



РОССИЙСКИЙ КНИЖНЫЙ СОЮЗ

Мониторинг состояния московского книжного рынка

МОСКВА – 2019

Аннотация

Настоящий Мониторинг выполнялся по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы города Москва (Приказ № 02-02-277\19 от 09.08.2019 г.) и ставил своей задачей подробный анализ уровня соответствия текущего книжного предложения структуре спроса и базовым потребностям читающих групп москвичей в целях роста конкурентоспособности книги в культурном и информационном пространстве Москвы, сохранения и поддержания книжных традиций мегаполиса.

В рамках мониторинга дана оценка текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив в Московском регионе, подробно рассмотрена динамика цен на книжные издания в 2017-2019 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя. Определены текущая инфраструктура, ценовая политика и базовые условия развития рынка электронных книг в Москве.

Особое внимание в рамках Мониторинга уделено анализу текущего состояния ритейл-карты АО Москвы в разрезе различных каналов, форматов и форм книжного предложения жителям столичного региона. Сформулированы предложения по размещению 10 новых мест распространения книжной продукции в формате нестационарных торговых объектов со специализацией «Печать».

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

Настоящий Мониторинг построен на результатах инициативного опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в сентябре 2019 года, экспертной оценке книжного рынка, полученной в ходе Мониторинга от московских издателей и книготорговых организаций, а также на аналитических материалах отраслевого проекта «Книжный рынок России: 2010-2020» и статистических данных Книжной палаты.

Мониторинг проведен в сентябре-октябре 2019 года.

Объем отчета о Мониторинге – 188 страниц (в т.ч. приложения); включает 33 таблицы и 50 диаграмм.

Язык отчета – русский.

Оглавление

Аннотация	2
1. Мониторинг состояния печатного и цифрового книгоиздания в Москве	11
1.1. Оценка текущей структуры книжного выпуска в Москве по количественным и качественным параметрам	12
1.2. Анализ операторов книгоиздания в городе Москве	15
1.3. Основные тенденции в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2017-2019 гг. Динамика перераспределения издательских активов	19
1.4. Анализ цен на книжные издания в 2017-2019 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя	30
1.5. Анализ конкурентной среды книгоиздания в Москве и расчет рейтинга ведущих книгоиздательских компаний	35
1.6. Оценка маркетинговой активности и работы с клиентом производителей на московском книжном рынке	41
1.7. Рынок книжной аудио-продукции и электронных книг в городе Москве	50
1.7.1. Потребительский рынок цифровой дистрибуции (Trade Market/B2C)	50
1.7.1.1. Базовые условия развития рынка электронных книжных продуктов	55
1.7.1.2. Текущая инфраструктура	62
1.7.1.3. Ценовая политика (trade market) и маркетинговые инициативы	69
1.7.2. Рынок электронно-библиотечных систем (B2B)	72
1.8. Характеристика негативных и позитивных тенденций в развитии печатного и цифрового книгоиздания в Москве в 2017-2019 гг.	77
1.9. Предложения по перспективам дальнейшего развития московского рынка печатного и цифрового книгоиздания	82
2. Мониторинг обеспеченности населения города Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий	88

2.1. Обзор текущего состояния ритейл-карты административных округов города Москвы в разрезе различных каналов, форматов и форм книжного предложения жителям столичного региона	89
2.1.1. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины	
2.1.2. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины	
2.1.3. Ритейл-карта Москвы: FMCG-объекты и киосковые сети	
2.2. Анализ динамики доли/особенностей московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ	113
2.3. Мониторинг обеспеченности населения административных округов Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий с указанием доли различных форматов по состоянию на 2019 год	125
2.3.1. Северо-Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.2. Южный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.3. Юго-Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.4. Западный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.5. Северный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.6. Северо-Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.7. Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.8. Центральный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.9. Зеленоградский Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.10. Троицкий и Новомосковский Административные Округа. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.3.11. Юго-Восточный Административный Округ. Оценка проблемного поля в системе «потребности – предложение»	
2.4. Оценка востребованности основных форматов распространения книжной продукции в административных округах Москвы. Предложения по новым перспективным местам размещения книжных павильонов.	164

Приложение 1. Предложения по перспективным местам открытия книжных павильонов / нестационарных торговых объектов со специализацией «печать» (слайд 1-11)

177

Список диаграмм

Диаграмма 1.1. Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в I полугодии 2011-2019 гг., %

Диаграмма 1.2. Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I полугодии 2011-2019 гг.

Диаграмма 1.3. Динамика экземплярных продаж в тематических сегментах рынка в январе-августе 2019 г., к 01-08.2018 в %

Диаграмма 1.4. Динамика выпуска учебных и методических изданий для школ ведущими московскими издательствами в I полугодии 2016-2019 гг.

Диаграмма 1.5. Художественная литература для взрослых: Динамика долевого участия в книжном выпуске и обороте рынка в 2013-2019 гг.

Диаграмма 1.6. Художественная литература для взрослых: Доля оборота и средняя цена продажи в канале в 2018-2019 гг.

Диаграмма 1.7. Структура выпуска книг и брошюр по целевому назначению в I полугодии 2019 г. в Москве

Диаграмма 1.8. Средняя цена реализации в основных тематических блоках книжного ассортимента в I полугодии 2014-2019 гг.

Диаграмма 1.9. Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2019 году

Диаграмма 1.10. Доли ведущих издательств Москвы (ТОП-10) в суммарном выпуске книг и брошюр РФ в I полугодии 2019 года

Диаграмма 1.11. Конкурентный ландшафт ТОП-15: Доли ключевых игроков (издательств) по суммарным продажам в обороте книжного рынка Москвы в I полугодии 2015-2019 гг.

Диаграмма 1.12. Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств в Московском регионе в I полугодии 2017-2019 гг.

Диаграмма 1.13. Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I полугодии 2017-2019 гг.

Диаграмма 1.14. Динамика доли москвичей, скачивающих электронные книги (тексты) в интернете. 2013-2019 гг.

Диаграмма 1.15. Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2019 гг., млн. руб.

Диаграмма 1.16. Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2010-2019 гг.

Диаграмма 1.17. Профиль российских интернет-пользователей

Диаграмма 1.18. ФОМ: Популярность приложений для смартфонов, % от опрошенных

Диаграмма 1.19. Способы получения электронных текстовых и аудиокниг российской аудиторией

Диаграмма 1.20. Структура предпочтений устройств для скачивания цифрового контента (книг) клиентов магазина ЛитРес в 2019 (2017) году

Диаграмма 1.21. ЛитРес: Динамика скачиваний по укрупненным тематическим книжным группам / 2019 к 2018

Диаграмма 1.22. Ассортиментная карта магазина «ЛитРес» по состоянию на июль 2019 (2017) года

Диаграмма 2.1. Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на январь-сентябрь 2014-2019 гг.

Диаграмма 2.2. Динамика суммарного числа физических книготорговых объектов в Москве в 2014-2019 гг.

Диаграмма 2.3. Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2019 г.

Диаграмма 2.4. География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2016-2019 гг.

Диаграмма 2.5. Доля книг в торговом предложении книжных магазинов Москвы (средневзвешенный показатель, %)

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

Диаграмма 2.7. Доля укрупненных тематических групп книжного ассортимента в обороте интернет-канала в I полугодии 2015-2019 гг., %

Диаграмма 2.8. География распределения пунктов выдачи заказов интернет-магазинов по административным округам Москвы в 2019 году

Диаграмма 2.9. Структура оборота категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на I полугодие 2019 (2018) гг.

Диаграмма 2.10. География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2019 г.

Диаграмма 2.11. География распределения объектов НТО «Печать» (вид «киоск») по административным округам Москвы в 2019 году

Диаграмма 2.12. Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в книжных магазинах Москвы в I полугодии 2019 г. (к I полугодию 2018 г.)

Диаграмма 2.13. Индекс потребительских цен (%) в основных тематических блоках за период "декабрь - июль" 2017/2018/2019

Диаграмма 2.14. Средний чек оффлайн книжной розницы Москвы в I полугодии 2013-2019 гг.

Диаграмма 2.15. Динамика трафика (like to like) книжной оффлайн розницы Москвы в марте/июне 2016-2019 гг.

Диаграмма 2.16. Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2013-2019 гг.

Диаграмма 2.17. Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2013-2019 гг.

Диаграмма 2.18. Средняя цена реализованного на территории Москвы книжного издания в I полугодии 2013-2019 гг.

Диаграмма 2.19. Частота покупки книг населением Москвы в 2016-2019 гг.

Диаграмма 2.20. Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2014-2019 гг.

Диаграмма 2.21. Ассортиментная карта offline книжного ритейла Москвы 2016-2019 гг., %

Диаграмма 2.22. Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы по состоянию на сентябрь 2019 г.

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

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

Диаграмма 2.25. Предпочтение offline формата покупки книги населением Москвы в 2013-2019 гг.

Диаграмма 2.26. Структура жанровых предпочтений москвичей в 2019 году

Диаграмма 2.27. Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2018-2019 гг.

Диаграмма 2.28. Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2019 году

Список таблиц

Таблица 1.1. Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I полугодии 2019 года

Таблица 1.2. Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I полугодии 2019 г.

Таблица 1.3. Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I полугодие 2019 г.

Таблица 1.4. Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I полугодиях 2011-2019 гг.

Таблица 1.5. Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I полугодие 2015-2019 гг.

Таблица 1.6. Художественная литература для взрослых: Ведущие авторы и проекты в январе-августе 2019 года

Таблица 1.7. Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I полугодии 2016-2019 гг.

Таблица 1.8. ТОП-5 партнеров-посредников в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта. I полугодие 2019 года

Таблица 1.9. ТОП-15 мероприятий издательств по продвижению книги и чтения на территории Москвы по количеству посетителей (участников). январь-сентябрь 2019 г.

Таблица 1.10. Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в I полугодии 2013-2019 гг.

Таблица 2.1. ТОП-10 мероприятий книжных магазинов по продвижению книги и чтения на территории Москвы по количеству посетителей (участников). Январь-сентябрь 2019 г.

Таблица 2.2. ТОП-10 книготорговых объектов Москвы по обороту книжных продаж в натуральном и денежном выражении

Таблица 2.3. Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.4. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северо-Западного АО Москвы

Таблица 2.5. Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.6. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Южного АО Москвы

Таблица 2.7. Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.8. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Юго-Западного АО Москвы

Таблица 2.9. Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.10. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Западного АО Москвы

Таблица 2.11. Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.12. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северного АО Москвы

Таблица 2.13. Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.14. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Северо-Восточного АО Москвы

Таблица 2.15. Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.16. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Восточного АО Москвы

Таблица 2.17. Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.18. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Центрального АО Москвы

Таблица 2.19. Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.20. Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.21. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Троицкого и Новомосковского АО Москвы

Таблица 2.22. Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 2.23. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей (гостей) Юго-Восточного АО Москвы

**Мониторинг состояния печатного и цифрового книгоиздания
в Москве**

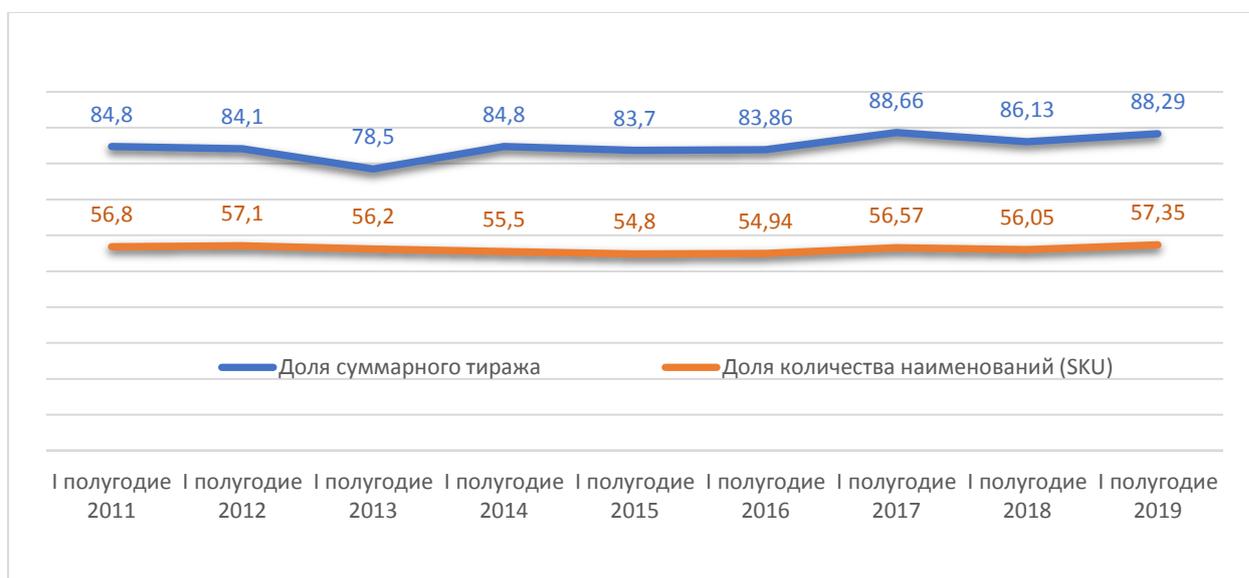


1.1. Оценка текущей структуры книжного выпуска в Москве по количественным и качественным параметрам

Согласно данным государственной статистики по состоянию на I полугодие 2019 года Москва остается центром книгоиздания Российской Федерации. Именно здесь выходит в свет 57,4% наименований (SKU) книг суммарного выпуска России, а доля московских импринтов в суммарном тираже составляет 88,3%, что во многом объясняется размещением в столице ведущих российских издательских структур, ориентированных на выпуск массовой книжной продукции и учебных изданий для общеобразовательной школы.

Диаграмма 1.1.

Динамика доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в I полугодии 2011-2019 гг., %



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

В 2019 году суммарный выпуск в столице сократился на 3,6% по количеству наименований и на 8,3% по суммарному тиражу в сравнении с I полугодием 2018 года, что, тем не менее, позволило Москве сохранить свое доленое участие в также снижающемся суммарном книжном выпуске РФ и по количеству наименований, и (уже традиционно) в тиражном массиве. Ведь по

итогах I полугодия 2019 года Книжная Палата отчиталась о снижении инвестиционной активности в российском книгоиздании: общее число вышедших наименований сократилось на 5,76% параллельно со снижением среднего тиража издания (-5,11%). В наибольшей степени экзemplярность падает за счет переизданий, где вместе со снижением числа наименований средний тираж сократился с 11397 (2018) до 9496 экз. (2019), т.е. фактически на 17%. Иными словами, даже с проверенными проектами издатели перестраховываются, предпочитая допечатывать меньше, но чаще.

Столичное книгоиздание также сокращается главным образом за счет переизданий, в то время как средний тираж новинок, напротив, растет с 4051 (2018) до 4210 (2019) на фоне незначительного (-3,9%) сокращения наименований.

