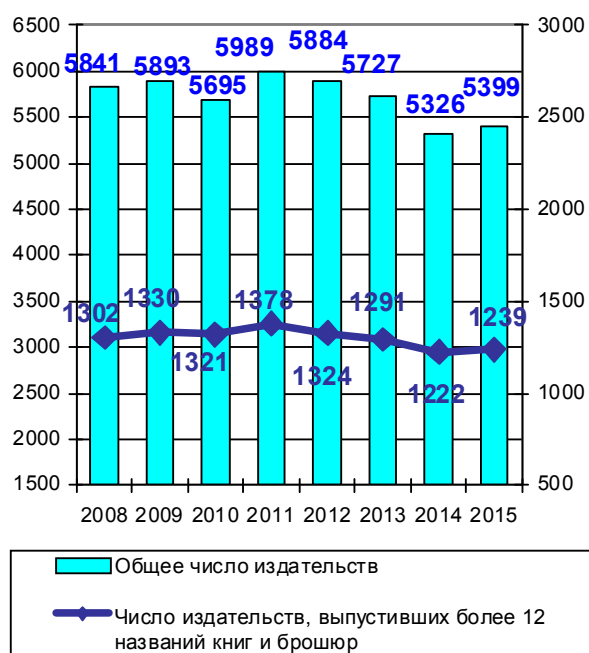


Рис. 6.
Число действующих издательств в России
в 2008-2015 гг.



Источник: Российская книжная палата.

Анализ распределения выпуска книг и брошюр *по тиражным группам* (см. табл. 2) показывает, что **более половины наименований (53,7%)** всех книг и брошюр, издаваемых в стране, выпускается тиражом менее 1000 экз. При этом ещё семь лет назад доля изданий, выходивших тиражом менее 1000 экз., едва превышала 40%. С 2008 по 2015 гг. число изданий, выходящих тиражом менее 1 тыс. экз., увеличилось почти на 18%, а выходивших тиражом свыше 1 тыс. экз., напротив, сократилось на 37,7%. За последние годы заметно выросла доля печатных изданий, выходящих без указания тиража в выпускных данных.

В целом за 2008-2015 гг. выпуск изданий, выходящих тиражом от 5 до 50 тыс. экз., сократился на 45,3% по числу выпущенных названий и на 44,0% – по тиражам. За эти же годы значительно увеличился выпуск малотиражной (до 500 экз.) печатной продукции – 24,5% по числу названий и 18,7% – по тиражам (см. табл. 2).

Из таблицы видно, что доля первых двух сегментов изданий, выходящих тиражом соответственно до 500 экз. и до 1000 экз., в суммарном тираже за 2015 г. составляет всего 4,6%, тогда как по числу названий – 53,7%. В то же время более четверти всего совокупного тиража (25,5%) дают издания, выходящие тиражами свыше 50 тыс. экз., хотя их доля в общем числе названий составляет менее 1% названий.

Табл. 2.

Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2015 гг.

	Число выпущенных названий					Доля в числе названий, %			Тираж, млн экз.					Доля в тираже, %		
	2008	2014	2015	2015/ 2014, %	2015/ 2008, %	2008	2014	2015	2008	2014	2015	2015/ 2014, %	2015/ 2008, %	2008	2014	2015
Всего	123336	112126	112647	+0,5	-8,7	100,0	100,0	100,0	760,4	485,5	459,4	-5,4	-39,6	100,0	100,0	100,0
В т.ч. тиражом:																
до 500 экз.	41542	51834	51732	-0,2	+24,5	33,7	46,2	45,9	10,7	12,6	12,7	+0,8	+18,7	1,4	2,6	2,8
от 500 до 1000 экз.	9860	8836	8754	-0,9	-11,2	8,0	7,9	7,8	9,4	8,4	8,3	-1,2	-11,7	1,2	1,7	1,8
До 1000 экз.	51402	60670	60486	-0,3	+17,7	41,7	54,1	53,7	20,1	21,0	21,0	0,0	+4,5	2,6	4,3	4,6
от 1000 до 5000 экз.	40156	27669	27199	-1,7	-32,3	32,6	24,7	24,1	138,2	89,4	87,5	-2,1	-36,7	18,2	18,4	19,0
от 5000 до 10000 экз.	17076	8971	8980	+0,1	-47,4	13,8	8,0	8,0	140,6	74,6	74,9	+0,4	-46,7	18,5	15,4	16,3
от 10000 до 50000 экз.	12314	7464	7091	-0,5	-42,4	10,0	6,7	6,3	277,1	171,0	158,9	-7,1	-42,7	36,4	35,2	34,6
от 50000 до 100000 экз.	938	704	684	-2,8	-27,1	0,8	0,6	0,6	69,6	51,4	49,1	-4,5	-29,5	9,2	10,6	10,7
свыше 100000 экз.	552	340	319	-6,2	-42,2	0,4	0,3	0,3	115,0	78,1	68,0	-12,9	-40,9	15,1	16,1	14,8
Свыше 1000 экз.	71036	45148	44273	-1,9	-37,7	57,6	40,3	39,3	740,5	464,5	438,4	-5,6	-40,8	97,4	95,7	95,4
Без указания тиража	898	6308	7888	+25,0	+778,4	0,7	5,6	7,0	—	—	—	—	—	—	—	—

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

На рис. 7-10 приведены данные о выпуске в 2008-2015 гг. отдельных видов изданий – как по числу названий, так и по тиражу.

Рис. 7.

Выпуск научной литературы в 2008-2015 гг.

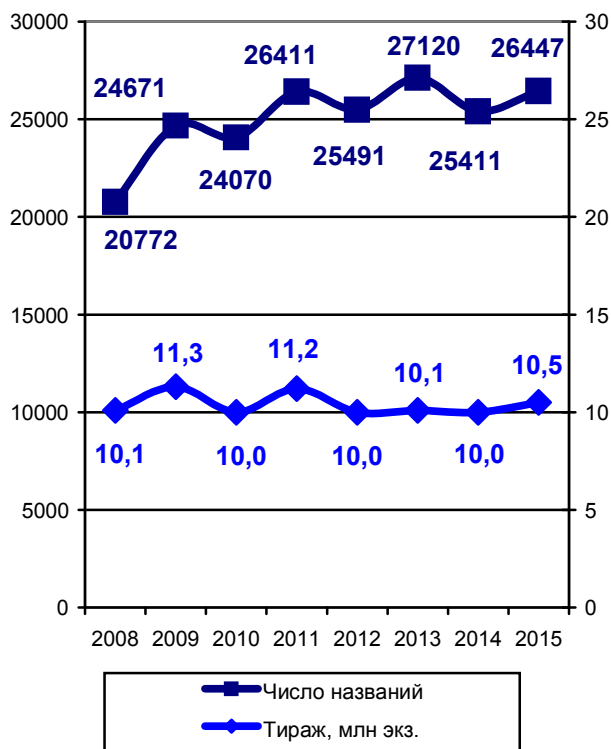
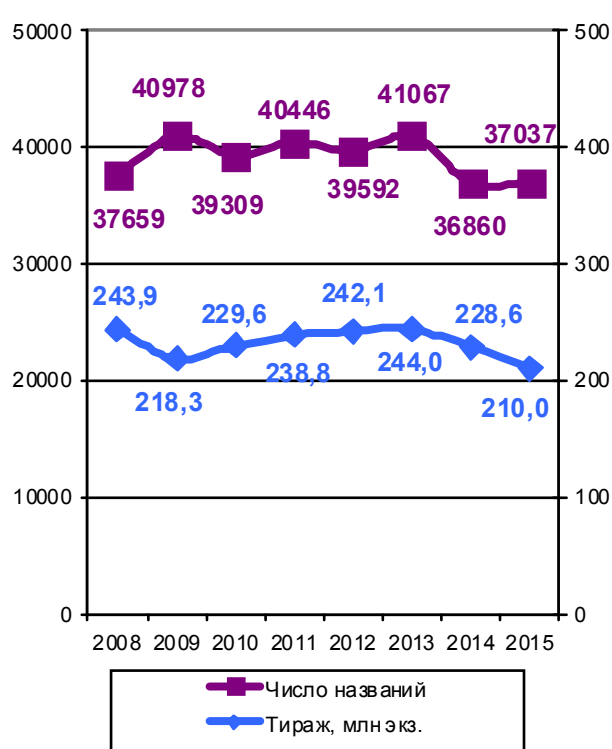


Рис. 8.

Выпуск учебной литературы в 2008-2015 гг.



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

Рис. 9.
Выпуск художественной литературы
в 2008-2015 гг.

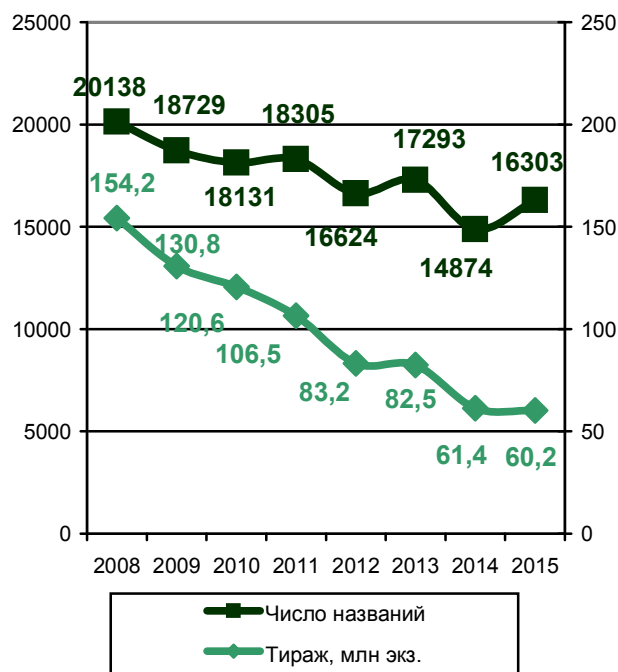
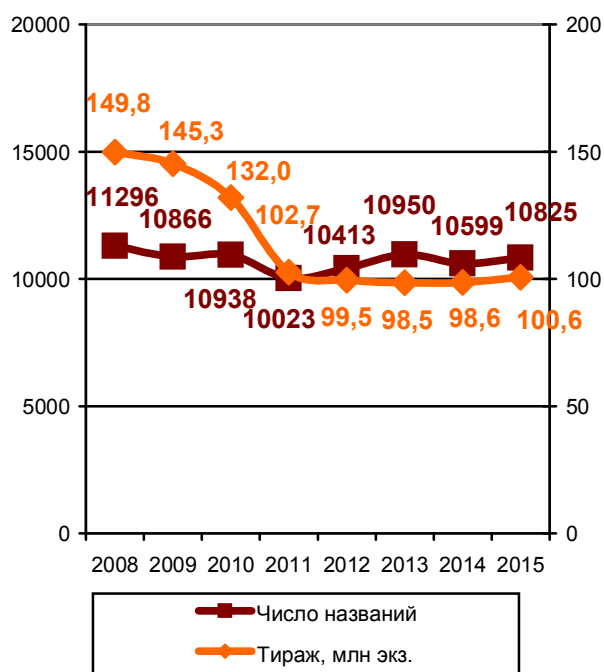


Рис. 10.
Выпуск литературы для детей и юношества
в 2008-2015 гг.



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

Как видно из приведённых выше диаграмм, в 2015 г. в сравнении с 2014 г. по числу выпущенных изданий во всех сегментах литературы наблюдался небольшой рост. Однако по совокупным тиражам художественная и, особенно, учебная литература продемонстрировали снижение.

Так, в сегменте научной литературы (см. рис. 7) в 2015 г. было выпущено 26447 названий книг и брошюр, что на 4,1% больше, чем в 2014 г. Тираж научной литературы в 2015 г. составил 10,5 млн экз., что на 5% больше, чем в 2014 г. Стоит отметить, что за период с 2008 г. по 2015 г. число названий книг в этом сегменте увеличилось 27,3%, а совокупный тираж увеличился на 4%.

В разделе учебной литературы (см. рис. 8) в 2015 г. было выпущено 37037 названий книг и брошюр, что практически столько же, сколько и в 2014 г. (36860 названий). Тираж учебной литературы составил в 2015 г. 210,0 млн экз., что на 8,1% меньше, чем в 2014 г. За период с 2008 г. по 2015 г. число выпущенных названий книг в этом сегменте сократилось на 1,7%, а совокупный тираж – на 13,9%.

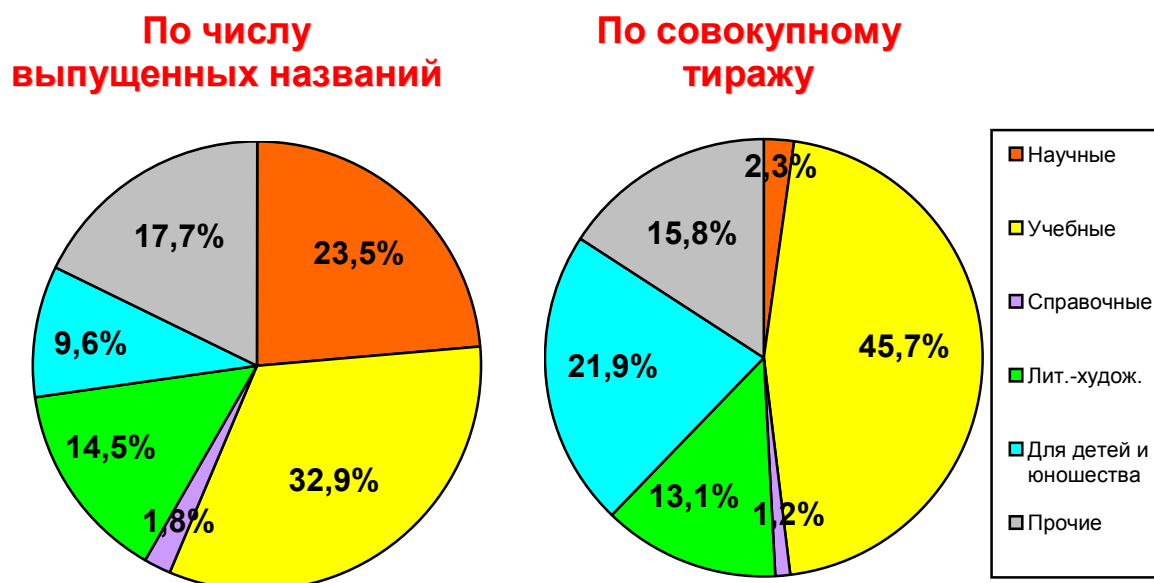
Что касается художественной литературы (см. рис. 9), то в 2015 г. было выпущено 16303 названий книг и брошюр, что на 9,6% больше, чем в 2014 г. Тираж художественной литературы в 2015 г. составил 60,2 млн экз., что на 2% меньше, чем в 2014 г. За период с 2008 г. по 2015 г. число выпущенных названий книг в этом сегменте сократилось на 19%, а совокупный тираж – на 61%.

Возросли количественные показатели выпуска детской литературы (см. рис. 10): в 2015 г. было выпущено 10825 названий книг и брошюр, что на 2,1% больше, чем в 2014 г. Тираж детской литературы в 2015 г. составил 100,6 млн экз., что на 2% больше, чем в 2014 г. За период с 2008 г. по 2015 г. число выпущенных названий книг в этом сегменте сократилось на 4,2%, а совокупный тираж – на 32,8%.

На сегодняшний день соотношение долей различных видов литературы в общем выпуске книг и брошюр выглядит следующим образом (см. рис. 11).

Рис. 11.

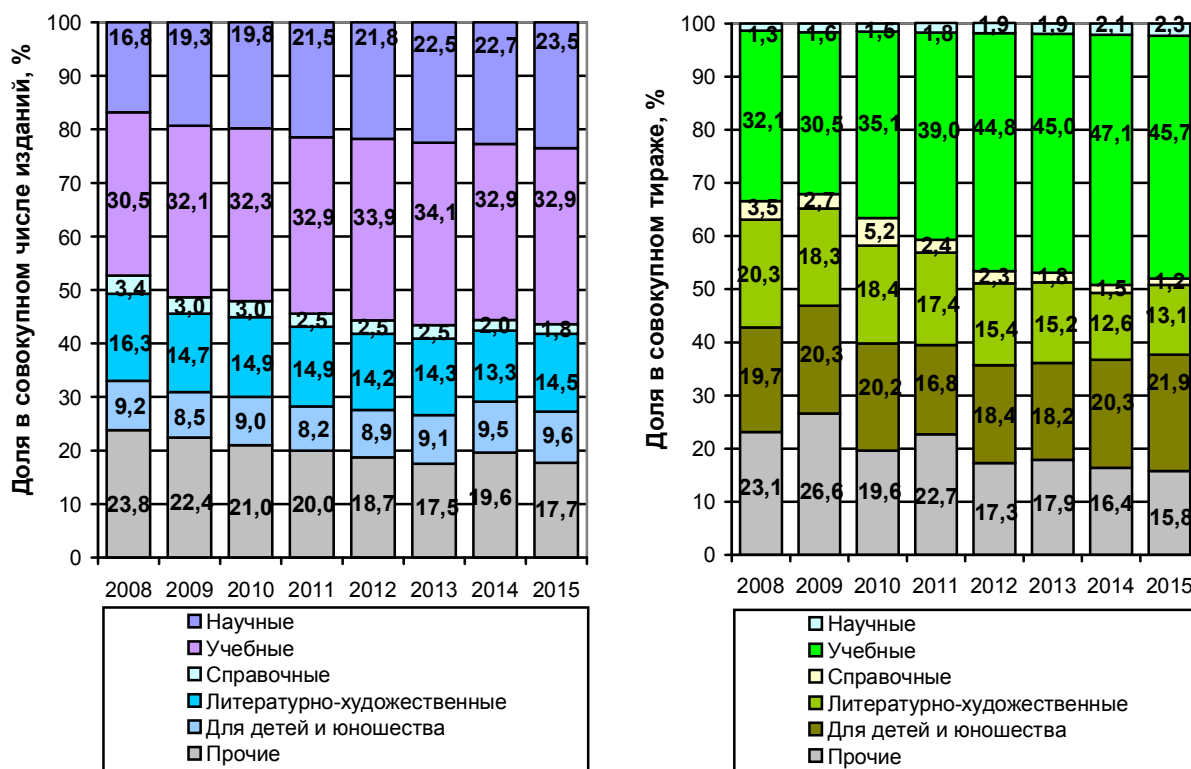
Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2015 г., %



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

Рис. 12.

Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008-2015 гг., %



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

При этом на рис. 12 можно видеть, что за 2008-2015 гг. соотношение долей различных видов литературы в общем выпуске книг и брошюр изменилось. По числу

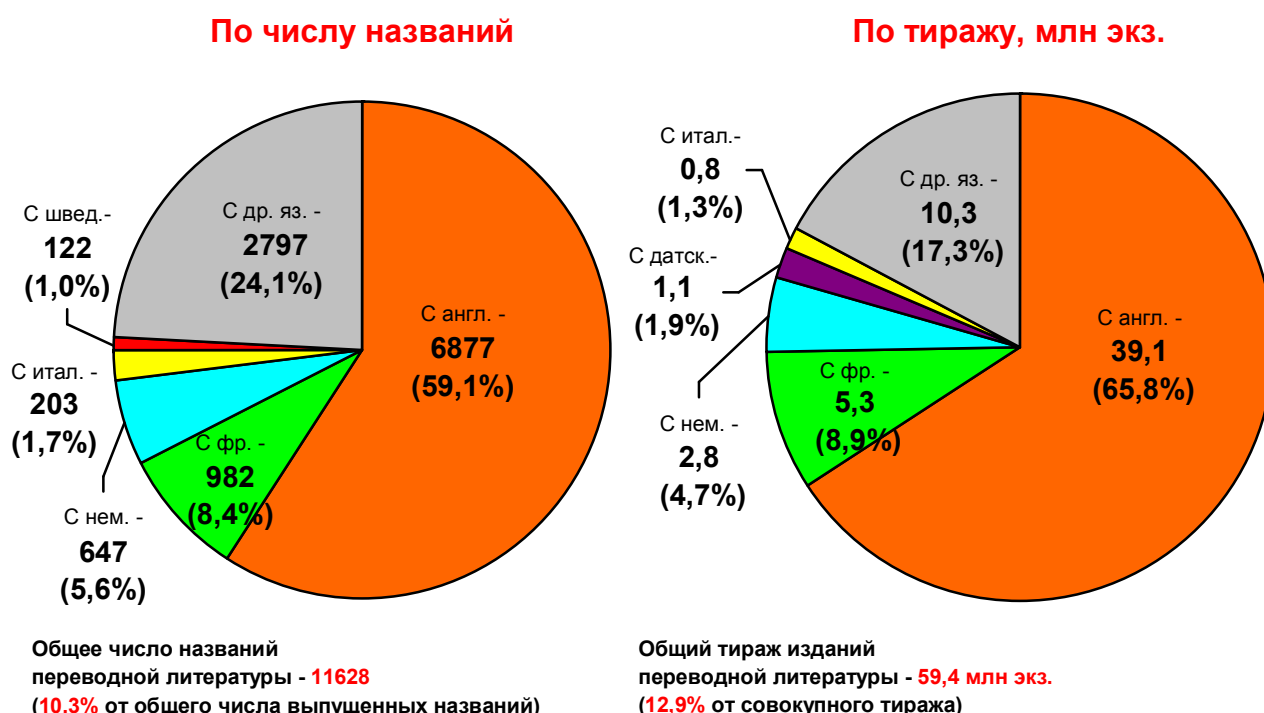
выпущенных названий в общем издательском репертуаре страны выросли доли научных (на 6,7 п.п.) и учебных (на 2,4 п.п.) изданий, детской литературы (на 0,4 п.п.). Доля изданий художественной литературы сократилась на 1,8 п.п., а справочной литературы – на 1,6 п.п.

По тиражным показателям отмечается увеличение доли учебной (на 13,6 п.п.), научной (на 1,0 п.п.) и детской литературы (на 2,2 п.п.). Доли литературно-художественных и справочных изданий, напротив, снизились на 7,2 п.п. и 2,3 п.п. соответственно. При этом нельзя не отметить один факт: за последний год доля художественной литературы в общем выпуске книжной продукции пусть незначительно, но увеличилась – как по числу выпущенных названий (на 1,2 п.п.), так и по тиражу (на 0,5 п.п.). До 2015 года показатели удельного веса художественной литературы в общем объеме выпускаемых изданий на протяжении шести лет неуклонно сокращались.

В 2015 году число языков, с которых были сделаны переводы книг *на русский язык*, выросло. Книги выпускались в переводе с 95 языков стран зарубежья и народов России (в 2014 г. – 87 языков). Из общего числа 11628 переводных изданий (см. рис. 13) 6877 названий (59,1%) – это переводы с английского языка, выпущенные тиражом 39,1 млн экз. (в 2014 г. – 6738 названий, выпущенных тиражом около 40,0 млн экз.); 982 названий – переводы с французского (8,4% от всех переведенных изданий), которые вышли тиражом 5,3 млн экз. (в 2014 г. – 955 названий тиражом 5,6 млн экз.); 647 названий тиражом 2,8 млн экз. (в 2014 г. – 725 названий тиражом 3,4 млн экз.) – переводы с немецкого. Кроме того, в 2015 г. было издано 1513 названий книг в переводе *с русского* на другие языки общим тиражом 5,0 млн экз. (в 2014 г. – 1578 наименований общим тиражом 4,1 млн экз.).

Рис. 13.

Выпуск переводной литературы в России



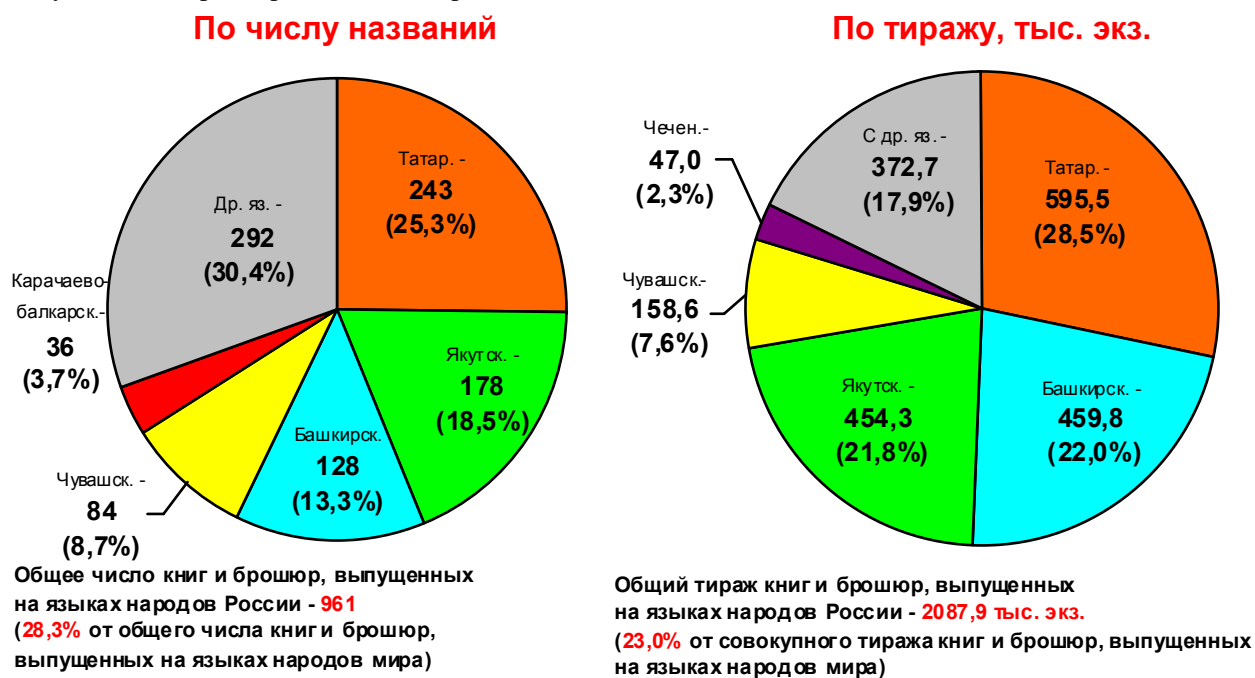
Источники: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская книжная палата.

В 2015 году в стране было выпущено 2489 изданий на 66 языках народов России и зарубежных стран (в 2014 г. – 2437 изданий на 61 языке). Лидируют книги и

брошюры на английском языке (1200 названий общим тиражом 4,5 млн экз.). По сравнению с 2014 г. (1090 названий общим тиражом 2,4 млн экз.) число изданий, выпущенных на английском, увеличилось на 10%. Из рис. 13 и 14 видно, что доля переводных изданий в России составляет 10,3% от общего числа выпущенных названий и 12,9% совокупного тиража. Основные переводы с иностранных языков на русский приходятся на произведения детской и художественной литературы.

Рис. 14.

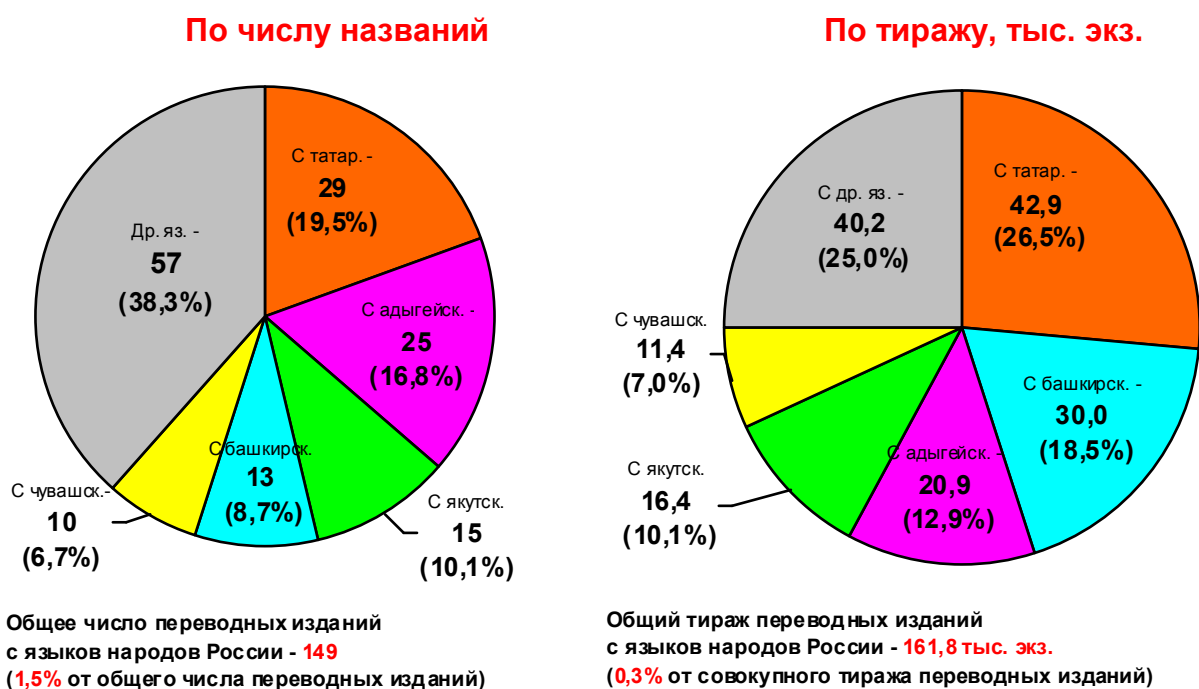
Выпуск книг и брошюр на языках народов России в 2015 г.



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

Рис. 15.

Выпуск переводной литературы с языков народов России в 2015 г.



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

В России насчитывается более 80-ти языков, имеющих письменность. На около 40 из них национальные авторы создают художественные произведения, издаётся литература. Данные по выпуску книг и брошюр на языках народов России в 2015 г., а также данные по выпуску переводной литературы с языков народов России в 2015 г. представлены на рис. 14–15.

Из представленных диаграмм видно, что наибольшее число изданий на национальных языках народов Российской Федерации – как по числу названий, так и по тиражу – выходят на татарском языке, равно как и по числу сделанных переводов лидирует татарский язык.

В табл. 3-4 представлены топ-10 авторов художественной и детской литературы за 2015 г., чьи книги были изданы наибольшими тиражами (для сравнения приводятся данные за 2008 г.).

Табл. 3.

Топ-10 ведущих писателей, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2008 и 2015 гг.

№ п/п	2008	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	№ п/п	2015	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Донцова Д.	147	9764,7	1.	Донцова Д.	117	1968,0
2.	Шилова Ю.	117	3748,0	2.	Устинова Т.	72	891,0
3.	Устинова Т.	100	3210,9	3.	Полякова Т.	82	827,0
4.	Полякова Т.	102	2254,2	4.	Александрова Н.	98	648,0
5.	Акунин Б.	79	2118,0	5.	Кинг С.	97	612,0
6.	Коэльо П.	40	1516,0	6.	Джеймс Эл.	6	550,0
7.	Вильмонт Е.	79	1504,4	7.	Вильмонт Е.	44	542,0
8.	Бушков А.	93	1248,7	8.	Брэдли Р.	57	524,0
9.	Маринина А.	102	1111,2	9.	Литвиновы А. и С.	43	513,5
10.	Колычев В.	86	1104,2	10.	Акунин Б.	49	490,8

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

Табл. 4.

Топ-10 ведущих детских писателей, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2008 и 2015 гг.

№ п/п	2008	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	№ п/п	2015	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Степанов В.	97	2903,0	1.	Чуковский К.	132	2410,5
2.	Чуковский К.	166	2612,7	2.	Остер Г.	39	1375,0
3.	Барто А.	109	1592,8	3.	Степанов В.	52	907,0
4.	Гурина И.	54	1539,0	4.	Барто А.	74	815,5
5.	Роллинг Дж.	10	970,2	5.	Гурина И.	37	734,0
6.	Михалков С.	58	740,1	6.	Носов Н.	83	715,0
7.	Носов Н.	45	606,2	7.	Маляренко Ф.	23	575,0
8.	Маршак С.	52	570,0	8.	Андерсен Х.	53	534,2
9.	Крылов И.	57	553,1	9.	Пушкин А.	61	513,0
10.	Емец Д.	46	546,2	10.	Владимиров В.	24	490,0

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

Самым издаваемым автором художественной литературы в России вот уже много лет является Дарья Донцова. Общий тираж её книг, выпущенных в 2015 г., составил 1968,0 тыс. экз. В сравнении с предкризисным 2008-м этот показатель сократился в 5 раз (в 2008 г. – 9764,7 тыс. экз.). Сокращаются тиражи книг и других авторов, входящих в рейтинг (напр., Татьяна Устинова: 2008 г. – 3210,9 тыс. экз., 2015 г. – 891,0 тыс. экз.; Татьяна Полякова: 2008 г. – 2254,2 тыс. экз., 2015 г. –

827,0 тыс. экз. и т. д.). Самым популярным автором детской литературы в 2015 г. уже четвёртый год подряд является Корней Чуковский (2410,5 тыс. экз.). До этого три года первенство держал Владимир Степанов, который опустился на третью строчку (907,0 тыс. экз.).

В таблицах 5-9 представлены лауреаты крупнейших литературных премий России последних лет.

Табл. 5.

Лауреаты и финалисты литературной премии «Большая книга»

Сезон 2013-2014 гг.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Алексиевич С.	Время секунд хэнд	Время	Финалист
2.	Букша К.	Завод «Свобода»	ОГИ	Финалист
3.	Григоренко А.	Ильгет	ArsisBooks	Финалист
4.	Макушинский А.	Пароход в Аргентину	Эксмо	Финалист
5.	Прилепин З.	Обитель	Редакция Елены Шубиной	Лауреат (1-я премия)
6.	Ремизов В.	Воля вольная	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
7.	Сорокин В.	Теллурия	Corpus	Лауреат (2-я премия)
8.	Чижов Е.	Перевод с подстрочника	АСТ	Финалист
9.	Шаров В.	Возвращение в Египет	АСТ	Лауреат (3-я премия)
Сезон 2014-2015 гг.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Варламов А.	Мысленный волк	Журнал «Октябрь»	Финалист
2.	Виравов И.	Андрей Вознесенский	Молодая Гвардия	Финалист
3.	Екимов Б.	Осень в Задонье	Журнал «Новый мир»	Финалист
4.	Залотуха В.	Свечка	Время	Лауреат (2-я премия)
5.	Матвеева А.	Девять девяностых	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
6.	Пелевин В.	Любовь к трем цукербринам	Эксмо	Финалист
7.	Рубина Д.	Русская канарейка	Эксмо	Финалист
8.	Сенчин Р.	Зона затопления	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат (3-я премия)
9.	Яхина Г.	Зулейха открывает глаза	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат (1-я премия)

Источник: литературная премия «Большая книга».

Табл. 6.

Лауреаты и финалисты литературной премии «Национальный бестселлер»

Сезон 2013 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Абузьяров И.	Мутабор	Астрель	Финалист
2.	Водолазкин Е.	Лавр	АСТ, Астрель	Финалист
3.	Кантор М.	Красный свет	АСТ	Лауреат
4.	Купряшина С.	Видоискательница	Новое литературное обозрение	Финалист
5.	Погодина-Кузмина О.	Власть мёртвых	Издательство К.Тублина, Лимбус Пресс	Финалист
6.	Фигль-Мигль	Волки и медведи	Издательство К.Тублина, Лимбус Пресс	Финалист
Сезон 2014 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Басиров М.	Печатная машина	Лениздат, Команда А	Финалист
2.	Букша К.	Завод «Свобода»	ОГИ	Финалист
3.	Крусанов П.	Царь головы	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
4.	Сорокин В.	Теллурия	Corpus	Финалист
5.	Шаргунов С.	1993	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат
6.	Шаров В.	Возвращение в Египет	АСТ	Финалист

Сезон 2015 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Авченко В.	Кристалл в прозрачной оправе	АСТ	Финалист
2.	Кашин О. "	Горби-дрим	АСТ	Финалист
3.	Матвеева А.	Девять девятых	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
4.	Москвина Т. "	Жизнь советской девушки	АСТ	Финалист
5.	Носов С.	Фигурные скобки	Лимбус Пресс	Лауреат
6.	Снегирев А.	Вера	Эксмо	Финалист

Источник: литературная премия «Национальный бестселлер».

Табл. 7.

Лауреаты и финалисты литературной премии «Русский Букер»

Сезон 2013 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Водолазкин Е.	Лавр	АСТ, Астрель	Финалист
2.	Волос А.	Возвращение в Панджруд	ОГИ	Лауреат
3.	Гуцко Д.	Бета-самец	АСТ	Финалист
4.	Иванов А.	Харбинские мотыльки	Авенариус (Таллин)	Финалист
5.	Хемлин М.	Дознаватель	Астрель	Финалист
6.	Шапко В.	У подножия необъятного мира	Журнал «Урал» (Екатеринбург)	Финалист
Сезон 2014 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Вишневский А.	Жизнеописание Петра Степановича К.	Знак	Финалист
2.	Громова Н.	Ключ. Последняя Москва	АСТ	Финалист
3.	Прилепин З.	Обитель	Редакция Елены Шубиной	Финалист
4.	Ремизов В.	Воля вольная	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
5.	Скульская Е.	Мраморный лебедь	Журнал «Звезда»	Финалист
6.	Шаров В.	Возвращение в Египет	АСТ	Лауреат
Сезон 2015 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Ганиева А.	Жених и невеста	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
2.	Данихнов В.	Колыбельная	Книма, АСТ	Финалист
3.	Покровский Ю.	Среди людей	Пламя (Нижний Новгород)	Финалист
4.	Сенчин Р.	Зона затопления.	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
5.	Снегирев А.	Вера	Эксмо	Лауреат
6.	Яхина Г.	Зулейха открывает глаза.	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист

Источник: литературная премия «Русский Букер».

Табл. 8.

Лауреаты и финалисты литературной премии «Ясная Поляна»

Сезон 2013 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Современная классика				
1.	Бондарев Ю.	«Батальоны просят огня» «Последние залпы»	АСТ	Лауреат
II. XXI век				
1.	Ганиева А.	Праздничная гора	Астрель	Финалист
2.	Водолазкин Е.	Лавр	АСТ, Астрель	Лауреат
3.	Кузнецов-Тулянин А.	Идиот нашего времени	Книговек	Финалист
4.	Кучерская М.	Тётя Мотя	Астрель	Финалист
5.	Рябов О.	Четыре с лишним года. Военный дневник	Астрель	Финалист
6.	Сенчин Р.	Информация	Эксмо	Финалист
III. Детство. Отрочество. Юность				
8.	Веркин Э.	Облачный полк	КомпасГид	Финалист
9.	Мартиросова М.	Фотография на память	КомпасГид	Финалист
10.	Нечипоренко Ю.	Смеяться и свистеть	Жук	Лауреат

Сезон 2014 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Современная классика				
	Екимов Б.	Пиночет	Вагриус	Лауреат
II. XXI век				
	Новиков Д.	В сетях твоих	Эксмо	Финалист
	Титов А.	Тень Бехистунга	АсПУР (г. Екатеринбург)	Лауреат
	Чижов Е.	Перевод с подстрочника	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
	Шаргунов С.	1993	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
III. Детство. Отрочество. Юность				
	Бунимович Е.	Девятый класс. Вторая школа	АСТ, Corpus	Финалист
	Матвеева Е.	Ведьмины круги	Детский журнал «Костер»	Финалист
	Сенчин Р.	Чего вы хотите?	Журнал «Дружба народов» №3	Лауреат
Сезон 2015 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Современная классика				
	Битов А.	Уроки Армении	Молодая гвардия	Лауреат
II. XXI век				
	Григоренко А.э	Мэбэт	ArsisBooks	Финалист
	Евсеев Б.	Офирский скворец	Журнал «Юность» № 1-3	Финалист
	Зайцев Д.	Повесть и житие Даниила Терентьевича Зайцева	Альпина нон-фикшн	Финалист
	Радецкая Е.	Нет имени тебе...	АСТ	Финалист
	Сенчин Р.	Зона затопления	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
	Яхина Г.	Зулейха открывает глаза	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат
III. Детство. Отрочество. Юность				
	Былинский В.	Риф	Дикси Пресс	Лауреат
	Громова О.	Сахарный ребенок. История девочки из прошлого века, рассказанная Стеллой Нудольской	КомпасГид	Финалист
	Казакевич В.	Охота на майских жуков	Издательство Н.Филимонова	Финалист
	Мамонтов Е.	Приключения Славки Щукина, или 33 рассказа про вранье	Журнал «День и ночь», № 3	Финалист
	Минаев Б.	Мужской день	Время	Финалист
IV. Иностранная литература				
	Рут Озеки	Моя рыба будет жить	АСТ	Лауреат

Источник: литературная премия «Ясная Поляна».

Табл. 9.