Таблица 1.1. Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I полугодии 2019 года

	Число книг и брошюр, печ. ед.	в %% к I полугодю 2018 г.	Общий тираж, тыс. экз.	в %% к I полугодю 2018 г.	В %% к числу книг и брошюр	В %% к тиражу
Всего	31432	-3.58	171454.3	-8.34		
Тиражом до 500 экз.	7816	-8.05	1940.49	0.45	24.87	1.14
Тиражом до 1000 экз.	2690	-1.25	2556.23	-3.18	8.56	1.5
Тиражом до 5000 экз.	13573	-3.96	42912.8	-12.54	43.19	25.03
Тиражом до 10000 экз.	3261	-2.04	27081.6	-12.45	10.38	15.8
Тиражом до 50000 экз.	2175	-4.06	51149.36	-26.37	6.92	29.84
Тиражом до 100000 экз.	233	7.37	17738.37	-17.38	0.75	10.35
Тиражом свыше 100 тыс. экз.	125	135.85	28075.47	143.25	0.4	16.38
Без указания тиража	1559	-20.86	0	0	4.96	0

Источник: Российская Книжная палата (филиал ТАСС)

В 2019 году столичный книжный выпуск растет преимущественно за счет высоко тиражных изданий. В группе книг и брошюр, изданных тиражом свыше 100 тыс экземпляров, число наименований в I полугодии 2019 года

выросло на 136% в сравнении с I полугодием 2018 года, в то время как в других тиражных группах речь идет исключительно об отрицательной динамике в диапазоне 1-8%.

Приоритеты издательской активности в Москве остаются прежними. Как и в 2017-2018 гг., в I полугодии 2019 года сохраняется интерес к выпуску переводных проектов. Инвестиции в данном случае растут (+6,3% SKU), и как результат, объемная доля лицензионных продуктов постепенно увеличивается. Кроме того, столичные издатели предпочитают инвестировать в полноценные с точки зрения полиграфии издания, сокращая выпуск брошюр, объемная доля которых снизилась на 2-3 пп. в выпуске 2019 года.

Таблица 1.2.

Основные характеристики выпуска книг и брошюр в Москве в I полугодии 2019 г.

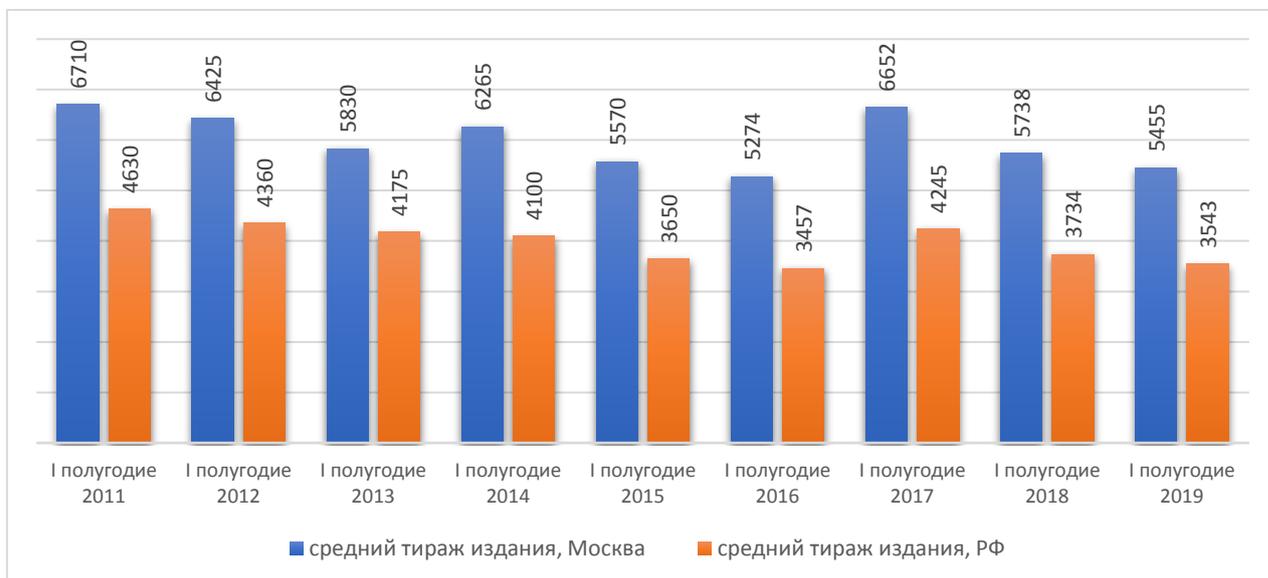
	Число книг и брошюр, печ. ед.	в %% к I полугодию 2018 г.	Общий тираж, тыс. экз.	в %% к I полугодию 2018 г.	В %% к числу книг и брошюр	В %% к тиражу
Всего	31432	-3.58	171454.3	-8.34		
Книги	26312	-1.26	133975.75	-4.52	83.72	78.15
Брошюры	5120	-13.96	37478.55	-19.79	16.29	21.86
В обложке	17576	-4.13	118388.56	-6.56	55.92	69.05
В переплете	13856	-2.87	53065.74	-12.06	44.09	30.96
Новые издания	26041	-3.93	109644.19	-0.16	82.85	63.95
Переиздания	5391	-1.84	61810.11	-19.97	17.16	36.06
Сериальные издания	19806	-3.20	144052.23	-6.57	63.02	84.02
Переводные издания	7060	6.26	31152.66	1.37	22.47	18.17

Источник: Российская книжная палата

Средний тираж издания с московским импринтом в I полугодии 2019 года составил 5455 экземпляров при среднеотраслевом показателе в 3543 экземпляра. Таким образом в сравнении с I полугодием 2018 года столичный средний тираж, как и общеотраслевой, сократился фактически на 5%.

Диаграмма 1.2.

Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I полугодии 2011-2019 гг.



Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

1.2. Анализ операторов книгоиздания в городе Москве

По состоянию на I полугодие 2019 года в Московском регионе работает 1349 издательств (в 2018 – 1501; в 2017 – 1764). Несмотря на значимое сокращение количественного состава, структура столичного книгоиздания сохраняет свои контуры, где доля издательств, выпускающих хотя бы 1 книгу в неделю, не превышает 10-12%, а доля маломощных издательских команд (1-3 книги за 6 месяцев) остается неизменной на уровне 40-45. Но при этом состав аутсайдеров издательского бизнеса невероятно подвижен. В 2018 году здесь представлены и поставщики бестселлеров книжного рынка («Захаров»), и издательства, зарекомендовавшие себя в гуманитарной области («Ад Маргинем» и «Русский путь»), и прежде известные импринты, испытывающие в настоящий момент проблемы по ряду причин («Умка»), и конечно же малые

предприятия, которые традиционно из года в год «пробуют» себя в издательском бизнесе или заняты спонсорскими печатными проектами.

При этом число по-настоящему крупных издательств (от 500 наименований книг в годовом исчислении) в I полугодии 2019 года снижается, незначительно, но, тем не менее, не дотягивает до прошлогоднего результата – всего 20 компаний (в I полугодии 2018 – 23 компании, в I полугодии 2017 – 22 компании, в 2016 – 18 компаний, в 2015 – 14 компаний, в I полугодии 2014 – 18 компаний).

Согласно экспертному опросу, проведенному в рамках мониторинга (сентябрь 2019), репертуарная политика книжных издательств в Москве претерпела за последние два года определенные изменения, что связано в первую очередь с ростом интереса москвичей к нон-фикшн литературе и, напротив, стагнации спроса в сегменте детской и образовательной книги.

Олег Новиков, ИГ «ЭКСМО-АСТ»:

Мы привыкли к тому, что роль драйверов рынка выполняют образовательная и детская литература. И хотя в этих нишах по-прежнему активно работает много издательств, но по итогам первого полугодия 2019 года мы видим стагнацию продаж, а вот прикладная литература, наоборот, за счет появления сильных авторов увеличила темпы роста. Впрочем, надо признать, что основными бенефициарами этого роста являются «Эксмо/АСТ», «Альпина» и «Манн, Иванов и Фербер». Надеюсь, на этом рынке будут активно работать и другие издательства. Прошедшие июль-август внушают оптимизм и в плане продаж художественной литературы, мы видим активность авторов, покупателей и в целом в этой нише складывается благоприятная ситуация с учетом существенного вклада электронных продаж.

(Книжная Индустрия, октябрь 2019)

В 2019-м, исключая издательства «АСТ», «Бином», «Симбат», «Клевер», «Рипол», «Стрекоза» и «Русское слово», все лидеры коммерческого книгоиздания сокращают выпуск на фоне I полугодия 2018 года либо по количеству наименований, либо по суммарному тиражу, либо одновременно по обоим показателям. Наиболее весомым снижением отличились издательства «Фламинго» (-26,8% по числу наименований и -29,7% по суммарному тиражу) и «Эгмонт Россия» (-37,3% по числу наименований и -26,2% по суммарному тиражу к итогам I полугодия 2018 года).

Выявить какие-либо закономерности в этом снижении инвестиций достаточно сложно. В I полугодии 2019 года значимо меньше проектов представили рынку и издатели детской книги («Росмэн», «Эгмонт» и «Мозаика-Синтез»), и учебные издательства («Экзамен», «Вентана-Граф»), и издатели-универсалы («Эксмо», «Альпина»). Но стоит отметить, что в отличие от 2018 года, в 2019-м в ряде случаев снижение касалось лишь одного из двух показателей (тиража или наименований) деятельности издательств.

Таблица 1.3.

Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I полугодие 2019 г.

Издательство (импринт)	Число книг и брошюр, печ. ед.	Общий тираж, тыс. экз.	В %% к I полугодию 2018 г.	
			по числу книг	по тиражу
Эксмо	4452	20169.02	-5.76	-12.81
АСТ	4064	17724.45	3.67	3.09
Просвещение	2160	42194.63	33.42	-15.30
Азбука-Аттикус	696	4505.97	-13.00	2.65
СИМБАТ	622	4085.00	217.35	272.04
Росмэн	605	1206.51	-2.58	-21.47
Бином. Лаборатория знаний	562	6748.74	90.51	53.29
Дрофа	551	9251.40	-10.41	6.10
Экзамен	484	6811.20	-5.65	-6.32
Клевер-Медиа-Групп	386	1261.41	74.66	33.55
Манн, Иванов и Фербер	386	2006.80	-17.52	-19.09
Стрекоза-Пресс	372	3440.67	8.77	94.84

Вече	369	610.80	-18.36	-15.83
Вентана-Граф	344	5990.52	-6.78	-16.79
Эгмонт	308	4475.00	-37.27	-26.19
Центрполиграф	278	1274.00	-4.47	11.27
РИПОЛ классик	259	710.00	55.09	84.29
Перспектив	247	778.95	-13.94	-5.02
Фламинго	241	5410.00	-26.75	-29.68
Мозаика-Синтез	218	2293.00	-9.54	-32.94
Русское слово	199	2218.85	15.03	18.74

Источник: Российская книжная палата, данные издательств

Более того, после кратковременного ухудшения в 2018 году, ситуация со средним тиражом в 2019-м вновь выглядит вполне оптимистично: половина издательств из двадцатки лидеров увеличили (и в ряде случаев значительно) прошлогодний уровень среднего тиража. Но, к сожалению, второй год подряд ведущие издатели детской литературы («Росмэн», «Мозаика-Синтез») значительно снижают средние тиражи своих изданий. Отрицательная динамика характерна и для лидера учебного сектора российского книгоиздания – издательства «Просвещение» (-36,5% к I полугодю 2018).

Таблица 1.4.

Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I полугодиях 2011-2019 гг.

	I полугодие 2011	I полугодие 2012	I полугодие 2013	I полугодие 2014	I полугодие 2015	I полугодие 2016	I полугодие 2017	I полугодие 2018	I полугодие 2019	2019 в % к 2018	2018 в % к 2017 справочно
Альфа-книга	10360	8770	7720	6360	5765	5170	3793	3764	3154	-16.21	-0.76
АСТ	7080	6711	5200	5060	5250	4585	4665	4386	4361	-0.57	-5.98
ВАКО	9400	10260	11610	12675	8345	14000	15573	15613	60306	+286.26	+0.26
Вентана-Граф	12650	14734	10600	15210	17760	16835	18333	19510	17414	-10.74	+6.42
Вече	4620	4225	3530	3570	3540	2145	2002	1605	1655	+3.12	-19.83
Дрофа	19700	10736	10000	12905	9315	10940	15536	14177	16790	+18.43	-8.75
ИГ Азбука-Аттикус	7640	7976	7070	6960	5750	5395	5854	5487	6474	+17.99	-6.27
ИЦ Академия	2050	1751	1755	1780	1980	1065	1422	1956	2138	+9.30	+37.55
Мозаика-Синтез	10670	24219	16570	21240	19175	12835	18778	14187	10518	-25.86	-24.45

Просвещение	38860	46140	33600	39250	41070	16700	33565	30769	19535	-36.51	-8.33
РИПОЛ Классик	6980	7017	6900	7950	7615	2240	2986	2307	2741	+18.81	-22.74
Росмэн	7780	10029	10880	11480	8915	8835	3739	2474	1994	-19.40	-33.83
Русское слово	6981	6142	9200	7750	8540	8840	11610	10802	11150	+3.22	-6.96
Стрекоза-Пресс	6900	10030	7260	7795	8370	5245	5982	5564	9249	+66.23	-6.99
Центрполиграф	7150	6411	6020	4945	5820	6160	5445	3935	4583	+16.47	-27.73
Эгмонт Россия Лтд	15505	10710	11740	9820	18400	14190	11608	12348	14529	+17.66	+6.37
Экзамен	15285	15706	13850	13600	11875	13465	13051	14173	14073	-0.71	+8.60
ЭКСМО	7185	6585	5850	5388	5323	4610	5004	4897	4530	-7.49	-2.14

Источник: данные – Российская Книжная палата, аналитика – Мониторинг

1.3. Основные тенденции в тематической структуре книжного выпуска Москвы в 2017-2019 гг. Динамика перераспределения издательских активов

По данным Книжной палаты, в I полугодии 2019 года заметное снижение издательских инвестиций зафиксировано в сегменте литературно-художественной книги для взрослых. На фоне I полугодия 2018 года потери составили 671 наименование или 2,2 млн. экземпляров. Серьезно по количеству проектов сокращен и выпуск технической литературы (-820 наименований или 17 тыс. экземпляров). И, наоборот, детская книга, потеряв в объеме выпуска лишь 85 наименований, сократилась по тиражу на 4,6 млн экземпляров. Учебная книга пока сохраняет объем выпуска, даже прирастая по количеству наименований (+474 SKU) при параллельном сокращении среднего тиража издания (минус 13,9%).

И всё же, в первой половине текущего года основные инвестиции московских издательств были по-прежнему сосредоточены в двух лидирующих сегментах российского книжного рынка – детской и учебной книге. Именно эти разделы обеспечили 40,3% наименований (в 2018 – 37,7%; в 2017 – 36,6%) и 74,2% тиража (в 2018 – 74,3%; в 2017 - 72,7%) суммарного книжного выпуска Москвы в январе-июне 2019 года. Растут инвестиции и в

проекты общественно-политической и социально-экономической литературы. Остальные тематики демонстрируют отрицательную динамику «веса» в суммарном выпуске. Относительно стабильна ситуация лишь в небольших по объему разделах медицинской и естественнонаучной литературы.

Таблица 1.5.

Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I полугодие 2015-2019 гг.