Лауреаты и финалисты премии «Просветитель»

Сезон 2013 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Гуманитарные науки				
1.	Васькин А.	Москва, спаленная пожаром. Первопрестольная в 1812 году	Спутник+	Финалист
2.	Копелев Д.	Раздел океана в 16-18 веках. Истоки и эволюция пиратства	Крига	Финалист
3.	Мильчина В.	Париж в 1814-1848 годах. Повседневная жизнь	Новое литературное обозрение	Финалист
4.	Сонькин В.	Здесь был Рим	АСТ, Corpus	Лауреат
II. Естественные и точные науки				
1.	Жуков Д.	Стой, кто ведет? Биология поведения человека и других зверей	Альпина нон-фикшн	Лауреат
2.	Образцов П.	Удивительные истории о существах самых разных. Тайны тех, кто населяет землю, воду и воздух	Ломоносовъ	Финалист
3.	Петров А.	Гравитация. От хрустальных сфер до кротовых нор	Век 2 (Фрязино)	Финалист

III. Специальная номинация «Биографии»				
1.	Беляков С.	Гумилев, сын Гумилева	АСТ	
2.	Тененбаум Б.	Великий Черчилль	Эксмо, Яуза	
3.	Чертанов М.	Дарвин	Молодая Гвардия	
Сезон 2014 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Гуманитарные науки				
1.	Вайнштейн О.	Денди: мода, литература, стиль жизни	Новое литературное обозрение	Финалист
2.	Полян П.	«Свитки из пепла. Еврейская «зондеркоммандо» в Аушвице-Биркенау и её летописцы	Феникс (Ростов-на-Дону)	Финалист
3.	Сванидзе А.	Викинги	Новое литературное обозрение	Финалист
4.	Яров С.	Повседневная жизнь блокадного Ленинграда	Молодая гвардия	Лауреат
II. Естественные и точные науки				
1.	Горелик Г.	Кто изобрел современную физику? От маятника Галилея до квантовой гравитации	АСТ	Финалист
2.	Ижевский С., Лобанов А., Соснин А.	Жизнь замечательных жуков	ИД «Кодекс»	Финалист
3.	Казанцева А.	Кто бы мог подумать? Как мозг заставляет нас делать глупости	Corpus	Лауреат
4.	Штерн Б.	Прорыв за край мира	Тривант	Финалист
III. Специальная номинация «За верное служение делу просветительства»				
1.	Газета «Троицкий вариант – наука»			
Сезон 2015 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Гуманитарные науки				
1.	Анисимов Е.	Императорская Россия	Питер (Санкт-Петербург)	Финалист
2.	Кантор Ю.	Заклятая дружба. Секретное сотрудничество СССР и Германии 20-30-х годов	Политическая энциклопедия	Финалист
3.	Юрчак А.	Это было навсегда, пока не кончилось	Новое литературное обозрение	Лауреат
4.	Яснов М.	Путешествие в Чуждество. Книга о детях, детской поэзии и детских поэтах	Союз писателей Санкт-Петербурга, Фонд «Дом детской книги» (Санкт-Петербург)	Финалист
II. Естественные и точные науки				
1.	Авторски коллектив: Андреев Н., Коновалов С., Панюнин Н.	Математическая составляющая	Фонд «Математические этюды»	Лауреат
2.	Марков А., Наймарк Е.	Эволюция. Классические идеи в свете новых открытий	АСТ, Corpus	Финалист
3.	Александр Соколов	Мифы об эволюции человека	Альпина нон-фикшн	Финалист
4.	Сурдин В. (под ред.)	Галактики	Физматлит,	Финалист
III. Специальная номинация «Биографии»				
1.	Хлевнюк О.	Сталин. Жизнь одного вождя	АСТ, Corpus	
IV. Специальная номинация «Краеведение»				
1.	Гольдфарб С.	Мир Байкала	Иркутск	
2.	Лебедева Е.	Остров Преображения (к 300-летию Преображенской церкви на острове Кижи)	Московский центр упаковки	
3.	Потравнов А., Хмельник Т.	Путешествие Вокруг Ладоги	ТО «Балтийская Звезда», РИД «Алаборг» (Санкт-Петербург)	

Источник: премия «Просветитель».

1.2. Издательская система России

В 2015 г., по данным Российской книжной палаты, в стране действовало 5399 издательств. В это число входят все издающие организации, приславшие в течение года хотя бы один экземпляр выпущенной ими книги в Российскую книжную палату. К активно действующим издательским структурам относятся выпускающие не менее 12 книг и брошюр в год (в среднем по одной книге в месяц), или издательства, годовой тираж которых составляет не менее 12 000 экз. (в среднем 1000 экз. в месяц). Издательств, выпустивших в 2015 г. 12 и более наименований книг и брошюр, насчитывалось 1239, а тех, чей совокупный годовой тираж в 2015 г. превысил 12 000 экз. – 943 (см. табл. 10).

Из 5399 действующих в России издательств более трети (34,1%) – это издающие организации, выпустившие в 2015 г. всего лишь одну книгу (см. рис. 16). Издательства, выпустившие меньше 12 книг за год (т. е. в среднем менее одной книги в месяц), составляют более 3/4 (77,1%). И лишь менее 1% издательств выпускает свыше 500 названий книг в год.

Табл. 10.

Число действующих издательств в России в 2008-2015 гг.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 к 2014,%	2015 к 2008,%
Общее число издательств	5841	5893	5695	5989	5884	5727	5326	5399	+1,4	-7,6
Число издательств, выпустивших 12 и более книг и брошюр в год	1302	1330	1321	1378	1324	1291	1222	1239	+1,4	-4,8
Число издательств, совокупный годовой тираж книг и брошюр которых превысил 12000 экз.	1441	1374	817	1266	1167	1064	977	943	-3,5	-34,6

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

Если из 1239 издательств, выпускающих больше 12 названий книг и брошюр в год, вычесть издательства высших учебных заведений, то останется всего 844 издательства. Если из этого числа также исключить издательства научных центров, музеев, библиотек, религиозных организаций (т. е., издающие организации, не являющиеся самостоятельными хозяйствующими субъектами, а находящиеся в составе более крупных организаций), то останется всего 643 самостоятельных издательства – костяк рыночной издательской структуры России.

Анализ активно действующих издательств показывает, что большинство (67,2%) здесь составляют издательства, выпускающие от 12 до 49 книг (см. рис. 18). Издательства, выпускающие от 50 до 499 названий книг и брошюр, занимают 31,3% от общего числа активно действующих компаний, и лишь 1,5% – это издательства, выпускающие более 500 названий ежегодно.

Рис. 16.

**Общее число издательств и их доля в 2015 г.
(по количеству названий выпущенных книг)**

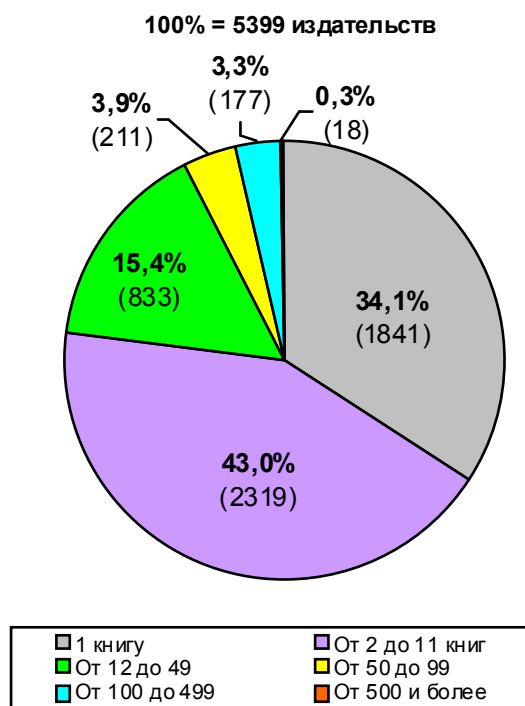
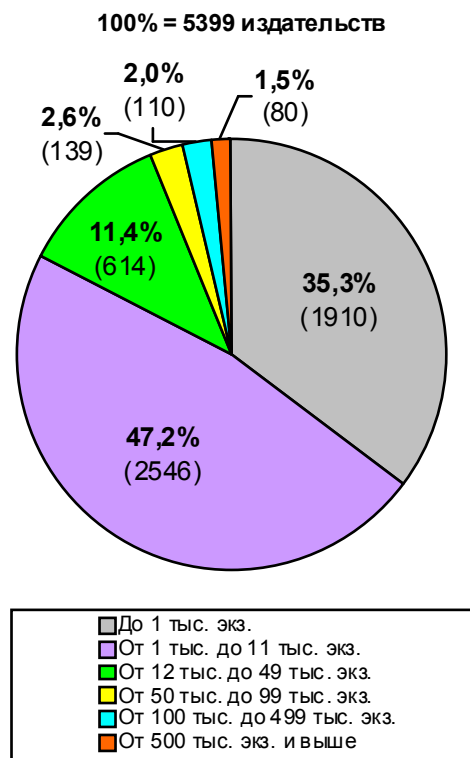


Рис. 17.

**Общее число издательств и их доля в 2015 г.
(по тиражам выпущенных книг)**



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

Рис. 18.

**Число активно действующих издательств
(12 книг в год и более) и их доля в 2015 г.
(по количеству названий выпущенных книг)**

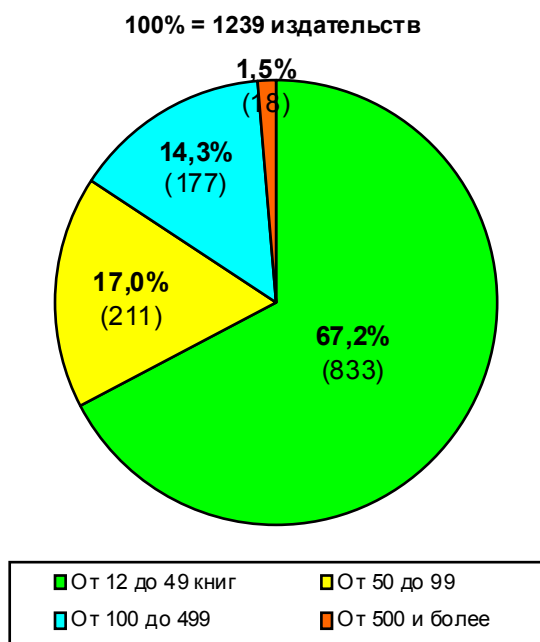
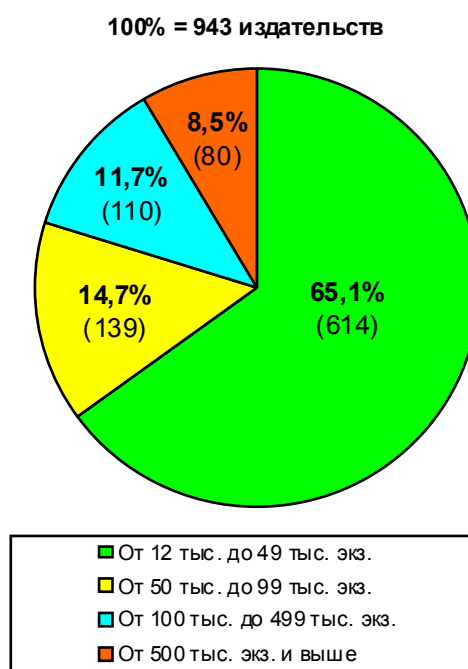


Рис. 19.

**Число активно действующих издательств
(12000 экз. книг в год и более) и их доля в 2015 г.
(по тиражам выпущенных книг)**



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

На рис. 17 можно видеть, что 35,3% издательств страны за год выпускает книги совокупным тиражом, не превышающим 1 тыс. экз., а годовой тираж более 3/4 (82,5%) существующих в России издательств не превышает 12 000 экз. **Только у 1,5% издательств совокупный годовой тираж превышает 500 тыс. экз.**

Из числа активно действующих (по тиражным показателям) издательств у 65,1% тираж составляет от 12 000 до 49 000 экз. (см. рис. 19). И только у 8,5% активно функционирующих издательств годовой тираж превышает 500 000 экз.

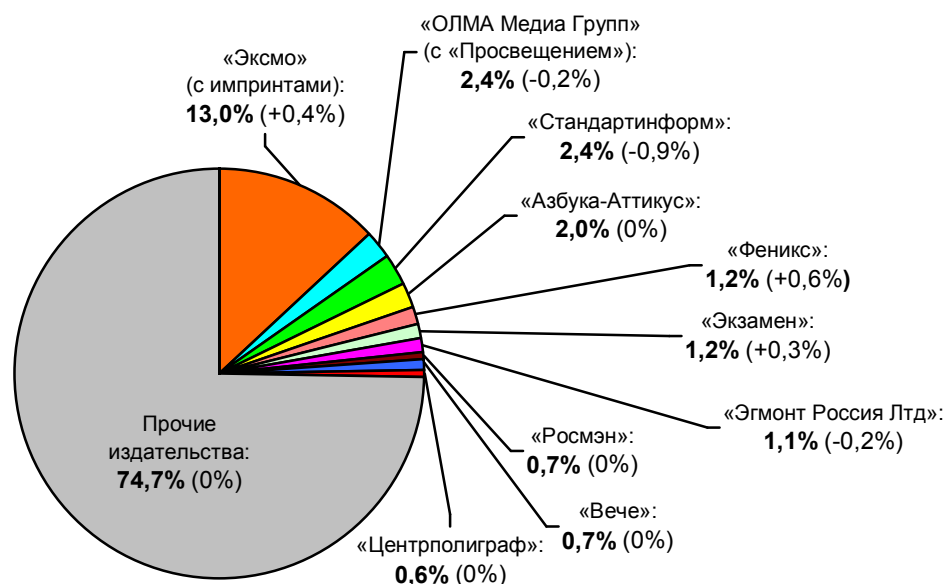
На рис. 20–21 представлены доли издательств – ключевых игроков на книжном рынке России в 2015 г. по числу выпущенных названий книг и по совокупному тиражу.

В табл. 10 представлен рейтинг издательств по основным показателям деятельности. По числу выпущенных названий его возглавляет издательская группа «Эксмо», выпустившая в 2015 г. в совокупности с входящими в неё импринтами 14603 названий книг и брошюр. Второе место занимает издательская группа «ОЛМА Медиа Групп», выпустившая в 2015 г. совместно с входящим в неё издательством «Просвещение» 2738 названий книг. На третьем месте – издательство «Стандартинформ», которое выпустило в 2015 г. 2709 названий книг.

По тиражам первое место, как и по числу названий, занимает группа «Эксмо» (с импринтами), совокупный тираж которой по итогам 2015 г. составил 92984,0 тыс. экз. На втором месте – издательская группа «ОЛМА Медиа Групп» (с «Просвещением») (65518,5 тыс. экз.). На третьем месте – издательство «Эгмонт Россия Лтд», выпустившее в 2015 г. 17586,8 тыс. экз. книг и брошюр.

Рис. 20.

Доли издательств – ключевых игроков на книжном рынке России в 2015 г. по числу выпущенных названий

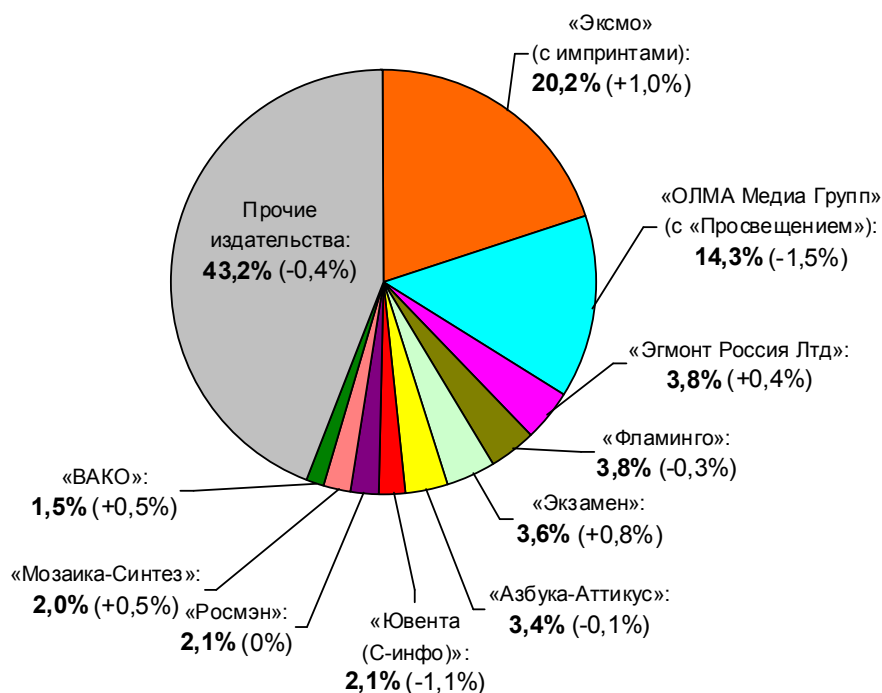


Примечание: в скобках указано изменение доли издательств (по числу выпущенных названий) в общем объеме выпуска книг и брошюр по отношению к 2014 г.

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

Рис. 21.

Доли издательств – ключевых игроков на книжном рынке России в 2015 г. по тиражу



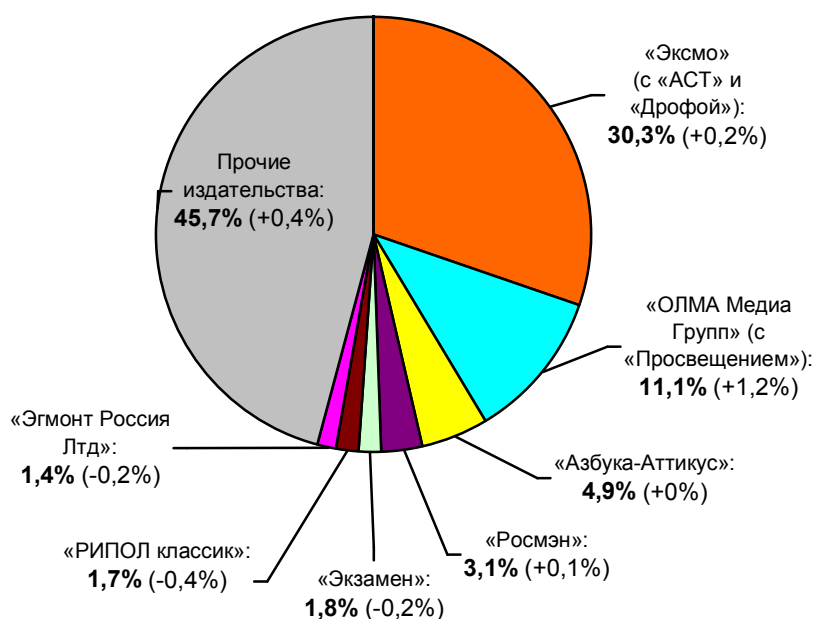
Примечание: в скобках указано изменение доли издательств (по числу выпущенных названий) в общем объеме выпуска книг и брошюр по отношению к 2014 г.

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

На рис. 22 представлен конкурентный ландшафт издательств-ключевых игроков книжного рынка по суммарным (рублёвым) продажам в 2015 г. в соответствии с данными исследования журнала «Книжная индустрия».

Рис. 22.

Доли издательств – ключевых игроков книжного рынка в 2015 г. по суммарным (рублёвым) продажам



Примечание: в скобках указано изменение доли издательств по суммарным (рублёвым) продажам по отношению к 2014 г.

Источник: журнал «Книжная индустрия».

В целом же, как видно из табл. 11, за 2008-2015 гг. совокупное число книг и брошюр, выпущенных ведущей двадцаткой российских издательств, сократилось на 2%, а доля этой двадцатки в совокупном книгоиздательском репертуаре страны в 2015 г. по отношению к 2008 г. увеличилась на 2,1 п.п. За период с 2008 по 2015 гг. совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных ведущей двадцаткой российских издательств, снизился на 26,1%, однако доля этой двадцатки в совокупном тираже страны в 2015 г. по отношению к 2008 г. увеличилась на 12,2 п.п.

Табл. 11.

Топ-20 издательств по числу выпущенных названий и тиражам

№ п/п	Издательство	Число выпущенных названий, место в рейтинге			Изменение (%)		№ п/п	Издательство	Тираж, тыс. экз., место в рейтинге			Изменение (%)	
		2008	2014	2015	2015/ 2014	2015/ 2008			2008	2014	2015	2015/ 2014	2015/ 2008
1.	ИГ «Эксмо» в целом	22035	14090	14603	+3,6	-33,7	1.	ИГ «Эксмо» в целом	201934,3	93084,6	92984,0	-0,1	-54,0
	в т.ч. «Эксмо»	10439	7047	7234	+2,7	-30,7		в т.ч. «Эксмо»	99680,7	41560,0	41216,8	-0,8	-58,7
	(1)							(1)					
	в т.ч. «АСТ»	9884	5210	5968	+14,5	-39,6		в т.ч. «АСТ»	71417,7	27797,9	33844,8	+21,8	-52,6
	(2)							(2)					
	в т.ч. «Вентана-Граф»	489	725	578	-20,3	+18,2		в т.ч. «Вентана-Граф»	8863,0	9513,1	9800,3	+3,0	+10,6
	(23)	(13)						(4)	(11)				
	в т.ч. «Дрофа»	1222	987	733	-25,7	-40,0		в т.ч. «Дрофа»	21972,6	13815,7	7846,6	-43,2	-64,3
	(4)	(8)						(5)	(7)				
	в т.ч. «Кладезь»	1	11	12	+9,1	+1100,0		в т.ч. «Кладезь»	0,3	4,6	5,1	+10,9	+1600,0
	(4990)							(5020)					
	в т.ч. ИД «Ленинград»	-	110	78	-29,1	-		в т.ч. ИД «Ленинград»	-	393,3	270,4	-31,2	-
2.	ИГ «ОЛМА Медиа Групп» в целом	1754	2881	2738	-5,0	+56,1	2.	ИГ «ОЛМА Медиа Групп» в целом	51655,9	76730,6	65518,5	-14,6	+26,8
	(3)	(2)						(1)	(2)				
	в т.ч. «ОЛМА Медиа Групп»	676	984	444	-54,9	-34,3		в т.ч. «ОЛМА Медиа Групп»	5994,8	10864,5	4584,3	-57,8	-23,5
	(17)							(20)					
	в т.ч. «Просвещение»	1078	1897	2294	+20,9	+112,8		в т.ч. «Просвещение»	45661,1	65866,1	60934,2	-7,5	+33,4
	(7)							(3)					
3.	«Стандартинформ»	614	3683	2709	-26,4	+341,2	3.	«Эгмонт Россия Лтд»	20359,9	16696,4	17586,8	+5,3	-13,6
	(18)	(2)	(3)					(6)	(5)	(3)			
4.	«Азбука-Аттикус»	1367	2231	2274	+1,9	+66,3	4.	«Фламинго»	29880,0	20096,0	17435,5	-13,2	-41,6
	(14/20)	(4)	(4)					(4)	(3)	(4)			
5.	«Феникс»	1261	711	1347	+89,5	+6,8	5.	«Экзамен»	16065,7	13510,7	16421,3	+21,5	+2,2
	(3)	(14)	(5)					(8)	(8)	(5)			
6.	«Экзамен»	1065	1022	1319	+29,1	+23,8	6.	«Азбука-Аттикус»	17222,3	16964,8	15849,9	-6,6	-8,0
	(8)	(7)	(6)					(12/15)	(4)	(6)			
7.	«Эгмонт Россия Лтд»	1047	1433	1194	-16,7	+14,0	7.	«Ювента» (С-инфо)	6815,5	15593,0	9780,5	-37,3	+43,5
	(10)	(5)	(7)					(16)	(6)	(7)			
8.	Южно-Уральский государственный университет	315	541	793	+46,6	+151,7	8.	«Росмэн»	11634,2	10063,3	9420,8	-6,4	-19,0
	(41)	(19)	(8)					(9)	(9)	(8)			
9.	«Росмэн»	1154	761	786	+3,3	-31,9	9.	«Мозаика-Синтез»	3034,0	7395,5	9383,0	+26,9	+209,3
	(5)	(11)	(9)					(46)	(13)	(9)			
10.	«Вече»	582	735	774	+5,3	+33,0	10.	«ВАКО»	1879,0	4689,7	6670,0	+42,2	+255,0
	(19)	(12)	(10)					(66)	(19)	(10)			
11.	«Центрполиграф»	710	668	721	+7,9	+1,5	11.	«Стрекоза-Пресс»	9369,0	3416,0	6122,4	+79,2	-34,7
	(16)	(16)	(11)					(13)	(25)	(11)			
12.	«Ленанд»	48	622	675	+8,5	+1306,3	12.	«Баласс»	16343,8	9598,8	5164,5	-46,2	-68,4
	(439)	(17)	(12)					(7)	(10)	(12)			
13.	«Инфра-М»	418	681	627	-7,9	+50,0	13.	«Слог»	-	3652,0	4994,5	+36,8	-
	(31)	(15)	(13)					(23)	(13)				
14.	«ВАКО»	150	460	619	+34,6	+312,7	14.	«Феникс»	5062,0	2079,4	4790,5	+130,4	-5,4
	(119)	(25)	(14)					(23)	(35)	(14)			
15.	Российский университет дружбы народов	312	781	569	-27,1	+82,4	15.	«Академкнига/Учебник»	1907,8	5072,0	4555,5	-10,2	+138,8
	(44)	(9)	(15)					(64)	(17)	(15)			
16.	«Фламинго»	713	603	553	-8,3	-22,4	16.	«Ассоциация XXI век»	6793,1	5088,0	4375,5	-14,0	-35,6
	(15)	(18)	(16)					(17)	(16)	(16)			
17.	«Перо»	-	390	525	+34,6	-	17.	«Амфора»	1756,0	6329,3	4246,4	-32,9	+141,8
		(30)	(17)					(71)	(14)	(17)			
18.	«Стрекоза-Пресс»	825	491	502	+2,2	-39,2	18.	«Центрполиграф»	5881,1	3525,0	4243,0	+20,4	-27,9
	(12)	(23)	(18)					(21)	(24)	(18)			
19.	«Мозаика-Синтез»	240	237	469	+97,9	+95,4	19.	«Омега»	5995,0	2874,8	4184,0	+45,5	-30,2
	(68)	(59)	(19)					(19)	(29)	(19)			
20.	«Перспект»	336	422	449	+6,4	+33,6	20.	«Русское слово»	2927,9	3897,0	3926,9	+0,8	+34,1
	(39)	(27)	(20)					(47)	(20)	(20)			
Всего:		34946	33443	34246	+2,4	-2,0	Всего:		416516,5	320356,9	307653,5	-4,0	-26,1
В% от общего числа выпущенных названий		28,3	29,8	30,4	+0,6 п.п.	+2,1 п.п.	В% от общего числа выпущенных названий		54,8	66,0	67,0	+1,0 п.п.	+12,2 п.п.

Примечание: в скобках указано место издательства в рейтинге в соответствующем году.

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

Показательно, что сегодня 20 ведущих издательств страны выпускают столько же названий книг и брошюр, сколько вся издательская система России в 1913 г. (свыше 34000 названий).

Показатели деятельности отдельных издательств, специализирующихся на выпуске различных видов литературы, представлены в табл. 12.

Табл. 12.

Показатели деятельности отдельных издательств, специализирующихся на выпуске различных видов литературы в 2015 г.

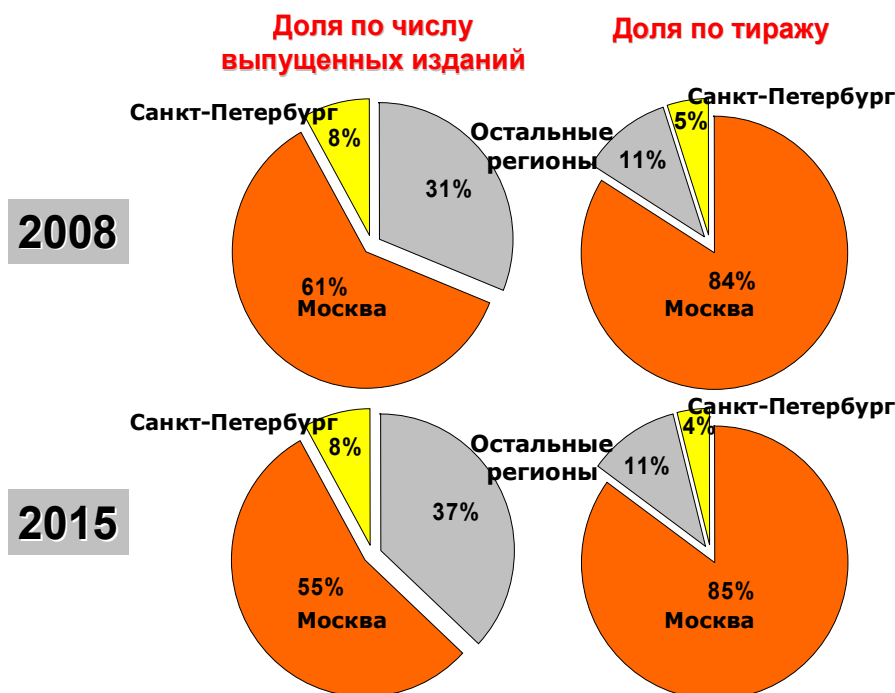
№ п/п	Издательства художественной литературы	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	№ п/п	Издательства детской литературы	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Амфора	398	4246,4	1.	Фламинго	553	17435,5
2.	Альфа-книга	218	1137,0	2.	Мозаика-Синтез	469	9383,0
3.	Литературный клуб	200	70,9	3.	Клевер-Медиа-Групп	308	1697,5
4.	Книжный Клуб «Книгобек»	139	175,8	4.	Алтей	187	3555,0
5.	Время	82	266,5	5.	Детская литература	165	829,0
6.	Художественная литература	43	56,8	6.	Самовар	153	3908,5
7.	Текст	33	94,5	7.	Лабиринт Пресс	145	1739,0
8.	Фантом Пресс	25	119,0	8.	Детство-пресс	145	723,6
9.	Зебра Е	15	40,5	9.	Издательский дом Мещерякова	63	230,0
10.	Команда А	14	56,0	10.	Карапуз	59	327,0
№ п/п	Издательства учебной литературы для школ	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	№ п/п	Издательства учебной литературы для ВУЗов	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	ВАКО	619	6670,0	1.	Прспект	449	1106,3
2.	Учитель	415	817,3	2.	ГЭОТАР-Медиа	347	472,0
3.	Русское слово	377	3926,9	3.	Академкнига/Учебник	219	4555,5
4.	Айрис-Пресс	241	1445,8	4.	Лань	176	132,2
5.	Литера	190	985,5	5.	ЮНИТИ-ДАНА	147	85,3
6.	Мнемозина	162	1837,0	6.	ИКФ Омега-Л	142	442,2
7.	Корпорация «Федоров»	158	2141,7	7.	КноРус	135	208,4
8.	Ассоциация XXI век	150	4375,5	8.	Форум	128	44,5
9.	Баласс	146	5164,5	9.	Дашков и К°	104	56,4
10.	Владос	122	146,5	10.	Вузовский учебник	76	32,9
№ п/п	Издательства естественнонаучной и технической литературы	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	№ п/п	Издательства гуманитарной литературы	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Флинта	314	107,3	1.	Молодая гвардия	95	317,3
2.	Бином. Лаборатория знаний	151	2942,0	2.	Новое литературное обозрение	74	85,0
3.	Вильямс	133	80,6	3.	РОССПЭН	55	55,3
4.	Наука	91	43,3	4.	Альпина нон-фикшн	34	103,0
5.	БХВ – Санкт-Петербург	81	139,4	5.	Ладомир	21	8,2
6.	Дальнаука	78	24,3	6.	Издательство Ивана Лимбаха	17	37,4
7.	Физматлит	66	34,5	7.	Объединенное гуманитарное издательство (ОГИ)	14	14,0
8.	Товарищество научных изданий «КМК»	44	27,4	8.	Алетейя	14	10,3
9.	Машиностроение	44	16,3	9.	БСГ-Пресс	7	20,0
10.	ЛИБРОКОМ	12	1,0	10.	Ад Маргинем	4	1,6

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

Следует отметить, что отечественное книгоиздания по-прежнему сконцентрировано в Москве, несмотря на определённый «отток» числа выпущенных книжных названий в региональные издательства (см. рис. 23). В российской столице по-прежнему расположено более половины всех издательств страны (все крупнейшие издательства), которые выпускают 85% тиражей.

Рис. 23.

Доли регионов в географии российского книгоиздания, %



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

В российских регионах сейчас действует порядка 2,5 тыс. разных издательств. Среди них основное место занимают университетские издательства (см. табл. 13-14).

Табл. 13.

Топ-10 региональных издательств по количеству выпущенных в 2015 г. названий

№ п/п	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1347	4790,5
2.	Южно-Уральский государственный университет	793	77,2
3.	Пензенский государственный университет архитектуры и строительства	435	46,5
4.	Учитель (Волгоград)	415	817,3
5.	Уральский федеральный университет	358	63,6
6.	Новосибирский государственный технический университет	311	49,2
7.	ПФ «Каргуш» (Орёл)	280	85,4
8.	Волгоградский государственный технический университет	273	30,5
9.	Забайкальский государственный университет	267	41,7
10.	Казанский национальный исследовательский технологический университет	267	27,6

Табл. 14.

Топ-10 региональных издательств по отпечатанному в 2015 г. тиражам

№ п/п	Издательство	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Феникс (Ростов-на-Дону)	1347	4790,5
2.	Ассоциация XXI век (Смоленск)	150	4375,5
3.	Лицей (Саратов)	117	3097,0
4.	Леда (Челябинск)	150	2429,0
5.	Корпорация «Федоров» (Самара)	158	2141,7
6.	Титул (Обнинск, Калужская обл.)	59	1890,8
7.	Легион (Ростов-на-Дону)	142	1272,2
8.	Ярославский полиграфический комбинат	11	1240,0
9.	ЛИТУР (Екатеринбург)	51	1142,5
10.	Учитель (Волгоград)	415	817,3

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

В 2015 г. крупные книгоиздающие структуры России продолжили наращивать усилия по концентрации издательского бизнеса, в том числе путём слияния и поглощения малых и средних издательств, создания на их базе новых импринтов (см. табл. 15).

Табл. 15.

Состав отдельных издательских групп России

Импринты		Показатели деятельности издательской группы / объединения	
«Эксмо»			
2008	2015	2008	2015
Импринты издательства «АСТ»	«Эксмо»	Совокупное число названий – 10485	Совокупное число названий – 14603
«Астрель»	«АСТ»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 8,5%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 13,0%
«Астрель СПб»	Редакция Елены Шубиной		
«Восток-Запад»	Corpus	Совокупный тираж – 74940,0 тыс. экз.	Совокупный тираж – 92984,0 тыс. экз.
«Мир энциклопедий Аванта+»	Lingua		
«Прайм-Еврознак»	Mainstream	Совокупная доля на рынке по тиражу – 9,9%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 20,2%
«Сова»	NeoClassic		
«Издательский дом Наталии Правдиной»	«Времена»		
«М-Пресс»	«Жанры»		
«НТ Пресс»	«Кладезь»		
«У-Фактория»	«Аванта»		
	«ОГИЗ»		
	«Прайм»		
	«Малыш»		
	«Планета Знаний»		
	ИД «Ленинград»		
	«Дрофа»		
	«Вентана-Граф»		
	«Астрель»		
«Азбука-Аттикус»			
2008	2015	2008	2015
«Аттикус»	«Азбука-Аттикус»	Совокупное число названий – 1399	Совокупное число названий – 2274
«Азбука-классика»	«Махаон»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,1%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 2,0%
«Махаон»	«Иностранка»		
«Иностранка»	«КоЛибри»	Совокупный тираж – 17459,3 тыс. экз.	Совокупный тираж – 15849,9 тыс. экз.
«КоЛибри»			
«Веды»		Совокупная доля на рынке по тиражу – 2,3%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 3,4%
«Фантастика»			
«Инфра-М»			
2008	2015	2008	2015
«Инфра-М»	«Инфра-М»	Совокупное число названий – 1035	Совокупное число названий – 1140
«Норма»	«Норма»	Совокупная доля на рынке по числу названий – 0,8%	Совокупная доля на рынке по числу названий – 1,0%
«Весь Мир»	«Форум»		
«Форум»	«Альфа-М»	Совокупный тираж – 3727,6 тыс. экз.	Совокупный тираж – 461,9 тыс. экз.
«Альфа-М»	«Вузовский учебник»		
«Вузовский учебник»	«Энциклопедия»	Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,5%	Совокупная доля на рынке по тиражу – 0,1%
«Энциклопедия»	«Риор»		
«Риор»	«Магистр»		
«Магистр»	«Курс»		
«Вадим-синема»			

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

В ноябре 2015 г. одно из крупнейших издательств учебной литературы «Вентана-Граф» полностью перешло под контроль издательства «Эксмо», уже владевшего в нём с 2014 г. 70 процентами. Согласно данным, приводящимся компанией «СПАРК-Интерфакс», генеральный директор и основной акционер издательской группы «Эксмо-АСТ» Олег Новиков выкупил 30% издательства «Вентана-Граф» у его основателей Константина Рыжкова, Владимира Ковалева и Сергея Хармаджева. Сумма сделки не раскрывается. В перспективе все импринты, принадлежащие «Эксмо», могут объединиться в единый холдинг. По мнению О.Новикова, интеграционные процессы займут от двух до четырех лет. В ближайшее время планируется организовать совместную работу бэк-офиса и логистических служб.

Согласно данным «СПАРК-Интерфакс», выручка издательства «Вентана-Граф» за 2014 г. составила 1,5 млрд руб., чистая прибыль – 364,2 млн руб. В 2014 г. «Вентана-Граф» заключила госконтракты на поставку учебников на общую сумму 285,9 млн руб., в 2015-м – уже на 448,6 млн руб. По предварительным подсчётам, оборот издательства «Вентана-Граф» по итогам 2015 г. вырос на 17%, при этом в натуральном выражении рост составил 5%.

По традиции, в докладе приводится рейтинг ведущих издательских домов мира (см. табл. 16). На первом месте в списке, как и в 2013 году, оказалось издательство Pearson (Великобритания), годовая выручка которого в 2014 году составила 5 809 млн евро. Второе место занял Thomson-Reuters (Канада), третье – Reed Elsevier (Великобритания/Нидерланды/США), четвертое – Wolters Kluwer (Нидерланды). Большинство подразделений этих издательств специализируется на издании учебной, научной и специализированной литературы.

Среди издательств, выпускающих художественную литературу и книги других жанров, на первом месте по результатам 2014 г. оказался Penguin Random House (США, Германия), выручка которого в 2014 г. составила 3 324 млн евро.

Табл. 16.

Рейтинг ведущих издательских домов мира

Место 2014	Место 2013	Издательская компания (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	Доходы в 2014 г. (млн евро)	Доходы в 2013 г. (млн евро)	Доходы в 2012 г. (млн евро)
1	1	Pearson	Pearson PLS	Великобритания	5 809	5 655	6 913
2	3	Thomson-Reuters	The Woodbridge Company Ltd.	Канада	4 729	4 015	4 080
3	2	RELX Group (Reed Elsevier)	Reed Elsevier PLS & Reed Elsevier NV	Великобритания / Нидерланды / США	4 405	4 417	4 479
4	4	Wolters Kluwer	Wolters Kluwer	Нидерланды	3 660	3 565	3 603
5	5	Penguin Random House Phoenix	Bertelsmann AG Pearson	Германия / Великобритания	3 324	2 655	2 142
6	–	Publishing and Media Company China South	Phoenix	Китай	2 333	2 015	–
7	–	Publishing & Media Group (ZhongNan)	China South (ZhongNan)	–	2 119	1 621	1 486
8	6	Hachette Livre	Lagardère	Франция	2 004	2 066	2 077
9	10	McGraw-Hill Education	Apollo Global Management LLC	США	1 795	1 434	1 763*
10	7	Holtzbrinck	Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	Германия	1 643	1 610	1 608

*данные за 2011 г.

Источник: The Global Ranking of the Publishing Industry 2015.

1.3. Деятельность российских издательств

В рамках подготовки настоящего доклада в январе 2016 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям провело исследование основных характеристик деятельности издательств в кризисные годы. В исследовании приняли участие как московские, так и региональные компании, среди которых были: ИГ «Азбука-Аттикус», «Алетейя» (Санкт-Петербург), «Альпина паблишер», «Амрита-Русь», «АСТ-Пресс», «Баско» (г. Екатеринбург), «Белый город», «Бичик» (г. Якутск), «БИНОМ. Лаборатория знаний», «Вече», «Вита-Нова» (г. Санкт-Петербург), «Владос», «Дашков и Ко», «Китап» (г. Уфа), «Компас Гид», «Новое литературное обозрение», «Наука», «О-краткое» (г. Киров), «Правда Севера» (г. Архангельск), «РИПОЛ классик», «Русский путь», «Русское слово», «Русский язык. Курсы», «Самокат», «Флинта», «Эгмонт Россия Лтд», «Энас». Спектр деятельности и география опрошенных издательств позволяют, основываясь на представленных ими показателях, оценить общие тенденции деятельности издательств в последние годы.

Издательствам был задан вопрос «Какое влияние оказывает кризис на деятельность Вашего издательства?», ответы на который распределились следующим образом (см. рис. 24).

Как видно из приведённых данных, большинство издателей (81%) отмечают подорожание стоимости полиграфических услуг в России в 2015 г., 78% опрошенных издательств ожидают увеличения стоимости полиграфических услуг в 2016 г. 74% опрошенных издательств отметили, что в 2015 г. книжные магазины стали брать меньше книг на реализацию, 59% издательств ожидают того же и в 2016 г. Уменьшение тиражей книжной продукции в 2015 г. отметили 67% опрошенных издательств. 63% опрошенных издательств ожидают, что в 2016 г. тенденция падения тиражей книг будет продолжена.

В 2015 г. 67% опрошенных издательств столкнулись с падением реализации своей продукции, больше половины опрошенных издательств (52%) ожидают того же и в 2016 г. 48% опрошенных издательств отметили, что в 2015 г. было выпущено меньше издательских проектов, 33% издательств ожидают сокращения числа издательских проектов в 2016 г.

Треть опрошенных издательств отметила, что в 2015 г. из-за девальвации рубля стало сложнее печатать книги за рубежом, вследствие чего, эти издательства были вынуждены перейти на отечественную полиграфическую базу. Ещё около 40% издательств планирует поступить также в 2016 г.

Третья часть опрошенных издательств отметила, что в 2015 г. стало больше возвратов книг от магазинов, столько же отмечает, что ожидает увеличения числа возвратов книг от магазинов и в 2016 г.

Немногим более четверти участников опроса отметило, что стало сложнее покупать авторские права за рубежом, из-за чего многие издательства переходят на отечественные издательские проекты. Ещё 11% издательств планируют сделать это в 2016 г. Увеличение доли переизданий в своём репертуаре отметили почти 50% обследованных издательств. Если в 2008 г. в среднем доля переизданий в их ассортименте составляла 42%, то сегодня – 47,3%.

Рис. 24.