	Доля раздела в суммарном тираже изданий, %					Доля раздела в общем количестве наименований книг и брошюр, %				
	I полугодие					I полугодие				
	2019	2018	2017	2016	2015	2019	2018	2017	2016	2015
Полит. и социально-экономическая литература	8.3	7.9	7.4	12.0	9.9	20.5	20.2	19.9	20.7	22.3
Естественнонаучная литература	0.6	0.5	0.6	0.6	0.6	3.5	4.1	3.7	4.5	4.1
Техническая литература	1.0	0.9	1.3	3.0	2.3	4.9	7.2	7.4	10.2	12.9
Сельскохозяйственная литература	0.3	1.2	1.3	1.9	1.8	0.9	1.3	1.2	1.6	1.4
Медицинская и спортивная литература	2.2	2.1	2.0	2.8	3.3	4.5	4.3	4.1	4.2	4.8
Литература по образованию, культуре и СМИ	52.6	52.1	52.4	44.4	43.1	21.4	19.1	19.3	19.7	15.8
Художественная литература	11.8	12.0	13.6	14.8	15.1	19.1	20.4	22.1	20.2	20.1
Детская литература	21.6	22.2	20.3	19.0	22.1	19.0	18.6	17.3	13.6	13.6
Прочее	1.6	1.1	1.2	1.6	1.8	6.3	4.8	5.0	5.5	5.0

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

Основная причина снижения инвестиций – падение экземплярных продаж. В наибольшей степени впечатляет отрицательный тренд по прикладной литературе, которая еще год назад показывала значимый прирост продаж по штукам. В январе-августе 2019 года это уже минус 19% по сопоставимым книжным магазинам. Не менее серьезно выглядит и продолжающееся третий год подряд падение экземплярных продаж в сегменте учебной книги.

Диаграмма 1.3.

Динамика экземплярных продаж в тематических сегментах рынка в январе-августе 2019 г., к 01-08.2018 в %



Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2020» (средневзвешенный показатель по каналу книжных магазинов); аналитика – Мониторинг

Надежда Михайлова, ОЦ МДК:

Начиная с 2017 года, в связи с изменениями в законодательстве книжная розница перестала быть традиционным каналом сбыта учебной литературы. Уровень обеспечения школьников бесплатными учебниками и учебными пособиями с каждым годом становится всё выше (согласно норме ч. 1 ст. 35 Федерального Закона от 29.12.2013 № 273 ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» о предоставлении учащимся бесплатно в пользование, на время получения образования, учебников и учебных пособий). Кроме того, в настоящее время во всей книжной отрасли наблюдается тенденция снижения уровня спроса и покупательской активности.

Поэтому вполне закономерно, что и в 2019 году продолжается падение продаж учебной литературы. Но если в последние годы падение продаж учебников и учебных пособий достигало 30-40%, то за 7 месяцев 2019 года мы отметили падение продаж учебной литературы лишь на 6% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.

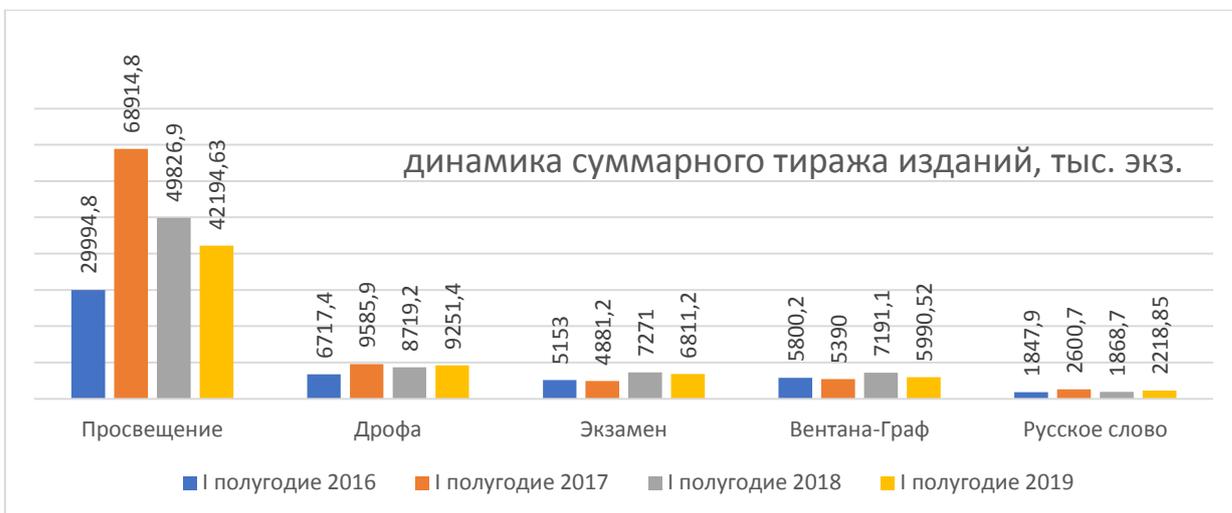
Книжная Индустрия, август 2019

Вопреки коммерческому успеху «куриного бульона для души» и психологическим тренингам, продолжается экзemplярное снижение продаж и сегмент прикладной литературы. И сегодняшнее снижение (до -19%) намного стремительнее динамики 2018 года (-6%). Но при этом, стабилизировались экзemplярные продажи в блоке юриспруденции, экономики, политики, спрос на бухгалтерские и кодекс-брошюры остается хоть и на минимальном уровне, но достаточно устойчивым. Впрочем, в Москве традиционно востребована бизнес-тематика и публицистика. И в 2019 году она даже показывает рост в экзemplярных продажах, хотя в августе-сентябре 2019 года в топах продаж фигурируют всё те же прошлогодние бестселлеры – «Пиши, сокращай» Ильяхова, «НЕ НОЙ» Синсеро и бессмертные «Семь навыков...» С. Кови и «Богатый папа, бедный папа» Р. Кийосаки.

Диаграмма 1.4.

Динамика выпуска учебных и методических изданий для школ ведущими московскими издательствами в I полугодии 2016-2019 гг.





Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

Пожалуй, закономерно стабилен лишь сегмент детской книги. Москвичи продолжают покупать классику из подборок школьных библиотек, развивающую литературу для дошкольников, а также недешевые издания франшиз «Гравити фолз» и «Гарри Поттер». Но и здесь, издатели всё чаще жалуются на отсутствие перспектив для развития.

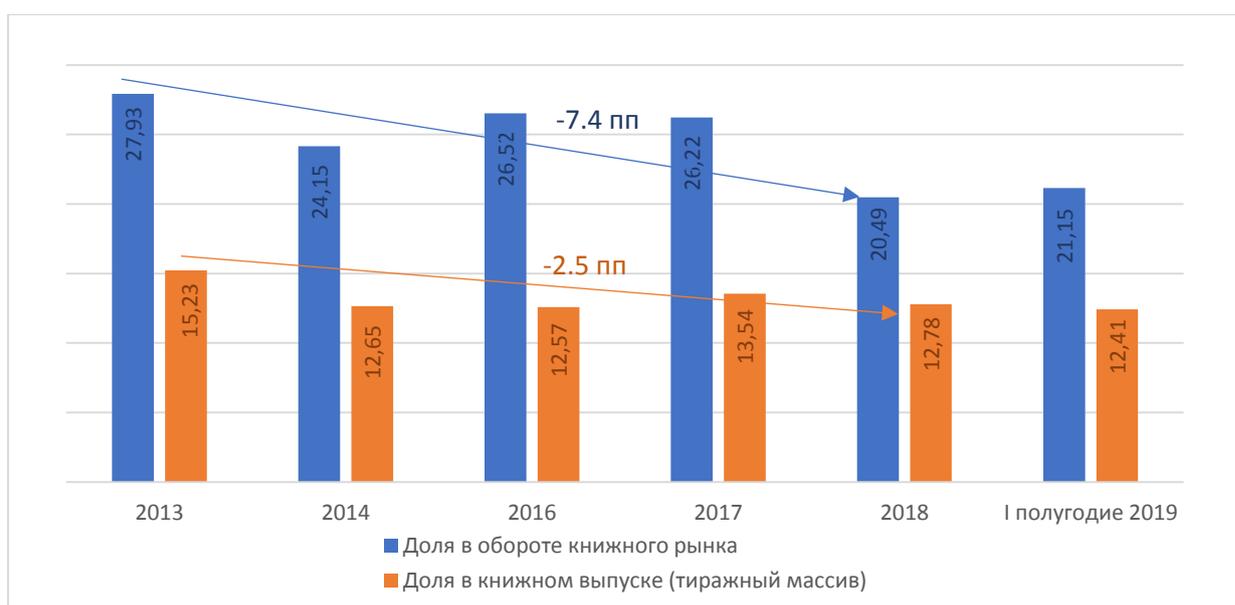
Борис Кузнецов, «Росмэн»:

В ближайшие 5-6 лет детский сегмент в обороте книжного рынка России может достигнуть 35%. Но за этим во многом оптимистичным взглядом скрывается несколько сложностей. Во-первых, демография. Демографические ямы, которые колеблются от 2% до 7% в интересующих нас возрастных категориях, – это очень серьезный фактор. Сокращение покупателей играет в минус. Далее, детский сегмент не подпитывают электронные книги, т.е. на дополнительную маржинальность в отличие от издателей взрослой книги, мы рассчитывать не можем. В-третьих, много субститутов, которые отбирают у детской книги внимание и время пользователей. И это не только интернет, не только телесмотрение, но еще и игрушечный рынок. Кроме того, детская книга в России – самый тавтологичный сегмент. Тавтологичность – это бесконечные «Колобки», Чуковские, Маршаки и так далее, это ограниченный ассортимент, с которым детский издатель вынужден работать. А это очень серьезные ограничения развития. Однажды, заглянув в один из магазинов «Читай-город», я насчитал на полках более 20 вариантов изданий «Приключений Буратино».

В отличие от детской книги, художественная литература для взрослых в 2019 году продолжила прошлогодние традиции отрицательной динамики. Впрочем, ситуация явно меняется к лучшему. Вопреки сохранению отрицательного тренда в объеме выпуска, рыночная доля художественной литературы увеличивается за счет неожиданно ощутимого роста средней цены реализации (+11.2% к I пол 2018) и при этом небольшого (-3%) снижения экземплярных продаж. То есть ЛХК-сегмент проявляет завидную неэластичность по цене и вполне вероятно уже в 2020 году вернет себе 25% рынка печатной книги.

Диаграмма 1.5.

Художественная литература для взрослых: Динамика долевого участия в книжном выпуске и обороте рынка в 2013-2019 гг.



Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2020», данные РКП, аналитика «КИ»

Более того, инвестиции в новые проекты растут. По крайней мере об этом свидетельствует статистика Российской книжной палаты. В разделе «Художественная литература» в сравнении I полугодия 2015 и 2019 гг. можно

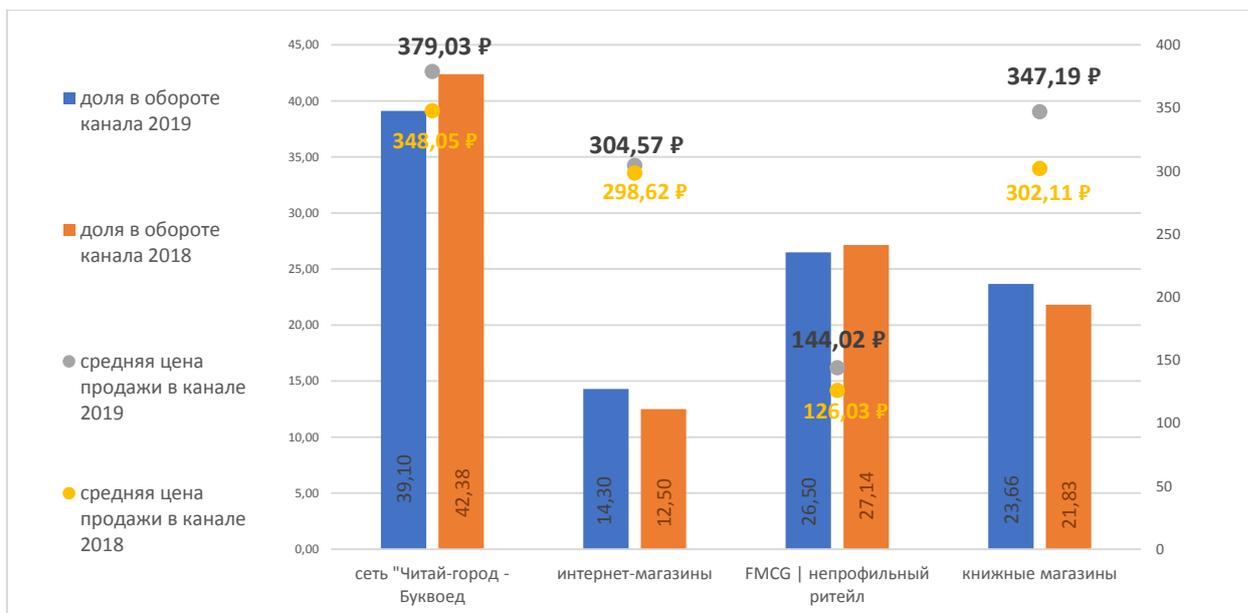
видеть 10%-й прирост выпуска наименований художественной литературы. Правда, средний тираж позиции за посткризисный период (2008 – 2018) сократился более чем в два раза, но в I полугодии 2019 года и он явно стабилизировался (-0.7% к I пол 2018) на уровне 2700 экземпляров.

За последние пять лет структура продаж печатной литературно-художественной книги (ЛХК) изменилась незначительно. Несмотря на заметное присутствие изданий художественной литературы во всех каналах сбыта, и прежде всего в FMCG-сетях, где их доля достигает 27-28% книжного оборота, основной рублевой массив продаж бумажной ЛХК приходится на традиционные книжные магазины. В 2018 году это внушительные 8.9 млрд рублей (прогноз по 2019 году – до 10.0 млрд руб.), чему в немалой степени способствовал высокий уровень монополизации сегмента: на 90% его курируют ИГ ЭКСМО-АСТ и ИГ Азбука-Аттикус.

Вполне естественно, что сбытовая политика этих холдингов, стремление контролировать продажи, в том числе в родственной для ЭКСМО-АСТ федеральной сети и собственных интернет-магазинах, ограничила (до 12-13%) долю художественной литературы в обороте сторонних онлайн-ресурсов. Снижается доля ЛХК и в обороте FMCG-канала (АШАН, ОКЕЙ, МЕТРО и т.д.). В настоящий момент ассортиментная матрица супермаркетов строится преимущественно на покетах текстов Д. Донцовой, Т. Поляковой, Т. Устиновой, О. Володарской, Е. Островской, предлагаемых в ценовом диапазоне 116-170 рублей. И, наоборот, в традиционной книжной рознице средняя цена реализации в 2019 году растет до 347.19 рублей благодаря исключению light-format позиций и акценту на фокусном ассортименте.

Диаграмма 1.6.

Художественная литература для взрослых: Доля оборота и средняя цена продажи в основных каналах продаж в 2018-2019 гг.



Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2020», FMCG – данные ЭКСМО, аналитика «КИ»

В целом же, индекс потребительских цен по сегменту ЛХК в оффлайн рознице составил 114% (like for like I полугодие 2018/2019) и лишь 102% в интернет-магазинах. Онлайн результат в данном случае является закономерным следствием необдуманного демпинга и никоим образом не корректирует очевидный вывод: ощутимый рост средней цены покупки в сегменте художественной литературы в 2019 году во многом связан с ростом качества предложения. Так, ИГ ЭКСМО-АСТ представила рынку продолжение эпопеи «Наполеонов обоз» Дины Рубиной, новые книги Водолазкина, Пелевина, Прилепина, наконец в очередной раз (с кинообложкой) переиздала «Игру престолов» Дж. Мартина аккурат под занавес телевизионного сериала. Определенное оживление каталога можно видеть и у ИГ Азбука-Аттикус: книжная версия «Преступлений Гриндевальда» и детектив «Смертельная белизна» от Дж. Роулинг, новый триллер Ж.-К. Гранже и очередной Хари Холле в исполнении Ю Несбё («Нож»), новые комиксы и сборник Виктории Токаревой. При грамотном управлении этот поток новинок позволяет нарастить трафик магазинов, не прибегая к поддержке автограф-сессий и прочих литературных мероприятий.

Впрочем, по-прежнему полноценный hardcover в массе своей остается привилегией столичных прилавков. И в 2019 году именно в Москве продается больше всего «Тайных видов на гору Фудзи» Пелевина или «Брисбена» Водолазкина, в то время как региональные книжники зарабатывают на «Мятной сказке» Полярного, серии «После» Анны Тодд и вечной классике Оруэлла и Брэдбери. Но всё же федеральный список бестселлеров сегодня во многом идентичен для Москвы и Татарстана, Новосибирска и Иркутска, Архангельска и Екатеринбурга, Челябинска и Хабаровска. И в 2018-2019 годах его возглавляют романы Устиновой, Рубиной, Яхиной и ... Стивена Кинга, активно экранизируемого в последние годы.

Таблица 1.6.

Художественная литература для взрослых: Ведущие авторы и проекты в январе-августе 2019 года (экз. продажи / московский профильный retail)

	автор	название	издатель	Год издания	Цена экз., руб.
1	Липпинкотт Р.	В метре друг от друга	Эксмо	2019	362-470
2	Яхина Г.Ш.	Зулейха открывает глаза	АСТ: Редакция Е. Шубиной	2019	485-603
3	Оруэлл Д.	1984 (Эксклюзивная классика)	АСТ	2019	176-285
4	Полярный А.	Мятная сказка	АСТ	2019	359-491
5	Яхина Г.Ш.	Дети мои	АСТ: Редакция Е. Шубиной	2019	507-603
6	Тодд А.	После	Эксмо	2019	220-478
7	Кинг С.	Кладбище домашних животных	АСТ	2019	309-480
8	Пелевин В. О.	Тайные виды на гору Фудзи	Эксмо	2019	460-699
9	Водолазкин Е.Г.	Брисбен	АСТ: Редакция Е. Шубиной	2019	675-740
10	Устинова Т.	Призрак Канта	Эксмо	2019	175-224
11	Поляков Ю.М.	Веселая жизнь, или секс в СССР	АСТ	2019	470-633
12	Кинг С.	Чужак (Темная Башня)	АСТ	2019	483-600
13	Токарева В.С.	Жена поэта: Повесть и рассказы	Азбука-Аттикус	2019	337-400
14	Рубина Д.	Наполеонов обоз. Кн. 2: Белые лошади	Эксмо	2019	577-730

15	Несбё Ю.	Нож	Азбука-Аттикус	2019	491-660
----	----------	-----	----------------	------	---------

Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2020», FMCG – данные ЭКСМО, аналитика «КИ»

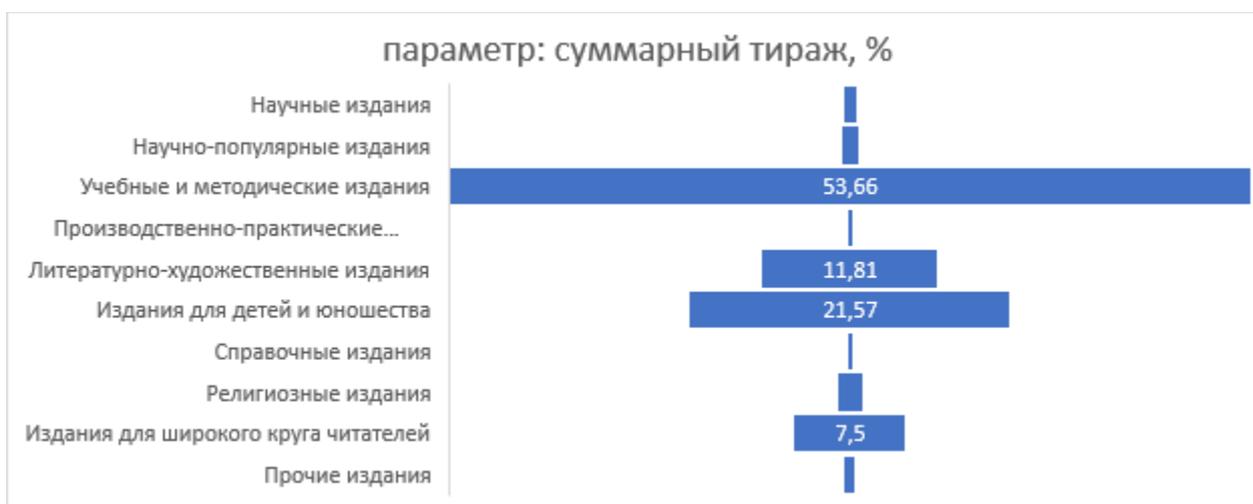
Независимо от понятных (кино) всплесков интереса к отдельным наименованиям, сезонная карта продаж художественной литературы остается в общих чертах неизменной уже многие годы. Отрицательная динамика апреля-мая обычно сменяется высоким сезоном в начале июня, и затем после относительного спада сентября-ноября, продажи резко взлетают к пику рождественского сезона. Но стоит отметить, что в 2018-2019 годах, впервые за последнее десятилетие, динамика продаж художественной литературы в период школьной кампании (август-сентябрь) уходит в зону отрицательных значений. Причем год от года ситуация ухудшается. За рабочими тетрадями и прочими пособиями в 2019-м (как и в 2018-м) не пришли десятки тысяч родителей, а значит не потратили деньги и на другой книжный ассортимент, прежде всего на романы для себя и детские книжки. Остается надеяться, что предстоящий рождественский сезон возместит потери книжной рознице, привычно нарастив объем продаж художественной литературы в преддверии каникул.

Аналогично и прикладной сегмент книжного рынка переживает сегодня циклический спад. Это связано преимущественно с ухудшением конкурентной ситуации (усилением позиций «Эксмо: Бомбора»), сокращением полочного пространства в FMCG-ритейле и общими ассортиментными проблемами. Уже в прошедшем году содержательно топы продаж в Москве и в регионах фактически не разнились (исключая единичные позиции), всё более очевидным было смещение спроса с фолиантов или, наоборот, брошюр преимущественно на проекты средней ценовой категории. Более того, в 2019 году в ТОПах продаж – всё те же имена и книги (или их

продолжения), что были представлены читателю в 2017-м. Усталость покупателя всё очевидней: всё меньше интереса, ниже спрос, а значит, очень скоро психологи Лабковский и Мэнсон, и блогеры Зубарева и Набокова отправятся в дальний угол книжного склада вслед за рецептами к мультиваркам и раскраскам для взрослых. Этому рыночному сегменту срочно требуются новые идеи, авторы и новые издатели. Но, по крайней мере согласно данным Книжной палаты, ситуация в сегменте прикладной литературы остается скорее стабильной, чем активно меняющейся в плане новинок и их тиража.

Диаграмма 1.7.

Структура выпуска книг и брошюр по целевому назначению в I полугодии 2019 г. в Москве



Источник: данные – Книжная палата, аналитика – Мониторинг

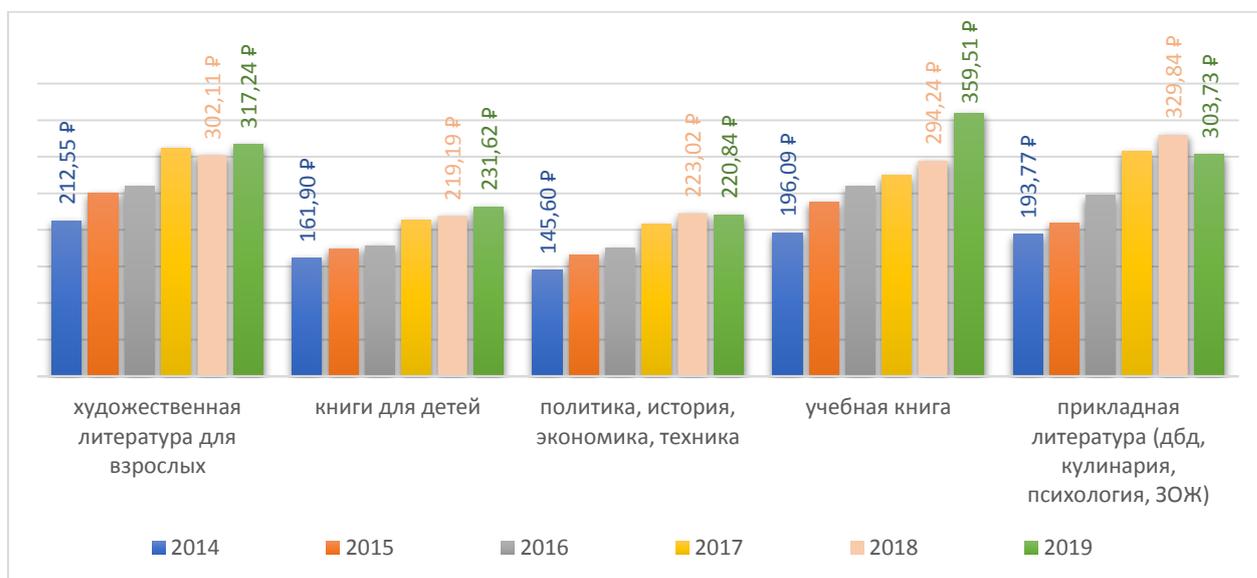
1.4. Анализ цен на книжные издания в 2017-2019 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и покупательской способности московского читателя

В 2019 году индекс потребительских цен не позволяет надеяться на сохранение оборота в области положительных значений для большинства тематических сегментов книжного рынка.

В сравнении I полугодий 2018 и 2019 гг. максимальный рост средней цены покупки зафиксирован лишь в сегменте учебной литературы для школ, в то время как в сегменте non-fiction (экономической и прикладной) литературы зафиксирована дефляция на уровне 3%. А рост цены реализации в детской книге и художественной литературы для взрослых находится ниже официальной инфляции Росстата – 0,4-2%, что еще раз подтверждает факт отсутствия каких-либо структурных изменений в качестве спроса, его традиционном фокусе на детективах, фантастике и развивающих пособиях для дошкольников.

Диаграмма 1.8.

Средняя цена реализации в основных тематических блоках книжного ассортимента в I полугодии 2014-2019 гг.



Источник: данные проекта «Книжный рынок России 2010-2020», аналитика - Мониторинг

Конечно, в условиях плавающего курса валют и сокращения денежных доходов чувствительность клиента к цене возрастает, и издатель уже не может корректировать прибыльность проектов за счет элементарного роста цен. И в 2015-2018 гг. большинство издательств были вынуждены отказаться от прямой зависимости между ростом себестоимости проектов и ростом отпускных цен – издательские цены в 2017 году снизились на 7%, в 2018-м – еще на 2%, но в 2019 году они уже подросли – в среднем на 3-9%, в то время как себестоимость книжных проектов за последние два года выросла на 15-20%. Основной фактор роста – статья тиражирование. Впрочем, в большинстве случаев за счет изыскания внутренних резервов издателям удалось удержать рост цен, но видимо такого управления ценой уже недостаточно.

Сегодня книжный рынок в целом регулирует себя сам и, конечно, он не может существовать без дисконта, кэшбека и прочих программ лояльности для покупателей. Покупателям это интересно, они ждут акционных предложений, ищут выгоду, соответственно рынок должен поддерживать этот спрос. Но для некоторых интернет-магазинов продажа книг – далеко не главный источник дохода, поэтому они могут позволить себе не зарабатывать на книгах, а только привлекать с помощью книжного ассортимента дополнительных покупателей. И в 2019 году ведущие интернет-магазины откровенно демпингуют, зачастую продавая книги по ценам ниже издательских, чего не могут позволить себе розничные магазины.

В условиях снижения денежных доходов населения и демпинга в отдельных каналах сбыта вопрос регулирования цен в 2019 году в книжной отрасли стоит достаточно остро. По мнению ведущих книготорговцев московского рынка, одним из вариантов регулирования цен в книжном ритейле должен быть контроль самих издательств за ценами на популярные книги (бестселлеры, новинки известных авторов и т.д.), а также учебники.

Евгений Капъёв, «Эксмо»:

Вопрос фиксированных цен очень сложный. Мы, к сожалению, еще плохо управляем ценами, и текущие механизмы не позволяют рознице и издателям быстро корректировать ошибки в ценах. В странах с фиксированной ценой на книгу работает механизм почти 100%-го возврата, а средний возврат по книжной отрасли находится на уровне 30%. И позиция розницы в данном случае вполне понятна: «Если вы ошиблись в ценах – это ваша проблема, забирайте товар». Понятно, что в России к этому никто не готов. У нас принципиально другая картина, и, думаю, разговор о фиксированной цене преждевременный. На самом деле сегодня есть очень много механизмов управления ценой, о которых издатели даже не знали, тот же маркетплейс предлагает большое количество возможностей, а кроме того, сегодня важно развивать маркетинг, задействовать не только механизм управления ценой, но и другие компетенции продвижения. Там очень большой потенциал.

Эльфия Дорофеева, «Мозаика-Синтез»:

Проблема минимальной розничной цены остро стоит не по всем позициям, а преимущественно по бестселлерам, с помощью которых интернет-магазины пытаются увеличить свой трафик. Зачастую бывает, что интернет-магазин нашу «Школу семи гномов» вообще не имеет, но указывает её наличие в собственном ассортименте, причем по бросовой цене в «три копейки». Так интернет-магазин увеличивает свой трафик, тем самым нанося ущерб нашей репутации и нашим продажам.

Алексей Ильин, «Альпина Паблишер»:

Для нас как издателей очень важно не только сохранение числа классических книжных магазинов, но и их прирост. Это возможно только в том случае, если разница между ценой онлайн и офлайн не будет пересекать некую границу. Мне кажется, что до 30% - это нормальная дельта. Иначе посетители книжного магазина будут думать, что его обманывают, и постепенно будет отказываться от такого времяпрепровождения как поход в книжный офлайновый магазин. Я знаю, что многие директора книжных магазинов жалуются на то, что люди приходят смотрят и тут же заказывают через приложение. Более того сами ритейлеры этому способствуют. Например, в «Республике» человек может прийти в магазин, посмотреть книгу и тут же заказать ее с доставкой в этот же магазин значительно дешевле. Мне кажется,

что такой подход в долгосрочной перспективе будет вести к сокращению офлайн-магазинов. Этого не хотелось бы. Как издателю, мне бы хотелось иметь максимальное покрытие.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

Согласно результатам проведенного в рамках Мониторинга опроса ведущих издательств Московского региона, с января по июнь 2019 года в среднем отпускная цена (т.е. цена издателя) выросла на 7,6% (в 2018-м за тот же период снизилась на 2,23%; в 2017-м снизилась на 7,26%). Впрочем, исключая период 2017-2018 гг. отпускная цена всегда демонстрировала положительную динамику. Но это усредненный показатель, и в 2019 году

- ◆ у **47,7%** (2018 – 31,5%; 2017 – 33,3%; 2016 – 51,9%; 2015 – 39,3%; 2014 – 42,9%; 2013 – 20,2%; 2012 – 0,0%) издателей рост отпускных цен превысил официальную инфляцию Росстата;
- ◆ **32,8%** (2018 – 16,1%; 2017 – 2,5%; 2016 – 16,7%; 2015 – 32,3%; 2014 – 10,3%; 2013 – 26,7%; 2012 – 14,3%) издательств постарались уложиться в официальный инфляционный индекс по I полугодю и не превысить планку в 4-5%;
- ◆ **19,5%** (2018 – 49,8%; 2017 – 64,2%; 2016 – 31,4%; 2015 – 28,4%; 2014 – 28,6%; 2013 – 13,3%) издательств снизили отпускные цены на фоне ноября соответственно 2012-2018 гг.

Таблица 1.8.

Средняя цена реализованного издания импринта (поставщика) в I полугодии 2019 года

Регион: Москва

Канал: книготорговые online | offline предприятия

Период: январь-июнь 2019г.

	I полугодие 2019, руб.	Отклонение от средней по региону, %	I полугодие 2018, руб. (справочно)
Академкнига/Учебник	242.69	-15.0	207.09

Альпина Паблишер	534.05	87.0	566.70
АСТ	291.45	2.0	283.15
Дрофа	192.87	-32.5	240.29
Азбука-Аттикус	332.66	16.5	323.56
Мозаика-Синтез	164.47	-42.4	162.68
Просвещение	276.79	-3.1	185.62
Проспект	138.32	-51.6	137.56
Российский учебник	345.58	21.0	227.51
РОСМЭН	169.66	-40.6	166.59
Сфера образования	106.69	-62.7	102.64
Стрекоза	80.33	-71.9	91.54
Русское слово	338.26	18.4	358.29
Эксмо	310.59	8.7	291.69
Экзамен	125.42	-56.1	96.68
Эгмонт	107.32	-62.4	97.56
БИНОМ. Лаборатория знаний	208.05	-27.2	200.11

Источник: данные проекта «Книжный рынок России 2010-2020», аналитика – Мониторинг

Конечно, сегодня издательства более мобильны, стремятся чаще актуализировать предложение, заменяя подарочные массивные издания декабря/января легкими брошюрами и покет-форматом отпускного летнего сезона. Поэтому разброс средней цены реализации даже по одному импринту за 6 месяцев достаточно заметен. И всё же, отпускная (издательская) цена в Московском регионе в I полугодии 2019 года составила 197,35 руб. при средневзвешенном показателе роста на уровне 7,6% (like-to-like) по издательскому пулу респондентов экспертного опроса. В то время как еще в I полугодии 2018 она составляла 183,41 руб. (в I полугодии 2017 – 196,08 руб. в I полугодии 2016 года – 189,58 руб.; в I полугодии 2015 года – 148,64 руб.; в I полугодии 2014 года – 111,81 руб.).

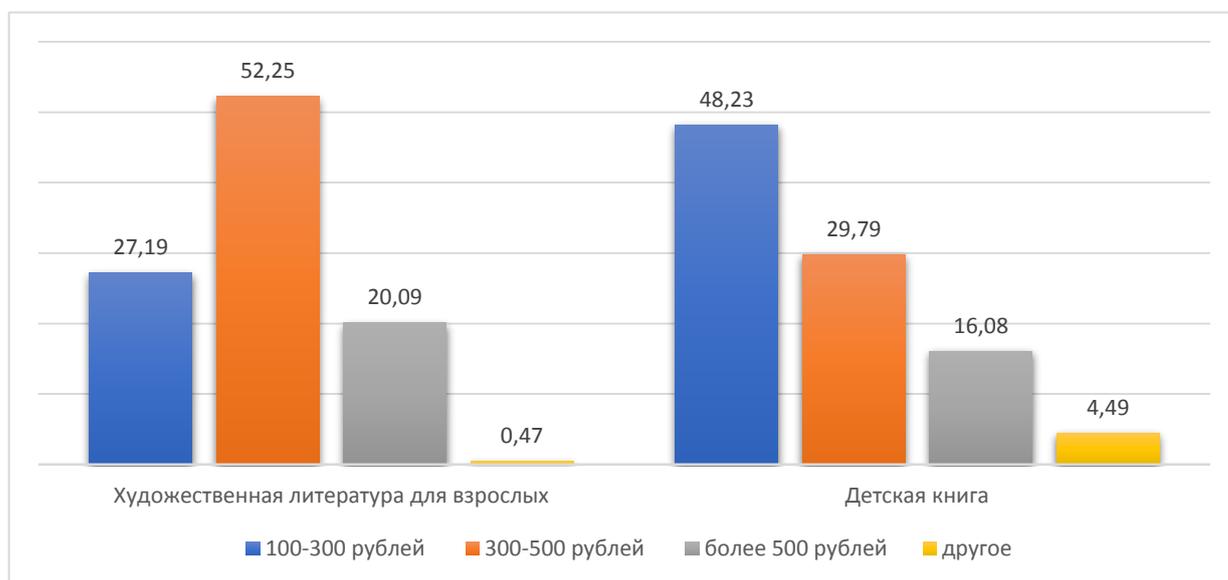
При этом средняя цена реализации в offline книжных магазинах Москвы в I полугодии 2019 года составила 385,65 руб. (в I полугодии 2018 – 374,42 руб.; в I полугодии 2017 – 358,67 руб.), то есть подросла на фоне весны 2018 года лишь на 3%. И социологический опрос посетителей книжных магазинов Москвы, проведенный в рамках мониторинга в сентябре 2019 года, продемонстрировал достаточно низкую ценовую планку у нынешних

столичных читателей: для 27-48% (в 2018 – 25-40%) респондентов детская книга и роман для взрослого чтения (18+) не должны стоить дороже 300 рублей.

Диаграмма 1.9.

Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2019 году

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



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, 16-18 сентября 2019 года)

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

Государственная статистика выпуска печатных изданий (Российская книжная палата) свидетельствует о росте напряженности в конкурентном ландшафте московского книгоиздания в 2019 году, отводя пятерке ведущих издательств 38,09% по числу выпущенных названий и 56,75% суммарного

тиража общего московского выпуска (в аналогичный период 2018 года – 35,83% и 56,96% соответственно; 2017 года – 39,9% и 60,96%; 2016 года – 34,3% и 47,4%; 2015 года – 28,93% и 46,5%). Данный тренд прослеживается прежде всего в укреплении позиций по SKU ведущего издательского холдинга РФ – ИГ «Просвещение», а также издателя детских книжек-раскрасок и книжек игрушек – компании «Симбат».

И всё же агрессивное давление на конкурентное поле со стороны монополий сегодня очевидно прежде всего в учебном и литературно-художественном сегменте книжной отрасли. Напротив, в детском и нон-фикшн сегментах представлены быстрорастущие компании среднего бизнеса, с сильными командами и возможностями непрерывных инвестиций в продукт и новые технологии.

Александр Альперович, Клевер-Медиа-Групп:

В этом году мы особенно остро осознали, что издательский рынок в нашей стране пока небольшой. На нем совсем не много игроков, и, к сожалению, мы, игроки, мало общаемся друг с другом. Тем более у нас нет традиции помогать друг другу, взаимодействовать. Почему-то у нас считается нормой вести бизнес ожесточенно, а это ужасно сложно и неудобно.

Алексей Ильин, Альпина Паблшер:

На мой взгляд, каких-то уникальных особенностей у российского книжного рынка нет. Он делится на две части: образовательная литература для школ (в основном бюджетные закупки) и широкий рынок. Рынок образовательной литературы очень узкий и монополизированный. На нем ключевая компетенция – наличие лоббистских ресурсов. Широкий рынок очень конкурентный, но большую часть контролирует 10 крупнейших игроков. Профессиональный уровень всех ведущих издателей очень высокий. Конкуренция между издательствами ведется прежде всего по трем направлениям: права и авторы; реклама и PR; представленность в торговых точках. Многие ведущие издательства высокорентабельные. Норма прибыли может быть 25% и выше. Динамика роста отдельных издательств определяется прежде всего качеством портфеля и

может существенно опережать рынок. Знаю, что у отдельных издательств рост продаж в 2017 и 2018 гг. составил 30-40% в год.

Книжная Индустрия, январь 2019

Таблица 1.7.

Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I полугодии 2016-2019 гг.

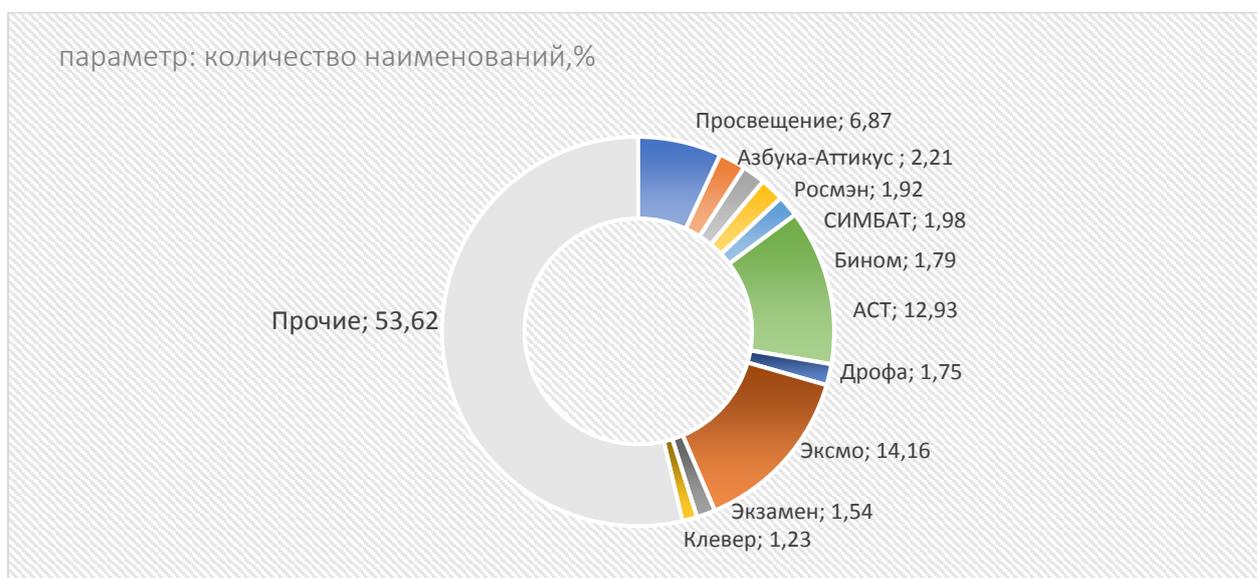
	Параметр: количество наименований, %					Параметр: суммарный тираж, %			
	I полугодие 2019	I полугодие 2018	I полугодие 2017	I полугодие 2016		I полугодие 2019	I полугодие 2018	I полугодие 2017	I полугодие 2016
Эксмо	14.16	14.49	16.39	13.67	Просвещение	24.61	26.63	30.49	17.30
АСТ	12.93	12.02	13.28	11.31	Эксмо	11.76	12.37	12.33	11.95
Просвещение	6.87	4.97	6.04	5.47	АСТ	10.34	9.19	9.31	9.84
Азбука-Аттикус	2.21	2.45	1.96	1.94	Дрофа	5.39	4.66	4.24	3.88
Росмэн	1.92	1.90	1.70	1.45	Фламинго	3.16	4.11	4.58	2.16
Дрофа	1.75	1.89	1.82	1.87	Экзамен	3.97	3.89	2.16	2.97
Экзамен	1.54	1.57	1.10	1.16	Вентана-Граф	3.49	3.85	2.39	3.30
Эгмонт Россия	0.98	1.51	2.23	1.66	Эгмонт Россия	2.61	3.24	3.88	4.46
Вече	1.17	1.39	1.40	1.24	Азбука-Аттикус	2.63	2.35	1.73	1.98
Вентана-Граф	1.09	1.13	0.87	1.03	Мозаика-Синтез	1.34	1.83	1.61	1.80
Стрекоза-Пресс	1.18	1.05	0.60	1.14	Русское слово	1.29	1.00	1.15	1.07
Фламинго	0.77	1.01	1.19	0.56	Стрекоза-Пресс	2.01	0.94	0.54	0.27
Центрполиграф	0.88	0.89	1.15	1.03	ВАКО	4.64	0.85	1.74	1.62
Проспект	0.79	0.88	0.72	0.73	Росмэн	0.70	0.82	0.96	2.43
ИЦ Академия	0.50	0.75	0.85	0.88	Центрполиграф	0.74	0.61	0.94	1.21
Мозаика-Синтез	0.69	0.74	0.57	0.74	Проспект	0.45	0.44	0.42	0.47
Русское слово	0.63	0.53	0.66	0.64	Вече	0.36	0.39	0.42	0.51
Рипол классик	0.82	0.51	0.52	0.74	Альфа-книга	0.21	0.28	0.30	0.46
ВАКО	0.42	0.31	0.74	0.61	Рипол Классик	0.41	0.21	0.23	0.31

Источник: данные – Российская книжная палата, аналитика – Мониторинг

В I полугодии 2019 года Книжная Палата отмечает существенное снижение инвестиций у издательств «Мозаика-Синтез», «Эксмо», «Эгмонт» и «Фламинго». И, напротив, значительные вложения в выпуск новых проектов очевидны для издательских групп «Просвещение» и «РИПОЛ Классик».

Диаграмма 1.10.

Доли ведущих издательств Москвы (ТОП-10) в суммарном выпуске книг и брошюр РФ в I полугодии 2019 года



Источник: данные – Российская книжная палата, аналитика – Мониторинг

Данные о продажах на территории Москвы в I полугодии 2019 года продолжают свидетельствовать о постепенном укрупнении долей рынка издательств-лидеров. И этот процесс протекает достаточно плавно на фоне скачкообразной статистики Книжной Палаты, исключая уже состоявшуюся фактическую монополию образовательного продукта под импринтом «Просвещение». Если в январе-июне 2015 года ТОП-15 издательств закрывали

61,1% оборота московской книжной розницы, то в январе-июне 2019 года их доля выросла до 68,7%.

В прогнозных значениях по итогам 2019 года суммарная доля столичного рынка у пятерки ведущих игроков составит 55,5% (в 2018 – 53,9%; в 2017 – 51,53%; в 2016 – 47,66%; в 2015 – 49,45%; в 2014 – 47,6%; в 2013 – 38,8%; в 2012 – 40,4%).

И если состав лидеров принципиально изменился еще в 2015 году в связи с выпадением из контура рынка целого ряда учебных издательств (Баласс, Титул, Экзамен, Легион и пр.), то в 2019-м основное событие – ослабление позиций «АСТ», «Росмэн» и в наибольшей степени издательств «Рипол Классик» и «Эгмонт». Наоборот, несмотря на реализацию принципиально противоположных издательских концепций, одновременно улучшили свои позиции на рынке «Альпина» и «ВАКО», «Айрис-пресс» и «Сфера».