Оценка влияния кризиса на деятельность издательства (% отметивших издательств)



Источник: данные компаний.

Несмотря на кризис, характерной чертой деятельности издательств в последние годы является поиск новых возможностей реализации книг и постоянные попытки наращивания числа контрагентов. В своих планах на 2016 год более 41% опрошенных издательств ответили, что будут и дальше расширять свою клиентскую базу, 36% отметили, что будут стремиться сохранить число контрагентов на существующем уровне, а 23% опрошенных заявили, что планируют сократить их число.

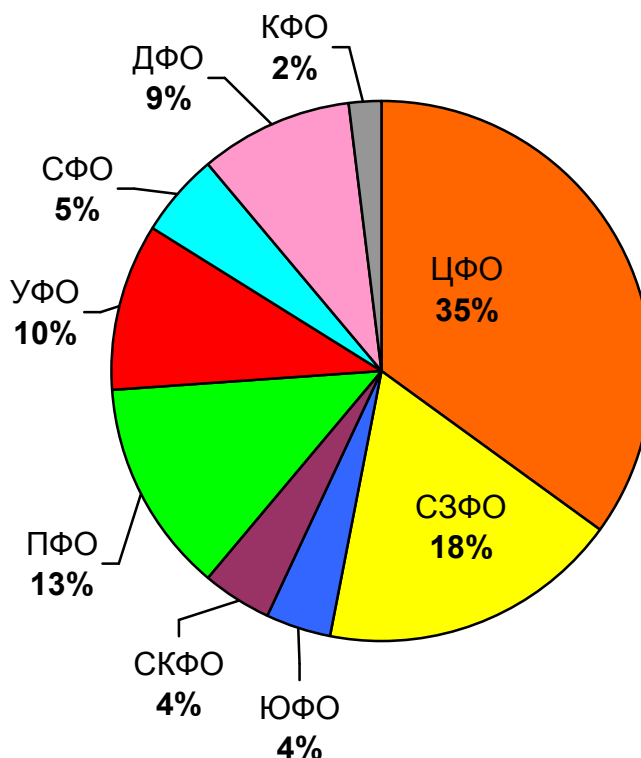
Немалую часть контрагентов у столичных издательств составляют книжные магазины (27%). На втором месте находятся мелкие оптовики (19%), на третьем – книжные интернет-магазины (14%), на четвертом месте – крупные оптовики (13%). Пятое место занимают библиотеки (12%).

Ситуация с региональными издательствами немного иная. Изрядную часть закупщиков у региональных издательств, также как и у столичных, составляют те же книжные магазины, а также библиотеки (в равных долях по 23%). На втором месте – крупные оптовики (20%), на третьем месте – мелкие оптовики (16%), на четвертом месте – книжные интернет-магазины (6%).

В рамках опроса у издательств выяснили географию распространения выпускаемых ими книг по федеральным округам; итог представлен на диаграмме (см. рис. 25).

Рис. 25.

География распространения издаваемых книг по федеральным округам России в 2015 г.,%



Источник: данные компаний.

Говоря о книгораспространении (см. рис. 26), следует отметить, что продукция московских издательств чаще всего распространяется в книготорговых сетях (15%), собственными силами (напр., через магазин издательства) (14%), через книжные интернет-магазины (13%), крупные центральные книжные магазины (9%), а также через учебные заведения (ВУЗы, ССУЗы) (9%).

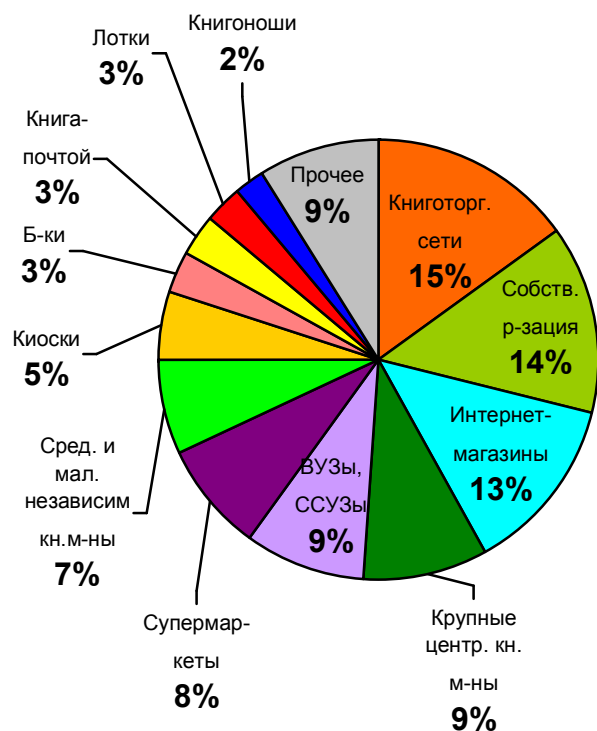
Иная схема распространения книг у региональных издательств: 31% выпускаемых ими книг реализуется собственными силами, 20% приходится на долю средних и малых независимых книжных магазинов, 13% книг реализуются через библиотеки. На долю интернет-магазинов приходится 8%.

Всё более активно используется издательствами для продвижения книжной продукции Интернет. Наиболее часто используемым способом является поддержка собственного сайта (см. рис. 27). На втором месте по популярности – продвижение книжной продукции в социальных сетях. Третье и четвертое место, согласно ответам издателей, заняли такие формы продвижения книг как «контекстная реклама в Интернете» и «прямая реклама в Интернете». Участие в форумах и ведение блогов с точки зрения эффективности продвижения книжной продукции заняли соответственно пятую и шестую строчки рейтинга.

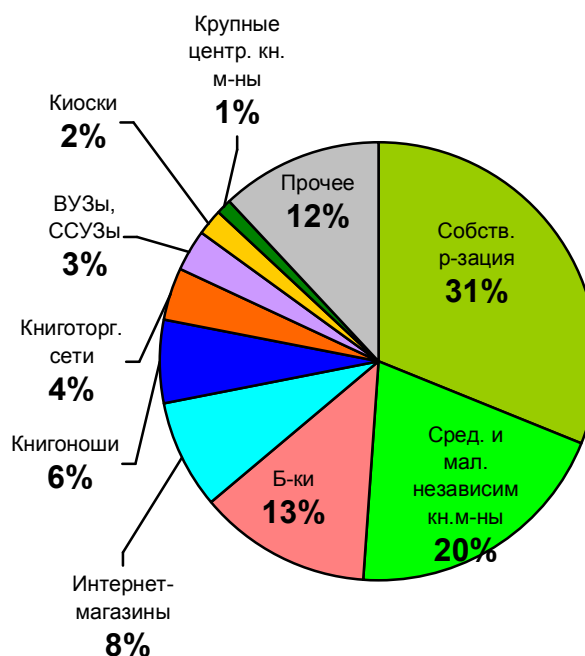
Рис. 26.

Доли различных каналов книгораспространения в общем объёме розничной реализации книг издательств в 2015 г., %

Модель распространения книг московского издательства



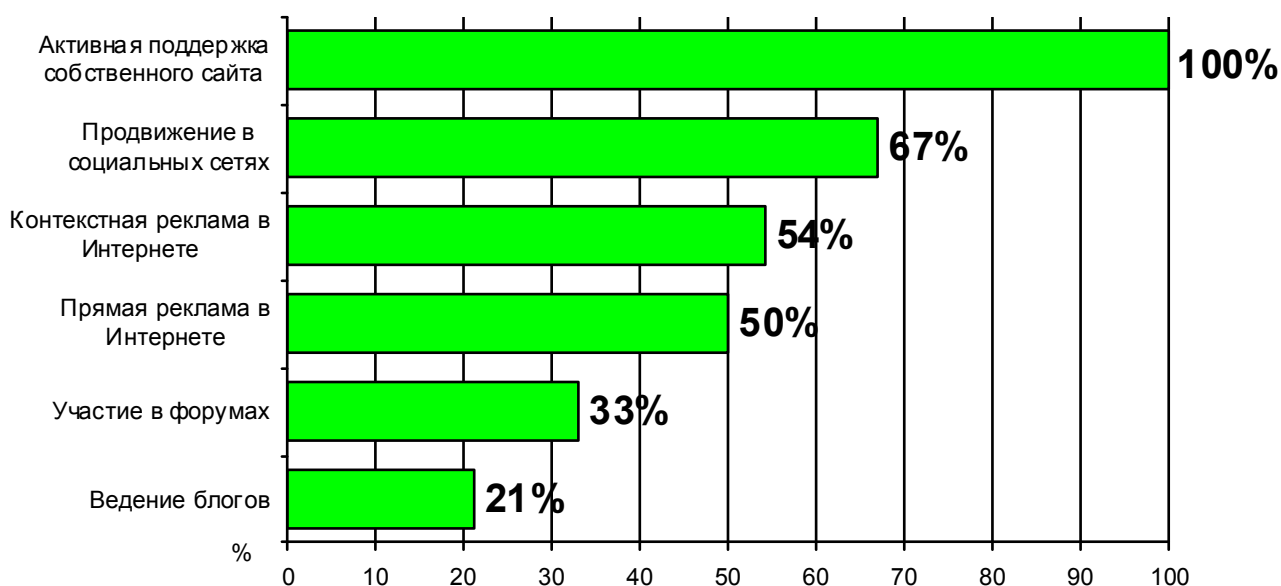
Модель распространения книг регионального издательства



Источник: данные компаний.

Рис. 27.

Формы продвижения книг в Интернете, использовавшиеся издательствами в 2015 гг. (% отметивших издательств)

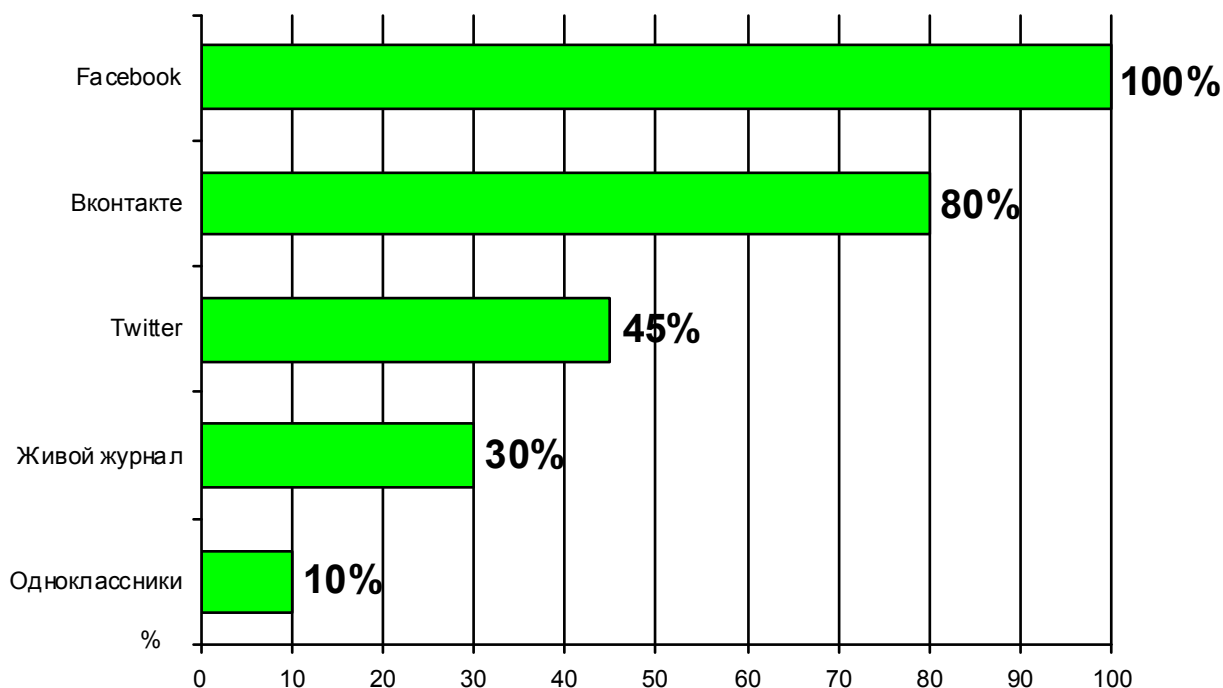


Источник: данные компаний.

Среди социальных медиа, в которых издательства ведут активную деятельность по продвижению своей продукции (см. рис. 28), чаще всего назывались «Facebook» (100% опрошенных издательств) и «ВКонтакте» (80% опрошенных издательств). Менее популярны с маркетинговой точки зрения «Twitter» (45% опрошенных издательств) и «Живой журнал» (30% опрошенных издательств). Социальной сетью «Одноклассники» в маркетинговых целях издательства практически не пользуются.

Рис. 28.

Социальные медиа, в которых издательства осуществляют PR-активность в 2015 гг.
(% отметивших издательств)



Источник: данные компаний.

Ввиду всё более растущего интереса российских издательств к социальным медиа любопытно посмотреть на те виды активности, которые они используют для поддержания имиджа и продвижения продукции (см. рис. 29). На первом месте – информподдержка мероприятий (публикация анонсов, пресс-релизов, рекламных сообщений и т.д.) (100%). На втором месте по значимости – продвижение отдельных книг /серий/ проектов (86%). На третьем месте – продвижение бренда издательства (82%). Далее следуют продвижение авторов (73%), проведение опросов, конкурсов, викторин (68%), создание и модерация страничек (групп) собственных авторов, продуктов, услуг, идей, событий (68%), участие в жизни групп, связанных с литературой и чтением (например, любителей чтения, поклонников конкретных авторов, литературных героев, книг, серий) (55%), продвижение книг в группах, не связанных напрямую с чтением (например, по спорту, автомобилям, искусству, театру, кино и т.п.) (41%).

Рис. 29.

Виды PR-активности издательств в социальных медиа в 2015 г. (% отметивших издательств)



Источник: данные компаний.

В последние годы всё большую долю в ассортименте и в продажах издательств (как столичных, так и региональных) занимают электронные книги (см. рис. 30–31).

Рис. 30.

Доля электронных книг в ассортименте российских издательств, % (среди опрошенных издательств, выпускающих электронные книги)



Источник: данные компаний.

Рис. 31.

Доля электронных книг в рублёвых продажах российских издательств, % (среди опрошенных издательств, выпускающих электронные книги)



В московских и петербургских издательствах, выпускающих электронные книги, их доля в 2015 г. составила 30% в ассортименте и уже до 6,5% в рублёвых продажах. В то же время, в региональных издательствах доля электронных книг составила не более 1% и в ассортименте, и в рублёвых продажах.

На вопрос о том, через какой промежуток времени после публикации печатной книги издательства обычно выводят на рынок её электронную версию, 40% респондентов называли промежутки от одного до двух месяцев, а 45% респондентов ответило «сразу».

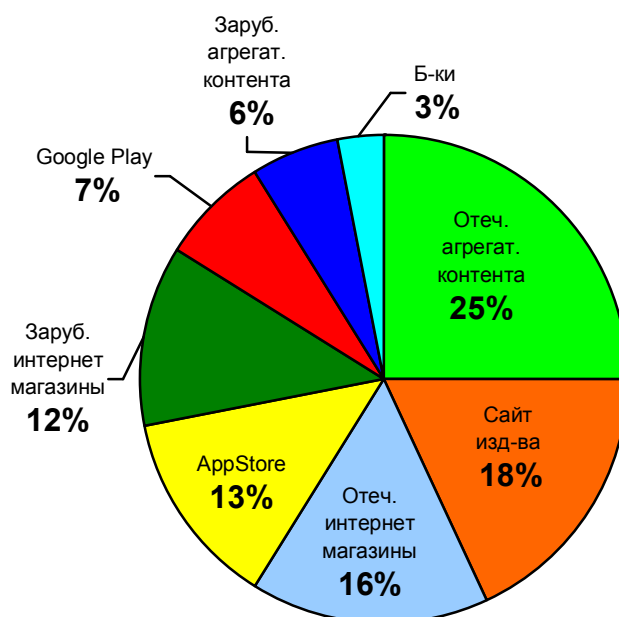
Среди наиболее распространённых форматов электронных публикаций назывались E-pub (76% опрошенных) и PDF (74% опрошенных).

Распределение долей различных каналов в общем объёме продаж электронных книг конечному потребителю показано на рис. 32. Из рисунка видно, что 25% продаж (в рублях) издательствам обеспечивают отечественные агрегаторы электронных ресурсов и 18% – собственный сайт. Что касается условий, на которых издательства предпочитают отдавать агрегаторам (интернет-магазинам) электронные книги на реализацию, то здесь невозможно привести данные в процентных соотношениях ввиду малого количества компаний, ответивших на данный вопрос, а также из-за того, что ответы были неоднородными. Тем не менее, среди наиболее интересных ответов, дающих общее представление о взаимоотношениях издательств с агрегаторами, были следующие:

- «Ежемесячная или ежеквартальная оплата по отчету о продажах»;
- «Неисключительная лицензия на 2-3 года»;
- «В виде издательского комплекта с ограниченным сроком доступа»;
- «Выплата агрегаторам роялти с продаж».

Рис. 32.

Доли различных каналов в общем объёме продаж электронных книг российских издательств конечному потребителю, % (среди издательств, выпускающих электронные книги)

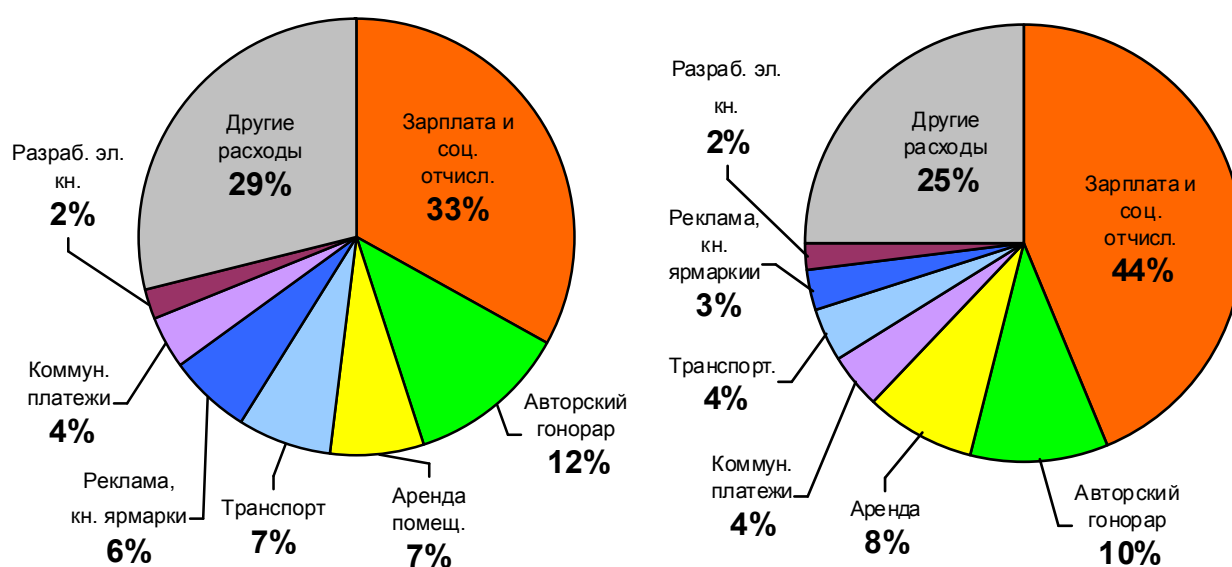


Источник: данные компаний.

Если говорить о структуре издательских издержек, то уровень и характер их в столичных и региональных издательствах примерно совпадают. Львиную долю затрат и у центральных, и у региональных предприятий занимают зарплата и социальные отчисления (см. рис. 33).

Рис. 33.

Доли различных статей в издержках издательств в 2015 г., %

Издательства Москвы и Санкт-Петербурга**Региональные издательства**

Источник: данные компаний.

II. КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ

2.1. Основные тенденции в системе книгораспространения

По данным опроса, проведённого Фондом общественного мнения (ФОМ), в декабре 2015 г.¹, почти половина россиян отметили ухудшение своего материального положения в 2015 г., причиной которого опрошенные называют кризис, безработицу и рост курса валют. Лишь около 22% россиян ожидают улучшения материального положения в 2016 г., треть (34%) – придерживается противоположного мнения. По мнению 31% респондентов, их материальное положение не изменится, у 13% ответ на данный вопрос вызвал затруднения.

Среди тех, кто ожидает улучшений, 5% связывают свои надежды с повышением зарплат (пенсий), 4% – с устройством на работу. Часть россиян (2%) надеются на улучшение экономической ситуации в стране, некоторые (4%) – намерены больше работать. Пятая часть (19%) респондентов считает, что их материальное положение не улучшится из-за роста цен, тарифов и инфляции, 18% – из-за низких зарплат и пенсий и отсутствия их индексации.

Часть россиян в качестве причины ухудшения своего материального положения назвали кризис, ухудшение экономической ситуации (5%), безработицу и сокращения (4%), рост курса иностранной валюты и падение рубля (2%).

Лишь каждый десятый опрошенный отметил, что его денежное состояние в 2015 году улучшилось, половина россиян – 49% – заметили ухудшение, 41% респондентов не увидели каких-то четких тенденций.

Четверть респондентов отметила ухудшение ситуации на работе, четверть (26%) рассказали о стабильной обстановке, 8% заявили, что положение на рабочем месте улучшилось. Среди улучшений россияне отмечают увеличение объемов работы (4%), повышение зарплаты, стабильные выплаты (3%), улучшение атмосферы на работе (1%). Ухудшениями опрошенные назвали снижение зарплат и их задержки (10%), снижение объемов работ и спроса (9%), сокращение штата (4%). Всё это накладывает отпечаток на картину книгопотребления в России в 2015 году.

Основные макроэкономические показатели России в 2008-2015 гг. представлены в табл. 17.

¹ Телефонный опрос граждан Российской Федерации 18 лет и старше проводился по случайной выборке номеров мобильных и стационарных телефонов 13 декабря 2015 г. в 320 городах, 160 селах среди тысячи респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,8%.

Табл. 17.

Основные макроэкономические показатели России в 2008-2015 гг.

	Ед. изм.	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ВВП	в текущих ценах, млрд руб.	41276,8	38807,2	46308,5	55644,0	61810,8	66689,1	70975,8	80412,5
Инфляция	% к предыдущему периоду	13,3	8,8	8,8	6,1	6,6	6,5	6,6	7,3
Средняя заработная плата населения	тыс. руб.	17290	18638	20952	23369	26629	29792	32495	33981*

* предварительные данные (с 2015 г. с учётом Республики Крым и г. Севастополь).

Источники: Федеральная служба государственной статистики.

Замедление темпов потребления у российских граждан, переход на режим экономии и сосредоточение на приобретении товаров первой необходимости неблагоприятно отражаются на рынке книжной продукции. После кризисных 2009-2012 гг. эксперты не питали больших иллюзий по поводу того, что ситуация в книжной отрасли страны коренным образом улучшится.

Согласно данным журнала «Книжная индустрия», в 2015 г. объём книжного рынка России составил **51,82 млрд руб.** без объёма закупок бюджетными организациями и объёма неструктурированных продаж и **73,55 млрд руб.** – с учётом этих объёмов (см. табл. 18). Как видно из таблицы, по итогам 2015 г. объём книжного рынка России в сегменте B2C продемонстрировал положительную динамику на уровне 2,1% за счёт прироста оборотов в канале классических книжных и интернет-магазинов. Тем не менее оборот книжной отрасли по печатной книге в целом сократился на 2,6%. Как и в 2014 г., отрицательная динамика была вызвана секвестированием бюджетных закупок, а также серьёзным сжатием сегмента неструктурированных продаж. Снижение темпов прироста цифрового сегмента рынка, а также стагнация в B2B-секторе не позволили возместить потери продаж книг в бумажном формате. В совокупном обороте книжной отрасли падение в 2015 г. составило 1,6%.

Табл. 18.

Объём рынка, динамика, каналы

Печатная книга	2011	2012	2012	2013	2014	2014	2015	2016	2016
	расчётный оборот, млрд руб.	расчётный оборот, млрд руб.	доля канала, %	расчётный оборот, млрд руб.	расчётный оборот, млрд руб.	доля канала, %	расчётный оборот, млрд руб.	расчётный оборот, млрд руб.	доля канала, %
Рынок (печатная книга), в т.ч.	53,65	51,73		50,38	50,74		51,82	53,78	
Книжные магазины (в т.ч. региональные книжные сети)	26,85	26,02	33,01	27,30	26,98	35,73	30,03	30,57	43,04
Федеральные сети (ОПС «Новый книжный – Буквоед», «Буква», «Книгомир»)	10,98	8,87	11,26	7,86	8,03	10,64	7,22	8,02	11,29
Интернет-магазины	5,49	5,93	7,52	6,27	6,93	9,18	7,97	9,24	13,01
Киосковые сети	3,86	3,97	5,04	2,99	2,13	2,81	1,13	1,06	1,49
Некнижный ритейл, в т.ч. FMCG	6,47	6,95	8,82	5,96	6,67	8,83	5,48	4,87	6,86
<i>Динамика</i>		<i>-3,57</i>		<i>-2,61</i>	<i>0,71</i>		<i>+2,14</i>	<i>+3,77</i>	
Бюджетные организации (библиотеки, школы, ВУЗы)	20,53	20,42	25,91	21,93	19,64	26,01	17,95	15,31	21,55

Печатная книга	2011	2012	2012	2013	2014	2014	2015	2016	2016
	расчётный оборот, млрд руб.	расчётный оборот, млрд руб.	доля канала, %	расчётный оборот, млрд руб.	расчётный оборот, млрд руб.	доля канала, %	расчётный оборот, млрд руб.	(прогноз) расчётный оборот, млрд руб.	(прогноз) доля канала, %
Неструктурированные продажи (прямые продажи, корпоративные клиенты, заказные издания, подписные издания, клубы и пр.)	6,40	6,65	8,44	5,69	5,13	6,79	3,78	1,96	2,76
Оборот отрасли (печатная книга)	80,58	78,80		78,01	75,50		73,55	71,04	
<i>Динамика</i>		-2,21		-1,01	-3,22		-2,58	-3,42	
			%, к обороту печатной книги			%, к обороту печатной книги			%, к обороту печатной книги
Цифровые издания (B2B + B2C)	0,32	0,56	0,71	1,10	1,50	1,99	2,25	3,10	4,36
Совокупный оборот отрасли (печатная+электронная книга)	80,90	79,36		79,11	77,00		75,80	74,14	
<i>Динамика</i>		-1,90		-0,32	-2,67		-1,55	-2,19	

Источник: журнал «Книжная индустрия».

Приведём также официальные данные Федеральной службы государственной статистики (Росстат), согласно которым объём розничной продажи книг в 2015 г. составил **86 112 606,3 тыс. руб.**, а газет и журналов – **62 622 260,1 тыс. руб.** (см. табл. 19). Как видно, данные официальной статистики и отраслевого наблюдения за рынком традиционно не совпадают.

Табл. 19.

Розничная продажа книг, газет, журналов, канцелярских и писчебумажных товаров за январь-декабрь 2015 г.*

	Продано, тыс. руб.			В% к соответствующему периоду прошлого года, в сопоставимых ценах		
	Книги	Газеты и журналы	Канцеляр- ские писчебу- мажные товары	Книги	Газеты и журналы	Канцеляр- ские писчебу- мажные товары
Российская Федерация (в целом)	86112606,3	62622260,1	39913874,1	+11,7	-4,8	+25,9
<i>в том числе:</i>						
Центральный федеральный округ	50602738,0	18536325,0	13074254,3	+27,0	-2,7	+25,0
<i>г. Москва</i>	<i>29067857,0</i>	<i>7655370,0</i>	<i>4039605,0</i>	<i>+10,6</i>	<i>-4,7</i>	<i>+23,2</i>
Северо-Западный федеральный округ	8123913,1	4056560,0	4586848,6	+10,6	-21,4	+89,2
<i>г. Санкт-Петербург</i>	<i>5441349,0</i>	<i>1250843,0</i>	<i>2134414,0</i>	<i>+28,4</i>	<i>-29,2</i>	<i>+67,7</i>
Южный федеральный округ	2844818,9	5298539,4	2265882,7	-59,6	-9,2	14,0
Северо-Кавказский федеральный округ	2285094,7	3735362,4	964986,5	+24,2	-0,7	+25,3
Приволжский федеральный округ	8423254,2	14297729,7	6691476,3	+6,3	-5,0	+21,6
Уральский федеральный округ	4438415,4	5426143,1	1987000,7	+8,0	-7,1	+18,3
Сибирский федеральный округ	4900024,9	7914290,4	4217541,0	-13,0	-8,4	+23,8

	Продано, тыс. руб.			В% к соответствующему периоду прошлого года, в сопоставимых ценах		
	Книги	Газеты и журналы	Канцеляр- ские писчебумажные товары	Книги	Газеты и журналы	Канцеляр- ские писчебумажные товары
Дальневосточный федеральный округ	3658889,0	2699909,6	6125884,0	+8,2	+8,3	+11,9
Крымский федеральный округ	835458,1	657400,5	-	-	-	-
г. Севастополь	-	-	-	-	-	-

Примечание: * оперативные данные

Источник: Федеральная служба государственной статистики.

В табл. 20 представлена среднесписочная численность и среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, по виду экономической деятельности «Розничная торговля книгами, журналами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами» за 2015 г.

Табл. 20.

Среднесписочная численность и среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, по виду экономической деятельности «Розничная торговля книгами, журналами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами» за 2015 г.

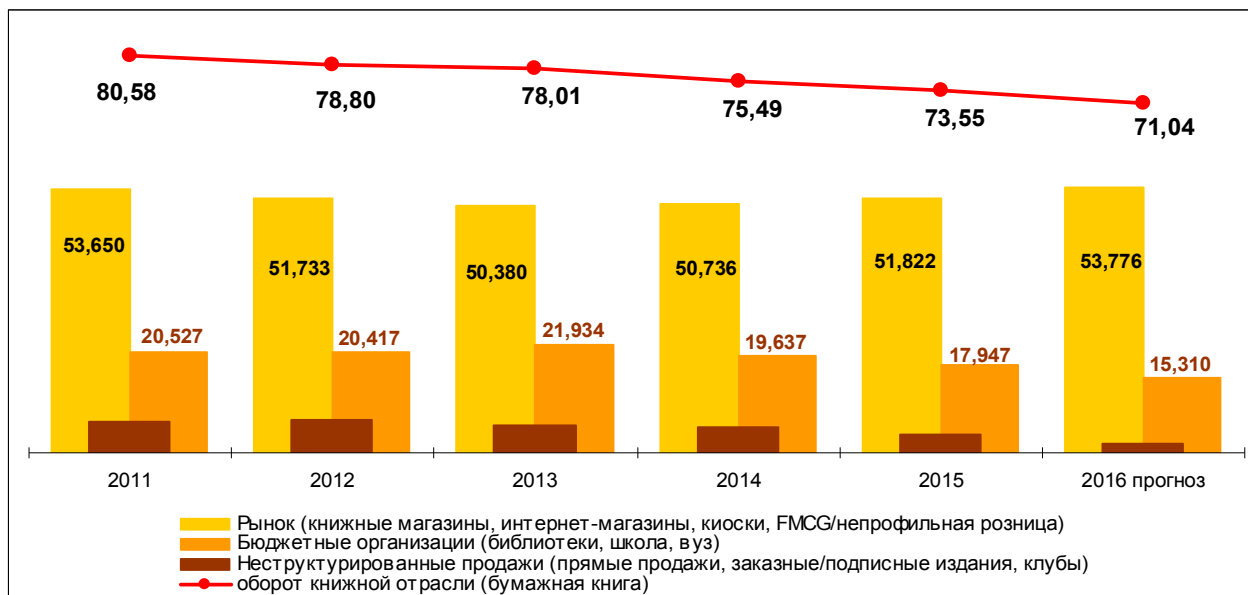
	Среднесписочная численность работников, человек	Среднемесячная начисленная заработная плата работников, руб.
Российская Федерация (в целом)	23766	21088
<i>в том числе:</i>		
Центральный федеральный округ	10633	26532
г. Москва	4329	39846
Северо-Западный федеральный округ	3644	23975
г. Санкт-Петербург	2924	25517
Южный федеральный округ	2459	13135
Северо-Кавказский федеральный округ	656	11035
Приволжский федеральный округ	3320	12466
Уральский федеральный округ	1746	17806
Сибирский федеральный округ	493	14889
Дальневосточный федеральный округ	270	16765
Крымский федеральный округ	545	14341
г. Севастополь	85	10643

Источник: Федеральная служба государственной статистики

Динамика книготоргового оборота России в 2011-2016 гг. представлена на рис. 34. Как видно из представленных данных, начиная с 2011 г., благодаря ежегодной индексации цен производителей на уровне 10% на фоне отрицательной динамики экзemplярных продаж бумажной книги по большинству каналов сбыта ситуация на книжном рынке была относительно стабильна.

Рис. 34.

Динамика книоторгового оборота России в 2011-2016 гг., млрд руб.

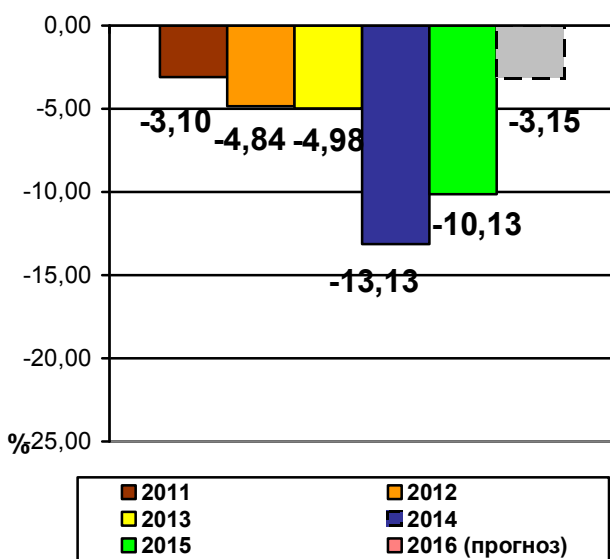
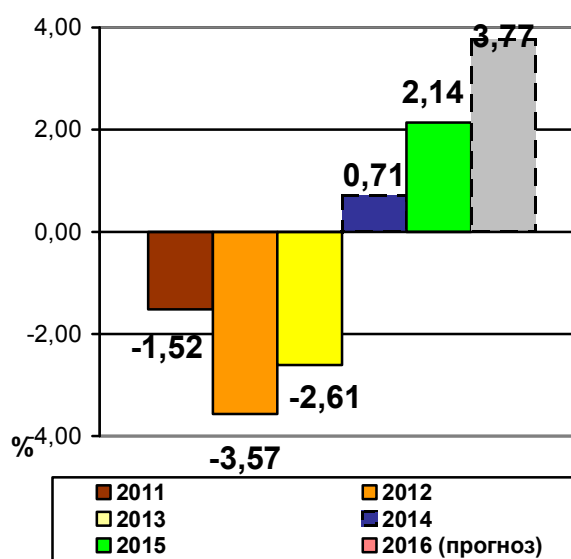


Источник: журнал «Книжная индустрия».

Динамика книжного рынка России в натуральном и денежном (руб.) выражении в 2011-2016 гг. представлены на рис. 35.

Рис. 35.

Динамика книжного рынка России в натуральном и денежном выражении в 2011-2016 гг., %

В натуральном выражении**В денежном выражении**

Источник: журнал «Книжная индустрия».

В 2010–2013 гг. в целом по рынку средняя цена реализованного издания демонстрировала плавный рост на уровне 2%. Однако кризис и девальвация рубля привели к резкому скачку цен в 2014 г. В 2015 г. относительно лояльная ценовая политика поставщиков, их стремление удержать рост цен на книги в пределах рублевой инфляции позволили сохранить спрос на книжном рынке, при этом показав значимую динамику средней цены реализации. Согласно прогнозам экспертов отрасли, в 2016 г. и последующих годах индекс средней цены реализации будет постепенно опускаться к привычным для себя ежегодным 2–3%.

По данным исследования журнала «Книжная индустрия», наибольший рост цен для потребителя в 2015 г. зафиксирован в региональном офлайн-ритейле. Так, в 2015 г. значительно возросла цена поставки по всем разделам ассортимента, в том числе по базовому для регионов сегменту учебной литературы для школ. Если в январе-декабре 2015 г. индекс потребительских цен в магазинах по учебной книге в целом составил 110,4%, то по группе «Учебники» – 128,2%.

Табл. 21.

Средняя цена реализованного издания на книжном рынке в 2011–2016 гг., руб.

Канал рынка (без бюджетных закупок)	2011	2012	2013	2014	2015	2016 (прогноз)
Книжные магазины	160,27	161,08	164,32	193,86	221,25	
Интернет-магазины, онлайн	198,36	204,14	196,21	238,72	260,82	
FMCG, некнижный ритейл	111,34	115,87	116,02	123,57	132,10	
Средняя цена реализованного издания	158,71	160,83	164,84	191,09	217,18	232,69
Динамика к предыдущему отчетному периоду		+1,3%	+2,5%	+15,9%	+13,7	+7,1

Источники: издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия».

Табл. 22.

Средняя цена реализации в базовых тематических блоках и каналах книжного рынка в 2013–2015 гг., руб.

	Независимые книжные магазины						FMCG			Онлайн-каналы		
	Регионы*			Москва			2013	2014	2015	2013	2014	2015
	2013	2014	2015	2013	2014	2015						
Художественная литература	189,14	216,20	247,79	269,56	269,19	308,22	106,11	112,58	121,09	232,65	289,34	326,95
Детская литература	133,66	158,40	176,66	220,95	235,34	269,46	108,36	110,62	113,13	199,83	263,16	328,95
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, популярная психология, медицина, эзотерика)	167,73	189,58	212,13	355,29	417,23	406,43	170,04	188,46	183,00	235,51	241,25	277,44
Образование/учебная литература (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	153,47	201,92	230,73	331,89	386,74	412,82	109,67	135,47	230,89	146,05	179,52	219,01
Профессиональная литература	163,59	152,84	172,25	378,02	310,79	302,56	119,25	161,54	119,73	284,15	251,84	289,62

*Примечания: ДФО, СФО, ПФО, ЦФО, СЗФО, ЮФО, УФО.

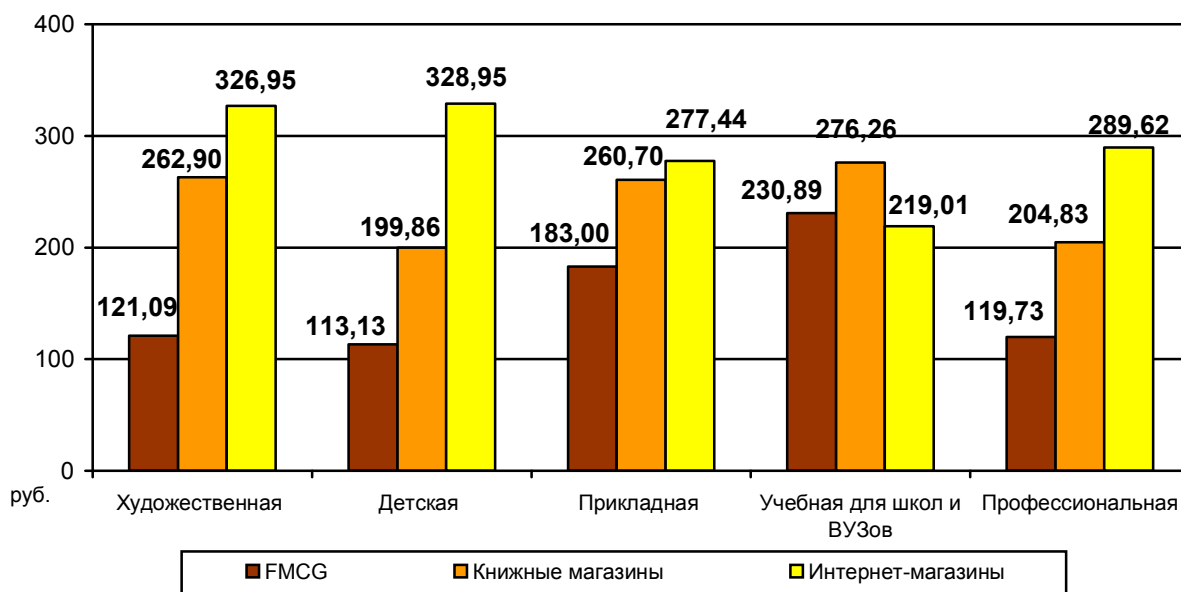
Источники: издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия».

По данным проведенных отраслевых исследований, увеличилась средняя цена реализованного издания и в разделе прикладной литературы. По мнению экспертов, это произошло вследствие отказа покупателей от дешевых брошюр по кулинарии и здоровью и, наоборот, повышенного спроса на дорогие альбомы для творчества.

Однако, как видно из рис. 36, самая высокая средняя цена реализованного издания остается в канале интернет-продаж.

Рис. 36.

Средняя цена реализованного издания в разрезе основных тематик и каналов сбыта в 2015 г., руб.

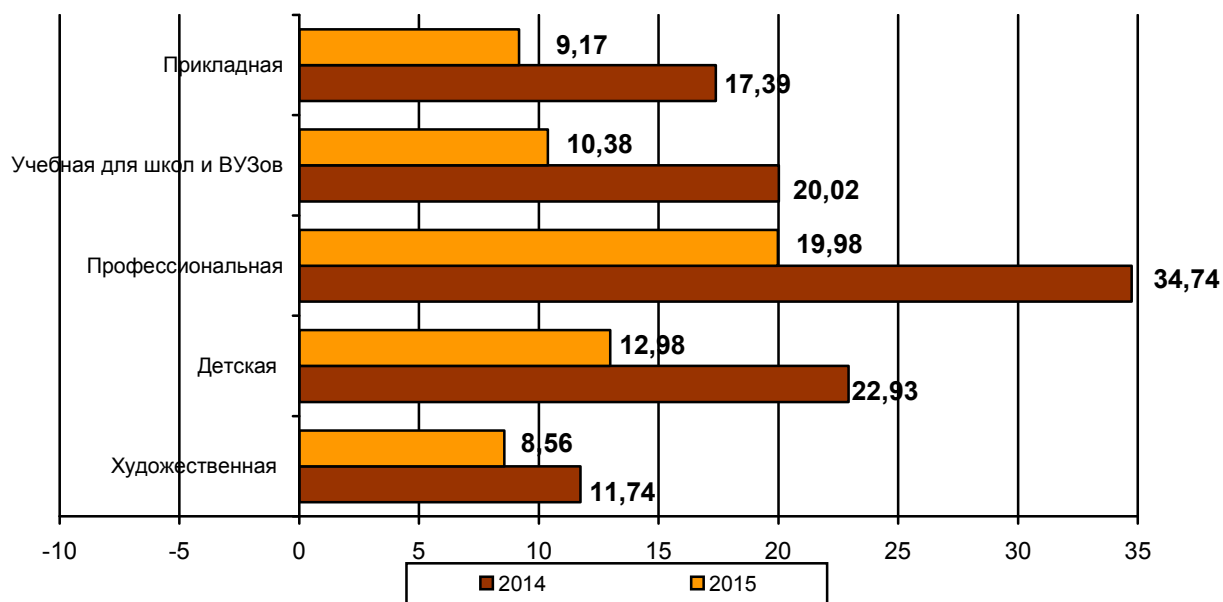


Источники: издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия».

Индекс потребительских цен в основных тематических разделах книжного рынка в 2014-2015 гг., рассчитанный журналом «Книжная индустрия», представлен на рис. 37.

Рис. 37.

Индекс потребительских цен* в основных тематических разделах книжного рынка в 2014-2015 гг., %



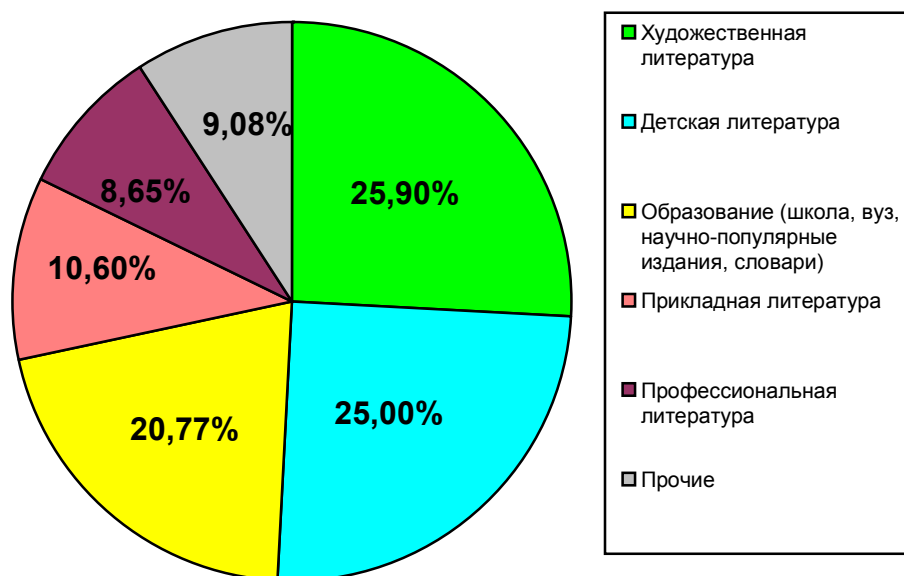
* Средневзвешенный показатель по основным рыночным каналам сбыта

Источники: издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия».

Согласно данным опроса ведущих книжных магазинов и сетей, проведённого журналом «Книжная индустрия», в 2015 г. приоритетными разделами в предложении книг покупателю во всех каналах сбыта на книжном рынке остаются художественная литература, литература для детей и юношества, а также учебная литература (см. рис. 38).

Рис. 38.

Доля укрупнённых тематических групп в обороте книжного рынка России в 2015 г.,% (без бюджетных продаж и электронных изданий)



Источники: издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия».

Доля укрупнённых тематических групп в обороте книжного рынка (без бюджетных продаж и электронных изданий) за 2013-2016 гг. представлена в табл. 23.

Табл. 23.

Доля укрупнённых тематических групп в обороте книжного рынка России в 2013-2016 гг.,%* (без бюджетных продаж и электронных изданий)

Сегмент литературы	2013	2014	2015	2016 (прогноз)
Художественная литература	27,93	24,15	25,90	24,96
Детская литература	21,25	22,90	25,00	25,80
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	13,56	15,56	20,77	22,84
Профессиональная литература	11,80	12,22	8,65	7,74
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, психология, медицина, эзотерика)	12,21	11,46	10,60	10,81
Прочее	13,25	13,71	9,08	7,85

Источники: издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия».

Динамика продаж по укрупнённым тематическим разделам в 2011-2015 гг., основанная на данных журнала «Книжная индустрия», представлена в табл. 24 и на рис. 39.

Табл. 24.

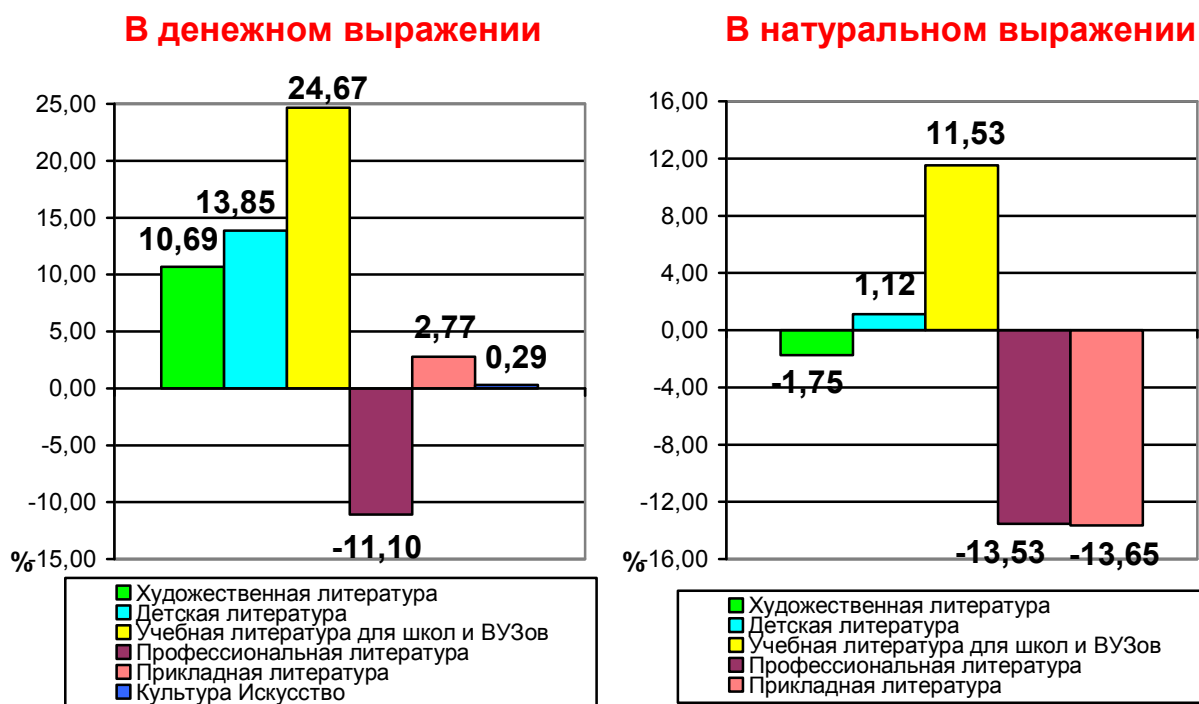
Динамика продаж в укрупнённых тематических разделах в 2011-2015 гг.

В денежном выражении (руб.)					
Сегмент литературы	2011	2012	2013	2014	2015
Художественная литература	-3,88	+2,60	+2,03	+4,44	+10,69
Детская литература	+3,60	+10,01	+7,68	+4,07	+13,85
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	+4,70	+7,21	+6,23	-2,02	+24,67
Профессиональная литература	-5,43	+2,25	-2,29	-7,47	-11,10
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, психология, медицина, эзотерика)	-2,33	+4,23	-0,13	-3,65	+2,77
Культура. Искусство	+3,10	+2,00	+1,37	-2,18	+0,29
Прочее	+7,90	+6,30	+4,00	-3,43	-1,25
В натуральном выражении (экз.)					
Сегмент литературы	2011	2012	2013	2014	2015
Художественная литература	-12,93	-4,40	-4,32	-3,69	-1,75
Детская литература	+7,53	+7,15	-0,50	-2,46	+1,12
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	+6,93	+3,83	-3,07	-3,34	+11,53
Профессиональная литература	-8,38	-1,95	-6,66	-11,28	-13,53
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, психология, медицина, эзотерика)	-3,63	+1,58	-5,78	-8,81	-13,65

Источники: журнал «Книжная индустрия».

Рис. 39.

Динамика продаж в укрупнённых тематических разделах в 2015 г., %

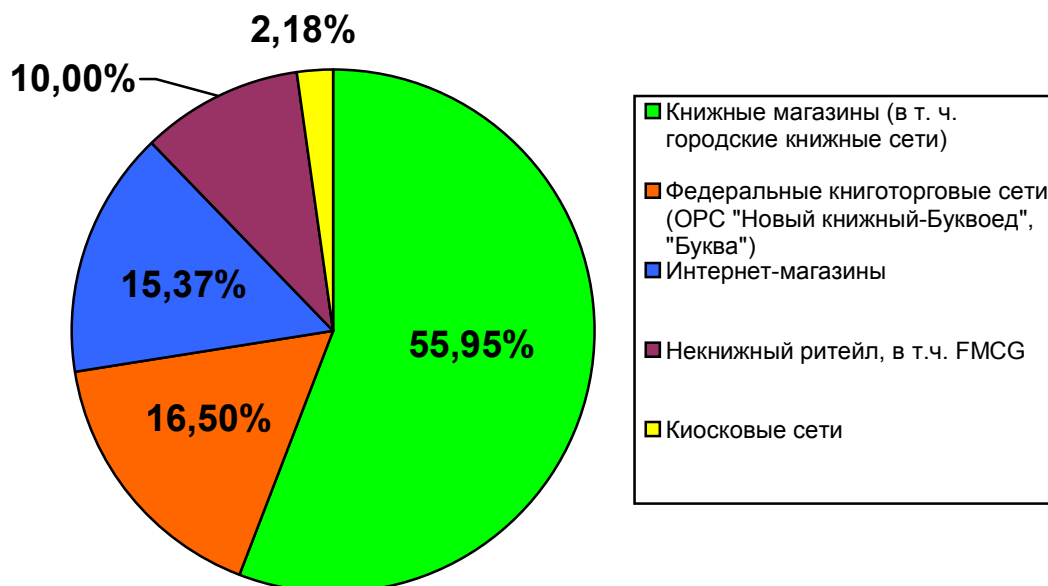


Источники: журнал «Книжная индустрия».

Доля розничных каналов сбыта в 2015 г. представлена на рис. 40. С ожидавшейся потерей долей книжного рынка закрыл 2015 г. киосковый ритейл, а также снижение своей пропускной способности продемонстрировал FMCG-канал, доля которого в структуре реализации издательств составила 10,0% против 13,15% в 2014 г. Интернет-магазины, напротив, в 2015 г. продолжили укреплять свои позиции. Доля этого канала продаж в 2015 г. составила 15,37% от общего оборота книжного рынка. Несмотря на сокращение числа книжных магазинов, именно этот традиционный для книжников канал продаж по-прежнему остается приоритетным и сегодня.

Рис. 40.

Доля розничных каналов сбыта в 2015 г., % от оборота книжного рынка



Источник: журнал «Книжная индустрия».

Согласно данным исследования, проведённого «Яндекс.Маркет» совместно с компанией «GfK Rus», самым динамично развивающимся сегментом розничного рынка в России в условиях кризиса остаётся рынок интернет-торговли. Так, объём онлайн-продаж электроники и бытовой техники в 2015 г. в рублях вырос на 3%, в то время как в офлайне продажи упали на 13%. Продажи товаров повседневного спроса в онлайне выросли в рублях на 55%, в то время как в офлайне – всего на 14%.

По данным исследования, в России большинство онлайн-покупателей заказывают мелкую бытовую технику, одежду и обувь, косметику. Доля респондентов, которые хотя бы раз за год совершали спонтанные покупки, в 2015 г. составила 65% (в 2014 г. – 63%). Главные причины, побуждающие к спонтанным покупкам – скидки и бесплатная доставка. Совместные покупки в интернете хотя бы раз в 2015 г. совершали 22% опрошенных. Чаще всего вскладчину заказывают одежду и обувь, товары для детей и косметику. Самым популярным способом расчёта за покупки в российских интернет-магазинах остаётся оплата наличными в момент доставки: в 2015 г. так платили 71% опрошенных (73% в 2014 г.). Но немало покупателей выбирают и безналичные способы расчёта: в 2015 г. при покупке в российских магазинах таким способом оплаты воспользовались уже 69% опрошенных (62% в 2014 г.).

Согласно данным журнала «Книжная индустрия», в 2015 г. на долю интернет-канала приходилось 15,37% продаж бумажных книг в структуре рыночных каналов сбыта (в 2014 г. – 13,65%) или 7,97 млрд. рублей (в 2014 г. – 6,93 млрд. рублей).

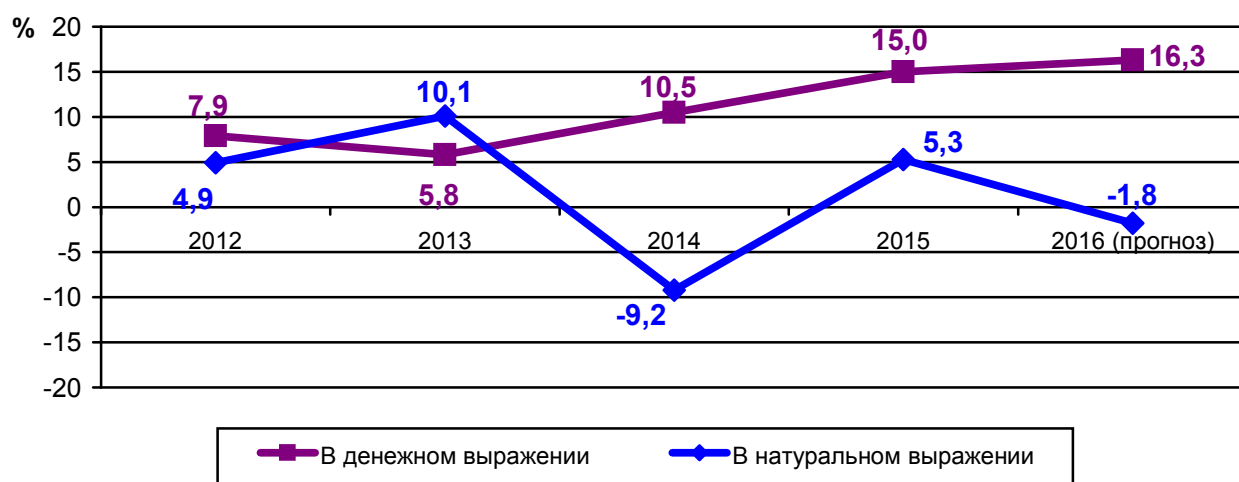
По состоянию на 2015 г. все издательства используют интернет-канал в качестве одного из направлений сбытовой политики, но далеко не все сотрудничают со специализированными дистрибуторами, ограничиваясь возможностями собственного сайта. У большинства крупных и средних издательств с внушительными оборотами интернет-продажи не превышают в среднем 9-21% объема реализации («Росмэн» – 9%, «Эксмо» – 14,9%, «АСТ» – 11%, «РИПОЛ классик» – 10%, ИГ «Азбука-Аттикус» – 21%, «Феникс» – 13%). Для небольших креативных команд (например, «Самокат», «Альпина Паблицер») доля интернет-

магазинов в совокупном обороте издательства может достигать до 40-50%, для издателей учебно-методического «шлейфа» («Вако», «Легион»), напротив, опускаться до 6-7%. Серьёзные игроки рынка школьных учебников («Просвещение», «Русское слово», «Мнемозина» и др.) в целом мало ориентируются на продажи через этот канал – на уровне 0,5-4,3% от объема реализации.

По данным исследования журнала «Книжная индустрия», в 2014 г. интернет-канал впервые показал отрицательное значение по динамике экземплярных продаж, что во многом было обусловлено серьезным ростом (+21%) средней цены печатной книги. Отчасти это связано и с внутренними проблемами канала – достижением точки насыщения в быстро растущем и наименее затратном Московском регионе и переключением на работу с консервативной региональной аудиторией. Однако в 2015 г. ситуация стабилизировалась – продажи книг росли и в денежном, и в натуральном выражении. На 2016 г. по этому каналу экспертами журнала прогнозируется незначительное ухудшение ситуации по экземплярным продажам, как впрочем, и для всего книжного рынка.

Рис. 41.

Интернет-канал: темпы роста/падения продаж печатной книги в 2012-2016 гг.



Источник: аналитика журнала «Книжная индустрия».

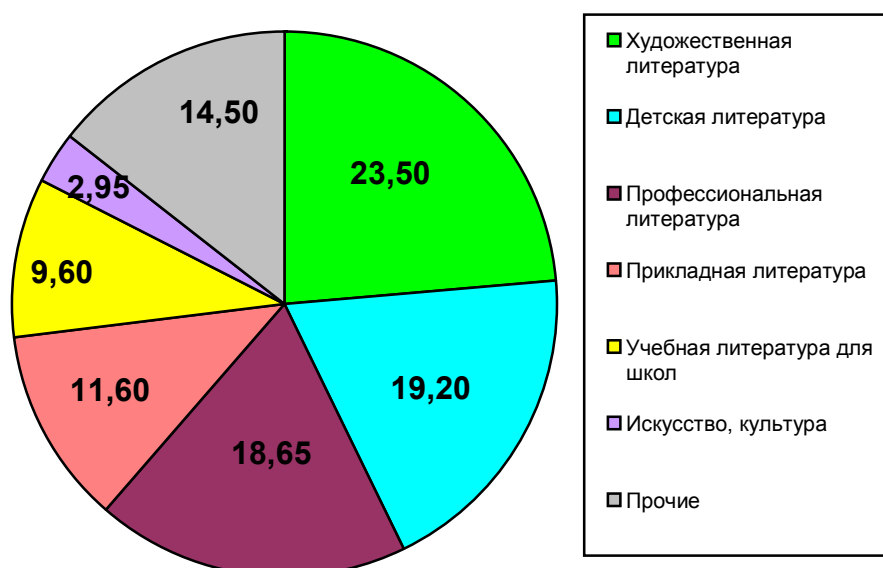
В ассортиментной карте интернет-канала преобладают тематические блоки художественной литературы (23,5%), детской литературы (19,2%) и профессиональной литературы (18,7%) (см. рис. 42). Причём, по данным интернет-магазинов, даже на общем положительном фоне динамики продаж в 2015 г. разделы «Художественная литература» и «Учебная литература для школ» демонстрируют впечатляющие темпы роста продаж – плюс 20-25% к аналогичному периоду прошлого года.

Основными трендами развития книжного интернет-канала в 2015 г. являлись:

- снижение темпов прироста клиентской базы (в пределах 4 пунктов к 2014 г.);
- высокое абсолютное значение среднего чека (1350,5 руб.) с темпом среднегодового прироста на уровне 14,3%;
- расширение каталога печатных книг, в т.ч. русскоязычных, на фоне роста средней цены позиции (278,13 руб. / +26,8% к 2014 г.);
- расширение клиентских сервисов (личный кабинет, адресный мейлинг, контекстная реклама, работа с блогами и социальными сетями).

Рис. 42.

Ассортиментная карта книжного предложения интернет-канала в 2015 г., (доля раздела,%)



Источник: экспертный опрос (данные READ.ru, OZON.ru, Книга.ру, My-shop.ru, Labirint.ru), сентябрь 2015 г.

В табл. 25 представлены ведущие книжные Интернет-магазины в Рунете.

Табл. 25.

Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете

Название магазина	Адрес в Интернете	Число наименований книг в ассортименте						Владелец	Год создания
		2011	2012	Январь 2013	Январь 2014	Февраль 2015	Февраль 2016		
Books.ru	www.books.ru	128 906	3 508 036	4 779 189	5 224 144	5 273 887	5 348 315	ООО «Символ-Плюс»	1996
OZON.ru	www.ozon.ru	790 000	1 800 000	1 800 000	2 000 000	2 300 000	2 500 000	Baring Vostok Private Equity Fund	1998
Read.ru	www.read.ru	более 200 000	337 587	2 609 781	3 022 206	2 181 556	1 500 000	Группа компаний «Логос-Интернет»	2009
My-shop.ru	www.my-shop.ru	н/д	н/д	н/д	1 203 480	739 735	695 036	н/д	2003
«Книга.ру»	www.kniga.ru	н/д	н/д	н/д	444 180	371 140	513 285	н/д	2008
«Библио-Глобус»	www.bgshop.ru	250 000						Холдинг «Библио-Глобус»	2000
«Библион»	www.biblion.ru	220 000	ок. 250 000						2000
Московский дом книги	www.mdk-arbat.ru	в среднем 179 000						Московский дом книги	1999
«Лабиринт»	www.labirint-shop.ru	84 090	117 070	119 813	137 822	139 534	150 816	ООО «Лабиринт»	2005
ТДК «Москва»	www.moscowbooks.ru	-	38000	38300	более 40 000	более 40 000	более 40 000	ООО ТДК «Москва»	2012

Источники: данные компаний, РБК, экспертные оценки.

Согласно экспертной оценке, в 2015 г. канал интернет-продаж сменил лидера. Многолетнее первенство «OZON.ru» перешло к «Лабиринту», который на протяжении последних трех лет динамично рос, в то время как «OZON.ru» сместил фокус с книг на мультитоварный ассортимент и недостаточно учитывал интересы читателей, а также современные тенденции работы с социальными сетями. Впрочем, по данным самого интернет-магазина «OZON.ru», его доля на рынке книжной электронной коммерции России в январе 2016 г. составила 35%.

В 2015 г. в компании «OZON.ru» сменился генеральный директор – вместо, занимавшей пост гендиректора в течение 5 лет Маэль Гавэ, компанию возглавил Дэни Перекальски. На данный момент OZON состоит из четырех компаний: интернет-гипермаркет «OZON.ru», туристическое агентство Ozon Travel, компания «О-курьер» по доставке заказов и разработчик софта для онлайн-магазинов Ozone Solutions. Клиентская база OZON в Рунете составляет 16 миллионов покупателей. По оценкам экспертов, компания является лидером среди онлайн-магазинов России как по посещаемости, так и по количеству товарных категорий и ассортименту.

С приходом нового руководителя компания OZON претерпела ряд изменений. Так, из ассортимента интернет-магазина «OZON.ru» были исключены почти 1,5 миллиона позиций неходовых товаров, зато каждую неделю в перечне появляется около 10 тысяч новых наименований. С апреля 2015 г. интернет-магазин начал продавать одежду. Всего же ассортимент насчитывает 3,5 миллиона позиций.

Перестроилось и ценообразование. Если раньше интернет-магазин «OZON.ru» устанавливал сверхконкурентные цены на несколько сотен товаров-индикаторов, а остальные товары продавались дороже, чем в других магазинах, то теперь отслеживается порядка 120 тысяч товаров в день, цена на которые снижается адекватно предложениям конкурентов.

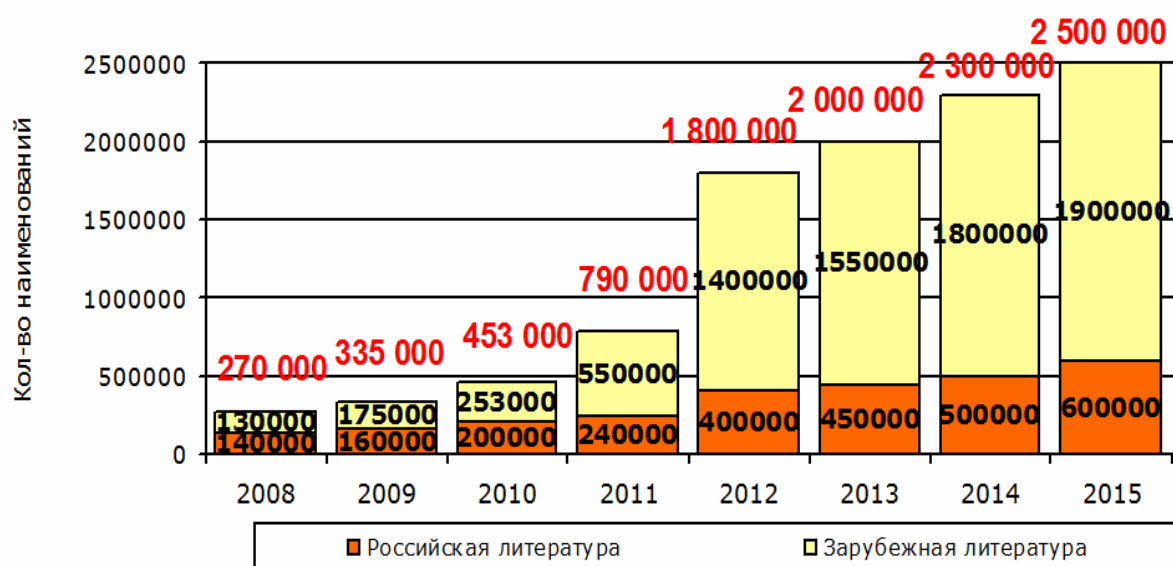
В апреле 2015 г. в интернет-магазине «OZON.ru» появился специальный раздел «Молодёжная литература», ориентированный на подростков. На данный момент в разделе размещено более 230 наименований книг. Как отметил руководитель книжного направления интернет-магазина «OZON.ru» Алексей Кузменко, молодёжная литература уже несколько лет выступает основным двигателем продаж в Европе и США.

В целом доля книжных продаж в общем объёме оборота интернет-магазина «OZON.ru» по итогам 2015 г. составила 28% (за аналогичный период 2014 г. – 30%). Общий ассортимент печатных книг «OZON.ru», доступных для приобретения, насчитывает порядка 2,5 млн наименований. В 2015 г. средняя стоимость книги в «OZON.ru» составила порядка 287 рублей (без учета стоимости доставки), а средний чек покупателя (только книги) – 1300 руб. (в 2014 г. – 1119 руб.). Динамика развития книжного ассортимента «OZON.ru» в 2008-2015 гг. представлена на рис. 43.

С апреля 2015 г. «OZON.ru» начал свою работу в США. На данный момент по адресу Ozon.ru.com он предлагает покупателям ассортимент из 590 тысяч наименований книг – позднее, возможно, добавятся и другие категории товаров. Интернет-витрину для США компания запустила вместе с партнёром Sentrum Marketing LLC, отвечающим в целом за продажи, а также доставку товаров «OZON.ru» в США.

Рис. 43.

Динамика развития книжного ассортимента OZON.ru в 2008-2015 гг.



Источник: интернет-магазин OZON.ru.

В настоящий момент, кроме США, интернет-магазин «OZON.ru» работает в следующих странах: Австрия, Бельгия, Болгария, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Испания, Италия, Кипр, Латвия, Литва, Мальта, Нидерланды, Польша, Португалия, Румыния, Словакия, Словения, Финляндия, Франция, Хорватия, Чехия, Швеция, Эстония.

Как отмечает руководитель развития проектов «OZON.ru» Михаил Осин, на сегодня 1,8% оборота магазина – как раз зарубежные продажи, идущие через основной сайт либо локальные витрины. Однако, по словам представителя компании, локальные витрины удобнее для потребителей с точки зрения актуального отображения всего доступного ассортимента товаров, цен в местной валюте и отдельной клиентской поддержки.

В отличие от интернет-магазина «OZON.ru», постоянно расширяющего ассортимент новыми товарными линейками, книготоргово-издательский холдинг «Лабиринт» сохраняет свою книжную направленность с 2005 г. В обороте данного холдинга на интернет-магазин «Labirint.ru» приходится 35% продаж, около 15-20% дает деятельность в качестве оптовика-логиста для книготорговых предприятий, и лишь 3-5% приносит собственная розница – сеть магазинов «Книжный Лабиринт». Значительную (до 40%) долю оборота холдинга «Лабиринт» составляют агрегированные поставки в FMCG-ритейл.

Если говорить исключительно об он-лайн-подразделении холдинга «Labirint.ru», то его расчетная доля в канале интернет-продаж на книжном рынке по итогам 2015 г. составила не менее 39%. Главными преимуществами «Лабиринта» являются: широкий ассортимент книгопечатной продукции, развитые рекомендательные сервисы, бесплатная и быстрая доставка и накопительная дисконтная система, предоставляющая постоянным клиентам скидки на покупку книг до 25%. Все эти бонусы объясняются оптовой ориентацией компании и отлаженной системой партнёрства с большинством ведущих российских издательств, а также наличием дистрибуционных представительств в 245 городах России и партнёрскими отношениями с более чем 1000 магазинов региональных торговых сетей.

Ещё одним интернет-гипермаркетом является «My-shop». Помимо книг, учебников и детских игрушек он продает программное обеспечение, диски, канцелярские товары, сувениры, товары для дома, сада, огорода и многое другое. Общий ассортимент печатных книг «My-shop.ru», доступных для приобретения, насчитывает около 700 тыс. наименований. Средняя стоимость книги в «My-shop» находится в пределах 150 руб.

Среди серьёзных игроков книжного интернет-рынка – магазин «Read.ru». Помимо печатных книг, игр, игрушек, канцтоваров и товаров для хобби, «Read.ru» предлагает сервис подписки и распространения через интернет-магазин периодических изданий: от популярных ежемесячных журналов, изданий для детей и подростков до специализированных отраслевых и научных журналов. Средняя цена книги в интернет-магазине «Read.ru» находится в пределах 300 руб.

Несмотря на значительное присутствие в ассортименте «книжных» интернет-магазинов не книжных товаров, тем не менее, эти предприятия также реализуют ряд инициатив по поддержке чтения. Среди основных мероприятий:

- рассылка информации о книжных новинках зарегистрированным клиентам;
- проведение тематических книжных недель на сайте;
- выпуск и распространение печатного каталога с книжными новинками;
- проведение конкурсов рисунков, сочинений, поделок к книгам среди детей и родителей;
- организация стимулирующих акций по книжным сериям.

И всё же трендом 2015 г. среди промопрограмм интернет-магазинов стали всевозможные дисконтные акции, как например, «Ледоход скидок – Книга.ру раскалывает цены!», «Минус 15% на все, как по маслу! Широкая масленица на Книга.ру» или «Четвертая книга за 1 рубль» от «OZON.ru». Партнёрами интернет-магазинов по мероприятиям в поддержку книг и чтения выступают как издательства («Эксмо», «Азбука-Аттикус», «Вако», «Росмэн», «Воспитание дошкольника», «Клевер»), так и социальные сети «ВКонтакте» и «Facebook», и информационные порталы в интернете.

Важную роль в продаже книг играют непрофильные для книжников каналы сбыта – торговые площадки FMCG-сетей (включая сетевой ритейл товаров для детей и товаров для хобби), предлагающие книги в качестве сопутствующего товара. В 2015 г. непрофильный ритейл показал снижение пропускной способности до 10% оборота книжного рынка или 5,5 млрд. руб. (в 2014 г. – 6,67 млрд. руб.).

В 2015 г. экземплярное и рублевое снижение продаж продемонстрировали все базовые тематики книжного ассортимента, представленные в канале FMCG-сетей, за исключением образовательных изданий для детей дошкольного возраста. Данный сегмент литературы в 2015 г. продемонстрировал 2-3-кратный рост, однако его доля в обороте канала FMCG-сетей остается низкой – на уровне 2%. FMCG-сети по-прежнему ориентированы на продажу преимущественно детской книги и художественной литературы для взрослых. Суммарная доля этих тематик в обороте канала превышает 75%, а средняя цена одного изданий составляет около 110 руб. по детскому ассортименту и около 120 руб. – по ассортименту художественной литературы для взрослых.

Табл. 26.

Средняя цена реализации книжного издания в FMCG-сети в 2014-2015 гг., руб.

Сегмент литературы	«Ашан»		«Metro»		«О`КЕЙ»	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Общественно-политическая литература	101,77	61,88	264,18	211,37	33,80	85,94
Детская литература	121,91	118,52	119,74	107,88	81,09	113,00
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, психология, медицина, эзотерика)	151,18	142,23	212,20	236,75	178,27	170,02
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	126,07	299,81	171,15	286,07	73,52	106,80
Художественная литература	112,50	118,97	117,82	125,68	102,19	118,61

Источники: данные продаж «Ашан», «Метро», «ОКЕЙ» предоставлены издательством «Эксмо», аналитика журнала «Книжная индустрия».

С FMCG-сетями работают сегодня далеко не все даже крупные и средние по масштабам издательства. Для большинства вход в непрофильную сеть обеспечивается через крупного оптовика-логиста, роль которого на рынке для книжников выполняют ТД «Эксмо» и Департамент дистрибуции книготоргово-издательского холдинга «Лабиринт».

Среди основных партнеров книжных издательств в этом канале в 2015 г. можно отметить «Ашан», «Metro», «О`КЕЙ», «Лента», «Магнит», «Глобус». Указанные сети характеризуются следующими показателями:

«Ашан» – 90 площадок, в том числе в Москве – 18, в Санкт-Петербурге – 10.

«Metro Cash & Carry» – 79 площадок в 49 городах РФ, в том числе в Московском регионе – на 18 площадках.

«Магнит» – 986 магазинов с преимущественным размещением в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском федеральных округах.

«О`КЕЙ» – 78 площадок, в т.ч. в Санкт-Петербурге – 26, в Москве – 4.

«Детский мир» – 257 площадок, в т.ч. в Санкт-Петербурге – 14, в Москве – 45.

«Буду мамой» – 112 магазинов, в т.ч. 24 в Санкт-Петербурге и 8 в Москве, а также в Краснодаре, Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Оренбурге, Новосибирске, Уфе, Челябинске, Красноярске, Самаре, Тюмени и др.

«Дети» – 168 магазинов, в т.ч. 32 магазина в Санкт-Петербурге, 123 магазина в Москве и Московской области, 3 в Обнинске, 9 в Твери, 1 в Туле

«Дикси» – 1759 магазинов, в т.ч. 158 в Санкт-Петербурге и 256 в Москве.

«Седьмой континент», сеть супермаркетов – 22 площадки, в т.ч. в Москве – 9, а также в Ярославле, Челябинске, Нижнем Новгороде, Реутове, Обнинске, Орле, Перми, Ростове на Дону, Рязани, Иваново, Вологде, Белгороде.

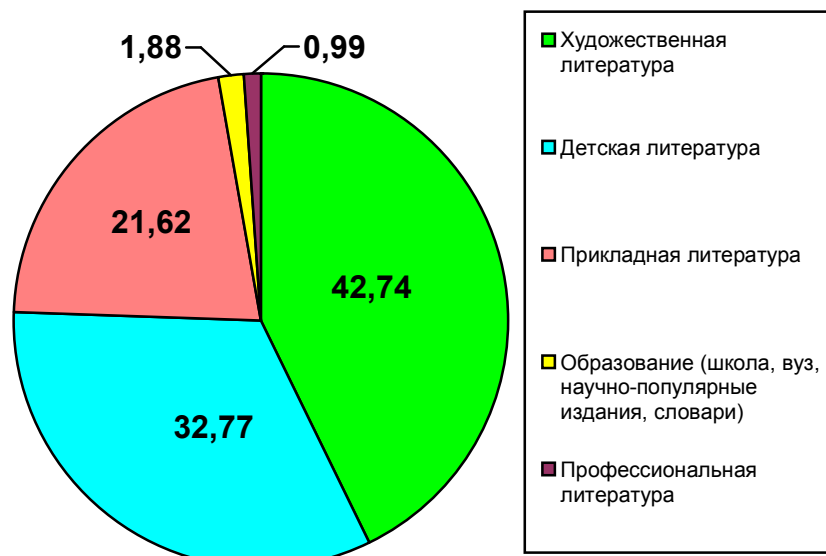
«Лента» – 73 гипермаркета в различных регионах России (Москва, Санкт-Петербург, Ростов/ЯО, Новосибирск, Нижний Новгород, Ярославль, Тольятти, Рязань, Саратов, Уфа и пр.).

«Глобус» – 9 гипермаркетов (Владимир, Климовск, Королев, Москва, Рязань, Тверь, Щелково, Электросталь, Ярославль).

Доля укрупнённых тематических групп в обороте FMCG-сетей в 2015 г. представлена на рис. 44.

Рис. 44.

Доля укрупненных тематических групп в обороте FMCG сетей в 2015 г., %



Источник: данные продаж «Ашан», «Метро», «ОБИ», «ОКЕЙ», «Глобус», «Лента», «Седьмой континент» предоставлены издательством «Эксмо».

Менее значимы в структуре реализации российских книжных издательств киосковые сети. По итогам 2015 г. доля киосков в структуре рыночных каналов сбыта книжной продукции составляет лишь 2,2% (в 2014 г. – 4,2%) или 1,13 млрд. руб. Далеко не все издатели работают с этим каналом, пропускная способность которого предположительно будет только снижаться в силу сокращения численности киосковых сетей и требований безусловной готовности поставщика к снижению маржинальности бизнеса из-за низкой границы средней цены продукта, реализуемого через киосковую сеть.

Среди основных партнеров книжных издательств в этом канале в 2015 г. – «АРИА-АиФ», «Метропресс-Первая полоса», «Желдорпресс-ГП», «Пресс-Логистик», «Роспечать» (Челябинск), «Звезда» (Екатеринбург) и пр.

Данные об объемах российского экспорта и импорта печатной продукции представлены в табл. 27-28.

Табл. 27.

Российский экспорт печатной продукции в 2014-2015 гг.

№ п/п	2014	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США	№ п/п	2015	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США
Печатные книги, брошюры, листовки и аналогичные печатные материалы				Печатные книги, брошюры, листовки и аналогичные печатные материалы			
1.	Индия	12 113,85	68 485 850,74	1.	Нидерланды	2 501	130 423 273
2.	Бангладеш	680,63	40 895 000,0	2.	Индия	12 016	80 876 271
3.	Китай	8 059,57	23 580 854,63	3.	Бангладеш	3 117	37 135 738
4.	Казахстан	1 125 400,19	19 073 370,53	4.	Китай	10 584	36 743 766
5.	США	209 427,57	15 134 355,0	5.	Иран	2 042	9 342 024
6.	Украина	2 225 527,71	11 662 042,48	6.	Казахстан	1 683 058	9 291 213
7.	Вьетнам	1 742,94	10 624 370,9	7.	США	217 837	6 339 678
8.	Беларусь	1 076 302,25	7 184 919,4	8.	Вьетнам	1 775	5 615 239
9.	Чехия	85 053,56	6 893 047,62	9.	Беларусь	938 370	5 436 403
10.	Италия	4 275,45	4 451 094,78	10.	Болгария	8 539	4 724 718

№ п/п	2014	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США	№ п/п	2015	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США
Газеты, журналы и прочие периодические издания				Газеты, журналы и прочие периодические издания			
1.	Беларусь	4 911 030,4	32 038 480,24	1.	Беларусь	4 160 869	20 817 962
2.	Казахстан	647 031,1	7 871 444,3	2.	Казахстан	1 079 104	5 321 909
3.	Украина	1 439 648,89	6 469 385,24	3.	Латвия	425 791	1 473 138
4.	Латвия	506 187,76	2 174 572,06	4.	Азербайджан	163 282	1 266 659
5.	Германия	143 582,68	1 895 224,18	5.	Германия	103 255	1 190 059
6.	Азербайджан	201 781,9	1 880 929,02	6.	Украина	346 084	1 101 384
7.	Эстония	309 622,08	1 573 835,62	7.	Китай	11 263	1 064 339
8.	Молдова	166 552,29	1 238 858,86	8.	США	34 958	1 035 889
9.	США	46 475,36	1 147 833,71	9.	Эстония	237 484	848 035
10.	Китай	10 466,0	1 023 766,09	10.	Австрия	14 172	808 039
Книжки-картинки, книги для рисования или раскрашивания, детские				Книжки-картинки, книги для рисования или раскрашивания, детские			
1.	Беларусь	348 995,44	923 127,77	1.	Беларусь	161 071	962 659
2.	Казахстан	119 030,51	750 475,0	2.	Казахстан	135 198	805 758
3.	Украина	38 262,04	247 112,5	3.	Латвия	32 142	221 239
4.	Литва	59 27,22	96 831,17	4.	США	33 288	214 003
5.	Латвия	9 513,81	89 372,95	5.	Украина	18 897	88 051
6.	Туркмения	6 774,15	83 110,46	6.	Литва	5 394	86 323
7.	Молдова	11 519,85	65 708,13	7.	Молдова	20 682	84 900
8.	Эстония	7 434,61	47 827,9	8.	Узбекистан	6 473	52 035
9.	США	5 823,39	47 044,87	9.	Израиль	6 389	50 088
10.	Киргизия	18 504,56	43 436,95	10.	Эстония	5 159	36 388

Источник: Федеральная таможенная служба России.

Табл. 28.

Российский импорт печатной продукции в 2014-2015 гг.