Несмотря на эволюционный (плавный) характер изменений в конкурентном ландшафте книжного рынка, в целом текущая его структура оценивается участниками крайне негативно:

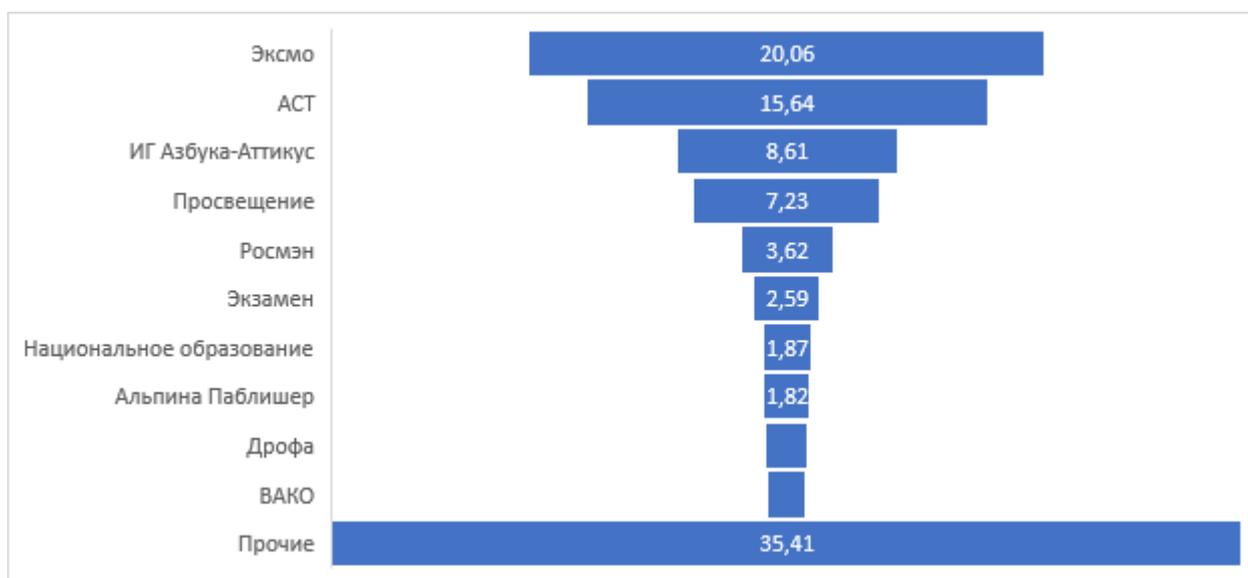
Леонид Шкурович, Азбука-Аттикус

Книгоиздательский рынок России – кургузый, нескладный. Ни экстерьерно, ни, тем более, инвестиционно, не привлекательный. Базар, а не рынок. В каждом из двух основных павильонов (сегментов), учебном и коммерческом, имеется по явному лидеру, занявшему половину пространства. Вот у них, у лидеров, и ROI, и инвестиции, и сверхприбыль. А в оставшейся половине научились декорировать скудность и тесноту большим количеством телодвижений: выпустили хорошую книгу - устроили презентацию - продали полтиража - отбили стенд - вернули долг. Частично. Немного душно, зато при деле, и нематериальная мотивация налицо. Применять к оценке полу-рынка универсальные экономические маркеры не имеет смысла. Вычислять среднее арифметическое и отгораживаться статистикой от реальности еще наивнее с учетом столь явных диспропорций.

Книжная Индустрия, январь 2019

Диаграмма 1.11.

Конкурентный ландшафт ТОП-15: Доли ключевых игроков (издательств) по суммарным продажам в обороте книжного рынка Москвы в I полугодии 2015-2019 гг.



	Издательство	доля книжного рынка Москвы, I-II кв. 2019г., %	доля книжного рынка Москвы, I-II кв. 2018г., %	доля книжного рынка Москвы, I-II кв. 2017г., %	доля книжного рынка Москвы, I-II кв. 2016г., %	доля книжного рынка Москвы, I-II кв. 2015г., %
1	Эксмо	20.06	19,41	18,63	17,31	17,79
2	АСТ	15.64	16,94	15,08	14,55	18,63
3	ИГ Азбука-Аттикус	8.61	6,49	6,14	6,45	7,86
4	Просвещение	7.23	6,91	6,89	6,21	2,78
5	Росмэн	3.62	4,14	4,79	3,14	1,84
6	Экзамен	2.59	2,81	2,74	2,72	1,69
7	Национальное образование	1.87	1,12	0,68	0,98	0,56
8	Альпина Паблишер	1.82	0,47	0,45	0,26	0,22
9	Дрофа	1.64	2,26	2,19	1,24	1,74
10	ВАКО	1.51	1,04	1,23	1,10	1,15
11	Айрис-пресс	1.49	0,94	1,03	1,21	0,87
12	Вентана-Граф	1.43	2,30	1,74	1,25	1,01
13	Эгмонт Россия	0.41	2,15	2,04	1,38	1,81
14	Вече	0.39	0,53	0,76	0,84	0,80
15	Рипол Классик	0.37	1,08	1,42	1,86	2,39

Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2020», аналитика – Мониторинг

В настоящий момент в Москве есть издатели, которые растут быстрее рынка. И это не только крупные игроки, но и средний, и малый книгоиздательский бизнес. Этот рост обусловлен разными причинами. Кто-то действительно активно инвестирует в каталог (увеличивая выпуск по наименованиям или тиражному массиву), а кто-то растет только за счет ценовой политики на новинки и сброс остатков склада по демпинговым ценам. Но в любом случае конкурентная ситуация и в 2019 году остается подвижной, конечно начиная лишь с 9-10-й позиции ежегодного рейтинга.

Дмитрий Климишин, Просвещение

Группа компаний «Просвещение» – это давно уже не только и не столько бизнес в сфере учебного книгоиздания. «Просвещение» расширило спектр своей деятельности – нас интересует все, что касается развития образования, вплоть до мониторинга региональных систем образования, обучения учителей и строительства школ.

«Просвещение» - национальный образовательный интегратор, мы работаем в России и в интересах России. Основные задачи, которые перед нами стоят уже сегодня, сформулированы в майском указе президента России. И ключевая из этих задач – вхождение системы общего образования страны в топ-10 мировых лидеров. Мы должны так отладить работу с регионами, образовательными организациями, педагогами и учениками, чтобы в полной мере способствовать решению этой задачи до 2024 года. При этом мы участвуем в международных проектах, связанных, например, с преподаванием английского языка, с продвижением русского языка и русской культуры за рубежом.

Книжная Индустрия, январь 2019

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

Согласно данным ведущих издательств в I полугодии 2019 г. на книжный рынок Москвы приходится от 15% до 67% общего объема их

реализации при средневзвешенном показателе в 39% (в 2018 – 46%; в 2017 – 53%; в 2016 – 45%; в 2015 – 41%; в 2014 – 34%; в 2013 – 28%; в 2012 – 29%). При этом 63% участников экспертного опроса сообщили о росте доли Московского региона в суммарных продажах за истекшее I полугодие текущего года (средневзвешенный показатель – плюс 1%). Можно говорить о заметном росте (плюс 19%) доли московских продаж в суммарной реализации издательства «Альпина», чей каталог сегодня в наибольшей степени ориентирован на столичного клиента, а также несколько меньшей (плюс 1,2-10%), но всё же положительной динамике этого показателя для издательств «Эксмо», «Рипол Классик» и «Эгмонт». И, напротив, издательства «Российский учебник» и «Вече» значительно (на 11-14%) сократили отгрузки в Московском регионе. Впрочем, следует иметь в виду, что ликвидность предложения издательства во многом корректируется условиями его партнерства с тем или иным книготорговцем.

Таблица 1.8.

ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта. I полугодие 2019 года

Стационарный книжный магазин (сеть)	Киосковая сеть	Интернет-магазин	Непрофильный ритейл (FMCG)
Читай-город	Горпечать	OZON.ru	АШАН
Библио-Глобус ТД	Агентство Желдорпресс-ГП	My shop	Детский мир
Московский Дом книги ОЦ	Агентство Роспечать	Wildberries.ru	МЕТРО
Москва ТДК	Лайфстрим	Labirint.ru	ОКЕЙ
Республика	Пресс-логистик	Book24	Магнит

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

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2019

По состоянию на август 2019 года основными каналами продаж книжной продукции в Московском регионе остаются традиционные книжные магазины. На них приходится от 16% до 54% суммарной реализации ведущих

издательств Москвы (исключая компании с учебным профилем). Причем, несмотря на квартет так называемых VIP-магазинов и значительное количество клубных кулуарных форматов («Чук и Гик», «Фаланстер», «Маршак»), оффлайн книготорговля Москвы – это преимущественно сетевой ритейл. На крупные сетки – ОЦ МДК, «Читай-город», «Книжный Лабиринт», «Республика» и пр. приходится основной трафик клиентов и 88% от общего числа книготорговых объектов столицы. Именно эти игроки определяют книжный климат Московского региона.

Значимую роль в продаже книг в столичном регионе сохраняют и непрофильные для книжников каналы сбыта – торговые площадки FMCG-сетей (включая сетевой ритейл товаров для детей) и киосковые сети. Традиционными партнерами книжников в этом случае являются московские филиалы ООО «Ашан», ООО «Метро Групп», ПАО «Детский мир», а также киосковые сети ООО «Горпечать», АО Агентство «Роспечать» и пр. Пропускная способность этих каналов по состоянию на август 2019 года колеблется в диапазоне 0-20% объема реализации издательств Москвы по киосковым сетям и 0-62% – по FMCG-ритейлу, при среднем показателе – 2% и 16% соответственно.

Следует также отметить и плотное сотрудничество издательств с интернет-магазинами. В 2019 году пропускная способность этого канала в Московском регионе находится на уровне 3-51% и в среднем немного снизилась – до 21% суммарной реализации столичных издательств (в 2018 – 27%; в 2017 – 22%; в 2016 – 32%; в 2015 – 18%; в 2014 – 11%; 2013 – 18,7%; в 2012 – 11,2%). В группе интернет-магазинов ведущими партнерами издательств остаются OZON.ru, My-Shop, Wildberries, Labirint.ru и др., хотя к OZON.ru и Labirint.ru в 2019 году у издателей был целый ряд претензий. Впрочем, в данном случае, это не столько чистые (розничные) продажи москвичам, сколько отгрузки издательств московским интернет-магазинам с федеральным покрытием. Заметна доля онлайн-партнеров и у издателей, специализированных на выпуске учебных и учебно-методических изданий для

общеобразовательной школы – «Просвещение», «Дрофа», «Вентана-Граф» и др. Хотя в целом структура их реализации в Московском регионе в значительной степени (до 95%) ориентирована на Департамент образования Правительства Москвы в качестве организатора аукционных продаж по закупкам учебников, а также собственные онлайн-сервисы (ЛЕСТА и PROSV.ru).

Олег Новиков, холдинг «ЭКСМО/АСТ»:

Если говорить о каналах сбыта, то основным вектор сегодня – интернет-магазины, там идет ожесточенная конкуренция, жертвой которой отчасти являются книжные магазины, и в связи с этим необходимо выработать какие-то согласованные меры поддержки традиционной розницы. В онлайне мы имеем уникальную ситуацию. В отличие от многих других стран, у нас здесь отсутствует доминирующий игрок, все издатели и книготорговцы хотят и готовы работать онлайн, все предлагают хорошие условия для читателей и борются за них и за издателей, предлагая новые бонусы и лучшие условия. По-прежнему стабильно растет федеральная сеть (в книгах на уровне 16%), а непрофильная и нестационарная розница стагнирует, хотя данные по результатам года могут измениться.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

Алексей Ильин, «Альпина Паблишер»:

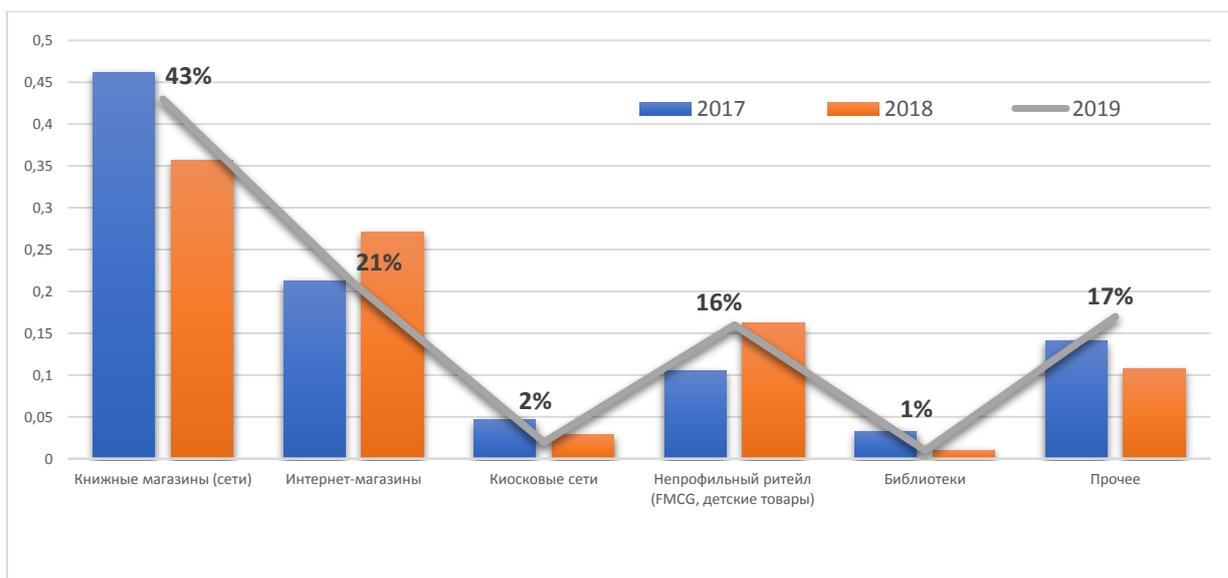
Обслуживая тираж, наша задача заключается в исключении stock-out. Издательство, которое имеет много сток-аутов, не умеет управлять своим бэклистом и может терять до половины потенциальной прибыли. Подготовить книгу к изданию очень дорого и сложно. И если мы ее потом не отжали по полной программе, то огромное количество потенциала оказывается не использовано. То есть нужно все время думать, закончился первый тираж, как книгу переиздавать – в таком же конструктиве, в другом, перевести в покет, сделать ее в Т8 или вообще закрыть проект? Должно быть четкое понимание того, каким путем лучше пойти. И конечно большое внимание следует уделять анализу продаж. Нужно все время разбирать свои успехи и ошибки и делать выводы на будущее.

Книжная Индустрия, апрель 2019

В отличие от взаимовыгодного сотрудничества с интернет-посредниками по бумажной книге, доля продаж электронного контента (e-book) по состоянию на август 2019 года выглядит по-прежнему скромно – в диапазоне 0-7,6% (в 2018 – до 7,0%; в 2017 – до 4,2%; в 2016-м – до 7,6%) от среднемесячного объема реализации ведущих книгоиздательств Москвы. Конечно, продажи электронного контента демонстрируют сегодня увеличение темпов годового прироста (в среднем +14% по издательствам), но далеко не у всех компаний и до реальной бизнес-отдачи здесь пока далеко. Основными партнерами московских издательств, как и в прошлом году, являются ЛитРес, Bookmate, Storytel и Google.

Диаграмма 1.12.