№ п/п	2014	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США	№ п/п	2015	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США
Печатные книги, брошюры, листовки и аналогичные печатные материалы				Печатные книги, брошюры, листовки и аналогичные печатные материалы			
1.	Италия	2 976 043,24	43 060 791,16	1.	Китай	4 300 253	25 104 336
2.	Китай	10 495 952,66	36 685 292,94	2.	Италия	574 848	18 236 954
3.	Украина	3 294 207,15	26 063 016,06	3.	Финляндия	596 696	9 647 791
4.	Германия	1 264 464,29	23 391 985,61	4.	Великобритания	503 024	9 248 299
5.	Великобритания	976 788,85	17 537 277,26	5.	Германия	328 878	8 388 166
6.	Финляндия	906 592,84	14 735 439,57	6.	США	55 740	7 325 379
7.	Латвия	4 680 889,46	14 294 587,85	7.	Латвия	2 561 672	6 789 774
8.	Испания	29 332,77	13 757 280,56	8.	Украина	2 314 472	5 560 581
9.	Хорватия	346,2	10 178 745,01	9.	Нидерланды	32 689	4 253 184
10.	Беларусь	2 648 592,89	8 798 310,96	10.	Эстония	236 996	4 107 497
Газеты, журналы и прочие периодические издания				Газеты, журналы и прочие периодические издания			
1.	Украина	10 697 115,01	68 181 461,07	1.	Украина	4 573 702	27 234 190
2.	Польша	16 403 491,91	36 286 880,48	2.	Финляндия	8 388 424	12 954 898
3.	Финляндия	15 180 207,26	30 505 977,56	3.	Польша	6 750 373	12 420 159
4.	Франция	1 128 656,96	19 206 277,26	4.	Франция	726 841	10 164 797
5.	Чехия	7 272 643,29	15 600 604,12	5.	Чехия	5 436 842	9 514 761
6.	Беларусь	1 049 257,89	7 061 762,71	6.	Беларусь	967 330	5 830 219
7.	Литва	2 993 249,4	6 895 606,24	7.	Германия	1 728 340	2 588 443
8.	Германия	2 346 450,7	5 404 317,9	8.	Литва	1 118 449	2 263 547
9.	Италия	1 82 4081,43	4 601 841,73	9.	Италия	1 148 091	2 195 178
10.	Эстония	1 468 050,5	4 223 848,3	10.	Эстония	857 109	2 028 982

№ п/п	2014	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США	№ п/п	2015	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США
Книги-картинки, книги для рисования или раскрашивания, детские				Книги-картинки, книги для рисования или раскрашивания, детские			
1.	Китай	3 616 510,1	14 371 697,36	1.	Китай	2 035 977	6 503 866
2.	Франция	346 713,1	1 426 893,98	2.	Украина	262 348	1 074 543
3.	Польша	236 999,0	1 111 903,89	3.	Малайзия	108 459	515 001
4.	Украина	164 550,66	1 077 744,59	4.	Гонконг	111 492	505 087
5.	Гонконг	168 447,78	907 128,19	5.	Польша	72 455	320 843
6.	Малайзия	75 942,05	443 609,42	6.	Латвия	93 240	260 840
7.	Бельгия	69 969,21	385 877,78	7.	Тайвань	132 399	254 221
8.	Литва	55 918,38	347 703,27	8.	Индия	43 003	237 996
9.	Индия	86 703,68	324 607,74	9.	Венгрия	22 720	127 614
10.	Германия	47 264,38	277 436,8	10.	Словакия	31 200	104 684

Источник: Федеральная таможенная служба России.

Как видно из приведённых таблиц, в российском экспорте книг и брошюр в 2015 г. лидировали Нидерланды (с объёмом поставок более 130 млн долл.) и Индия (более 80 млн долл.). В российском импорте книжной продукции первые места занимают Китай (25,1 млн дол.) и Италия (18,2 млн дол.).

2.2. Показатели деятельности книготорговых предприятий в России

В январе 2016 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям провело анкетное исследование основных характеристик деятельности книготорговых предприятий в кризисные годы. Исследование строилось на анализе показателей федеральных и региональных книготорговых сетей, а также ряда независимых книжных магазинов. В числе компаний, согласившихся принять участие в проводимом Роспечатью опросе, были: Торговый Дом «Библио-Глобус», Торговый Дом Книги «Медведково», Дом книги «Молодая гвардия», Дом книги «Москва» книжный магазин «Фаланстер». Среди книготорговых сетей – объединённая розничная сеть «Новый книжный – Буквоед» (359 магазинов), книготорговая сеть «Амиталь» (г. Воронеж, 36 магазинов), сеть книжных магазинов «Магистр» (г. Ростов-на-Дону, 24 магазина), книготорговая сеть «Пегас» (г. Казань, 45 магазинов), книготорговая группа «ПродаЛитЪ» (г. Иркутск, 47 магазинов), торговая сеть «Ростовкнига» (г. Ростов-на-Дону, 14 магазинов). Данные, приводимые ниже, основаны на результатах опроса указанных книготорговых предприятий.

В табл. 29 представлен состав ведущих книготорговых сетей России, а в табл. 30 – состав ведущих книжных оптовиков и библиотечных коллекторов России.

Табл. 29.

Ведущие книоторговые сети России по количеству книжных магазинов

№ п/п	Компания (владелец)	Название (торговая марка)	Кол-во магазинов							
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012	Январь 2013	Апрель 2014	Февраль 2015	Февраль 2016
1.	Эксмо	ОРС «Новый книжный – Буквоед», в .т.ч. «Новый книжный» «Буквоед» «Читай-город» Небрендированные магазины	132	162	167	220	212	244	295	359
2.	АСТ	«Буква», «От А до Я»	314	310	365	ок. 450	178	105	122	102
3.	Книжный Лабиринт	«Книжный Лабиринт»	30	30	30	30	30	50	36	84
4.	Правительство Москвы	ОЦ «Московский Дом книги»	38	41	41	41	38	41	42	31
5.	Учредитель Вадим Дымов	«Республика»	8-9	10	10	13	14	15	16	20
6.	Книжная лавка (Калининград)	«Книжная лавка»	18	18	21	22	25	25	25	28
7.	«АВФ-книга» (Архангельск)	«Центральный дом книги», «Карандаши», «Спецлит», «Грамотей», «Книжная пристань»	20	19	19	20	20	14	13	18
8.	Амиталь (Воронеж)	«Амиталь»	31	35	39	36	35	36	36	36
9.	Магистр (Ростов-на-Дону)	«Магистр»	23	22	20	19	18	21	21	24
10.	Ростовкнига (Ростов-на-Дону)	«Факел», «Книжная лавка», «Дом Книги», «Книги», «Книжный мир», «Знание»	15	16	15	15	15	16	15	14
11.	Аист-Пресс (Казань)	«Аист-Пресс» «Любимый книжный»	25-30	25-30	25-30	25-30	25-30	36	21	36
12.	Пегас (Казань)	«Дом книги»	34	40	40	41	45	43	42	45
13.	Метида (Самара)	«Метида»	17-18	17-18	17-18	17-18	17-18	19	18	20
14.	Чакона (Самара)	«Чакона»	12	17	18	20	20	16	24	27
15.	Люмна (Екатеринбург)	«Живое слово»	10	9	11	11	12	14	17	15
16.	Аристотель (Новосибирск)	«BOOK-LOOK», «BOOK`ля»; «Иван Фёдоров», «Марк Аврелий»; «Платон»; «Плиний Младший»; «Плиний Старший»; «Сократ»; «Цицерон»; «Декарт»	4	5	7	10	23	22	22	22
17.	ПродаЛитЪ (Иркутск)	«ПродаЛитЪ»	37	40	39	45	44	45	45	47
18.	Мирс (Хабаровск)	«Мирс», «Знание», «Пиши-Читай»	38	44	44	46	44	43	45	55
19.	Приморский дом книги (Владивосток)	«Приморский дом книги»	32	32	32	32	32	38	39	46

Источник: данные компаний.

Табл. 30.

Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России по величине ассортимента

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований							
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012	Январь 2013	Январь 2014	Февраль 2015	Февраль 2016
Москва	«Амадеос» («РИПОЛ классик»)	Розница, опт	20000***	25719*	28495*	22062*	22397*	18680*	15219*	около 45000**
	Книжный клуб «З6.6»	Опт	21500***	20000**	ок.28000*	более 30000*	более 30000*	более 30000*	более 30000**	более 30000**
	Книготорг «Инфра-М»	Опт, биколлектор	50547*	57704*	35539*	152428*	174498*	38909*	37256*	23701*
	«Лабиринт»	Опт, розница	143635*	н/д	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**
	«Омега-Л»	Опт, биколлектор, интернет- магазин	48594*	56744* 68462**	129035*	155293*	155277*	190441*	203237*	200568*
	«Гранд-Фаир»	Биколлектор	40000***	ок. 30000**	100000- 150000**	ок. 170000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**
	«Бибком»	Биколлектор	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**
	«Абрис»	Опт	30000***	30000**	более 25000*	более 25000*	более 25000*	более 25000*	более 25000*	более 25000**
Санкт- Петербург	«Юрайт»	Опт	15070*	42178*	40898*	более 50000*	более 50000*	более 50000**	более 50000**	более 50000**
	«Бизнес- Пресса»	Опт, розница, биколлектор	80000***	ок. 80000**	ок. 80000*	ок. 80000*	ок. 120000*	более 120000*	н/д	595261*
	Архангельск «АВФ-книга»	Опт	80000***	ок. 80000**	ок. 80000**	более 80000*	более 80000*	более 80000**	более 80000**	более 80000**
Ростов-на-Дону	«Ростовкнига»	Опт	75000**	62000**	53000**	53000**	56000**	60000**	63000**	55000**
	«Магистр»	Розница	96063**	97451**	98046**	97840**	99227**	98000**	95000**	79339**
Воронеж	«Амиталь»	Розница, опт	81700**	78800**	80000**	78200**	75800**	72800**	70500**	61369**
Самара	«Киви» («Чакона»)	Розница, опт	80000***	357576*	394881*	263759*	41291*	39346*	25982**	191445**
	«Метида»	Розница, опт	54278*	ок. 80000**	ок. 80000**	ок. 70000**	ок. 70000**	ок. 70000**	ок. 70000**	83851*
Челябинск	«Интерсервис»	Розница, опт	55791*	ок. 60000**	ок. 60000**	ок. 100000**	ок. 100000**	120000**	132000**	52020*
Екатеринбург	«Люмна»	Розница, опт	60000***	34152*	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	75000**
Новосибирск	«Экор-книга»	Розница, опт	54832*	52048*	более 50000*	более 50000*	более 50000*	более 50000*	более 50000*	более 50000**
Иркутск	«ПродаЛитЪ»	Розница, опт	90000***	150000** (в розн.) 200000** (в опте)	150000*	150000*	230000**	235000**	200000*	более 200000*
Хабаровск	«Мирс»	Розница, опт	30000***	35000***	36000**	40000**	40000**	40000**	40000**	282355*
Петропавловск- Камчатский	ЧП «Кожан С.П.»	Розница, опт	60000**	60000**	60000**	63000**	59000**	54000- 55000**	более 50000**	н/д

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

** – собственная оценка компаний;

*** – экспертная оценка специалистов;

Источники: данные компаний, экспертная оценка.

Анализ деятельности книготорговых компаний за 2008-2015 гг. показал, что на фоне банкротства отдельных книготорговых сетей и закрытия целого ряда магазинов, устоявшие на ногах предприятия в кризисные годы вынуждены были оперативно приспосабливаться к меняющимся обстоятельствам. Ряд магазинов выбрал стратегию сокращения площадей, отведённых под книжную продукцию и, соответственно,

снижения числа книг, представленных в торговых залах, за счёт увеличения ассортимента не книжных товаров.

Любопытная картина складывается при анализе динамики числа покупателей центральных и региональных книоторговых предприятий. Если с 2009 по 2011 гг. наблюдался рост числа покупателей в книжных магазинах, то в последние годы наблюдается их отток (см. рис. 45).

Анализ динамики продаж книжной продукции на предприятиях книжной торговли в 2008-2015 гг. в целом повторяет динамику покупательских потоков: рост продаж в рублях и экземплярах вплоть до 2011 г., а по числу наименований – до 2012 г., и снижение продаж в последние годы. Однако, следует отметить, что в 2015 г. отмечен определённый рост книжных продаж (см. рис. 46).

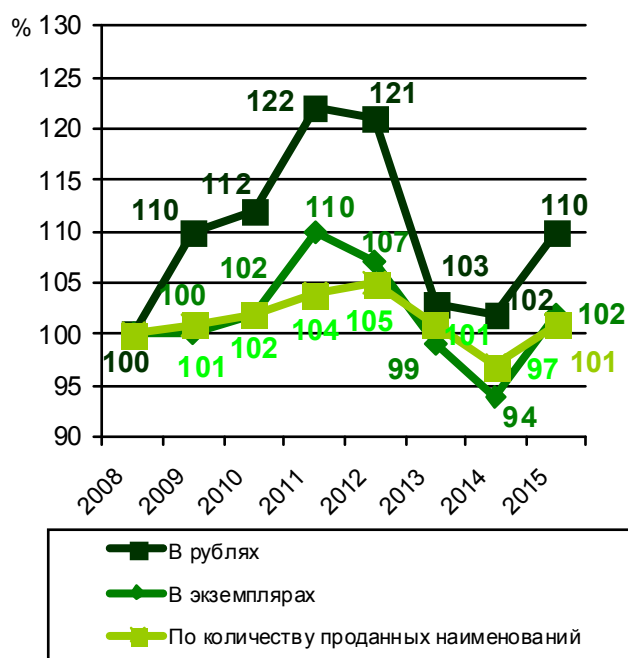
Рис. 45.

Динамика числа покупателей в книжных магазинах в 2008-2015 гг., %



Рис. 46.

Динамика книжных продаж в 2008-2015 гг., %



Источник: данные компаний.

По данным объединённой розничной сети (ОРС) «Новый книжный – Буквоед», в 2015 г. средний чек в книжных магазинах увеличился на 10-15%, примерно до 500 руб. в Москве и 300 руб. в других регионах страны. Объём продаж в натуральном выражении сохранился примерно на уровне 2014 г. ОРС «Новый книжный – Буквоед» по итогам 2015 г. увеличила свои продажи на 15%, до 12 млрд руб., в 2016 г. планирует увеличить объём продаж до 15 млрд руб. На книги приходится порядка 70% продаж, доля интернет-продаж в структуре оборота сети достигает 10%.

Данную тенденцию подтверждает и аналитическое исследование, проведенное Ассоциацией книгораспространителей независимых государств (АСКР) совместно с ГУП ОЦ «Московский дом книги» (МДК), согласно которому средний чек в книжных магазинах Москвы в 2015 г. составил около 530 руб.

Кроме того, за 2015 г. на 66% увеличился покупательский спрос на литературу по истории и современному политическому устройству России в книжных магазинах

Москвы. Согласно проведенному АСКР и МДК анализу, в московских книжных магазинах в 2015 г. по количеству экземпляров лидируют продажи учебной литературы – на неё приходится около 36% от общего объема продаж. На втором месте детская литература – 20%, затем – художественная (19%) и политическая (14%) литература. При этом 9% приходится на научно-технические издания, а на покупку книг по культуре и искусству только 2% от общего объема продаж.

Данные анкетного опроса книоторговых компаний, проведенного Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям в январе 2016 г., также свидетельствуют том, что в последние годы стоимость среднего чека в столичных книоторговых предприятиях неуклонно росла. Так, если в 2008 г. стоимость среднего чека в книоторговых предприятиях Москвы и Санкт-Петербурга была 313 руб., то в 2015 г. его стоимость составила 558 руб. В региональных книоторговых предприятиях стоимость среднего чека в последние годы также демонстрировала устойчивый рост. Однако, в 2015 г. его стоимость в сравнении с 2014 г. снизилась и составила 273 руб. (см. рис. 47). Число позиций в чеке книоторговых предприятий Москвы и Санкт-Петербурга в сравнении с 2008 г. несколько снизилось, а в регионах, наоборот, немного возросло (см. рис. 48).

Рис. 47.

Средний чек в 2008-2015 гг., руб.

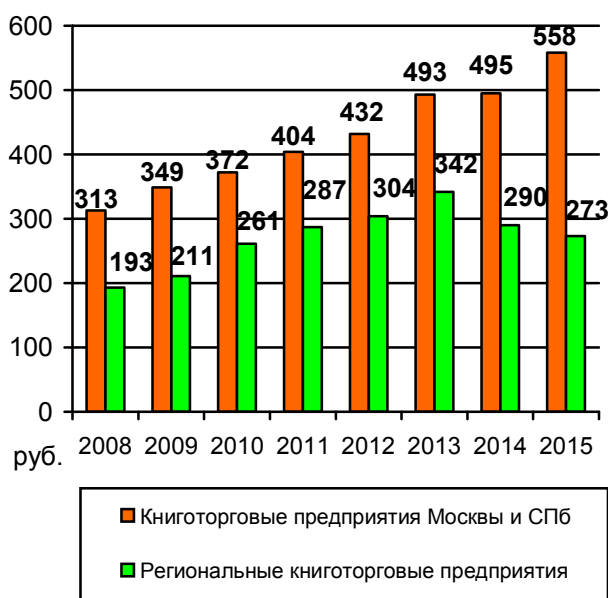
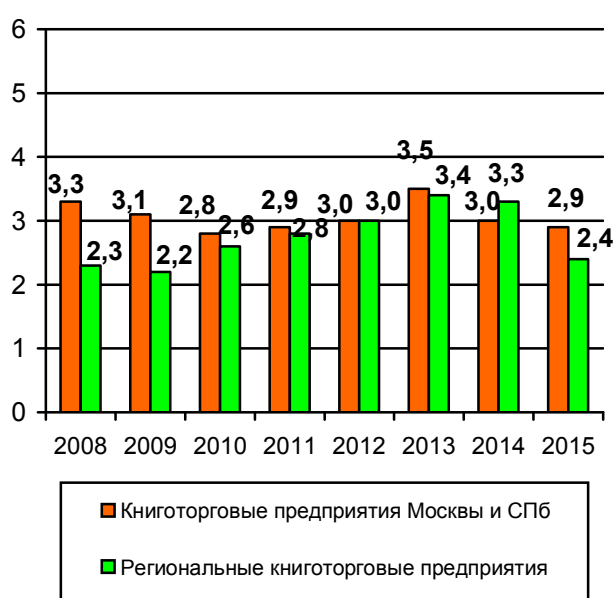


Рис. 48.

Среднее число позиций в чеке в 2008-2015 гг.

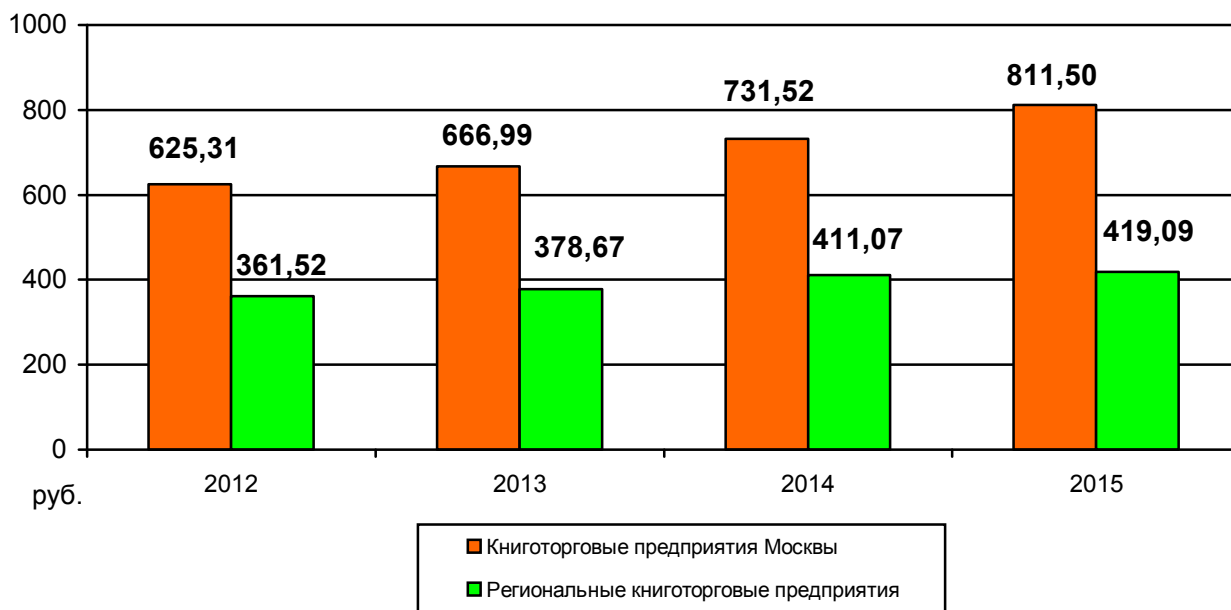


Источник: данные компаний.

Несколько иные данные по стоимости среднего чека были получены ходе исследования журнала «Книжная индустрия». По данным журнала, средний чек в книжных магазинах России в 2015 г. вырос в целом на 7,74% и составил 811,50 руб. в книжных магазинах Москвы и 419,09 руб. в других регионах (см. рис. 49).

Рис. 49.

Средний чек в 2012-2015 гг., руб.

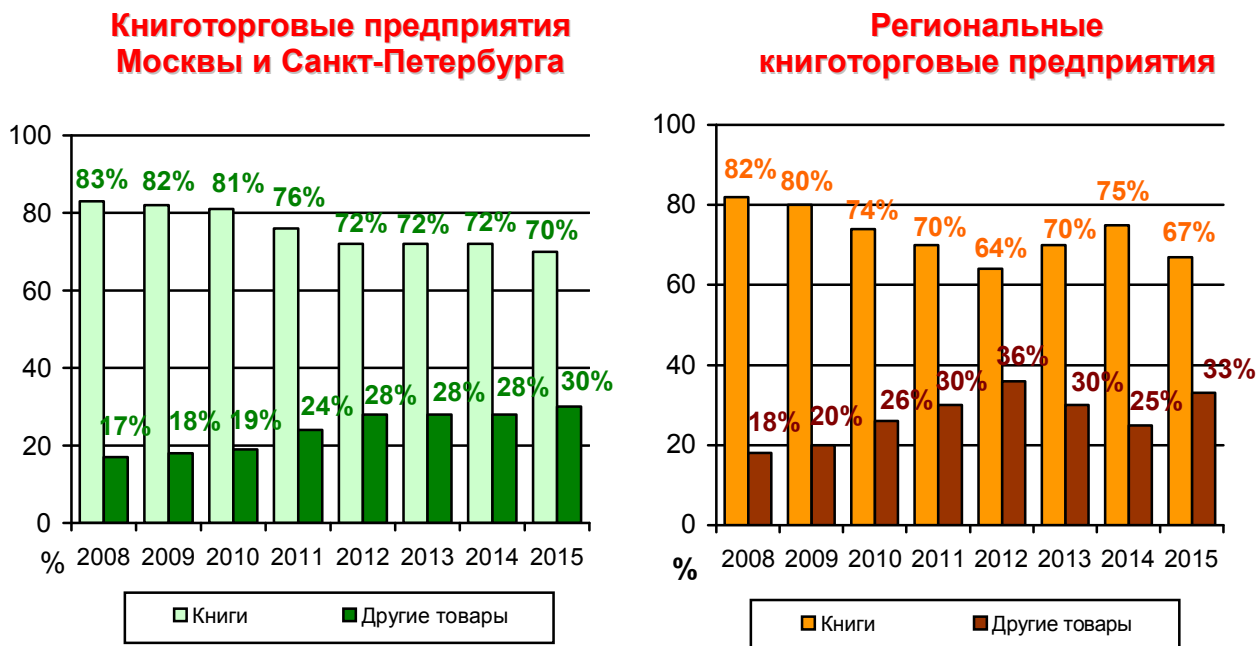


Источник: журнал «Книжная индустрия».

На протяжении последних семи лет росла доля некнижных товаров и в общем объеме продаж (см. рис. 50). Если до начала кризиса соотношение выручки от книжной и некнижной продукции составляло в центральных независимых книоторговых предприятиях и федеральных книоторговых сетях примерно 83/17, а в региональных сетях – 82/18, то сегодня эти соотношения выглядят соответственно 70/30 и 67/33.

Рис. 50.

Доля книжной продукции в общем объеме продаж, %



Источник: данные компаний.

Исследование показало, что как в столичных книоторговых предприятиях, так и в региональных подавляющую долю ассортимента занимает продукция московских издателей (см. рис. 51).

Рис. 51.

Доля продукции издательств различных регионов в ассортименте книоторговых предприятий в 2015 г.



Источник: данные компаний.

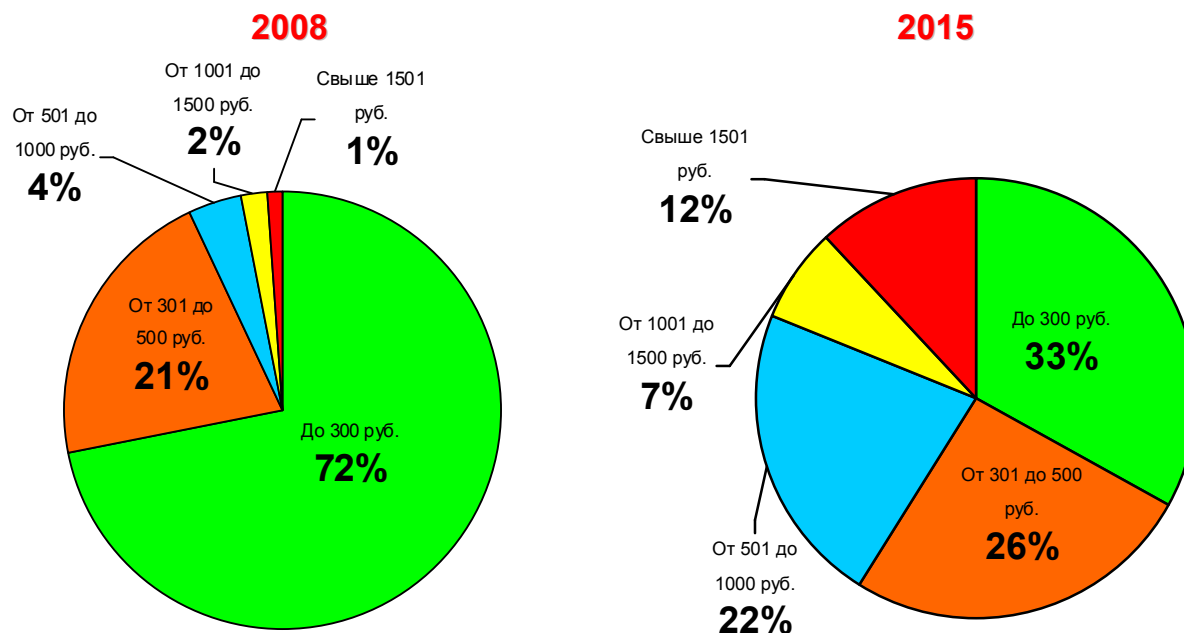
Интересно взглянуть на изменение соотношения изданий различных ценовых сегментов в ассортименте и в продажах столичных и региональных книоторговых предприятий. Как видно из рис. 52 и 54, доля изданий низшего ценового диапазона (до 300 руб.), составлявшая в 2008 г. более 70% ассортимента и около 60% продаж московских и петербургских книоторговых предприятий, к 2015 г. сократилась до 33% в ассортименте и до 22% в продажах. Доля изданий среднего ценового диапазона (от 301 до 500 руб.) за период с 2008 г. по 2015 г. в столичных книоторговых предприятиях увеличилась с 21% до 26% в ассортименте и с 14% до 27% в продажах.

Также заметные сдвиги ассортимента в сторону более дорогих изданий произошли и в высоком сегменте ценового диапазона (от 501 до 1000 руб.). Если в 2008 г. эти издания занимали в независимых московских и петербургских книжных магазинах, а также магазинах федеральных книоторговых сетей только 4% наличного ассортимента и 12% продаж, то в 2015 г. – уже 22% и 29% соответственно.

В региональных книоторговых сетях изменения ценовой структуры ассортимента и продаж за 2008-2015 гг. менее существенны. Незначительно изменилась в ассортименте и в продажах региональных сетей доля изданий низшего ценового диапазона. Они составили в 2015 г. 62% ассортимента и 55% продаж (см. рис. 53 и 55). Менее заметны, чем в федеральных книоторговых сетях и независимых магазинах двух столиц, изменения в ассортименте и в продажах региональных сетей изданий и других ценовых сегментов.

Рис. 52.

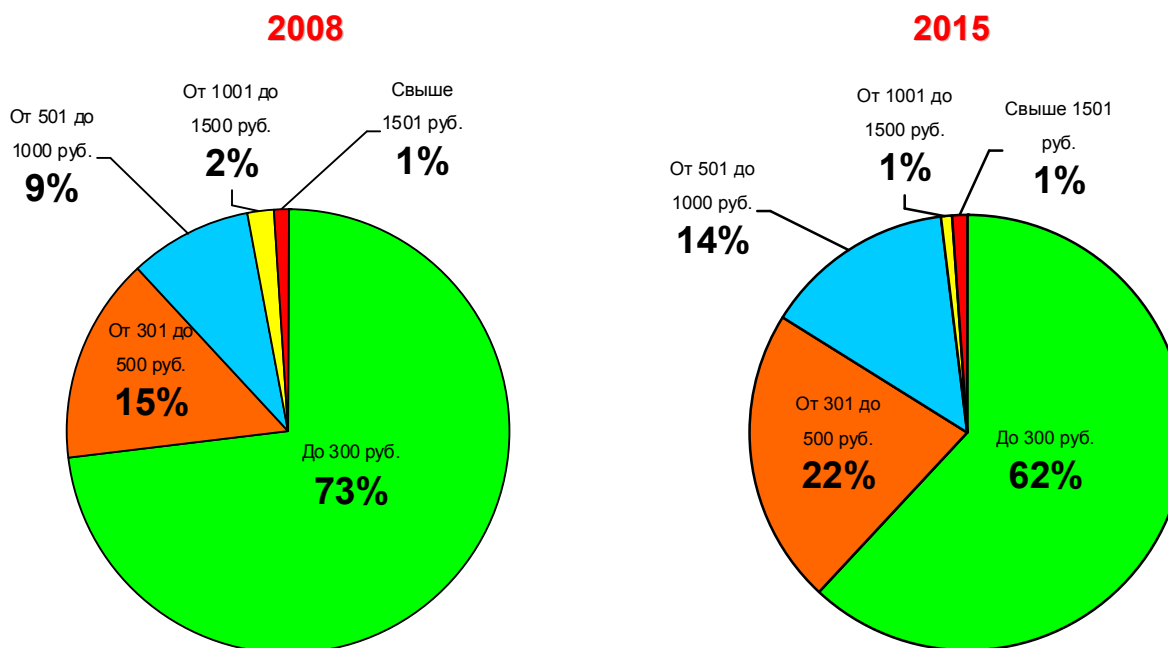
Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте магазинов Москвы и СПб, %



Источник: данные компаний.

Рис. 53.

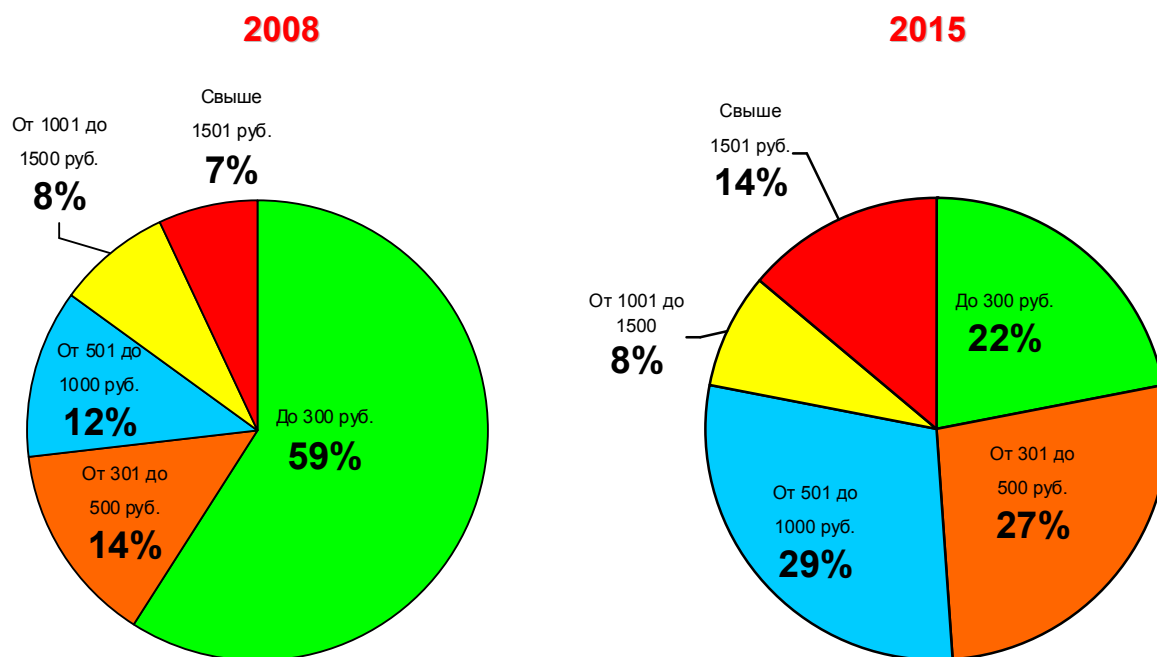
Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте региональных книоторговых предприятий, %



Источник: данные компаний.

Рис. 54.

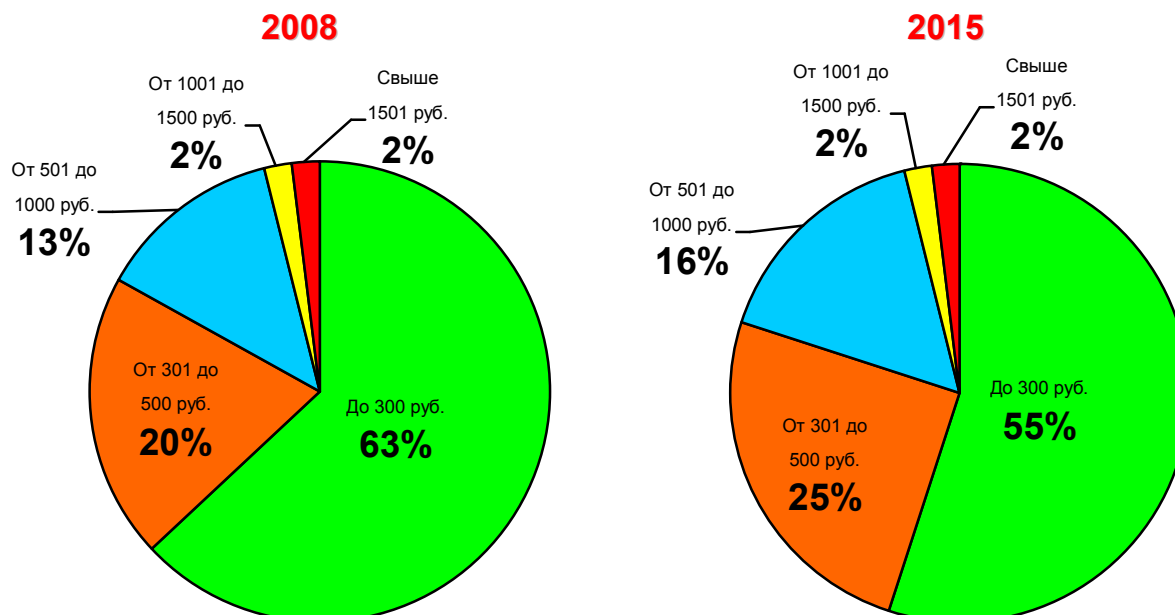
Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах магазинов Москвы и СПб, %



Источник: данные компаний.

Рис. 55.

Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах региональных книоторговых предприятий, %

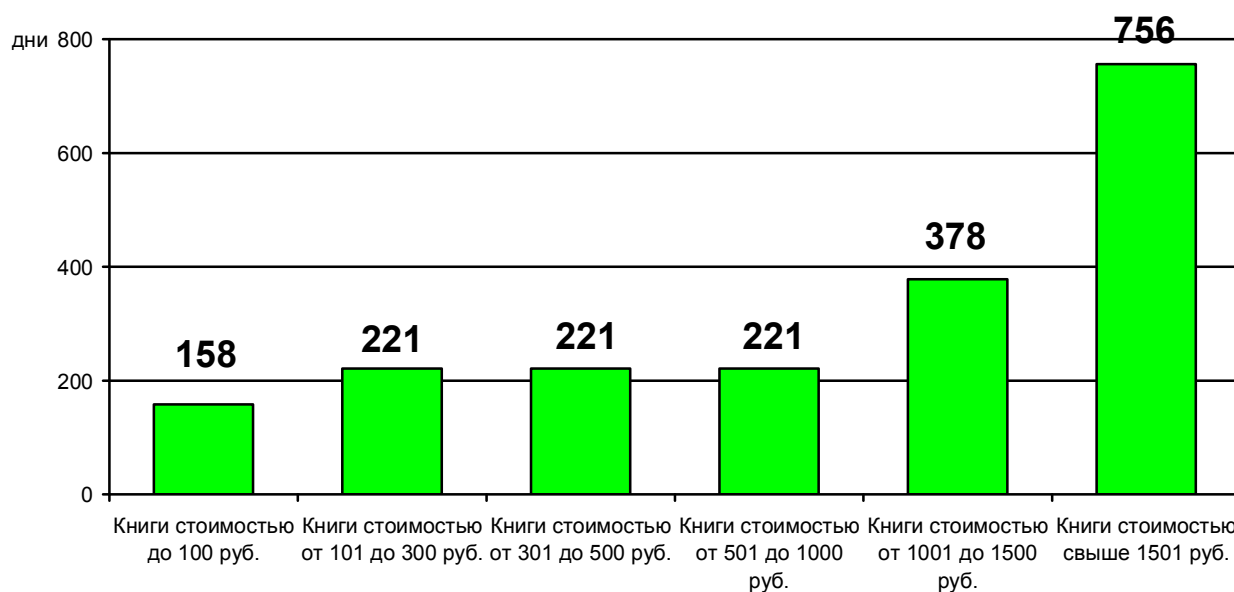


Источник: данные компаний.

На рис. 56 представлены сроки реализации книжной продукции различных ценовых сегментов на примере федеральных книоторговых сетей «Новый книжный» и «Читай-город» (268 магазинов).

Рис. 56.

Средний срок реализации книжной продукции различных ценовых сегментов в 2015 г., дней



Источники: книоторговые сети «Новый книжный» и «Читай-город».

Примечательно, что разрыв в сроках реализации между книгами самого дешёвого и самого дорогого ценового сегмента составляет полтора года. При этом разницы сроков реализации книг в средних ценовых диапазонах практически нет.

Рис. 57.

Доля различных расходов в издержках предприятия в 2015 г., %



Источник: данные компаний.

Что касается штатного расписания, то за период с 2009 по 2016 гг. крупные книоторговые компании Москвы и Санкт-Петербурга увеличили общий штат своих сотрудников в среднем на 9%, а штат продавцов – на 5%. Региональные книоторговые компании, напротив, сократили – общий штат примерно на 18%, а штат продавцов – на 20%.

Как показано на рис. 57, среди затрат книоторговых предприятий наибольший удельный вес приходится на зарплату и социальные отчисления, а также на аренду помещений.

В табл. 31-34 представлен рейтинг российских бестселлеров в различных разделах ассортимента литературы, составленный порталом Pro-books по результатам 2015 г.

Табл. 31.
Топ-10 бестселлеров отечественной художественной литературы за 2015 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
1.	Акунин Б.	Планета Вода	Захаров	1383
2.	Устинова Т.	Чужды дела твои, Господи!	Эксмо	1218
3.	Маринина А.	Казнь без злого умысла	Эксмо	959
4.	Глуховский Д.	Метро 2035	АСТ, Жанры	814
5.	Токарева В.	Муля, кого ты привез?	Азбука-Аттикус	783
6.	Веллер М.	Бомж	АСТ	770
7.	Улицкая Л.	Лестница Якова	АСТ, Редакция Елены Шубиной	738
8.	Минаев С.	Духless 21 века. Селфи	АСТ	656
9.	Акунин Б.	Бох и Шельма	АСТ	548
10.	Макс Фрай	Слишком много кошмаров	АСТ	533

Табл. 32.
Топ-10 бестселлеров зарубежной художественной литературы за 2015 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
1.	Робертс Г.Д.	Шантарам (комплект из 2 книг)	Азбука-Аттикус	1670
2.	Тартт Д.	Щегол	Corpus, АСТ	1622
3.	Ли Х.	Убить пересмешника.	АСТ, Neoclassic	1353
4.	Мойес Д.	До встречи с тобой	Азбука-Аттикус	1051
5.	Хокинс П.	Девушка в поезде	АСТ, Neoclassic	933
6.	Джеймс Э.Л.	На пятьдесят оттенков темнее	Эксмо	927
7.	Джеймс Э.Л.	Пятьдесят оттенков свободы	Эксмо	797
8.	Оруэлл Дж.	1984	АСТ, Neoclassic	778
9.	Киз Д.	Цветы для Элджернона	Эксмо, Домино	660
10.	Киз Д.	Таинственная история Билли Миллигана	Эксмо	568

* Примечание: баллы, присваиваемые по количеству проданных экземпляров книги в течение года.
Источник: информационно-аналитический портал www.pro-books.ru.

Табл. 33.
Топ-10 бестселлеров в сегменте non-fiction за 2015 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
1.	Зыгарь М.	Вся кремлевская рать. Краткая история современной России	Интеллектуальная Литература	1061
2.	Стивен Р. Кови	Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности	Альпина Паблишер	604

Табл. 34.
Топ-10 бестселлеров детской литературы за 2015 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
1.	Жукова Н.	Букварь	Эксмо	760
2.	Роулинг Д.	Гарри Поттер и Философский камень (+ эксклюзивная стерео-варио открытка)	Machaon	552

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*	№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
3.	Акунин Б.	История Российского Государства. От Ивана III до Бориса Годунова. Между Азией и Европой	АСТ	581	3.	Батяева С., Савостьянова Е.	Альбом по развитию речи для самых маленьких	Росмэн-Пресс	519
4.	Рэнд А.	Атлант расправил плечи (комплект из 3 книг)	Альпина Паблишер	525	4.	Петерсон Л., Кочемасова Е	Игралочка. Математика для детей 3-4 лет. Часть 1	Ювента	426
5.	Азаров Н.	Украина на перепутье. Записки премьер-министра	Вече	518	5.	Петерсон Л., Холина Н.	Раз – ступенька, два – ступенька... Математика для детей 6-7 лет. Часть 2	Ювента	391
6.	Кондо М.	Магическая уборка. Японское искусство наведения порядка дома и в жизни	Эксмо	476	6.	Брэдбери Р.	Вино из одуванчиков	Эксмо, Домино	374
7.	Соловьев В.	Разрыв шаблона. Тайная книга смыслов современной политики	Эксмо	462	7.	Скэрри Р.	Город добрых дел	Карьера Пресс	281
8.	Эндерс Д.	Очаровательный кишечник. Как самый могущественный орган управляет нами	Эксмо	373	8.	Володина В.	Альбом по развитию речи	Росмэн-Пресс	250
9.	Малышева Е.	Диета Елены Малышевой. Книга-конструктор	АСТ	326	9.	Джонс Б., Вест К., Кертис Б.	Этикет для юной леди. 50 правил, которые должна знать каждая девушка	Эксмо	238
10.	Франкл В.	Сказать жизни «Да!». Психолог в концлагере	Альпина нон-фикшн	304	10.	Петерсон Л., Кочемасова Е	Игралочка. Математика для детей 4-5 лет. Часть 2	Ювента	223

* Примечание: баллы, присваиваемые по количеству проданных экземпляров книги в течение года.
 Источник: информационно-аналитический портал www.pro-books.ru.

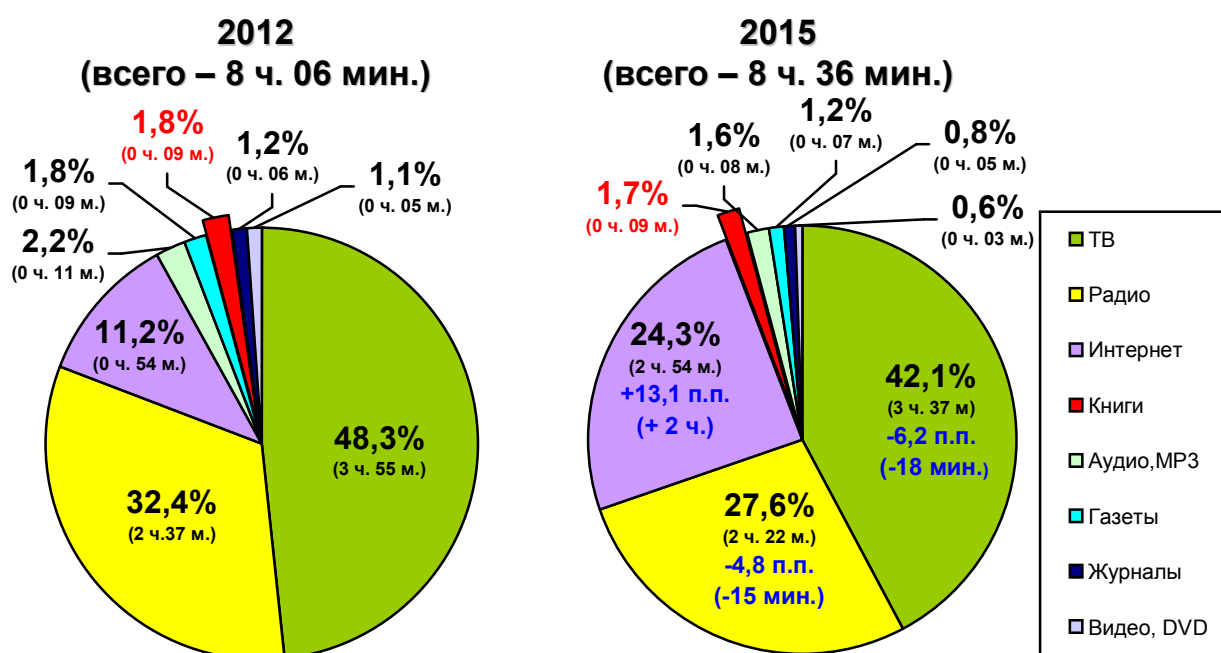
III. МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ

3.1. Медиапотребление и чтение в России и за рубежом

По данным исследовательской компании «TNS Россия», общее медиапотребление российских граждан в возрасте старше 16 лет в 2015 г. составляло 8 часов 36 минут в сутки и выросло за 3 года на 30 мин., т.е. на 6,2%. Из них чтению книг в общем объёме медиапотребления отводится 1,7% (10,1 мин. в сутки), чтению газет – 1,2% (7,2 мин. в сутки), а чтению журналов – и того меньше: 0,8% (4,9 мин. в сутки). Сопоставление этих данных с результатами аналогичного исследования 2012 г. показывает, что за последние годы доля времени, отводимого среднестатистическим гражданином России на чтение всех видов печатных изданий, в общем объёме медиапотребления снизилась на 1,1 п.п., в т. ч. книг – на 0,1 п.п., газет – на 0,6 п.п. и журналов – на 0,4 п.п. При этом в структуре медиапотребления также сократились доли радио (на 4,8 п.п.) и, особенно, телевидения (на 6,2 п.п.), а доля Интернета заметно выросла – на 13,1 п.п. (см. рис. 58).

Рис. 58.

Структура медиапотребления россиян, %



Источник: TNS Россия.

Показатели динамики роста медиапотребления в 2012-2015 гг., представленные TNS Россия, в целом согласуются с данными исследования компании Deloitte & Touche CIS, опубликованными в январе 2016 г., в котором участвовали 1,6 тыс. человек старше 16 лет в 46 субъектах Российской Федерации и согласно которым рост общего объёма медиапотребления россиян за период с 2012 г. по 2015 г. составил около 8%. Максимальный рост медиапотребления за 2012-2015 гг. был отмечен в Москве (+14%).

Наибольший рост показали пользование Интернетом (+61%), потребление электронных книг (+31%) и видеоигр (+10%). Кроме того, респонденты стали чаще ходить в кино (+7%), а также в театр или на концерты (+3%). Потребление большинства оффлайновых медиа упало. Сильнее всего тенденция сказалась на печатных СМИ, потребление которых уменьшилось на 17%. Печатные книги стали читать на 9% меньше, слушать радио – на 7% меньше. Доля телевидения в общем объеме медиапотребления сократилась на 5% (см. табл. 35). И хотя в динамике различных сегментов медиапотребления данные исследований Deloitte & Touche CIS и TNS Россия не совпадают, они, тем не менее, демонстрируют общие тенденции.

Табл. 35.

Изменение частоты пользования различными типами медиа россиянами с 2012 по 2015 гг.

Медиа	Изменение, %*
Интернет	+61%
Электронные книги	+31%
Видеоигры	+10%
Кино	+7%
Театр и концерты	+3%
Телевидение	-5%
Радио	-7%
Печатные книги	-9%
Печатные СМИ	-17%
Средний рост медиапотребления	+8%

Источник: Deloitte & Touche CIS.

Общая картина обращения к тому или иному медиа россиянами, по данным исследовательской компании Deloitte & Touche CIS, выглядит следующим образом (см. табл. 36). Как видно из таблицы, количество опрошенных, обращающихся к чтению печатных и электронных книг (включая бесплатно скачиваемые электронные книги) одинаково – по 44%, что достаточно много. Правда, эти данные не содержат информации о продолжительности времени, в течение которого респонденты читают книги, то есть какова доля времени, затрачиваемого на чтение, в общем объеме среднесуточного медиапотребления.

Табл. 36.

Использование различных типов медиа россиянами

Медиа	Количество опрошенных, отметивших медиа, %
Интернет	100
Телевизор	94
Радио	61
Печатные СМИ	57
Видеоигры	53
Печатные книги	44
Электронные книги	44
Кинотеатры	37
Театр	16

Источник: Deloitte & Touche CIS.

Согласно данным исследования, проведённого компанией Deloitte & Touche CIS, 88% респондентов в возрасте от 16 до 19 лет начали чаще читать электронные книги. Аналитики компании объясняют это более активным образом жизни данной возрастной категории. При этом россияне в возрасте от 16 до 24 лет стали меньше смотреть телевизор. Об этом заявили 58% опрошенных в данной возрастной группе.

По данным исследования, россияне включают **телевизор** с целью что-нибудь посмотреть как в рабочие (33% опрошенных), так и в выходные дни (41% опрошенных). И если не находят интересную программу, то оставляют его как фон или смотрят то, что им наиболее интересно. Следующее по популярности обстоятельство просмотра телевидения – с целью посмотреть конкретную передачу (в рабочий день – 31%, в выходной день – 25% опрошенных).

Наиболее часто жители России, которые слушают **радио**, делают это в машине (в рабочий день – 39% и в выходной день – 36% опрошенных). Несколько чаще в рабочий день радио в машине слушают мужчины, а также россияне в возрасте от 30 до 34 лет и от 45 до 54 лет. В выходной день россияне предпочитают слушать радио дома (42% опрошенных).

Каждый второй (54%) житель России покупает **печатные СМИ**: 44% из них делают это регулярно, 56% – нерегулярно. Причем 16% читающих печатные СМИ подписаны на определенные газеты или журналы (выше доля таких читателей среди россиян старше 55 лет). При этом 24% опрошенных покупают печатные СМИ от случая к случаю, чтобы скоротать время.

Каждый пятый житель России (21%) читает бесплатные печатные СМИ. Доля таких читателей наиболее высока среди молодежи (16-24 лет) и среди старшей возрастной группы (от 60 лет). 14% россиян не покупают печатные СМИ, а читают их «за компанию» или читают то, что покупают их друзья, коллеги или родственники.

Характер **Интернет-активности** россиян зависит от устройства, через которое они подключаются к Интернету. Через стационарный компьютер и ноутбук большинство респондентов выходят в сеть часто и на продолжительное время (77% и 64% соответственно). Через планшет большая часть пользователей подключается к Интернету на короткое время (57%). Через смартфон пользователи (74%) подключаются к Интернету как на продолжительное, так и на короткое время.

Согласно опросу Deloitte & Touche CIS, наиболее популярным видом потребляемого россиянами контента являются новости. По мнению исследователей, в период нестабильной экономико-политической ситуации в стране медиапотребление граждан заметно увеличивается. Так, данная тенденция характеризует 2008–2009 годы, а также 2014–2015 годы. Основным информационным контентом является новостная информация, при этом растёт популярность новостей из личных новостных лент в социальных сетях.

Но наиболее часто респонденты узнают новости всё же с помощью телевидения. Среднее количество просмотров новостей по телевидению опрошенными в ходе исследования россиянами составляет 4,7 раза в неделю (средняя продолжительность просмотров – 1 ч. 09 мин.). В Интернете россияне получают новости в среднем 4,3 раза в неделю (средняя продолжительность потребления информации – 3 ч. 34 мин.). Печатными СМИ для чтения новостей респонденты пользуются в среднем 3,5 раза в неделю (средняя продолжительность чтения – 0 ч. 37 мин.), слушают с этой целью радио 2,4 раза в неделю (средняя продолжительность прослушивания – 0 ч. 37 мин.).

Согласно данным исследования, по показателю охвата аудитории телевидение и Интернет практически не различаются, однако Интернет оценивается россиянами существенно выше с точки зрения продуктивности. Так, наиболее полезным медиа Интернет называют около половины респондентов, тогда как просмотр телевидения полезным считают сегодня только 10%. Для молодых людей характерен просмотр видео в Интернете после того, как они увидели его по телевидению. Чаще всего молодые люди смотрят телевизор в пассивном режиме. Специально выбирают просматриваемый контент люди старшего поколения, доля которых среди потребителей телевизионного контента в целом растёт.

Для сравнения приведём данные исследования компании eMarketer по объёму медиапотребления в США в 2015 г. (см. табл. 37). По данным компании, общее медиапотребление американцев в 2015 году составило 12 ч. 04 мин. в сутки.

Согласно исследованию, цифровые медиа успешно завоевывают внимание потребителя, на них приходится 5 ч. 38 мин. в сутки. Среднегодовой темп роста цифровых медиа составляет 11,4%, тогда как пресса ежегодно теряет 17%, радио – 2%, телевидение – 1,8%.

Внутри цифровых медиа прослеживается отчетливый мобильный тренд, его потребление растёт на 37,2% ежегодно. При этом пользователи меньше времени проводят за компьютерами и ноутбуками. По данным eMarketer, за 2011–2015 гг. время, которое американцы тратят на просмотр телепередач, сократилось на 19 мин. – с 4 ч. 34 мин. до 4 ч. 15 мин. в сутки. На чтение печатной прессы (газеты + журналы) американцы в среднем тратят 21 мин. в день, из них – 10 мин. на чтение журналов и 11 мин. на чтение газет. К сожалению, это исследование не выделяет чтение книг.

Табл. 37.

Медиапотребление в США в 2011 – 2015 гг.: среднее время, ежедневно затрачиваемое американцем старше 18 лет на потребление (использование) различных типов медиа, чч:мм*

Тип медиа / Годы	2011	2012	2013	2014	2015	Совокупный среднегодовой темп роста (CAGR, 2011-2015)
Цифровые:	3:40	4:20	4:51	5:15	5:38	11,4%
- настольный ПК и ноутбук**	2:33	2:27	2:19	2:22	2:22	-1,8%
- мобильный телефон (без учёта голосовой связи)	0:48	1:35	2:16	2:34	2:51	37,2%
- другие подключенные устройства	0:18	0:18	0:17	0:19	0:25	7,8%
Телевидение	4:34	4:38	4:31	4:22	4:15	-1,8%
Радио	1:34	1:32	1:30	1:28	1:27	-2,0%
Печатные медиа	0:44	0:38	0:32	0:26	0:21	-17,0%
- журналы	0:18	0:16	0:14	0:12	0:10	-13,5%
- газеты	0:26	0:22	0:18	0:14	0:11	-19,8%
Другие нецифровые медиа	0:39	0:38	0:31	0:26	0:24	-11,7%
ВСЕГО	11:11	11:46	11:55	11:57	12:04	1,9%

Примечания:

* Время, затраченное на использование одновременно двух и более типов медиа считается по отдельности: час просмотра ТВ при одновременном использовании ПК/ноутбука засчитываются как 1 час на ТВ и 1 час на ПК/ноутбук.

** Включая все виды активностей в Интернете с использованием настольного ПК или ноутбука.

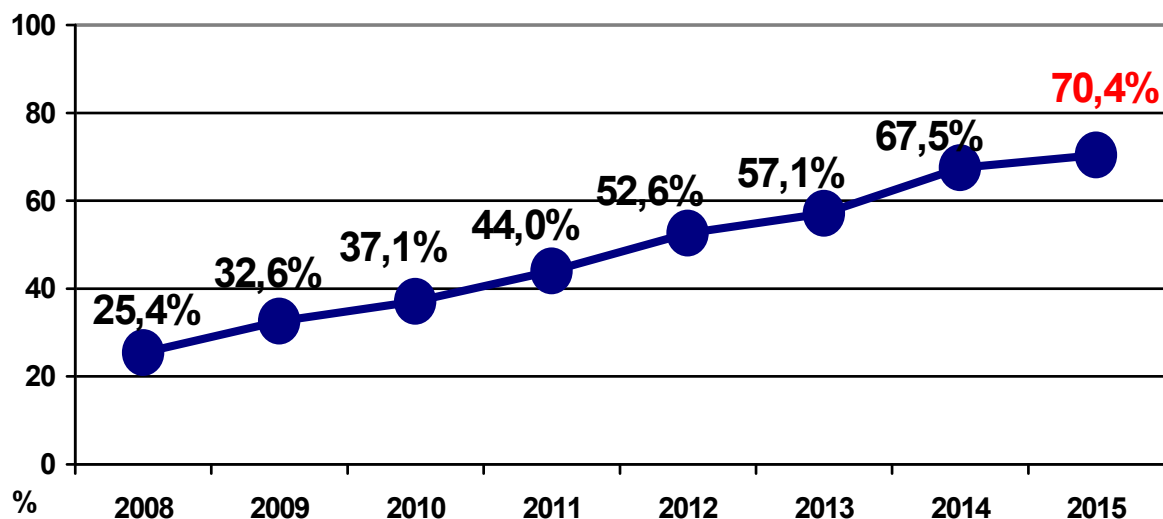
Источник: компания eMarketer.

По данным исследовательской компании GfK Rus (дочерняя компания немецкой компании GfK – одного из крупнейших мировых исследовательских центров), к концу 2015 г. аудитория интернет-пользователей в России выросла почти на 4 млн человек и составила 84 млн человек. Таким образом, уровень проникновения Интернета среди населения России в возрасте от 16 лет и старше достиг отметки 70,4% (в 2014 – 67,5%) (см. рис. 59).

Такой прирост интернет-аудитории в России произошёл за счёт активного использования россиянами мобильных устройств. Сегодня в России доступом в Интернет с мобильных устройств пользуются около 50 млн человек. Это 42% взрослого населения страны.

Рис. 59.

Уровень проникновения интернета в России в 2008 – 2015 гг. (16+, %)

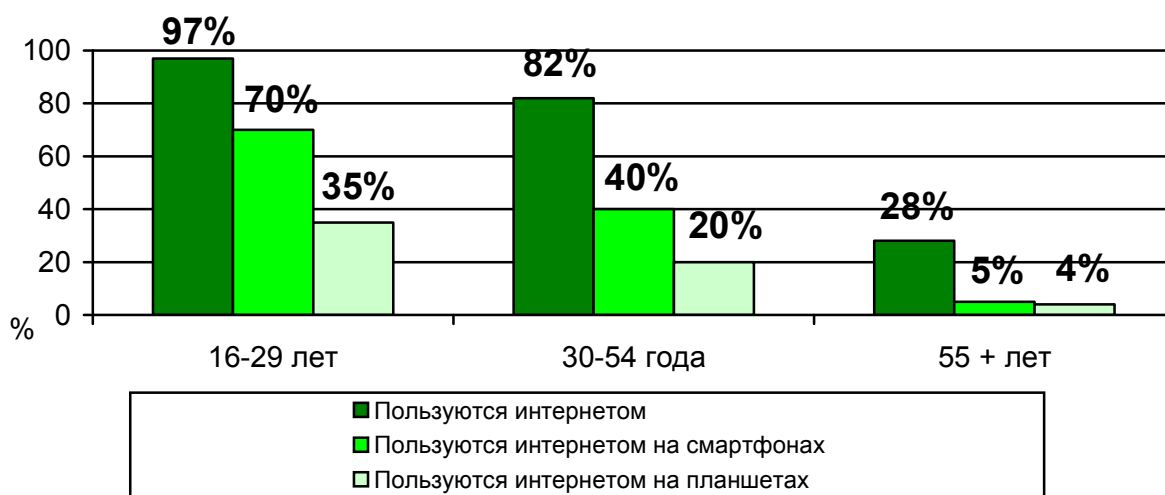


Источник: компания GfK Rus.

В целом рост аудитории Интернета в России в 2015 г. происходил преимущественно за счёт увеличения доли пользователей среднего и старшего возраста. Проникновение Интернета в среду молодых россиян (16-29 лет) достигло предельных значений ещё в предыдущие годы и, по данным компании GfK Rus, составляет сейчас 97% (см. рис. 60). В 2015 г. молодые люди активно осваивали Интернет с мобильных устройств. Среди аудитории 16-29 лет самая высокая доля пользователей Интернета со смартфонов (70%) и планшетов (35%).

Рис. 60.

Пользование Интернетом на мобильных устройствах

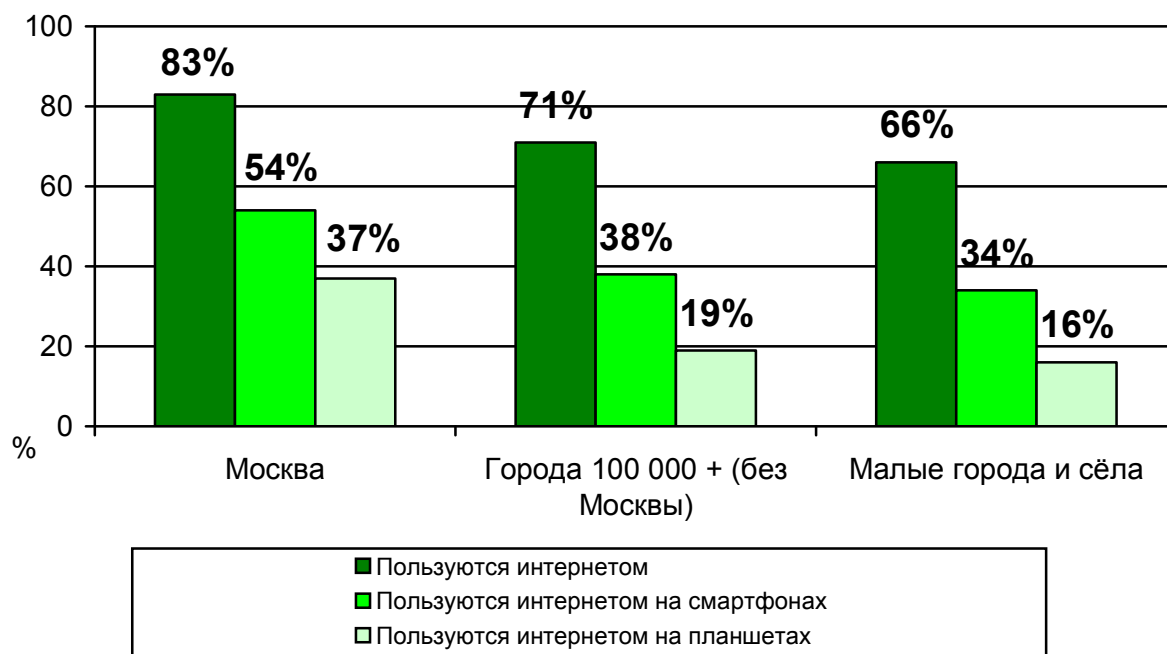


Источник: компания GfK Rus.

Если смотреть на географию распространения Интернета в России, то как видно из рис. 61 наибольший процент проникновения Интернета отмечается в Москве (83%), где 54% от общего числа пользователей выходят в Интернет при помощи смартфонов, а 37% выходят в Интернет при помощи планшетных устройств.

Рис. 61.

География российского интернета



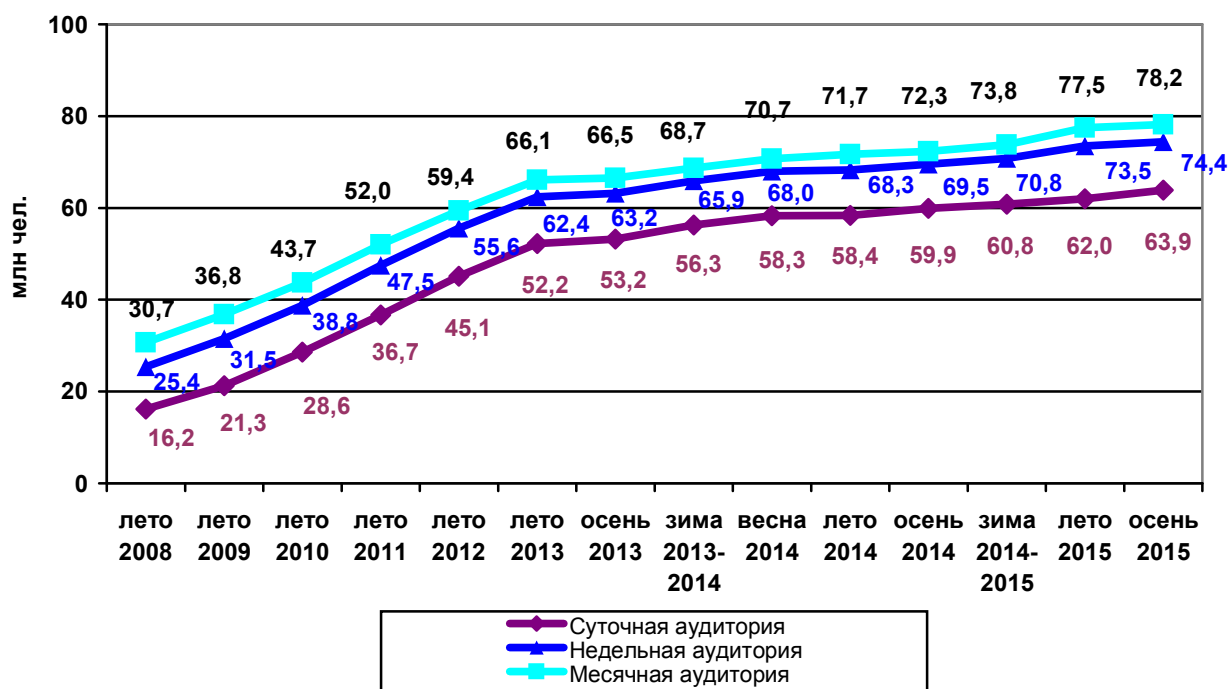
Источник: компания GfK Rus.

Несколько иную картину Интернет-проникновения в России демонстрирует Фонд «Общественное мнение» (ФОМ). Согласно данным Фонда, уровень проникновения Интернета в России в 2015 г. составил порядка 65–67% населения, что по-прежнему отстаёт от аналогичных показателей стран Европы (Великобритания – 90%, Германия – 86%, Франция – 83%). Но тем не менее, Рунету есть куда расти, и в абсолютном значении данного показателя потенциальная аудитория потребителей электронных книг в России существенно превышает возможности европейских стран. По данным ФОМ, доля активной аудитории – выходящих в Сеть хотя бы 1 раз в сутки – осенью 2015 года составила 63,9 млн россиян (см. рис.62) и, таким образом, только за последние два года выросла на 20,1%, или почти 11 млн пользователей в возрасте 18 лет и старше.

По данным ФОМ, сегодня прирост интернет-пользователей в России осуществляется преимущественно за счет регионов – прежде всего, Дальневосточного и Приволжского федеральных округов. В Москве и Санкт-Петербурге – как наиболее обеспеченных Интернетом рынках – динамика прироста нулевая, застывшая с 2013 г. на отметке 75% жителей (18+) (см. рис. 63).

Рис. 62.

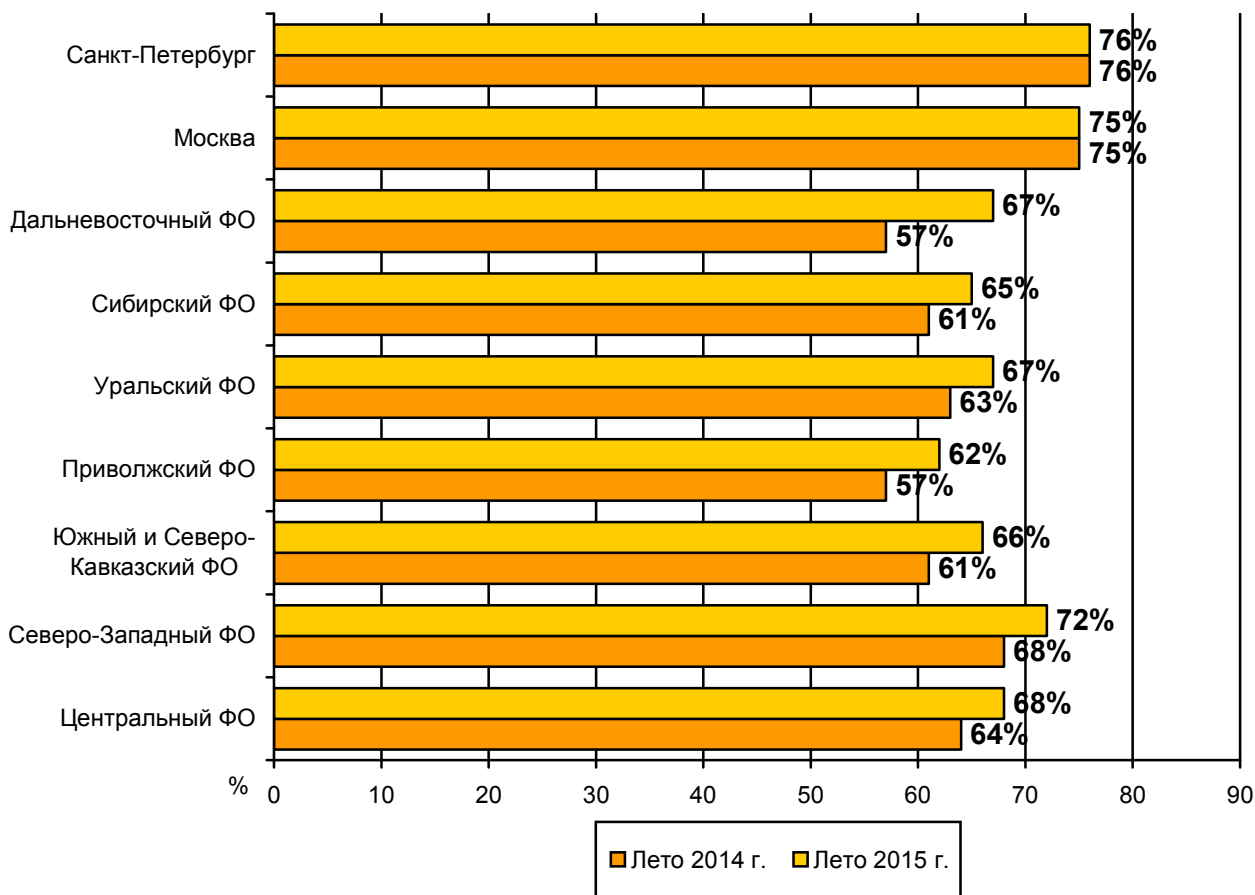
Динамика численности интернет-пользователей в России (18+, млн чел.)



Источник: Фонд «Общественное мнение».

Рис. 63.

Динамика уровня интернет-покрытия в федеральных округах России в 2014–2015 гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 18+)



Источник: Фонд «Общественное мнение».

Согласно онлайн-опросу, недельной аудитории интернет-пользователей, проведённому ФОМ в январе 2016 г., россияне активно пользуются социальными сетями «ВКонтакте» (61%), «Одноклассники» (57%), Facebook (16%). Причем 66% зарегистрированных в сообществах пользователей заходят на сайты сетей не реже 1 раза в день. Среди наиболее популярных у россиян занятий в соцсетях – общение с друзьями, получение новостей о событиях из жизни города, страны, мира, а также просмотр видео и прослушивание аудиофайлов. При этом 52% российских пользователей уверены, что не должны лично платить за прочтение, прослушивание или просмотр произведения в Интернете.

Немногим более 60% участвовавших в опросе ФОМ доводилось пользоваться услугами торрент-трекеров или онлайн-хранилищ, которые предоставляют бесплатный доступ к фильмам, музыке, книгам, но не платят авторам этих произведений. Однако на вопрос «должен ли Роскомнадзор блокировать такие сайты?» уверенное «нет» сказали 51% респондентов, а еще 27% «затруднились с ответом». И только 22% интернет-пользователей России считают, что «любой труд должен оплачиваться» и платить за контент в Сети должен потребитель. Опрос ФОМ проводился в 104 населенных пунктах, 53 субъектов Российской Федерации, в опросе приняло участие около 1000 респондентов.

Как было показано на рис. 63, чтение бумажных книг занимает в структуре ежедневного медиапотребления россиян не более 2% или около 10 минут в день. По данным социологического опроса, проведённого в апреле 2015 г. Аналитическим центром Юрия Левады в 134 населённых пунктах 46 регионов Российской Федерации, в котором приняли участие 1600 человек, *ежедневно* уделяли время чтению бумажных книг лишь **11% жителей России** в возрасте от 18 лет и старше.

Более **17% опрошенных** указали, что читали бумажные книги за последний год не реже **раз в неделю**, ещё **19%** – не реже **раз в месяц**. Гораздо менее активно участники социологического исследования пользовались для чтения художественной литературы компьютерами и планшетами: каждый день находили время на чтение 2%, раз в неделю – 6%, раз в месяц – 7%, а у 74% на это не хватало времени либо желания. Столь же невысокой оказалась популярность электронных книг на е-ридерах – 81% опрошенных за год не воспользовались таким форматом чтения ни разу, по 6% уделяли время электронным книгам ежемесячно и еженедельно, и лишь 2% предавались чтению каждый день.

Проведённый в 2014 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения опрос также продемонстрировал снижение потребности в чтении: 36% россиян признались, что «практически не читают книг». Как отмечают специалисты «Левада-центра», приведённые цифры близки и к аналогичным показателям 2012 года, когда о ежедневном чтении бумажных книг заявили 15% опрошенных, а вариант ответа «практически никогда» выбрали 29%.

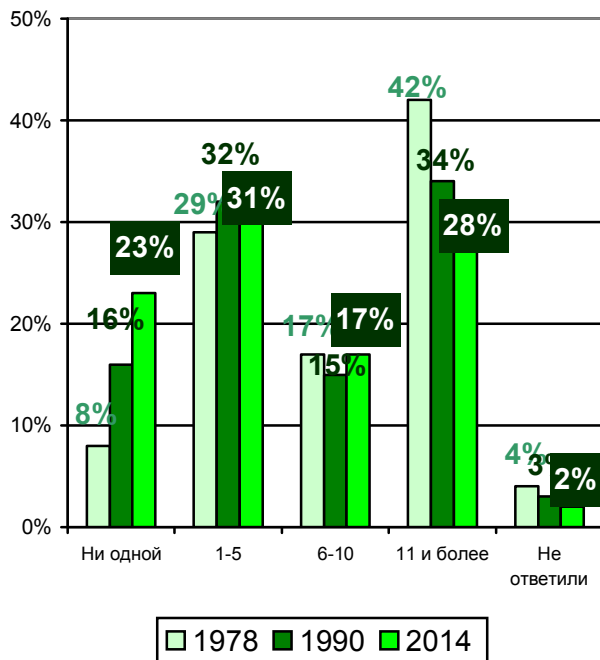
Участников опроса 2015 года также попросили назвать имена любимых писателей. Наибольшей популярностью, судя по ответам, пользуются классики русской литературы: Александр Пушкин (его упомянули в качестве любимого автора 13% респондентов), Лев Толстой (6%), Фёдор Достоевский (5%) и Михаил Булгаков (4%). Современные же авторы, в числе которых назывались Дарья Донцова, Борис Акунин, Татьяна Устинова и Александра Маринина, набрали по 3 и менее процента голосов.

Приведём также результаты некоторых исследований, дающих представление о читательских привычках за рубежом.

Любопытные данные книгопотребления в США приводит американский исследовательский центр Pew Research Center (Pew), изучивший тенденцию чтения в этой стране с 1978 года (см. рис. 64).

Рис. 64.

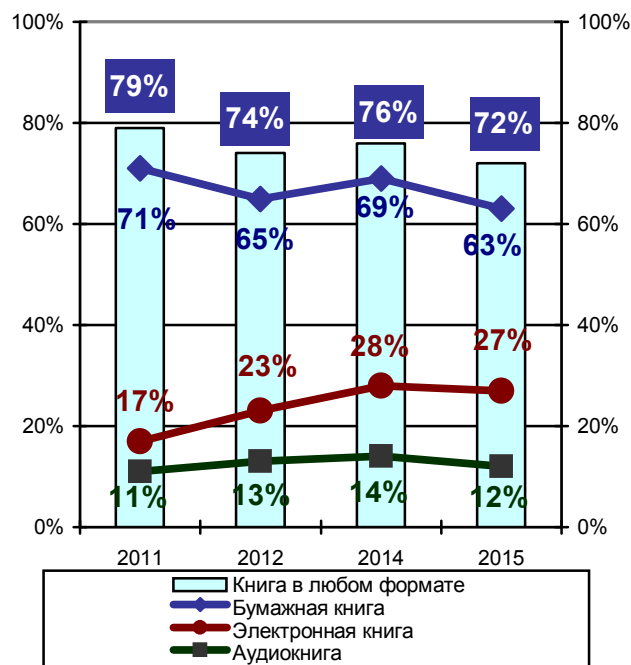
Количество книг, прочитанных взрослыми (18+) американцами за год



Источники: исследовательские центры Gallup (1978, 1990) и Pew (2014).

Рис. 65.

Чтение (потребление) книг в различных форматах взрослыми (18+) американцами в 2011-2015 гг.



Источник: исследовательский центр Pew.

В 1978 году Институтом Гэллага (американский институт общественного мнения) было обнаружено, что 42% взрослых американцев прочитали 11 книг и более. Сегодня число таких американцев, по данным исследовательского центра Pew, не превышает 28%. В то же время доля американцев, не прочитавших за последний год ни одной книги, с 1978 по 2014 гг. увеличилась с 8% до 23%. Тем не менее, последняя цифра заметно меньше, чем доля нечитающих россиян. При этом исследователи центра Pew отмечают, что число американцев, читающих книги ради удовольствия (не связанного с учёбой или работой) перестало уменьшаться: их сегодня столько же, сколько и в 2002 году, когда ещё не было повального увлечения социальными сетями, а именно 52%.

По данным исследовательского центра Pew, в 2015 г. семь из десяти взрослых американцев (72%) читали (полностью или частично) книгу в любом из возможных форматов (см. рис. 70). Эта цифра на 7 п.п. ниже, чем было выявлено в 2011 г.

Исследование показало, что в 2015 г. электронные книги в течение последних 12 месяцев читали 27% американцев, что на 10 п.п. больше, чем в 2011 г. При этом многолетние наблюдения исследовательского центра показывают, что доля взрослых американцев, потребляющих аудио-книги, практически не меняется и сохраняется на уровне 11-12%.

Многие книгоиздатели, научные работники и предприятия розничной книжной торговли интересуются, может ли введение электронных книг оказать влияние на традиционное книгопотребление, или же оно приведёт к снижению количества книг, прочитанных в печатном виде. Данные в 2015 года показывают незначительное

снижение количества взрослых американцев, которые читают печатные книги: в 2015 г. 63% из них отметили, что они читали хотя бы одну книгу в бумажной форме по сравнению с 69%, которые сказали то же самое в 2014 г. и 71% в 2011 г.

Данные проведенного опроса свидетельствуют, что в области книгопотребления американцы по-прежнему остаются «гибридными потребителями», т. е. читают как печатные, так и электронные книги. По данным Ассоциации американских издателей, продажи электронных книг, которые составляют в США сегодня около 20% рынка, в последнее время резко замедлились, в то время как продажи печатных книг, напротив, остаются довольно сильными.

По данным международной исследовательской компании Publishing Technology, специализирующейся на исследованиях в области издательской индустрии, в 2014 году среди американских читателей в возрасте от 18 до 34 лет 79% прочитали хотя бы одну бумажную книгу, в то время как электронную – лишь 46%. В Великобритании бумажные книги читало 64%, в то время как электронные – 28%.

По данным исследования, о новых книгах читатели узнают как из личных рекомендаций, так и с помощью онлайн-поиска. 45% опрошенных заявило, что узнало о новинках от знакомых, 34% – в социальных сетях, 32% – с помощью поиска в Интернете, а 25% – изучая стенды в книжном магазине либо в библиотеке.

Большинство опрошенных предпочитают приобретать книги оффлайн: в сетевых книжных (52%), букинистических магазинах (45%) либо брать в аренду в публичных библиотеках (53%). Онлайн покупают книги только 40% опрошенных. При покупке электронных книг 57% респондентов предпочитают совершать транзакцию в мобильном приложении, 42% – напрямую на устройстве для чтения, а 22% предпочитают выкупать электронную подписку.

Почти треть респондентов заявила, что больше читать электронные книги их может побудить возможность свободно делиться этими книгами с другими. Кроме того, на популярность электронных книг может повлиять снижение цен (для 55%) и взаимодополнение электронных книг бумажными аналогами (37%). Десятая часть опрошенных предпочла бы читать в электронном виде небольшие прозаические произведения либо платить за книгу по главам.

3.2. Тенденции развития рынка электронных книг

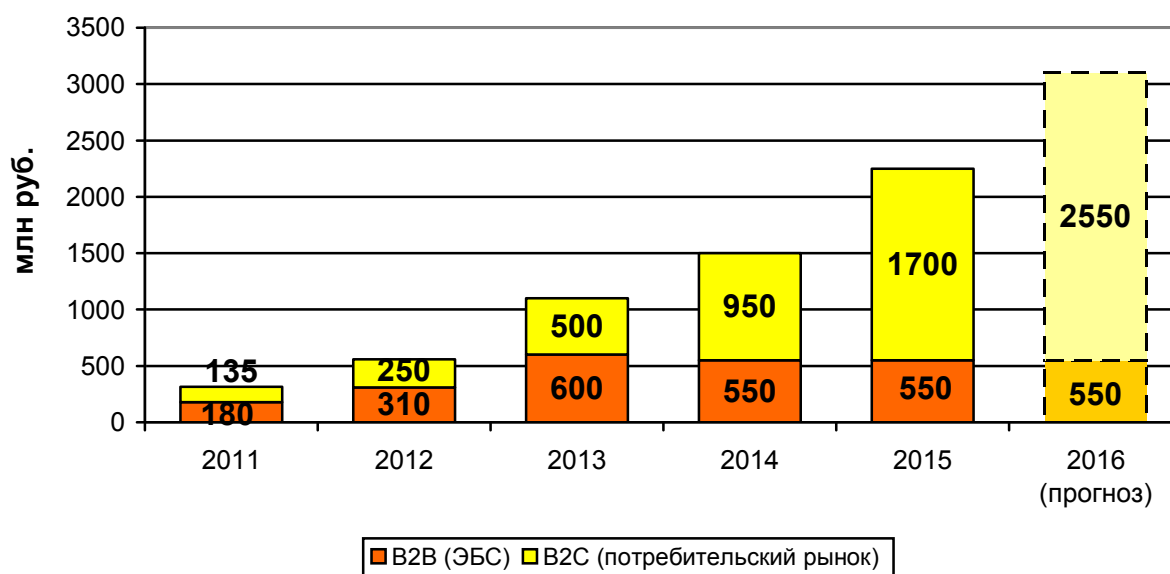
По данным компании «ЛитРес», в России объем **B2C-сегмента** рынка электронных книг в России в 2015 г. составил 1700 млн руб. (плюс 79% к 2014 г.) (см. рис. 66). Аналогичные темпы роста прогнозируются «ЛитРес» и на 2016 г., по итогам которого объем B2C-сегмента рынка электронных книг в России может достичь объема в 2550 млн руб.