Доля канала сбыта в общем объеме реализации издательств* в Московском регионе в I полугодии 2017-2019 гг.



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

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2017-2019 гг.

Так как книжников и до валютного кризиса сложно было отнести к числу активных рекламодателей, то и сегодня, в условиях снижения маржинальности бизнеса, немалая часть издательств считает, что

останавливать поддержку ни в коем случае нельзя, экономить не стоит, как и менять свои пристрастия с точки зрения площадок для продвижения.

В столице в январе-августе 2019 года только на территории книжных магазинов было проведено более 300 мероприятий. В их числе и встречи с авторами, и благотворительные акции, и публичные лекции, и тематические вечера. Только бюджет издательства «Эксмо» на продвижение книг и участие в культурных проектах Москвы в январе-августе 2019 года составил 12,2 млн. рублей. Самыми заметными мероприятиями лидера книжной отрасли в столице стали прошедшие в июле-августе «Открытые библиотеки #Эксмодетство» в парке Красная Пресня и саду Эрмитаж, а также участие издательства в «Пикник Афиша».

Бюджет ИГ «Азбука-Аттикус» в январе-августе 2019 года на собственные мероприятия по продвижению книг и на участие в культурных проектах Москвы составил 15 млн. рублей (+8% в сравнении с январем-августом 2018 г.) и был потрачен главным образом на онлайн-продвижение (70%) проектов и авторов издательской группы. Бюджет «Альпины» составил 2,7 млн. рублей, что позволило издательству провести 150 мероприятий в столице, в том числе серию встреч «лекторий от авторов». Бюджет издательства «Росмэн» по продвижению книг и на участие в культурных проектах Москвы составил 900 тыс. рублей, и бюджет Корпорации «Российский учебник» почти столько же - 797 тыс. рублей, но потрачены эти деньги были совершенно по-разному. «Росмэн» акцентировал свое внимание на онлайн-продвижении (40% бюджета) и организации конкурсов (20% бюджета), а «Российский учебник» почти все деньги (71% бюджета) «спустил» на участие в городских выставках/ярмарках, прежде всего образовательной тематики конечно.

Абсолютное большинство издательств и в 2019 году придерживается традиционных для себя способов и инструментов продвижения – кто-то любит интернет (и у него это получается), а кто-то предпочитает трейд маркетинг и

тратит значительные суммы на выкладку и визуализацию продукта в местах продаж. Кто-то считает, что не хватает книжных фестивалей и праздников, а кто-то – что надо сосредоточиться на рецензиях в онлайн медиа или рекомендациях в соцсетях. Есть и те, кто по-прежнему уверен, что хорошая книга сама себя продает. Но таких в среде российских издателей остается всё меньше.

Алексей Ильин, «Альпина Паблишер»:

В России присутствует некоторое искажение слова «маркетинг», но по факту – это реклама и пиар. То есть первые отгрузки определяются тем, насколько грамотно была проведена предварительная работа с торговыми точками, насколько перспективна та или иная книга и насколько мы смогли разогреть вообще аудиторию ожиданием того или иного издания. И маркетинг сейчас играет все большую и большую роль. Потому что, конечно, огромное количество книг и выделиться на рынке без серьезного внимания к продвижению невозможно. Поэтому, по крайней мере, на все ключевые издания у нас пишется специальная маркетинговая программа.

Книжная Индустрия, апрель 2019

Таблица 1.9.

ТОП-15 мероприятий издательств по продвижению книги и чтения на территории Москвы по количеству посетителей (участников). январь-сентябрь 2019 г.

Название мероприятия	Инициатор / Издательство	Дата проведения / 2019	Кол-во посетителей
Пикник Афиша	Эксмо	3 августа	150 000
Встреча с автором, Кристиан «Флаке» Лоренц	Эксмо	28 июля	2 040
Гараж-сейл в Сокольниках	Росмэн	август	1400
Открытая библиотека "Эксмодетство"	Эксмо	10 июля, 3 августа	1 350

Съезд учителей и преподавателей химии	Российский Учебник	6 февраля	650
Московские сходки клуба читателей Terra инкогнита	Росмэн	март, июнь август	500
Автограф-сессия Е. Гришковца	Азбука-Аттикус	июнь	500
Встреча с автором, Рустем Булатов	Эксмо	14 января	380
Лекторий от автора	Альпина	серия	350
Клубные встречи с Н. Щербой	Росмэн	июнь	300
Семинар "Учебно-методические комплексы ГК Просвещение для реализации концепции развития математического образования"	Просвещение	5 марта	300
Автограф-сессия Н. Талеба	Азбука-Аттикус	февраль	250
Семинар "Контрольно-оценочная деятельность в начальной школе: риски и их предупреждение"	Российский Учебник	21 июня	238
Кинотеатр Октябрь, презентация книги В. Алейникова "Странники терпенья"	Рипол Классик	23 января	230
Конференция школьников по китаеведению	Просвещение	5 апреля	200

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2019 г.

В 2019 году в структуре затрат издательств на продвижение книги и чтения на территории Москвы основные расходы приходятся на участие в городских выставках/ярмарках (аренда, затраты на логистику, доп. персонал и пр.) – от 2% до 71%, при средневзвешенном показателе в 28% бюджета.

Изготовление POS-материалов, наружная, транспортная реклама могут занимать до 27% бюджета издательства на продвижение книг (в среднем – 13%). Организация автограф-сессий авторов, а также мастер-классов, конкурсов, лекториев и прочих развлекательных мероприятий для читателей – это гораздо менее затратные инициативы. Как правило, издатели тратят на это в среднем 11% бюджета. Впрочем, реальный разброс значений достаточно велик. Например, «Рипол Классик» тратит лишь 4% на автограф-сессии из

своего 5 млн. бюджета, а для «Вече» - это уже 20% расходов из 150 тыс. бюджета. Недешево обходятся издателям и онлайн-продвижение (поддержка сайта, блог, социальные сети) – от 1% до 70% бюджета, при средневзвешенном показателе в 36% рекламных расходов.

Основная часть мероприятий издательств проходит на территории книжных магазинов, и именно книжная розница столицы выступает основным партнером инициатив по поддержке и продвижению чтения. В ходе экспертного опроса издатели особо отмечали в этом плане ОЦ МДК, ТДК Москва, ТД Библио-Глобус, ДК Молодая гвардия, сеть Читай-город. Нередко партнером издательств выступают и столичные библиотеки – РБА, ГПНТБ, Библиотека им. Некрасова, РГБ, РГДБ, библиотеки ЮВАО, ЗАО, СЗАО, а также Городской методический центр Москвы, Московский институт открытого образования, Московский центр качества образования и др.

Диаграмма 1.13.

Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I полугодии 2017-2019 гг.



Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2017/2018/2019 гг.

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

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

Согласно экспертной оценке объем B2C-сегмента рынка электронных текстовых книг (контента) Москвы в I полугодии 2019 года составил 630 млн. руб.¹ при темпах роста к аналогичному периоду 2018 года в 40%. В годовом исчислении объем столичного рынка прогнозируется на уровне 1600-1700 млн. рублей (плюс 45% к итогам 2018 года). Доля продаж электронного книжного контента зарегистрированным пользователям Московского региона находится на уровне 20% от общего оборота российских дистрибьюторов e-book. И если в 2015-2016 гг., согласно данным «ЛитРес», доля зарегистрированных в Москве покупателей этого магазина характеризует высокая положительная динамика (до плюс 50-80%), то в 2017-2018 гг. прирост аудитории столичных клиентов ограничился 5%, а в 2019 году и вовсе опустился до нулевой (+0%) отметки (*экспертный опрос, сентябрь 2019, Мониторинг*). Иными словами, B2C-сегмент рынка электронных текстовых книг в Москве приблизился к своему максимальному уровню, по крайней мере, по той линейке книжных продуктов, которые сегодня предлагают онлайн-агрегаторы. Корректирующее влияние соответствующих поправок в законодательство РФ и ужесточения контроля за файлообменными сервисами в рунете остается минимальным.

На фоне относительной стабильности московской аудитории покупателей электронных текстовых книг в I полугодии 2019 года продолжает расти легальный рынок аудиокниг – эксперты отмечают положительную динамику на уровне +75-80% в сравнении с I полугодием 2018 года. Однако

¹ В I полугодии 2018 года B2C сегмент (общедоступный рынок) составил 500 млн руб.; в I пол. 2017 – 420 млн. руб.; в I пол. 2016 – 325 млн. руб.; в I пол. 2015 года – 260 млн. руб.; I пол. 2014 года – 139 млн. рублей

абсолютные суммы оборота этого рынка пока, по итогам первой половины 2019 года, не превышают 230-240 млн. рублей (в I полугодии 2018 – 150 млн. руб.), т.е. чуть более трети (35%) от продаж текстового контента. Доля продаж аудиокниг зарегистрированным пользователям Московского региона находится на уровне 40% от общего оборота российских дистрибьюторов аудиокниг. В годовом исчислении объем столичного рынка аудиокниг прогнозируется на уровне 470 млн. рублей (плюс 55-60% к итогам 2018 года).

Борис Макаренков, «Storytel»:

Мы не видим препятствий для развития рынка аудиокниг в России. В перспективе мы ожидаем появление новых аудио-форматов, увеличение доли прослушивания подкастов и лекций – внеиздательский продукт будет занимать все большую долю. Но, тем не менее, лидирующие позиции еще долго будет удерживать издательская история.

Денис Петров, «Альпина Диджитал»:

Российский рынок в своих тенденциях следует за западным с отставанием в 3-5 лет. Полагаю, что заметный рост потребления аудиокниг сохранится еще 2-3 года, после чего рынок войдет в стадию насыщения на какое-то время. На рынке появится несколько новых относительно сильных игроков, работающих по подписной модели.

Книжная Индустрия, март 2019

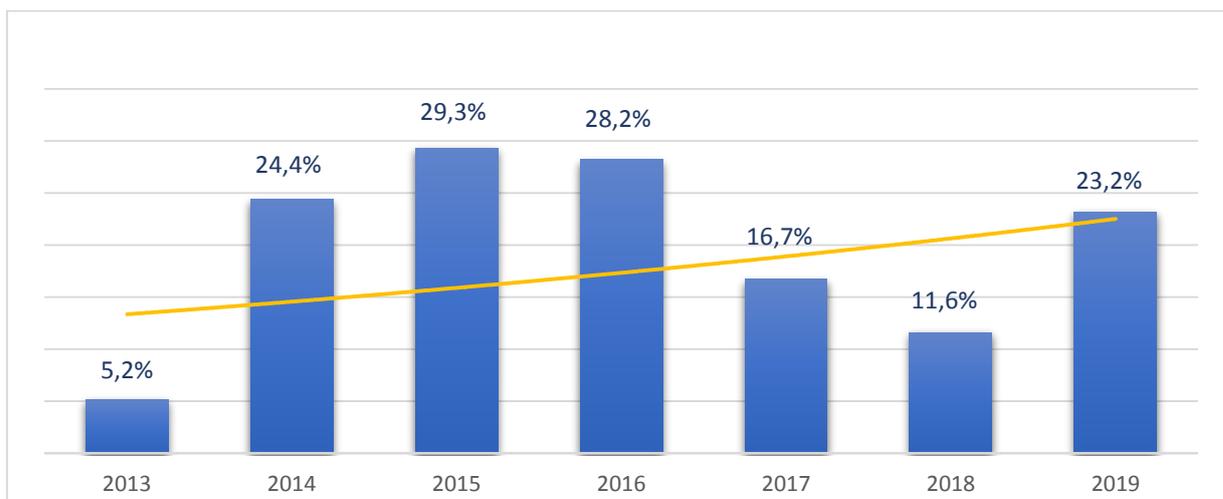
Несмотря на очевидное сохранение положительных темпов роста, в целом B2C рынок цифровой (текстовой и аудио) книги в Москве пока слишком компактен и суммарно в годовом исчислении по итогам 2019 года не превысит 2,1 млрд. рублей (или 9,2% книжного рынка Москвы). Тем не менее, потенциал роста у рынка есть. Об этом свидетельствуют результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в рамках Мониторинга. В сентябре 2019 года в скачивании электронных книг из интернета признались 23,2% москвичей, в то время как

доля скачиваний в аналогичном опросе 2018 года составила лишь 11,6% (в 2017 -16,7%; в 2016 – 28,2%). Динамика рынка явно носит циклический характер, и в настоящий момент он находится в фазе роста.

Диаграмма 1.14.

Динамика доли москвичей, скачивающих электронные книги (тексты) в интернете. 2013-2019 гг.

(респонденты, ответившие утвердительно на закрытый вопрос, %)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь 2013-2019 гг.), аналитика – Мониторинг

Кроме того, следует учесть и возможности расширения рыночного сегмента электронной книги с учетом появления новых платных форматов.

Сергей Анурьев, «Литрес»:

Сравнение динамики платных и бесплатных позиций по категориям за 8 месяцев 2019 года к 8 месяцам 2018 года показывает в целом-то вполне понятный более быстрый прирост бесплатных позиций, особенно в аудио-формате. Иначе ситуация складывается в сегменте подкастов, где платные позиции прирастают более высокими темпами (+158% против +119% по бесплатному контенту). Подкасты – это самая горячая сейчас тема в медиа среде. Apple в начале года запустил подкасты. Google выделил подкасты в отдельную категорию. YouTube запускает отдельные

приложения. «Яндекс.Музыка» занимается подкастами. «ВКонтакте» выносит подкасты. Мы тоже в этой теме как-то задействованы уже два или три года, подкасты у нас себя хорошо чувствуют и растут, при этом соотношение платных и бесплатных версий как один к двадцати. Думаю, подкаст как формат может быть интересен издателям с точки зрения донесения книжной повестки до аудитории через новый быстрорастущий медиа канал.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

Определенный потенциал роста цифровой B2B-дистрибуции в РФ заложен приказом N 1047 Минобрнауки РФ от 5 сентября 2013 года об обязательности электронного формата школьного учебника с января 2015 года. Кроме того, развитие новых технологий так или иначе предполагается во всех 10 программах нацпроекта «Образование». Только в 2019 году в рамках федерального проекта «Современная школа» направлено 3 млрд рублей на создание в 50 регионах страны более 2000 центров образования цифрового и гуманитарного профилей «Точка роста» в сельской школе, а в рамках федерального проекта «Цифровая образовательная среда» появится сеть из 340 центров цифрового образования для детей «IT-куб», 20 из которых приняли первых учеников уже в сентябре 2019 года. И уже с 2017 года у ведущих учебных издательств активно работают собственные платформы дистрибуции электронных учебников для школ – единая платформа Просвещения и ЛЕСТА (Дрофа и Вентана-Граф). Работает и проект «Московская электронная школа».

Серьезным драйвером рынка электронной книги служит и рост самопубликаций в электронном формате. Причем не только на базе екатеринбургского Ridero, но в профильном приложении ЛитРес: Самиздат. Только в «Литрес» объем продаж самиздата в Москве в I полугодии 2019 г. составил 25 млн рублей с динамикой 200%-го роста к аналогичному периоду 2018 года.

В отличие от положительной динамики B2C рынка, ситуация в B2B сегменте остается сложной. Рынок электронно-библиотечных систем (ЭБС) постепенно сворачивается под давлением законодательных инициатив (прежде всего утвержденного Правительством РФ 20 февраля 2019 г. Положения о Национальной электронной библиотеке) и библиотечного лобби в части реализации Закона об обязательном экземпляре электронного издания. Прогнозируемая динамика на 2019 год для B2B сегмента неутешительна – снижение оборота до 10% к 2018 году.