Период стагнации переживает сейчас **B2B-сегмент** рынка электронных книг (электронно-библиотечные системы – ЭБС). Несмотря на продажи ВУЗам и библиотекам и на инфляцию, этот сегмент рынка электронных книг в 2015 г. остался на уровне прошлых годов 500–600 млн руб. Фактически сегодня B2B-сегмент рынка электронных книг (ЭБС) сжимается, теряя и игроков, и клиентов.

В целом оборот электронных книг в России по-прежнему невелик и суммарно по итогам 2015 г. не превышает 3% от объема рынка печатной книги.

Рис. 66.

Динамика роста легального рынка электронных книг в России в 2011-2016 гг., млн руб.

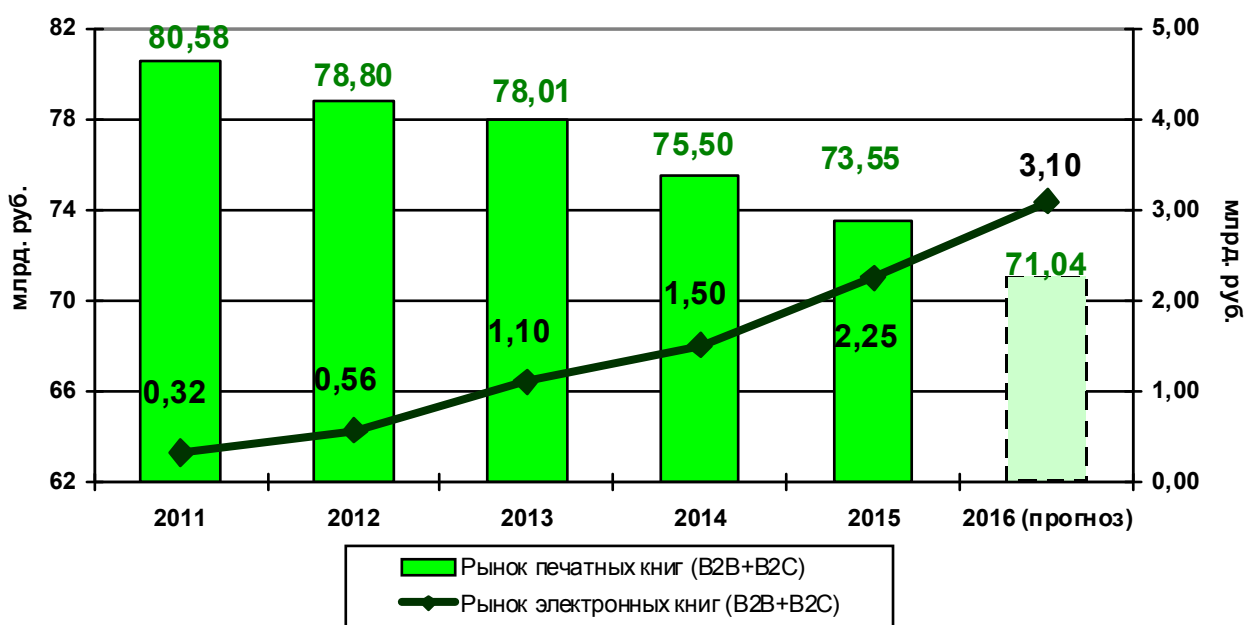


Источник: компания «ЛитРес».

Согласно прогнозам журнала «Книжная индустрия», объем рынка электронных книг в России в 2016 г. составит 3,1 млрд. руб. что составит 4,4% к обороту книжной отрасли по печатной книге (см. рис. 67).

Рис. 67.

Динамика рынка традиционных и электронных книг в 2011-2016 гг.

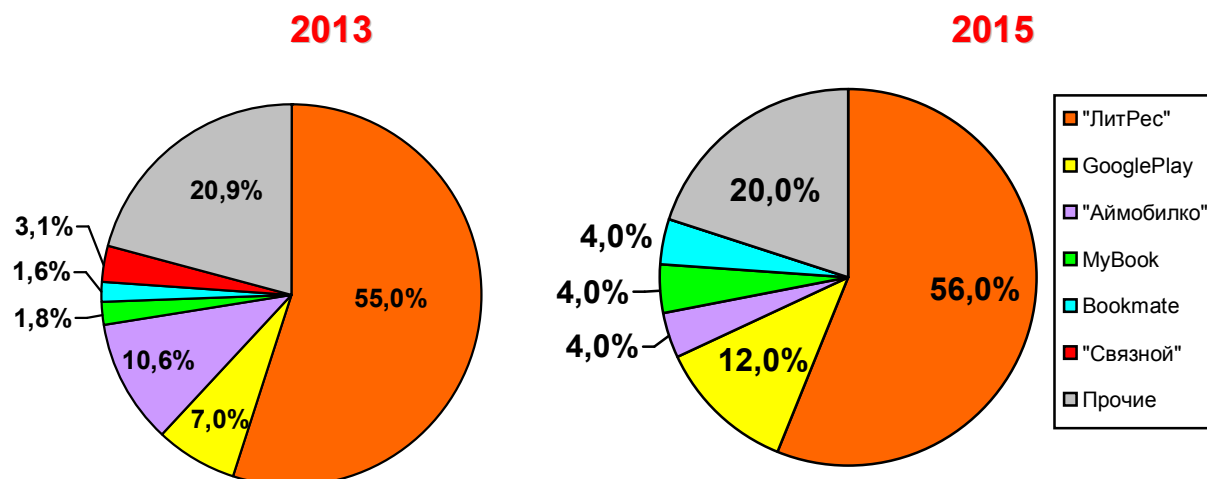


Источник: аналитика журнала «Книжная индустрия».

Согласно данным компании «ЛитРес», ключевыми игроками на рынке электронной книги в России по итогам 2015 г. стали «ЛитРес» (56%) и «GooglePlay» (12%) (см. рис. 68), причем доли этих дистрибьюторов цифрового контента относительно стабильны последние два года.

Рис. 68.

Распределение долей игроков на рынке электронной книги России в 2013-2015 гг.

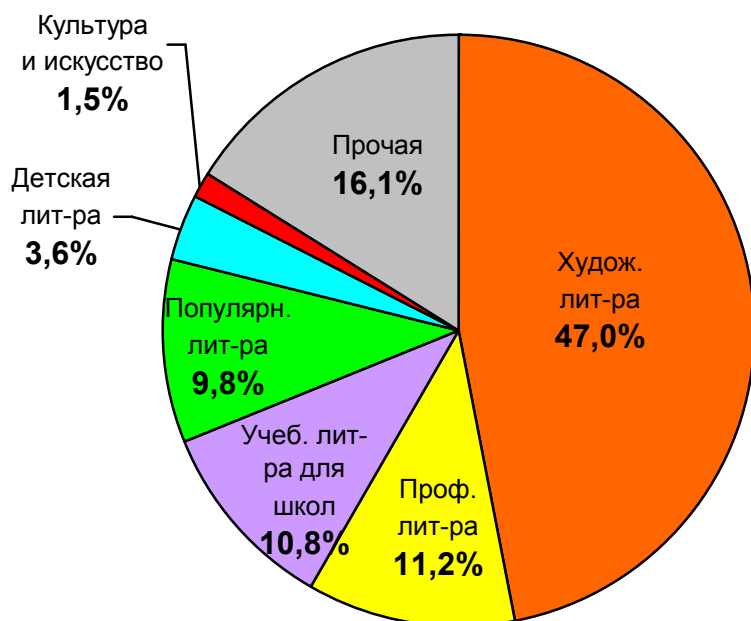


Источник: компания «ЛитРес».

Каталог электронных книг компании «ЛитРес» по состоянию на декабрь 2015 г. насчитывает 750 000 наименований, в том числе 17% книг на русском языке; ассортимент аудиокниг – 6500 наименований. Основу каталога компании составляет художественная литература (47%) (см. рис. 69). Основными партнёрами компании «ЛитРес» являются издательства «Эксмо», «АСТ», «Манн, Иванов и Фербер», «Альфа-книга», «Ридеро». Ежемесячное количество скачиваний контента в «ЛитРесе» в 2015 г. составило 374 000 (+38% к 2014 г.), а наиболее востребованная клиентами тематика – детективы, эротика, фантастика / фэнтези. Среди предпочитаемых сервисов – приложения «Читай!» и «Слушай!» (для iOS и Android), сайт www.litres.ru (онлайн-чтение, скачивание книг на ридер), приложение для Android «Читай! Бесплатно», приложение MyBook с подпиской на книги.

Рис. 69.

Ассортиментная карта компании «ЛитРес», июль 2015 г.

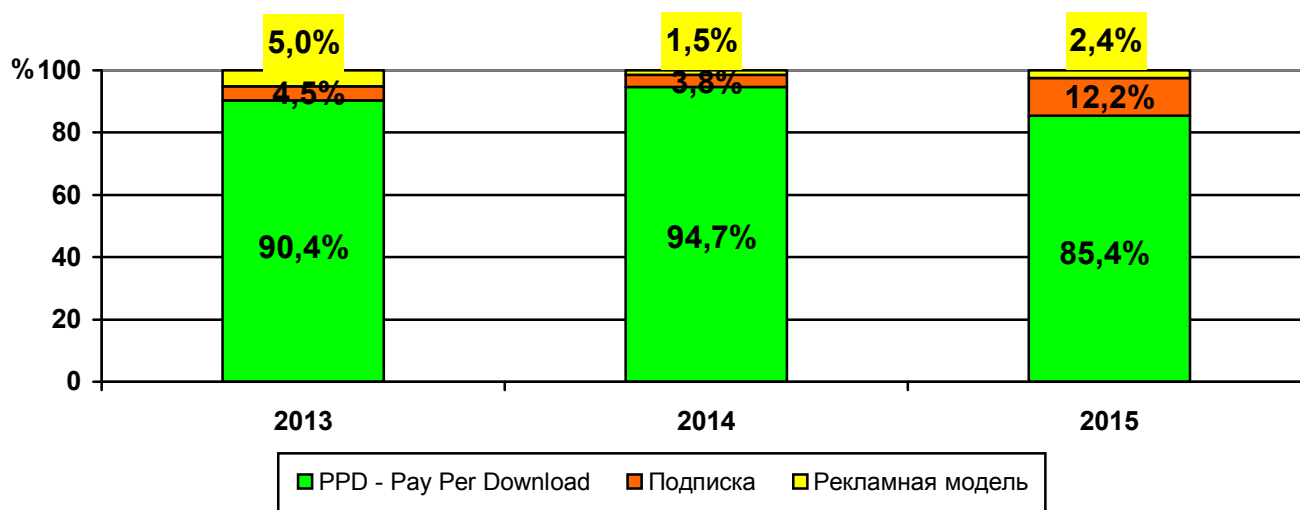


Источник: компания «ЛитРес».

Основной моделью монетизации электронных книг в России, по данным компании «ЛитРес», остается «оплата за скачивание». Однако, в 2015 г. модель подписки также продемонстрировала активный рост (порядка 12,2%), что связано с сильной позицией данной модели в AppStore. Доля «рекламной» модели на рынке электронных книг пока сохраняется на уровне 2,4% (см. рис. 70). Для сравнения, в США модель подписки занимает менее 0,5%, а рекламная – десятые доли процента, позволяя лишь знакомить людей с электронной книгой как явлением.

Рис. 70.

Распределение долей между различными моделями монетизации электронных книг в РФ в 2013-2015 гг.



Источник: компания «ЛитРес».

На большинстве крупных рынков Западной Европы издатели устанавливают фиксированные цены на электронные книги, и поставщики контента получают лишь процент скидки. Таким образом, для читателя приобретение книги в электронном формате не является серьезным «дисконтным бонусом». В России, по данным журнала «Книжная индустрия», средняя цена на электронные книги по-прежнему значительно ниже цены «бумажного» аналога и по состоянию на 2015 год в среднем составляет 136,78 руб. В сравнении с 2014 г. стоимость электронных книг в России выросла на 27,06%.

В табл. 38 представлена средняя цена бумажной и электронной книги в России в 2011–2015 гг.

Табл. 38.

Средняя цена бумажной и электронной книги в России в 2011–2015 гг.

Годы	Средняя цена бумажной книги в прайсе издателя, руб.	Средняя цена реализации бумажной книги в ритейле, руб.	Средняя цена электронной книги, руб.*	Сопоставление (бумажный ритейл к цифровой дистрибуции), %
2011	101,70	158,71	72,46	219
2012	104,21	160,83	78,60	205
2013	107,73	164,84	92,68	178
2014	124,43	191,09	107,65	177
2015	157,40	217,18	136,78	159

*Средневзвешенный показатель (текстовый и аудиоформат) по данным компаний «OZON» (до 2014 года), «ЛитРес», «Google Play».

Источники: данные проекта «Книжный рынок России – 2010–2016», экспертный опрос (январь 2012/2013/2014/2015/2016 года), аналитика журнала «Книжная индустрия».

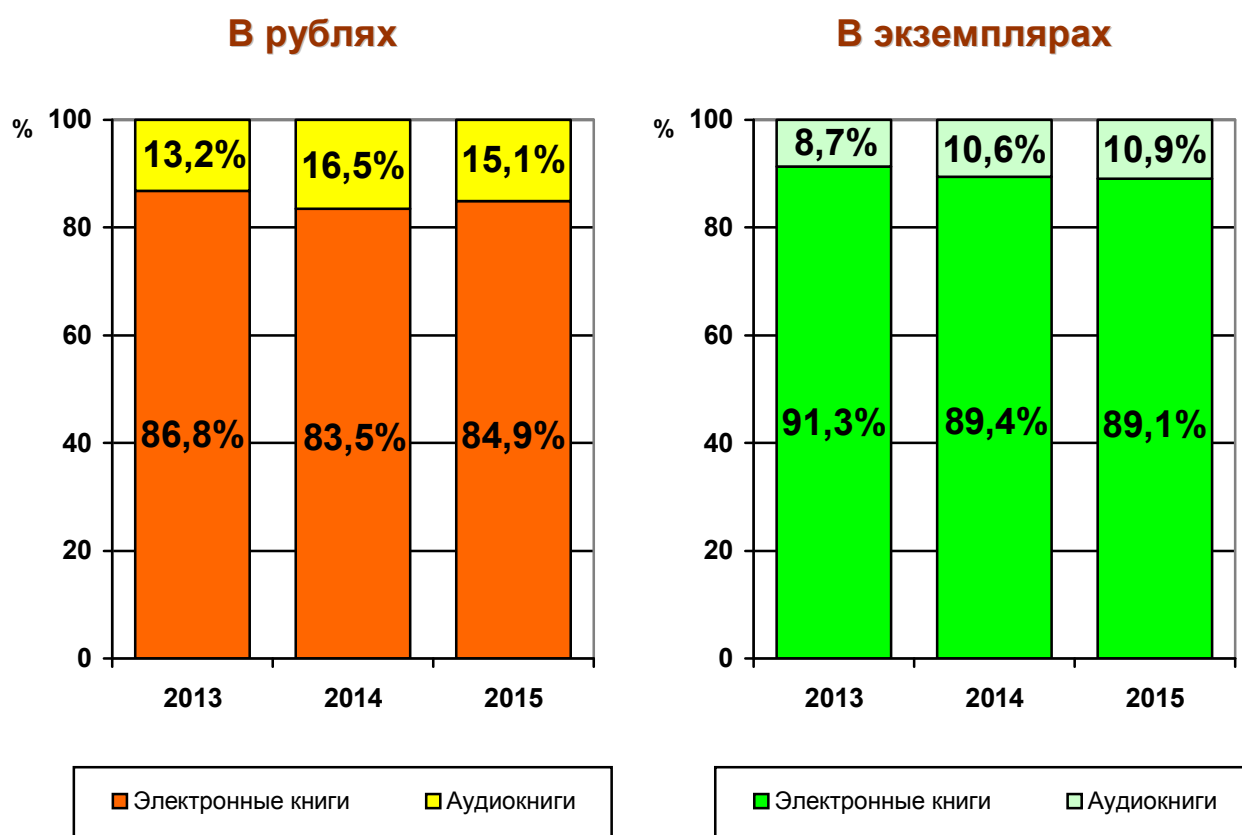
Несколько иные данные по стоимости электронных книг в России приводит Российская ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК). Согласно данным исследования РАЭК средняя стоимость электронной книги в России по итогам 2015 г. составила 99 руб. (в 2014 г. – 97,65 руб.). А за период с 2011 г. по 2015 г., согласно данным компании, средняя стоимость электронных книг в России выросла на 37%.

Объём продаж электронных книг в «ЛитРес» с 2014 по 2015 г. вырос на 59% и составил 83,4 млн рублей. Средняя цена увеличилась на 33% и достигла 172,8 рубля, а средний тираж составил 4825 экземпляров.

Распределение выручки компании «ЛитРес» и партнёров между электронными и аудиокнигами в 2013–2015 гг. представлено на рис. 71.

Рис. 71.

Распределение выручки компании «ЛитРес» и партнёров между электронными и аудиокнигами в 2013–2015 гг.



Источник: компания «ЛитРес».

По данным исследования журнала «Книжная индустрия», средний чек покупателя электронного контента у легального поставщика в Рунете в 2015 г. демонстрирует широкий диапазон значений в зависимости от дистрибьютора или тематики контента – от 140 до 192 рублей (средневзвешенный показатель – на уровне 160,67 руб. с динамикой роста + 30% к данным 2014 г.).

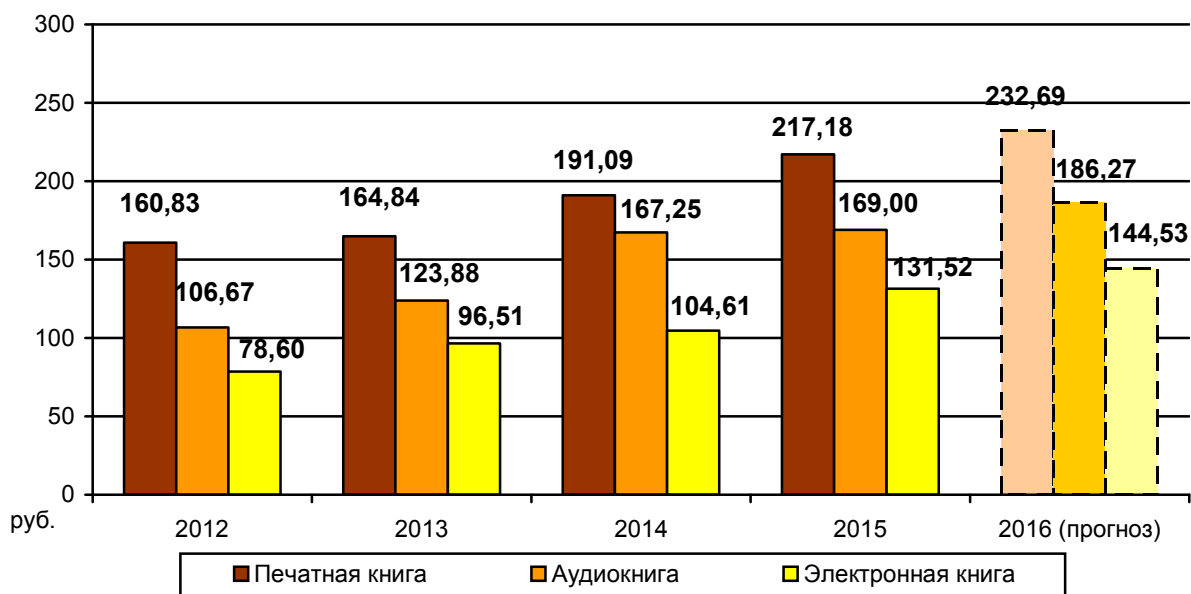
Агрегаторы электронного контента мотивированы в первую очередь на маркетинг именно электронных книг и продвижение самого процесса «электронного книгопотребления». Например, компания «ЛитРес» в 2015 г. потратила порядка 15 млн рублей (+50% к 2014 году) на продвижение электронных книг. Только на сайте этого дистрибьютора было проведено около 100 мероприятий, а также 1400 акций в

интернет-пространстве (на сайтах партнеров, социальных сетях и пр.), включая 12 выходов на цифровом TV. Самыми масштабными инициативами «ЛитРеса» стали реализованные с июля по декабрь 2015 г. на площадке аэропорта Шереметьево (Москва) проект «Книга в дорогу» и совместный с оператором МТС проект «Мобильная библиотека».

На рис. 72 представлена динамика средней цены предложения в цифровом и бумажном сегменте книжного рынка России в 2012–2016 гг.

Рис. 72.

Динамика средней цены предложения в цифровом и бумажном сегменте книжного рынка России в 2012–2016 гг.



Источник: журнал «Книжная индустрия».

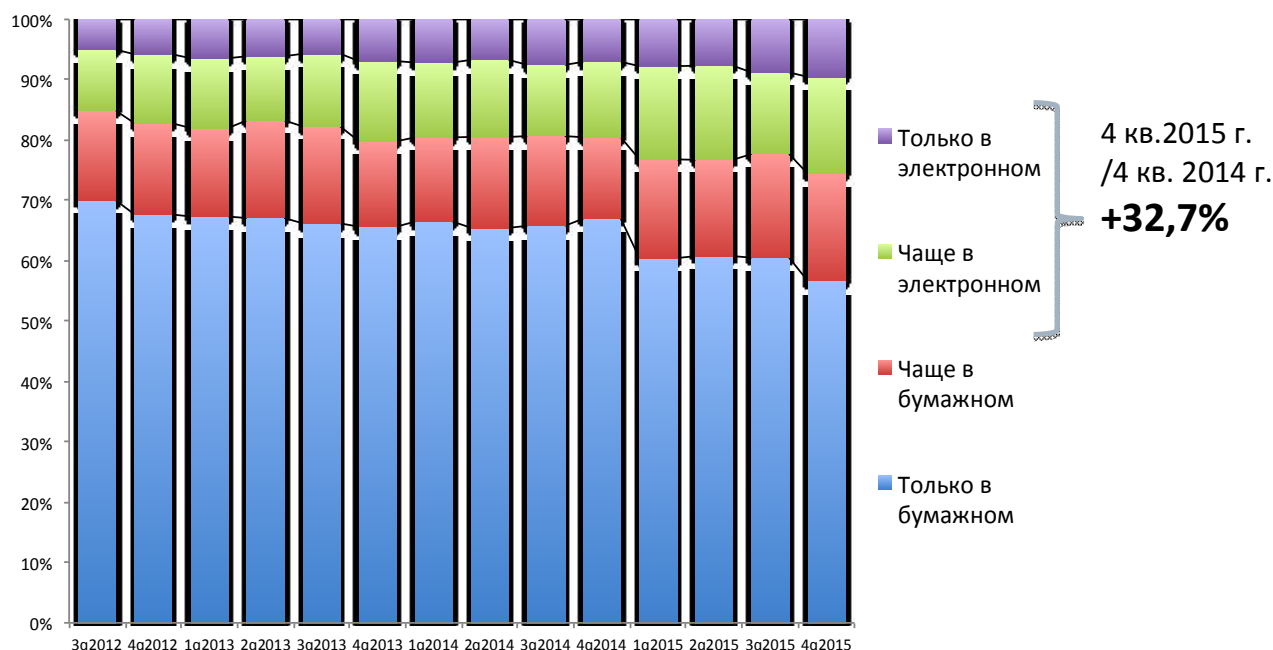
По данным исследования целевых групп потребителей товаров, услуг и средств массовой информации «Российский индекс целевых групп», проводимого компанией Ipsos Comcon, число читателей, предпочитающих электронную книгу бумажной, с 4 квартала 2014 г. по 4 квартал 2015-го выросло на 32,7% и составило около 10 млн человек (см. рис. 73).

Аудиокниги также являются заметным продуктом на рынке литературного цифрового контента. По данным исследования журнала «Книжная индустрия», в 2015 г. легальный рынок аудиокниг продемонстрировал быстрые темпы роста (+127% к уровню 2014 г.). Однако абсолютные суммы оборота рынка аудиокниг в России пока не превышают 250 млн руб., т.е. 15–17% от общего объёма продаж цифрового литературного контента. Однако, согласно прогнозам компании «ЛитРес», аудиокниги в ближайшем будущем смогут стать самостоятельным активно растущим рынком.

Этот тренд характерен и для мирового книгоиздания. Так, согласно проведённому в 2014 г. исследованию британского отраслевого журнала The Bookseller, доля издателей, выпускающих мультимедийные книги (приложения), в 2015 г. сократилась с 50,8% до 46,2%, в то время как число тех, кто производит аудиоконтент, выросло с 39,3% до 47,5%. Издатели считают, что цифровые технологии упрощают и делают более прозрачными процессы производства и доставки аудиоконтента.

Рис. 73.

Доли читателей, предпочитающих книги в различных форматах



Источник: Ipsos Comcon.

По данным экспертов, основными драйверами роста рынка электронных книг являются:

- рост популярности электронной книги
- рост тиражности продаваемых в электронном виде наименований
- рост средней цены электронной книги вслед за бумажным аналогом
- продолжение роста в сегменте аудиокниги
- рост модели подписки как в сегменте электронной так и аудио- книги
- развитие самиздата
- рост проникновения цифровой книги в библиотечную сферу
- вступившие в силу с 1 мая 2015 года новые поправки к антипиратскому закону. Эффективное использование принятых норм должно позволить рынку электронной книги сохранить высокие темпы роста в 2016-2017 гг.

К сдерживающим факторам развития рынка цифровой книжной дистрибуции в России можно отнести:

- снизившийся, но всё-таки по-прежнему достаточно высокий уровень книжного интернет-пиратства;
- очевидную монополию в сегменте B2C продаж (успех любой новой закрытой платформы в России зависит от поддержки монополиста по объему портфеля электронных авторских прав – компании «ЛитРес»);
- сокращение инфраструктуры, уход с рынка в том числе и сильных игроков (в 2014 году прекратила заниматься электронными книгами компания «OZON» (с момента приобретения доли в «ЛитРес»), а компания «Wexler» – ушла с рынка);
- заниженная оценка бизнес-возможностей цифровой дистрибуции владельцами авторских прав.

В табл. 39 приведён топ-10 книжных бестселлеров рынка электронных книг за 2015 г., рассчитанный по совокупности ряда факторов российским отраслевым информационно-аналитическим интернет-порталом Pro-Books на основе продаж в магазинах Ozon и Litres.

Табл. 39.

Топ-10 книжных бестселлеров рынка электронных книг за 2015 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство
1.	Робертс Г.Д.	Шантарам	Азбука-Аттикус
2.	Тaleb Н.Н.	Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса	Азбука-Аттикус
3.	Кауфман Дж.	Сам себе МВА. Самообразование на 100%	Манн, Иванов и Фербер
4.	Халилов Д.	Маркетинг в социальных сетях	Манн, Иванов и Фербер
5.	Джеймс Э.Л.	Пятьдесят оттенков серого	Эксмо
6.	Мойес Д.	До встречи с тобой	Азбука-Аттикус
7.	Вуйчич Н.	Жизнь без границ. Путь к потрясающе счастливой жизни	Эксмо
8.	Джеймс Э.Л.	На пятьдесят оттенков темнее	Эксмо
9.	Джеймс Э.Л.	Пятьдесят оттенков свободы	Эксмо
10.	Батырев М. (Комбат)	45 татуировок менеджера. Правила российского руководителя	Манн, Иванов и Фербер

Источник: информационно-аналитический портал www.pro-books.ru.

В отличие от растущего потребительского сегмента рынка книжной цифровой дистрибуции ниша **электронных библиотечных систем** (ЭБС) научного и образовательного контента переживет период стагнации и, по мнению некоторых аналитиков, достигла «потолка» развития. Общий объём продаж ЭБС в России в 2015 г. оценен экспертами в 550 млн руб. (нулевой рост к 2014 г.). Прогнозируется, что в 2016 г. торговый оборот сегмента останется на прежнем уровне. Рынок ЭБС, как и все бюджетно зависимые сегменты книжной отрасли, испытывает сегодня определенные трудности.

Отмена приказа Минобрнауки России от 05.09.2011 № 1953 «Об утверждении лицензионных нормативов к наличию у лицензиата учебной, учебно-методической литературы и иных библиотечно-информационных ресурсов и средств обеспечения образовательного процесса по реализуемым в соответствии с лицензией на осуществление образовательной деятельности образовательным программам высшего профессионального образования», который жестко оговаривал прежде всего обязательные для ВУЗа количественные характеристики ЭБС (количество наименований учебников, монографий, журналов), в одночасье превратила упорядоченный сегмент электронно-библиотечных систем в рынок со свободной конкуренцией. Понятие ЭБС в Федеральном государственном образовательном стандарте (ФГОС) сохранилось, но не как самостоятельный показатель, а как один из каналов формирования книгообеспеченности учебного процесса. Это позволило ВУзам не гнаться за количественными показателями, более тщательно выбирать необходимую им литературу и, соответственно, отсеив с рынка спекулятивные рекламные заявления поставщиков ЭБС, в целом привело к снижению объема закупок.

В 2015 г. работающий по подписной бизнес-модели рынок цифровых библиотек научного и образовательного контента по-прежнему обладал плотной конкурентной структурой и немалым числом игроков, среди которых «Университетская библиотека онлайн» (ООО «Директ Медиа»), ZNANIUM.com (издательство «ИНФРА-М»), IPRbooks (ООО «Ай Пи Эр Медиа»), «Консультант

студента» (ИГ «ГЭОТАР-Медиа»), электронная библиотека издательства «Лань» и пр. Их клиенты – российские вузы при минимальном участии прочих корпоративных и частных лиц. Причем в отличие от рынка печатной книги рынок ЭБС и цифровых издательских коллекций обладает сбалансированной географической структурой. На Москву приходится от 10 до 30% суммарного объема продаж владельца электронной коллекции (в т.ч. ЭБС), на вузы Санкт-Петербурга – от 5 до 10%, на другие регионы России – от 60 до 85%. В списке наиболее активных подписчиков ЭБС в ходе экспертного опроса (февраль 2016 года) названы преимущественно региональные вузы: Алтайский ГТУ им. И.И.Ползунова, Башкирский ГУ, Оренбургский ГУ, Тюменский ГУ, Челябинский ГУ, Уральский федеральный университет имени первого президента России Б.Н. Ельцина, Кубанский ГУ и пр. Иными словами, региональное высшее образование формирует большую часть доходов этого бизнеса.

Базовыми приоритетами библиотек при закупке электронного контента у сторонних поставщиков ЭБС являются два момента: востребованность тематики читателями библиотеки и лояльная ценовая политика (выгодные условия закупки). Все остальные рыночные, содержательные или технологические характеристики сторонних ЭБС и цифровых коллекций менее значимы. В среднем стоимость доступа к одной электронной книге ЭБС по состоянию на январь 2016 года составляет 50–100 рублей, а подписка на 100 рабочих мест колеблется в ценовом диапазоне 60–80 тыс. рублей. Из особых технологических/сервисных требований можно выделить обязательное наличие всех видов доступа и возможность расширенного поиска, в т.ч. полнотекстового, а в качестве дополнительных сервисов – детектор плагиата, сервис публикации студенческих работ, LMS Moodle, статистика Counter и пр. Как правило, агрегаторы электронного контента в сервисной составляющей оперативно дублируют технические решения коллег, что в итоге приводит к полной идентичности предложений. Долгосрочного конкурентного преимущества в техническом/сервисном смысле на этом рынке достичь практически нереально.

По сути, сегодня рынок электронно-библиотечных систем для всех ступеней образования представляет собой прямые продажи, когда агрегатор контента выстраивает личные взаимоотношения с каждым клиентом по типу «дверь в дверь». Никакой единой площадки для демонстрации возможностей каждой конкретной ЭБС или хотя бы списка ЭБС, официально предлагающих свои услуги на рынке, не существует. Рынок не имеет внятной структуры, фиксированного каскада цен и стандартизированных характеристик товарного предложения. Клиенты ЭБС-сервисов вынуждены ориентироваться во фрагментарном предложении своих традиционных (по опыту поставки печатных изданий) поставщиков.

Большое влияние на развитие рынка электронных книг оказывает развитие **рынка электронных читающих устройств.**

Исследование пользования тем или иным мобильным гаджетом провела компания RocketBook. Опрос проходил с апреля по июнь 2015 года на сайте mobile-review.com. Исследование показало основные предпочтения читателей России. В опросе приняло участие более 4600 участников. Большую часть читающей аудитории составляют люди в возрасте 31-41 год (34%) и 24-30 лет (29%). 75% опрошенных являются жителями больших российских городов (городов-миллионников и Москвы); 7% проживают в Белоруссии, Украине и других странах постсоветского пространства. В ходе опроса также выяснилось, что подавляющее большинство опрошенных владеют 2-3 мобильными гаджетами, среди которых преобладают смартфоны и планшеты. На втором месте группа тех, кто владеет 3-5

гаджетами. Аргументируют пользователи такое количество тем, что для каждой функции лучше всего использовать специально созданное для этого устройство.

Россияне предпочитают читать как в спокойной домашней обстановке (59%), так и по пути на работу (31%). А вот в путешествиях и в отпуске читают мало – всего 8%. Предпочтения – мобильные электронные устройства, среди которых популярны смартфон (31%), планшет (20%) и устройства для чтения электронных книг с E Ink экраном (28%). Бумажные издания до сих пор пользуются заслуженной популярностью – 12%. Россия по-прежнему является читающей страной: 32% читателей успевают прочесть 1-3 книги в месяц. 22% читает от 3 до 5 книг за месяц, а 21% осиливает лишь одну книгу за тот же период.

Среди дополнительных функций ридеров, которые привлекают пользователей больше всего, самая востребованная – встроенные словари, которые выбрало 36%. 31% пользователей хотят при помощи электронной книги выходить в Интернет через W-Fi. 16% опрошенных хотят с помощью гаджета слушать музыку и аудиокниги, и 12% активно пользоваться заметками. Игры интересуют лишь 4% опрошенных.

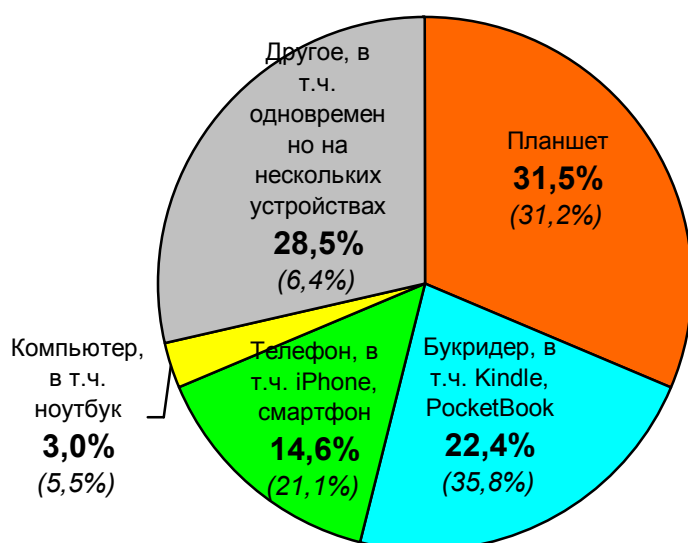
Самой важной функцией в ридере 63% участника назвали подсветку экрана. 14% опрошенных предпочли, чтобы их гаджет был водонепроницаемым. Возможность вводить текст является необходимой для 9%, а сканирование и распознавание только для 8% пользователей. 63% считают необходимым использование практичного чехла для защиты экрана.

При выборе книги большинство участников опроса (51%) полагается на специализированные форумы и рекомендательные сервисы, например ReadRate и BookLand. Остальные используют стандартные поисковики, опираются на мнение друзей и родных, а также доверяют проверенному и хорошо знакомому автору. При этом, только 24% покупают электронный контент через Интернет, 25% с помощью книжных интернет-магазинов, а 49% предпочитают скачивать книги бесплатно.

Пользователи ждут от гаджетов мобильности, адаптивности к окружающим условиям и новых возможностей, например, работу с текстом.

Рис. 74.

Использование различных устройств для чтения электронных книг посетителями книжных магазинов Москвы в 2015 г.



Примечание: в скобках приведены данные 2014 г.

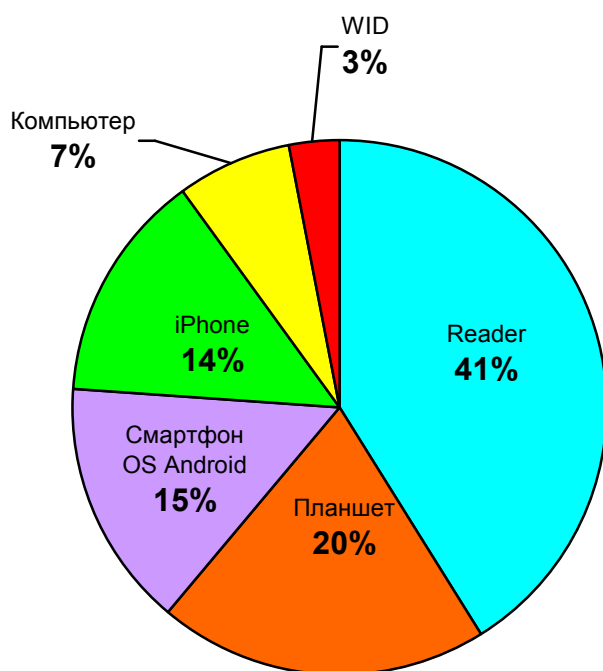
Источник: данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных административных округах г. Москвы (выборка 1000 чел. с учетом офлайн-книготорговой структуры округов, 22–30 сентября 2015 г.)

Социологический опрос клиентов книжных магазинов Москвы, проведенный в сентябре 2015 г. Департаментом СМИ и рекламы правительства Москвы, показал существенное сокращение доли специализированных устройств (e-reader марки Kindle, Pocketbook) для чтения электронных книг (с 35,8% в 2014 г. до 22,4% в 2015 г.) (см. рис. 74). Согласно результатам опроса москвичи всё чаще в плане чтения отдают предпочтение планшетам (31,5%) или одновременному «потреблению» электронных книг на нескольких мобильных устройствах (28,5%).

На рис. 75 представлен уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания легального цифрового книжного контента в России в 2015 г.

Рис. 75.

Уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания легального цифрового книжного контента в России в 2015 г.



Источник: компания «ЛитРес».

IV. ПУТИ РАЗВИТИЯ КНИЖНОЙ ОТРАСЛИ В 2015 Г. И ПЕРСПЕКТИВЫ НА 2016 Г.

4.1. Законодательные инициативы в книжной отрасли

2015 год в России был отмечен рядом законодательных инициатив, затрагивающих книжное дело.

В октябре 2015 г. Государственная Дума приняла в первом чтении законопроект *«О внесении изменений в Федеральный закон «Об обязательном экземпляре документов»*, разработанный Минкультуры России и внесённый на рассмотрение Правительством Российской Федерации. Законопроект вводит понятие электронной копии печатного издания, которую книгоиздатели должны будут передавать в составе обязательного экземпляра в Российскую государственную библиотеку (РГБ).

Работа над совершенствованием законодательства об обязательном экземпляре документов продолжается уже не первый год. С критикой ряда положений разработанного законопроекта выступали Российская книжная палата, Российский книжный союз, Ассоциация книгоиздателей России и другие организации. В настоящее время работа по законопроекту продолжается, в том числе принимая во внимание позицию представителей книжного бизнеса в лице ведущих отраслевых ассоциаций, которые считают, что электронные копии печатных изданий должны представляться не в РГБ, а в филиал ФГУП «ИТАР-ТАСС» – Российскую книжную палату.

Опасения представителей отрасли обусловлены тем, что РГБ является оператором Национальной электронной библиотеки (НЭБ) и переданные издателями в РГБ электронные копии печатных изданий могут попасть в НЭБ, что не исключает доступ к ним неограниченного круга пользователей.

Комитет Государственной Думы по культуре поддержал издательское сообщество, придя к выводу о необходимости доработки законопроекта, включая его терминологический аппарат, и повторного его обсуждения с участием всех заинтересованных сторон.

В 2015 г. Министерство культуры Российской Федерации подготовило законопроект о внесении изменений в *Закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»*, который начал действовать в России 1 сентября 2012 г. и который обязывает указывать возрастное ограничение («18+», «16+», «12+», «6+» и «0+») для книг, журналов, фильмов и других информационных продуктов. Законопроект предусматривает отмену обязательной маркировки детской продукции пометками «0+», «6+», «12+» и «16+» и сохраняет только категорию «18+». Необязательные категории Минкультуры России предлагает оставить на усмотрение производителя.

Проект закона устанавливает также новые суммы штрафов за нарушение закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Штраф для фирм за нарушение общих принципов закона предлагается увеличить с 20–50 тыс. руб. до 1–5 млн руб. Штраф за организацию публичного выступления с использованием нецензурной брани может вырасти до 500 тыс. руб.

Минкультуры России также предлагает не считать вредной для детей информацию, которая может вызвать желание заниматься бродяжничеством или попрошайничеством. Ранее такой запрет не позволял распространять среди детей книги «Карлсон, который живет на крыше», «Приключения Тома Сойера», «Дюймовочка» и другие.

В марте 2016 г. вступило в силу **постановление Правительства Российской Федерации от 7 декабря 2015 г. № 1336 «Об утверждении Правил размещения текстового предупреждения о наличии нецензурной брани на экземплярах отдельных видов продукции»**. Постановление вводит правила размещения текстового предупреждения в виде словосочетания «содержит нецензурную брань» на содержащих ненормативную лексику экземплярах аудиовизуальной продукции, фонограмм и печатной продукции (за исключением продукции средств массовой информации).

На экземплярах печатной продукции, содержащей нецензурную брань, текстовое предупреждение должно размещаться на обложке экземпляра, а также на упаковке такой продукции. Текстовое предупреждение наносится любым доступным способом, цветом, контрастным фоном, легко читаемым шрифтом, и по размеру должно занимать не менее 5% площади поверхности, на которую наносится текстовое предупреждение.

Новые правила не распространяются на деятельность библиотек. Закон однозначно не расшифровывает, кто именно должен устанавливать и наносить предупреждения – производитель или распространитель продукции. Однако, по мнению экспертов, ответственным в первую очередь является производитель печатной или аудиовизуальной продукции. Если же производители не нанесут предупреждение, то это должны сделать продавцы (распространители).

В начале 2016 г. Комитет Государственной Думы по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству рекомендовал принять в первом чтении проект закона **«О внесении изменений в Федеральный закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»**, который устанавливает льготные условия аренды для книжных магазинов, размещаемых в государственных или муниципальных зданиях, в частности, в библиотеках. Законопроект предусматривает возможность заключать договоры аренды государственного имущества для книжных магазинов без проведения конкурса.

В пояснительной записке к законопроекту отмечается: «Возникает необходимость расширения книготорговой сети. Значимым шагом в решении данного вопроса может стать принятие Федерального закона «О внесении изменения в ст. 17.1 федерального закона «О защите конкуренции», который позволит заключать договоры аренды в отношении государственного и муниципального имущества организаций культуры без проведения конкурсов или аукционов в порядке и на условиях, определяемых правительством Российской Федерации».

Предполагается, что такая мера позволит снизить размер арендной ставки по сравнению с рыночной ценой. Для получения льготы арендатор должен иметь возможность использовать не менее 30% площади в качестве литературной гостиной либо книжных клубов. По мнению авторов законодательной инициативы, возможность получать льготы и использовать под библиотеку только часть арендуемой площади «позволит привлечь новый контингент людей, к тому же увеличит среднее время, которое покупатель проводит в книжном магазине». «С любым понравившимся изданием можно будет предварительно ознакомиться за чашкой чая (кофе), если же читателя заинтересует какая-либо книга, то можно будет ее приобрести», – говорится в пояснительной записке к законопроекту.

С 1 июля 2015 года в соответствии с Законом города Москвы от 17.12.2014 г. № 62 **«О торговом сборе»** на территории города был установлен новый вид местного сбора – торговый. С 1 июля 2015 г. данный Закон вступил в силу.

Департамент экономической политики и развития города Москвы определил 15 категорий объектов, владельцы которых будут платить торговый сбор. Это нестационарные объекты и торговля без торгового зала. Фиксированный платёж с них составит ежеквартально 28 350 руб. за МКАД и 40 500 руб. внутри МКАД, в ЦАО – 81 000 руб. Развозная торговля обойдётся в 40 500 руб. в квартал. Такой же сбор установлен для разносной торговли. Отдельно стоящим магазинам, объектам, встроенным в жилые дома, магазинам-павильонам в торговых центрах, магазинам-складам установлен платеж в 60 000 руб., 30 000 руб. и 21 000 руб. в зависимости от их месторасположения. Данные ставки действуют для объектов площадью до 50 кв. м. За каждый лишний метр необходимо доплачивать 50 руб.

Под действие нового налога в Москве подпадает около 130 тыс. индивидуальных предпринимателей и предприятий малого и среднего бизнеса. От него освобождены бюджетные учреждения и отделения почты; сопутствующая торговля в кинотеатрах, театрах, музеях, если выручка от продажи билетов составляет не менее 50%; киоски печати. Сбор также не коснётся обладателей патентов.

К сожалению, к льготам не была отнесена книжная и букинистическая торговля, торговля на книжных выставках-ярмарках, разносная книжная торговля вне зависимости от места ее осуществления.

Данное упущение уже привело к тому, что из-за дополнительной налоговой нагрузки на территории города Москвы с начала 2015 г. прекратили деятельность более 25 книжных и букинистических магазинов, в том числе 10 магазинов сети «Московского Дома книги», букинистический магазин «Медицинская книга», работавший в Камергерском переулке с 1936 года.

Проведенный в 2015 г. НП «Альянс независимых книгоиздателей и книгораспространителей» анализ показал, что в связи с применением торгового сбора в городе Москве могут прекратить работу ещё не менее 30 книжных и букинистических магазинов, в том числе 12 магазинов сети «Московского Дома книги», более 10 букинистических и 7 небольших книжных магазинов.

НП «Альянс независимых книгоиздателей и книгораспространителей» выступил с инициативой рассмотреть возможность внесения в Московскую городскую Думу проекта изменений в Закон города Москвы от 17 декабря 2014 г. № 62 «О торговом сборе», предусматривающих освобождение от торгового сбора книжной и букинистической торговли, торговли на книжных выставках-ярмарках, разносной книжной торговли вне зависимости от места её осуществления.

Во второй половине 2015 г. Министерство экономического развития Российской Федерации разработало проект Федерального закона «О внесении изменений в статью 411 части второй Налогового кодекса Российской Федерации», в котором предложило освободить от торгового сбора организации, осуществляющие розничную торговлю книгами в специализированных магазинах, удельный вес доходов за календарный год от реализации книжных и печатных изданий которых в общей сумме их доходов составляет не менее 70%. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, рассмотрев данный законопроект, предложило снизить долю удельного веса доходов от реализации книжных и печатных изданий в общей сумме годовых доходов организаций, осуществляющих розничную торговлю книгами в специализированных магазинах, до 60%.

В своей позиции Роспечать исходила из того, что в настоящее время у подавляющего большинства организаций, преобладающая деятельность которых заключается именно в торговле книгами, удельный вес доходов за календарный год

от реализации книжных и печатных изданий составляет 50-60%. Такая ситуация характерна и для ряда книготорговых предприятий Москвы и Санкт-Петербурга (в частности, для тех московских книжных магазинов, которые могут быть закрыты в 2016-2017 гг.), и для большинства региональных книготорговых предприятий. Таким образом, установление «порога» для введения торгового сбора в размере 70% удельного веса реализации книжных и печатных изданий не привело бы к ожидаемой стабилизации объёма основных показателей книжного рынка и к укреплению российской книжной отрасли.

В начале 2016 г. проект Федерального закона «О внесении изменений в статью 411 части второй Налогового кодекса Российской Федерации» с изменениями, предложенными Роспечатью, был направлен на согласование в Министерство экономического развития Российской Федерации.

24 ноября 2014 г. был подписан Федеральный закон № 364-ФЗ ***«О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации»***, который расширил действие Федерального закона от 2 июля 2013 г. № 187-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях» (далее – ФЗ-187, «антипиратский» закон) для его правоприменения в отношении всех объектов авторских прав (кроме фотографий) с возможностью заблокировать ресурс навсегда без права на разблокировку.

Действующий механизм законодательного регулирования предусматривает, прежде всего, оперативное принятие мер по ограничению доступа к ресурсам, использующим объекты авторских и смежных прав без разрешения правообладателя. Данная процедура предполагает обращение последнего в Мосгорсуд с заявлением о применении предварительных обеспечительных мер. Суд в течение одного дня выносит определение о запрете соответствующему ресурсу распространять или создавать технические условия для распространения того или иного контента. На подачу искового заявления отводится 15 дней. В течение этого времени ресурс остаётся заблокированным, а определение передаётся в Роскомнадзор, который уведомляет об этом владельца ресурса и провайдера хостинга.

В рамках действия этого механизма Мосгорсуд вынес более 400 определений, из них около 30 – по печатным произведениям (с 1 мая 2015 г., когда вступила в действие расширенная версия ФЗ-187). Вместе с тем, только примерно половина определений превращаются в исковые заявления: в течение 15 дней либо информация удаляется, либо правообладатели устанавливают контакт с владельцами ресурсов и определяют пути совместной работы, т.е. легализуют контент.

С момента вступления в силу с 1 мая 2015 г. новых поправок к «антипиратскому» закону уровень пиратства в России в сфере электронных книг начал снижаться. На сегодняшний день заблокировано более 200 нелегальных ресурсов, среди них такие, как flibusta.net, knigian.net, lovaread.ws, bugabooks.com, advice-me.com – электронные библиотеки «пиратского» контента. Также по иску издательства «Эксмо» Мосгорсуд навсегда заблокировал сайт rutracker.org. Причиной «пожизненной» блокировки торрент-трекера rutracker.org стали книги писателей Александра Громова и Дарьи Донцовой. За время действия закона им воспользовались многие издательства, выпускающие литературу различных видов, среди которых «Эксмо», «Экзамен», «Проспект», «ЛитСовет», «Учитель», «РИПОЛ

классик» и др. В ряде случаев за защитой своих прав обращаются и авторы произведений.

Весомый вклад в процесс борьбы с нелегальным цифровым контентом внесла Ассоциация по защите авторских прав в Интернете (АЗАПИ). Так, с ресурса «Имхонет» с трафиком около 7–8 млн посетителей в месяц, благодаря усилиям Ассоциации, был удалён весь пользовательский контент, с «Флибусты» снято более 8 тыс. наименований книг. С сайта социальной сети «ВКонтакте» в течение нескольких месяцев подряд удалялось 15–20 тыс. файлов. В общей сложности в 2015 г. с различных ресурсов снято свыше 100 тыс. ссылок на бесплатное «пиратское» скачивание книг.

В целом, анализ правоприменения антипиратского законодательства за последние два года свидетельствует о расширении аудитории легальных ресурсов, налаживании диалога между производителями контента и его распространителями.

В сентябре 2015 г. Министерство юстиции Российской Федерации зарегистрировало новую структуру, которая объединила три крупнейшие общества защиты авторских прав в России – Российское авторское общество (РАО), Российский союз правообладателей (РСП) и Всероссийскую организацию интеллектуальной собственности (ВОИС). Новая организация получила название Профсоюз деятелей культуры «Российское авторское общество». Она продолжит выполнять функции всех трёх ранее существовавших обществ по защите интеллектуальной собственности.

Решение об объединении РАО, ВОИС и РСП было принято в июле 2015 г. на совместной конференции представителей этих организаций. Было заявлено, что в совет профсоюза войдут многие известные деятели культуры, в том числе Никита Михалков, Александра Пахмутова и Николай Добронравов, Эдуард Артемьев, Юрий Башмет, Владимир Матецкий, Максим Дунаевский, Владимир Хотиненко и другие. Генеральным директором организации стал Сергей Федотов, его первыми заместителями – Андрей Кричевский и Вера Федотова. По словам Сергея Федотова, новая организация уникальна и не имеет аналогов в мире. По сути, она объединяет всех деятелей культуры.

4.2. Год литературы в России

Главным событием в 2015 году для отечественной книжной отрасли стало проведение в Российской Федерации Года литературы. Идея проведения в России Года литературы вслед за Годом культуры была предложена Президентом Российской Федерации на Российском литературном собрании, которое состоялось в Москве 21 ноября 2013 г., где впервые в истории новой России проблемы литературы, книгоиздания и чтения обсуждались на самом высоком уровне. По результатам проведения Литературного собрания был выпущен Перечень поручений Президента Российской Федерации федеральным органам власти от 14 января 2014 г. № Пр-47, а также Указ Президента Российской Федерации от 12 июня 2014 г. № 426 «О проведении в Российской Федерации Года литературы».

Проведение Года литературы было призвано переломить негативную ситуацию, связанную с книгоизданием и чтением в России, реализовать системные меры по поддержке современных писателей и поэтов, продвижению отечественной литературы, поддержке книготорговых организаций и пропаганде чтения. Задачей проводимых мероприятий было не допустить дальнейшего падения интереса к чтению, а также повысить привлекательность образа человека с книгой.

В соответствии с упомянутым Указом Президента, а также распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 октября 2014 г. № 1959-р был сформирован Организационный комитет по проведению в Российской Федерации Года литературы, в который вошли видные деятели литературы и искусства России, руководители российских писательских союзов, главные редакторы российских литературных журналов, представители отечественной издательской отрасли, руководители ведущих российских телерадиокомпаний, представители бизнес-сообщества, заинтересованных федеральных и региональных органов государственной власти. Возглавил Оргкомитет Председатель Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации С.Е.Нарышкин.

Уже на первом заседании Оргкомитета, состоявшемся в октябре 2014 г., были определены цели и утверждён План основных мероприятий по проведению в 2015 году в Российской Федерации Года литературы, куда вошло 121 мероприятие как общероссийского, так и регионального масштаба. Впоследствии план был дополнен ещё 17 мероприятиями.

План основных мероприятий Года литературы включал в себя **13 разделов:**

- I. Торжественные церемонии;
- II. Мероприятия государственных органов власти, направленные на решение актуальных задач отечественного книгоиздания и поддержки чтения;
- III. Международные и всероссийские научные и научно-практические мероприятия, исследования, конференции, конгрессы, форумы и т.д.;
- IV. Международные и всероссийские литературно-просветительские акции, мероприятия по продвижению чтения;
- V. Выставочные мероприятия;
- VI. Издательские, литературные и переводческие премии и конкурсы;
- VII. Литературные фестивали и праздники;
- VIII. Проекты в печатных СМИ;
- IX. Проекты в электронных СМИ, в сфере кинематографии;
- X. Проекты для учреждений сферы образования;
- XI. Проекты в сфере сохранения объектов культурного и литературного наследия;
- XII. Мероприятия по увековечению памяти;
- XIII. Обеспечительные мероприятия Года литературы.

Ключевыми мероприятиями общероссийского масштаба, прежде всего, стали ведущие книжные выставки-ярмарки нашей страны – Санкт-Петербургский международный книжный салон (май 2015 г.), Московская международная книжная выставка-ярмарка (сентябрь 2015 г.), Международная ярмарка интеллектуальной литературы «Non/Fiction» (ноябрь 2015 г.), где традиционно были представлены новинки отечественного книгоиздания, прошли сотни встреч писателей с читателями, а также было проведено большое число мероприятий, ориентированных на детскую и подростковую аудиторию. Особое звучание в Год литературы получил **Санкт-Петербургский книжный салон**, отметивший в этот год своё десятилетие.

В Год литературы состоялся ряд общефедеральных творческих конкурсов. Среди них особое место занимает Международный конкурс юных чтецов **«Живая классика»** – крупнейший в стране проект по популяризации чтения среди детей. В рамках конкурса подростки в возрасте 11-13 лет наизусть декламируют отрывки из любимых прозаических произведений российских и зарубежных авторов.

На протяжении уже четырёх лет ежегодно в конкурсе принимают участие более 2 млн школьников из всех регионов России. Конкурс проходит в несколько этапов – школьные, районные, региональные. В 2015 г. в конкурсе также приняли участие дети из 80 стран мира. В Год литературы финал IV Всероссийского конкурса юных чтецов «Живая классика» прошёл в Международном детском центре «Артек».

Конкурс проходит под патронатом Министерства образования и науки Российской Федерации, Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, Федерального агентства по делам СНГ, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству, Агентства стратегических инициатив, Правительства Москвы, Правительства Санкт-Петербурга, Фонда «Русский мир» и Координационных советов российских соотечественников, проживающих за рубежом. Поддерживается главами всех регионов России.

Проект помогает привить детям интерес к русскому языку и российской культуре, в том числе за рубежом, приобщить школьников к чтению, расширить их читательский кругозор, познакомить с современными детскими авторами, сформировать детское читательское сообщество.

В июле 2015 г. НП «Российский книжный союз» представил результаты первого этапа исследования *«Культурная карта России. Литература. Чтение»*, целью которого было осуществить «перепись» объектов инфраструктуры чтения всей России, а также дать возможность российским регионам оценить состояние собственной инфраструктуры чтения и определить пути её дальнейшего развития. Инициаторами данного масштабного исследования выступили Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям и НП «Российский книжный союз». Партнёрами проекта также выступили Российская библиотечная ассоциация и журнал «Книжная индустрия» совместно с компанией-консультантом Strategy Partners Group.

Исследование показало, что наименьшее в стране количество книжных магазинов – всего 54, или один магазин на 175,8 тыс. чел. – насчитывается в Северо-Кавказском федеральном округе. Также в число аутсайдеров попали Южный ФО (169 магазинов, или один магазин на 82 тыс. чел.) и Уральский ФО (149 магазинов, или одна книготорговая точка на 81 тыс. жителей). Наилучшим образом обстоят дела в Северо-Западном округе (без учёта данных по Санкт-Петербургу), где 1 магазин приходится на 33,5 тыс. чел. населения. В Санкт-Петербурге это соотношение ещё выше: 1 магазин на 30,5 тыс. чел., в Москве – 1 магазин на 55 тыс. чел.

В продолжение и развитие проекта «Культурная карта России. Литература. Чтение» в 2015 году Российским книжным союзом по предложению и при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям был организован и проведён *Всероссийский конкурс «Самый читающий регион»*. Задачей конкурса было оценить и поощрить вклад регионов в развитие литературы в культурном пространстве страны, их усилия по повышению доступности чтения для российских граждан.

На инициативу откликнулись 75 российских регионов из 85. В своих заявках регионы представили данные об инфраструктуре чтения, региональный план мероприятий по проведению Года литературы, а также презентации наиболее значимых литературных проектов, реализованных в 2014-2015 годах.

По итогам заседаний жюри, первого места и статуса «Литературный флагман России» в 2015 году была удостоена Ульяновская область, второе место занял Ненецкий автономный округ, третье место было присуждено Санкт-Петербургу. По

завершении Года литературы конкурс «Самый читающий регион» продолжит своё существование, станет ежегодным.

Центральным и самым масштабным и ярким проектом Года литературы стал **Московский фестиваль «Книги России»**, состоявшийся в июне 2015 года на Красной площади и собравший более 300 ведущих издательств из 50 российских регионов, которые представили почти 100 тысяч наименований книг.

Для участия в фестивале, наряду с выставкой-продажей книг, в т.ч. букинистических, были приглашены ведущие российские писатели и поэты, которые провели серию творческих вечеров под открытым небом для москвичей и гостей столицы.

По оценке организаторов, в дни работы Фестиваля его посетили не менее 200 тысяч человек, а общая телеаудитория проекта составила более 100 млн человек. За четыре июньских дня посетители Фестиваля приобрели около 500 тысяч экземпляров книг. В 2016 году Фестиваль будет приурочен ко Дню русского языка и дню рождения А.С.Пушкина и будет проведён с 3 по 6 июня на Красной площади в Москве.

Одним из значимых проектов Года литературы в рамках празднования 70-летия Победы в Великой Отечественной войне стал Всероссийский историко-культурный проект и конкурс изданий о Великой Отечественной войне **«Книга Победы»**, реализованный Некоммерческим партнерством «Гильдия книжников» при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и при участии НП «Российский книжный союз», Общероссийской общественно-государственной организации «Российское военно-историческое общество» и Фонда поддержки Героев Советского Союза участников Великой Отечественной войны «Звезда». Целями проекта, продолжавшегося на протяжении всего 2015 года, было сохранение и восстановление исторической памяти о героическом подвиге советского народа в годы Великой Отечественной войны, развитие интереса к истории Отечества, воспитание патриотизма и гражданственности у молодого поколения, а также популяризация произведений художественной и нехудожественной литературы, посвящённых Великой Отечественной войне.

Важным событием Года литературы и Года 70-летия Великой Победы стала литературно-художественная программа **«Книга на передовой»**, организованная по заказу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Бюро пропаганды художественной литературы Союза писателей России. Мероприятие состоялось в мае 2015 г. в г. Ялта, Республика Крым, и было посвящено жизни и творчеству ведущих писателей и поэтов – бойцов, участников Великой Отечественной войны 1941-1945 гг., а также самим книгам, которые, наряду с воинами, сражались на передовой Великой Отечественной и которые сегодня являются живыми учебниками мужества, гражданственности и патриотизма.

Среди научно-практических мероприятий Года литературы одним из важнейших можно назвать впервые проведённый Международный писательский форум **«Литературная Евразия»**, который был организован в дни Московской международной книжной ярмарки 3-4 сентября 2015 года Литературным институтом имени А.М.Горького по инициативе и при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. К участию в форуме были приглашены писатели, переводчики, литературные критики, политические и общественные деятели, заслуженные деятели науки и культуры из различных регионов России, стран СНГ и ШОС. Форум был приурочен к 70-летию Великой Победы, и одной из целей его

проведения стало расширение знаний о выдающихся произведениях русской и мировой литературы, современном литературном процессе, в особенности в той его части, которая посвящена осмыслению и воплощению в искусстве исторических событий Второй Мировой войны и значению победы над нацизмом. В рамках форума была проведена научно-практическая конференция «Война и мир в литературе», а также круглые столы «Писатель и война: диалог поколений», «Вторая мировая война: мифы и реальность», «Проблема сохранения национального и исторического колорита подлинника».

В рамках Года литературы был реализован ряд радио- и телевизионных проектов, направленных на продвижение литературы и чтения. Важнейшим из них стал проект **«Война и мир. Читаем роман»**, реализованный холдингом ВГТРК при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. В течение 60 часов в эфире государственных телеканалов «Россия К», «Россия 1», радиостанции «Маяк», а также в сети Интернет велась прямая трансляция чтения величайшего произведения Л.Н.Толстого. По масштабности эта акция не имела аналогов в мире – роман был прочитан от первой до последней страницы. Всего в акции было задействовано более 1300 профессиональных и непрофессиональных чтецов из более чем 30 городов России и мира – Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Смоленска, Вологды, Казани, Грозного, Владивостока, Хабаровска, Пятигорска, Омска, Новосибирска, Екатеринбурга, Уфы, Ростова-на-Дону, Самар, Сочи, Ярославля, а также Берлина, Парижа, Вены, Пекина, Вашингтона и других.

На Год литературы пришлось большое число **писательских юбилеев**. Так, во многих городах и в различных организациях страны были отмечены 125 лет со дня рождения Б.Л.Пастернака (10 февраля), 110 лет со дня рождения М.А.Шолохова и 75 лет со дня рождения И.А.Бродского (24 мая), 120 лет со дня рождения С.А.Есенина (3 октября) и другие.

Большую активность в подготовке предложений по проведению в Российской Федерации Года литературы проявили российские регионы, реализовавшие в общей сложности более 2 тыс. проектов.

Анализ содержания этих мероприятий показал, что наибольшее внимание регионы уделяют сохранению собственного литературного наследия, увековечиванию памяти писателей и поэтов, развитию литературного туризма (Республика Дагестан, Тамбовская область, Липецкая область и другие). Во многих областях – Калужской, Свердловской, Томской, Ростовской и других прошла акция «Библионочь». Немало регионов провело Дни славянской письменности и культуры, недели детской и юношеской книги. В ряде регионов были реализованы летние программы чтения детей и подростков. Регионами, реализовавшими наибольшее число мероприятий, стали Астраханская область (98), Тюменская область (90) и Москва (112).

Среди региональных мероприятий можно выделить VII Международный фестиваль славянской поэзии **«Поющие письма»** (г. Тверь), который традиционно был приурочен к Дню славянской письменности и культуры (24 мая) и который в 2015 г. собрал лучших поэтов и переводчиков из восьми славянских стран: Беларуси, России, Болгарии, Сербии, Словакии, Словении, Украины и Черногории.

Ещё одно знаменательное мероприятие - Международный научно-творческий симпозиум (фестиваль) **«Волошинский сентябрь»** (г. Коктебель, Республика Крым), проводимый с 2003 года и являющийся одним из крупнейших культурных событий в масштабе СНГ, ориентированных на современную литературу во всех ее творческих проявлениях. В 2015 году симпозиум проходил под эгидой Федерального агентства

по печати и массовым коммуникациям и был посвящён Году литературы и 30-летию открытия Дома-музея М.А.Волошина.

Главное завоевание Года литературы – это даже не число реализованных мероприятий. Важнее само то, что в него включилась вся страна, все заинтересованные вертикальные и горизонтальные уровни власти. Сообща, организаторам проекта удалось привлечь внимание общества к проблеме литературы, чтения, книгоиздания. Самый же главный человеческий и гражданский итог Года литературы состоит в том, что гражданам России – и маленьким, и взрослым – были распахнуты возможности участвовать во всех этих событиях. А также тот живой и широкий отклик, какой нашли в них эти возможности, и как ярко проявлялись встречные гражданские инициативы.

Проведение Года способствовало возрождению интереса к литературе, к чтению произведений классиков и современных писателей. Мероприятия Года литературы широко освещались небывалым количеством федеральных и региональных печатных и электронных СМИ. Информационными партнёрами Года стали ВГТРК, ИТАР-ТАСС, Российская газета, канал «Russia Today» и многие другие компании. Материалы о мероприятиях Года выходили не только на русском, но на английском, арабском, испанском, французском и других языках мира. С января 2015 г. в Интернете работал специализированный портал «Год литературы», который сопровождал мероприятия Года в течение всего периода его проведения и во всех регионах нашей страны. В любой момент времени любой желающий мог посмотреть, в каком регионе в какой день проходит какое мероприятие.

Выступая на IV-м Петербургском международном культурном форуме в декабре 2015 г., Президент России В.В.Путин отметил, что Год литературы «прошёл с большим успехом», но по ряду направлений нужно продолжать работать «и за пределами Года литературы». В связи с этим, распоряжением Правительства Российской Федерации от 06.02.2014 г. № 173-р было принято решение преобразовать Организационный комитет по проведению в Российской Федерации Года литературы в ***Организационный комитет по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в Российской Федерации***. Одной из задач Оргкомитета является реализация ***«Программы поддержки национальных литератур народов Российской Федерации на период 2016-2018 гг.»***. Как уже указывалось выше, в Российской Федерации насчитывается более 80-ти языков, имеющих письменность. На 40 из них создаются художественные произведения, издаётся литература. Однако отсутствие переводов этих произведений на русский язык замыкает их в национальных рамках, ограничивает доступность и распространение. В рамках Программы в 2016-2018 гг. будут подготовлены антологии переводов современной прозы, поэзии, детской литературы и драматургии с языков народов Российской Федерации на русский язык.

В Российской Федерации по-прежнему остро стоят вопросы поддержки отечественного книгоиздания, обеспечения доступности книг для населения, формирования национальных электронных библиотечных ресурсов, развития литературного творчества и инфраструктуры чтения (книжных клубов, магазинов, библиотек и пр.), популяризации чтения как образа жизни среди детей и молодёжи. Эти вопросы также будут в поле деятельности преобразованного Оргкомитета, который должен стать эффективной дискуссионной площадкой и координационным центром для их решения в национальном масштабе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итоги, продемонстрированные книжной отраслью в 2015 году, свидетельствуют о некотором улучшении ситуации по сравнению с предыдущим, 2014 годом. Количественные показатели развития книгоиздания в 2015 году в целом сохранились на уровне 2014-го, при этом по числу выпущенных названий все ключевые разделы книгоиздания (научное, учебное, литературно-художественное, детское) продемонстрировали положительную динамику.

Издательская система страны, несмотря на кризисные явления, нехватку оборотных средств, в 2015 году проявила устойчивость: общее число издательств, зарегистрированных в стране, а также издательств, ведущих активную деятельность, не уменьшилось, а даже незначительно выросло.

По итогам 2015 г. объём книжного рынка России в сегменте B2C, несмотря на общее снижение уровня потребления в стране, продемонстрировал положительную динамику, которая была обеспечена за счёт прироста оборотов в канале классических книжных и интернет-магазинов. Тем не менее, оборот книжной отрасли по печатной книге в целом несколько сократился. Отрицательная динамика главным образом была вызвана секвестированием финансовых средств бюджетных организаций на закупку книжной продукции. Снижение темпов прироста цифрового сегмента рынка, а также стагнация в B2B-секторе не позволили возместить потери продаж книг в бумажном формате.

Положительную динамику продаж в 2015 г. в денежном выражении показали разделы художественной, детской и учебной литературы, а в натуральном – только детской и учебной. Вместе с тем, объём продаж в натуральном выражении сохранился примерно на уровне 2014 года. Средний чек в книжных магазинах увеличился на 10-15%, примерно до 500 руб. в Москве и 300 руб. в других регионах страны.

Среди каналов книгораспространения основную роль по-прежнему играют традиционные книжные магазины, однако всё большую долю занимает интернет-торговля книгами. При этом ведущий в недавнем прошлом игрок на рынке интернет-продаж «OZON.ru» всё больше уступает свои позиции интернет-магазину «Лабиринт».

Рост объёма B2C-сегмента рынка электронных книг в России в 2015 г. по-прежнему является самым высоким в мире и составляет около 80%, хотя на фоне прошлых лет несколько замедлился. Оборот электронных книг в России по-прежнему невелик и суммарно не превышает 3% от объёма рынка печатной книги. В последний год заметно выросло число людей, предпочитающих читать книги только или преимущественно в электронном формате. Постепенно увеличивается доля тех, кто лояльно относится к скачиванию книг за деньги.

Рост легальных продаж на рынке электронной книги в последний год во многом связывается экспертами с вступившими в силу с 1 мая 2015 года новыми поправками к «антипиратскому» закону. В рамках правоприменения указанного закона было заблокировано более 200 ресурсов, содержащих «пиратский» книжный контент, среди которых такие электронные библиотеки, как flibusta.net, knigian.net, lovaread.ws, bugabooks.com, advice-me.com. По иску издательства «Эксмо» в 2015 г. Мосгорсуд навсегда заблокировал торрент rutracker.org. В целом анализ правоприменения за последние два года свидетельствует о расширении аудитории легальных ресурсов, налаживании диалога между производителями контента и распространителями.

Главным событием для книжной отрасли в 2015 г. было проведение в России Года литературы. В рамках Года литературы было проведено свыше 130 мероприятий общегосударственного значения, ещё более 2000 мероприятий прошли во всех 85 субъектах Российской Федерации. Год литературы получил высокую оценку Президента Российской Федерации В.В.Путина, побывавшего на ряде крупных мероприятиях Года, что обеспечило им мощную поддержку, придало должный импульс и особое звучание.

Самой масштабной и яркой акцией Года литературы стал Московский фестиваль «Книги России», прошедший в июне 2015 г. на Красной площади. В работе Фестиваля приняли участие более 300 ведущих издательств из 50 российских регионов, которые представили около 100 тысяч наименований книг. В дни работы Фестиваля его посетили порядка 200 тысяч человек, а общая телеаудитория проекта превысила 100 млн человек.

Проведение в Российской Федерации в 2015 году Года литературы позволило вывести в плоскость публичного обсуждения ряд животрепещущих отраслевых проблем, среди которых важнейшее место занимает воссоздание в России развитой и полноценной инфраструктуры чтения. Тем не менее, в Российской Федерации по-прежнему остро стоят вопросы поддержки отечественного книгоиздания, обеспечения доступности книг для населения, формирования национальных электронных библиотечных ресурсов, развития литературного творчества, популяризации чтения как образа жизни среди детей и молодёжи. Большое значение для развития книгораспространения имеет отмена торгового сбора для книжных магазинов, введённого в 2015 году в г. Москве.

Эти и другие немаловажные вопросы в 2016-2018 годах будут в поле деятельности образованного в начале 2016 года Организационного комитета по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в Российской Федерации.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Табл. 1. Основные показатели выпуска книг и брошюр в Российской Федерации в 2008-2015 гг.	7
Табл. 2. Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2015 гг.	10
Табл. 3. Топ-10 ведущих писателей, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2008 и 2015 гг.	15
Табл. 4. Топ-10 ведущих детских писателей, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2008 и 2015 гг.	15
Табл. 5. Лауреаты и финалисты литературной премии «Большая книга»	16
Табл. 6. Лауреаты и финалисты литературной премии «Национальный бестселлер»	16
Табл. 7. Лауреаты и финалисты литературной премии «Русский Букер»	17
Табл. 8. Лауреаты и финалисты литературной премии «Ясная Поляна»	17
Табл. 9. Лауреаты и финалисты премии «Просветитель»	18
Табл. 10. Число действующих издательств в России в 2008-2015 гг.	20
Табл. 11. Топ-20 издательств по числу выпущенных названий и тиражам	24
Табл. 12. Показатели деятельности отдельных издательств, специализирующихся на выпуске различных видов литературы в 2015 г.	25
Табл. 13. Топ-10 региональных издательств по количеству выпущенных в 2015 г. названий	26
Табл. 14. Топ-10 региональных издательств по отпечатанным в 2015 г. тиражам	26
Табл. 15. Состав отдельных издательских групп России	27
Табл. 16. Рейтинг ведущих издательских домов мира	28
Табл. 17. Основные макроэкономические показатели России в 2008-2015 гг.	38
Табл. 18. Объём рынка, динамика, каналы	38
Табл. 19. Розничная продажа книг, газет, журналов, канцелярских и писчебумажных товаров	39
Табл. 20. Среднесписочная численность и среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, по виду экономической деятельности «Розничная торговля книгами, журналами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами» за 2015 г.	40
Табл. 21. Средняя цена реализованного издания на книжном рынке в 2011–2016 гг., руб.	42
Табл. 22. Средняя цена реализации в базовых тематических блоках и каналах книжного рынка в 2013–2015 гг., руб.	42
Табл. 23. Доля укрупнённых тематических групп в обороте книжного рынка России в 2013-2016 гг., %* (без бюджетных продаж и электронных изданий)	44
Табл. 24. Динамика продаж в укрупнённых тематических разделах в 2011-2015 гг.	45
Табл. 25. Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете	48
Табл. 26. Средняя цена реализации книжного издания в FMCG-сети в 2014-2015 гг., руб.	52
Табл. 27. Российский экспорт печатной продукции в 2014-2015 гг.	53
Табл. 28. Российский импорт печатной продукции в 2014-2015 гг.	54
Табл. 29. Ведущие книготорговые сети России по количеству книжных магазинов	56
Табл. 30. Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России по величине ассортимента	57
Табл. 31. Топ-10 бестселлеров отечественной художественной литературы за 2015 г.	65
Табл. 32. Топ-10 бестселлеров зарубежной художественной литературы за 2015 г.	65
Табл. 33. Топ-10 бестселлеров в сегменте non-fiction за 2015 г.	65
Табл. 34. Топ-10 бестселлеров детской литературы за 2015 г.	65
Табл. 35. Изменение частоты пользования различными типами медиа россиянами с 2012 по 2015 гг.	68
Табл. 36. Использование различных типов медиа россиянами	68
Табл. 37. Медиапотребление в США в 2011 – 2015 гг.: среднее время, ежедневно затрачиваемое американцем старше 18 лет на потребление (использование) различных типов медиа, чч:мм*	70
Табл. 38. Средняя цена бумажной и электронной книги в России в 2011–2015 гг.	79
Табл. 39. Топ-10 книжных бестселлеров рынка электронных книг за 2015 г.	83

СПИСОК РИСУНКОВ

Рис. 1. Число книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2015 гг.	7
Рис. 2. Совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2015 гг.	7
Рис. 3. Совокупный листаж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2015 гг.	8
Рис. 4. Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в 2008-2015 гг.	8
Рис. 5. Средние тиражи и средние объёмы книжной продукции в 2008-2015 гг., экз.	9
Рис. 6. Число действующих издательств в России в 2008-2015 гг.	9
Рис. 7. Выпуск научной литературы в 2008-2015 гг.	10
Рис. 8. Выпуск учебной литературы в 2008-2015 гг.	10
Рис. 9. Выпуск художественной литературы в 2008-2015 гг.	11
Рис. 10. Выпуск литературы для детей и юношества в 2008-2015 гг.	11
Рис. 11. Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2015 г., %	12
Рис. 12. Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008-2015 гг., %	12
Рис. 13. Выпуск переводной литературы в России	13
Рис. 14. Выпуск книг и брошюр на языках народов России в 2015 г.	14

Рис. 15. Выпуск переводной литературы с языков народов России в 2015 г.	14
Рис. 16. Общее число издательств и их доля в 2015 г. (по количеству названий выпущенных книг)	21
Рис. 17. Общее число издательств и их доля в 2015 г. (по тиражам выпущенных книг).....	21
Рис. 18. Число активно действующих издательств (12 книг в год и более) и их доля в 2015 г. (по количеству названий выпущенных книг)	21
Рис. 19. Число активно действующих издательств (12000 экз. книг в год и более) и их доля в 2015 г. (по тиражам выпущенных книг).....	21
Рис. 20. Доли издательств – ключевых игроков на книжном рынке России в 2015 г. по числу выпущенных названий	22
Рис. 21. Доли издательств – ключевых игроков на книжном рынке России в 2015 г. по тиражу.....	23
Рис. 22. Доли издательств – ключевых игроков книжного рынка в 2015 г. по суммарным (рублёвым) продажам...	23
Рис. 23. Доли регионов в географии российского книгоиздания, %	26
Рис. 24. Оценка влияния кризиса на деятельность издательства (% отметивших издательств)	30
Рис. 25. География распространения издаваемых книг по федеральным округам России в 2015 г., %	31
Рис. 26. Доли различных каналов книгораспространения в общем объеме розничной реализации книг издательств в 2015 г., %	32
Рис. 27. Формы продвижения книг в Интернете, использовавшиеся издательствами в 2015 гг. (% отметивших издательств)	32
Рис. 28. Социальные медиа, в которых издательства осуществляют PR-активность в 2015 г. (% отметивших издательств)	33
Рис. 29. Виды PR-активности издательств в социальных медиа в 2015 г. (% отметивших издательств).....	34
Рис. 30. Доля электронных книг в ассортименте российских издательств, % (среди опрошенных издательств, выпускающих электронные книги).....	34
Рис. 31. Доля электронных книг в рублёвых продажах российских издательств, % (среди опрошенных издательств, выпускающих электронные книги).....	34
Рис. 32. Доли различных каналов в общем объеме продаж электронных книг российских издательств конечному потребителю, % (среди издательств, выпускающих электронные книги).....	35
Рис. 33. Доли различных статей в издержках издательств в 2015 г., %.....	36
Рис. 34. Динамика книготоргового оборота России в 2011-2016 гг., млрд руб.	41
Рис. 35. Динамика книжного рынка России в натуральном и денежном выражении в 2011-2016 гг., %	41
Рис. 36. Средняя цена реализованного издания в разрезе основных тематик и каналов сбыта в 2015 г., руб.	43
Рис. 37. Индекс потребительских цен* в основных тематических разделах книжного рынка в 2014-2015 гг., %.....	43
Рис. 38. Доля укрупненных тематических групп в обороте книжного рынка России в 2015 г., % (без бюджетных продаж и электронных изданий).....	44
Рис. 39. Динамика продаж в укрупнённых тематических разделах в 2015 г., %	45
Рис. 40. Доля розничных каналов сбыта в 2015 г., % от оборота книжного рынка.....	46
Рис. 41. Интернет-канал: темпы роста/падения продаж печатной книги в 2012-2016 гг.	47
Рис. 42. Ассортиментная карта книжного предложения интернет-канала в 2015 г., (доля раздела, %)	48
Рис. 43. Динамика развития книжного ассортимента OZON.ru в 2008-2015 гг.	50
Рис. 44. Доля укрупненных тематических групп в обороте FMCG сетей в 2015 г., %	53
Рис. 45. Динамика числа покупателей в книжных магазинах в 2008-2015 гг., %	58
Рис. 46. Динамика книжных продаж в 2008-2015 гг., %	58
Рис. 47. Средний чек в 2008-2015 гг., руб.	59
Рис. 48. Среднее число позиций в чеке в 2008-2015 гг.	59
Рис. 49. Средний чек в 2012-2015 гг., руб.	60
Рис. 50. Доля книжной продукции в общем объеме продаж, %	60
Рис. 51. Доля продукции издательств различных регионов в ассортименте книготорговых предприятий в 2015 г.	61
Рис. 52. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте магазинов Москвы и СПб, %.....	62
Рис. 53. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте региональных книготорговых предприятий, %	62
Рис. 54. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах магазинов Москвы и СПб, %.....	63
Рис. 55. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах региональных книготорговых предприятий, %	63
Рис. 56. Средний срок реализации книжной продукции различных ценовых сегментов в 2015 г., дней.....	64
Рис. 57. Доля различных расходов в издержках предприятия в 2015 г., %.....	64
Рис. 58. Структура медиапотребления россиян, %	67
Рис. 59. Уровень проникновения интернета в России в 2008 – 2015 гг. (16+, %).....	71
Рис. 60. Пользование Интернетом на мобильных устройствах.....	71
Рис. 61. География российского интернета	72
Рис. 62. Динамика численности интернет-пользователей в России (18+, млн чел.).....	73
Рис. 63. Динамика уровня интернет-покрытия в федеральных округах России в 2014–2015 гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 18+).....	73
Рис. 64. Количество книг, прочитанных взрослыми (18+) американцами за год.....	75
Рис. 65. Чтение (потребление) книг в различных форматах взрослыми (18+) американцами в 2011-2015 гг.	75
Рис. 66. Динамика роста легального рынка электронных книг в России в 2011-2016 гг., млн руб.	77
Рис. 67. Динамика рынка традиционных и электронных книг в 2011-2016 гг.....	77
Рис. 68. Распределение долей игроков на рынке электронной книги России в 2013-2015 гг.....	78
Рис. 69. Ассортиментная карта компании «ЛитРес», июль 2015 г.	78

Рис. 70. Распределение долей между различными моделями монетизации электронных книг в РФ в 2013-2015 гг.	79
Рис. 71. Распределение выручки компании «ЛитРес» и партнёров между электронными и аудиокнигами в 2013–2015 гг.	80
Рис. 72. Динамика средней цены предложения в цифровом и бумажном сегменте книжного рынка России в 2012–2016 гг.	81
Рис. 73. Доли читателей, предпочитающих книги в различных форматах.....	82
Рис. 74. Использование различных устройств для чтения электронных книг посетителями книжных магазинов Москвы в 2015 г.	85
Рис. 75. Уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания легального цифрового книжного контента в России в 2015 г.	86

K53

Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития.
Отраслевой доклад / Под общ. ред. В.В.Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям, 2016.
ISBN 978-5-904427-48-1

УДК 339.13:655.42(470)
ББК 65.422.5 + 76.18

ISBN 978-5-904427-48-1