Диаграмма 1.15.

Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2019 гг., млн руб.



Источник: экспертная оценка, опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2014-2019 гг.

Безусловно, «цифровизация» книжной отрасли в России присутствует, но пока всё происходит достаточно медленно. И, тем не менее, специалисты «ЛитРес» ожидают, что по итогам 2019 года рынок электронной книги в России вырастет до 6,4 млрд. рублей. Более того, и в дальнейшем рынок будет активно наращивать обороты и уже к 2021 году достигнет объема в 10 млрд.

рублей, что должно составить порядка 12-15% от рынка бумажной книги (исключая сегмент учебников).

К основным факторам роста рынка цифровой книжной дистрибуции в России (в т.ч. и в Московском регионе) можно отнести:

- ◆ увеличение тиражности продаваемых электронных текстовых и аудиокниг
- ◆ рост средней цены покупки
- ◆ принятие поправок в законодательство РФ, ограничивающих нелегальное использование цифрового (в том числе книжного) контента
- ◆ развитие онлайн сервисов для авторов контента и рост самиздата.

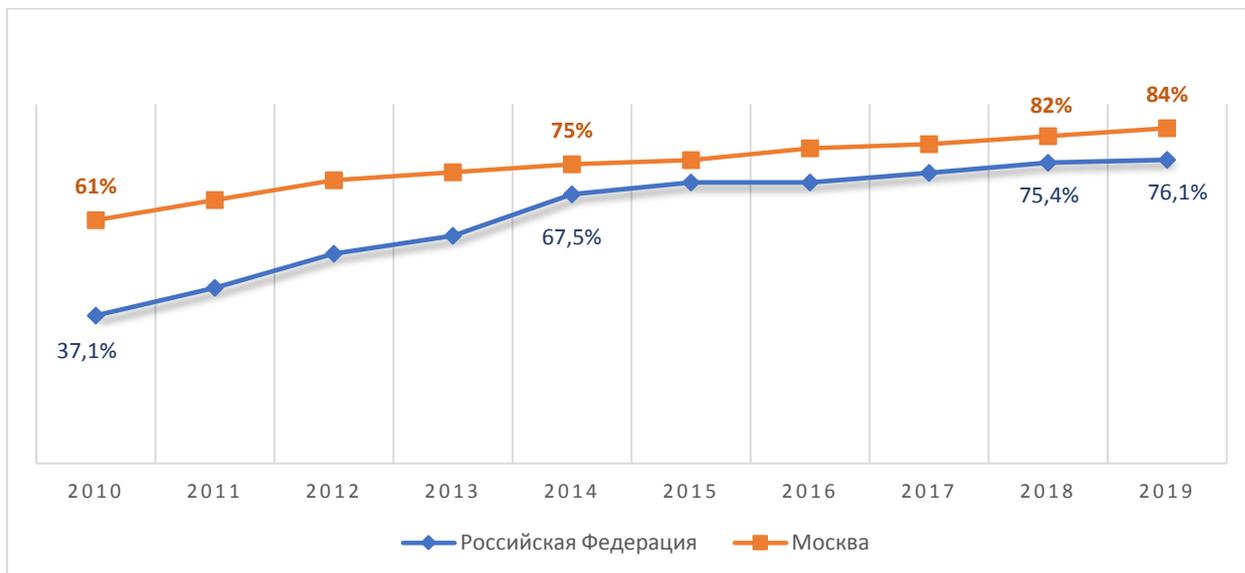
1.7.1.1. Базовые условия развития рынка электронных книжных продуктов

Рост интернет-аудитории

Рост интернет-аудитории перестал быть драйвером рынка цифровой книги. По данным GfK Rus, проникновение интернета среди молодежи и людей среднего возраста близко к предельным значениям (99% и 88% соответственно), и рост интернет-аудитории в России происходит в основном за счет людей старшего возраста, которых вряд ли можно рассматривать в качестве потенциальных поклонников электронной и аудиокниги.

Диаграмма 1.16.

Динамика численности интернет-пользователей в России/Москве в 2010-2019 гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 16+)



Источник: Омнибус ГФК-Русь, вся Россия (<https://roem.ru/wp-content/uploads/2019>)

И, тем не менее, в российской столице, которая является наиболее зрелым рынком с точки зрения проникновения услуги интернет-доступа, месячная аудитория интернет-пользователей весной 2019 года составила 84% от общего числа жителей мегаполиса в возрасте старше 16 лет, прибавив 2 пункта к данным предыдущего года. Таким образом, взрослая (16+) интернет-аудитория Москвы в абсолютном выражении насчитывает сегодня более 9,2 млн. человек.

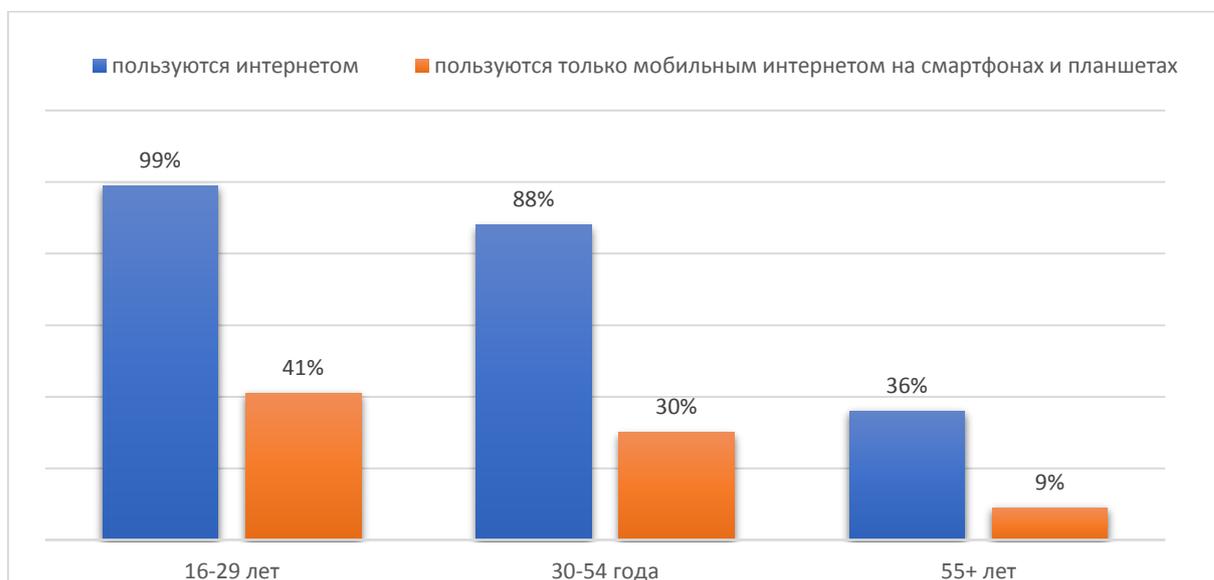
С позиции технических протоколов растет главным образом мобильный интернет. По данным GfK Rus, к началу 2019 года аудитория интернет-пользователей в России среди населения 16+ составила 90 млн человек (+3 млн к прошлому году) и достигла отметки 76% взрослого населения страны. При этом за год доля пользователей, которые для выхода в Интернет используют только мобильный телефон или планшет, выросла в два раза – с 18% до 35%.

Согласно данным Минкомсвязи РФ пользователи мобильного интернета в России в первом квартале 2019 года установили рекордные показатели

потребления трафика, превысив аналогичные данные прошлого года в 1,5 раза. Объем интернет-трафика в России за первый квартал 2019 года составил 11,1 млрд Гб, среди которых 3,3 млрд Гб - мобильный. Кроме того, рост трафика отметили представители операторов сотовой связи. Так, по итогам первого квартала потребление трафика у клиентов "Билайна" выросло на 50%, у "Мегафона" - на 27,6% по сравнению с 2018 годом.

Диаграмма 1.17.

Профиль российских интернет-пользователей



Источник: GfK (<https://telesputnik.ru/materials/video-v-internete/news/gfk-soobshchil-o-stremitelnom-roste-polzovateley-mobilnogo-interneta-v-rossii/>)

В 2019 году 51 млн. человек в возрасте 16+ пользуются интернетом только на мобильных устройствах – планшетах или смартфонах, и разумеется основные продажи электронных и аудиокниг растут прежде всего за счет мобильных приложений. Но здесь огромная конкуренция за внимание пользователей. В группе лидеров – поисковики, социальные сети, навигаторы и мессенджеры. Согласно опросу ФОМ, проведенному в ноябре 2018 года, приложениями для прослушивания музыки пользуются 25%, а приложениями

онлайн-магазинов (где гипотетически может находиться и магазин аудиокниг) – лишь 18% респондентов, хотя знают о них гораздо большее число россиян (42%).

Диаграмма 1.18.

ФОМ: Популярность приложений для смартфонов, % от опрошенных



Источник: ФОМ, население 16+, ноябрь 2018 (<https://fom.ru/Obraz-zhizni/>)

Уровень правовой грамотности участников рынка цифровых продуктов

Бесплатного контента по-прежнему достаточно много в интернете. Конечно, бесплатный – это не всегда «пиратский», ведь есть и легальные бесплатные источники: публик-домены, акционные книги и пробные периоды действия подписок. И согласно данным исследования RTGI (Comcon), с начала 2018 года можно видеть подъем доли покупателей среди читателей

электронной книги (до 49%), что говорит о постепенной победе над пиратами в этом сегменте. Но всё же доля пиратства в Рунете сохраняется на достаточно высоком уровне. Стоит признать, что с помощью законодательных поправок (187-ФЗ и 364-ФЗ)² и существенных изменений в Гражданском процессуальном кодексе проблема не решается.

Совершенно очевидно, что с расширением каталога сервисов и ростом потребления для дальнейшего развития рынка электронной книги необходимо более активное участие бизнеса в разработке стандартов описания и защиты данных, а также упорядочение массива существующих изданий на базе обязательной регистрации. Пока же, несмотря на действующий Закон об обязательном экземпляре, предусматривающий предоставление в Книжную палату электронной формы печатного издания, среди выполнивших это требование в 2019 году отсутствуют ведущие издатели книжной отрасли – холдинг «Эксмо/АСТ/Дрофа/Вентана-Граф», ИГ «Просвещение», издательства «Росмэн», «Экзамен», «Вече» и т.д. Отсутствуют в списке РКП и владельцы собственных электронно-библиотечных систем – издательство «Лань», «Гэотар медиа» и «Инфра». Выполняют требования законодательства на данный момент главным образом те издательские структуры, которые в силу своего профиля заинтересованы в государственном регулировании цифрового сегмента (self-pub платформа «Издательские решения» и работающий с print-on-demand «Рипол классик»), и те, что заинтересованы в постепенном переходе к упорядоченным правилам игры и много работают на рынке периодики (в том числе ИГ «Азбука-Аттикус», «Эгмонт Россия» и пр.).

² Федеральный закон № 187-ФЗ от 02.07.2013 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях», получивший название «антипиратского», позволяет блокировать сайты с нелицензионным видеоконтентом;

Федеральный закон № 364-ФЗ от 24.11.2014 «О внесении изменений в ФЗ “Об информации...” и Гражданский процессуальный кодекс РФ разрешают блокировать сайты, содержащие не только нелегальный видеоконтент, но и другие объекты авторских и смежных прав – электронные копии книг, музыкальных произведений и программного обеспечения (за исключением фотографий).

Создание единого каталога и реестра прав особенно актуально в связи с ростом доли self-publishing и тех компаний, которые, подобно Amazon, сделали самиздат частью своей издательской программы, своего контент-предложения.

К необходимости скорейшего упорядочивания коммерческого цифрового пространства подталкивает и целый ряд политических решений в 2017-2018 гг., включая «закон о рунете», расширяющий полномочия Роскомнадзора, «закон о штрафах за неуважение к власти в интернете» и сугубо отраслевые законодательные инициативы вокруг формирования фондов Национальной электронной библиотеки и обязательности электронной формы печатного экземпляра. Свидетельством негативного влияния такого рода законодательных инициатив, в частности, может служить рынок электронно-библиотечных систем (ЭБС), который постепенно сворачивается под давлением библиотечного лобби в части реализации Закона об обязательном экземпляре электронной формы издания, а также утвержденного Правительством РФ 20 февраля 2019 г. Положения о Национальной электронной библиотеке.

Тем не менее, издатели и дистрибуторы рыночного сегмента не видят особых последствий от «громких» интернет-законов, принятых в 2018 году в РФ, и положительно оценивают перспективы платного электронного книжного контента.

Татьяна Плюта, «Аудиокнига» / АСТ:

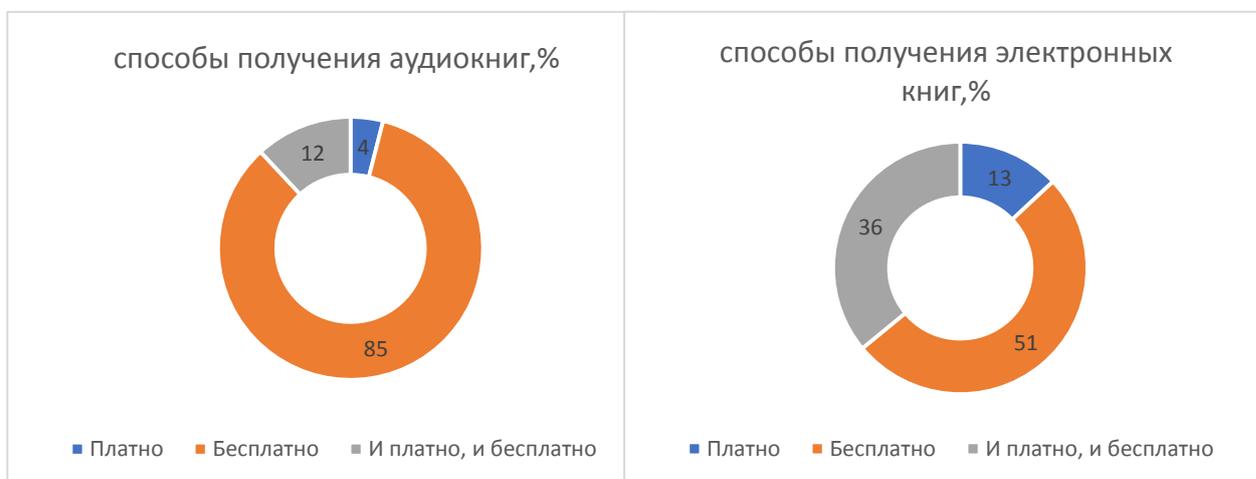
Наши главные издательские задачи на ближайшие годы-интенсивное расширение каталога качественных аудиокниг, синхронность релиза цифровых форматов – электронной и аудиоверсии книги и продвижение/популяризация формата «чтения вслух».

Очевидные драйверы рынка – развитие подписных моделей и борьба с пиратством: уровень пиратского трафика, по оценке АЗАПИ, доходит до 40-50%, так что потенциал роста у нас значительный. Будем работать.

Книжная Индустрия, март 2019

Диаграмма 1.19.

Способы получения электронных текстовых и аудиокниг российской аудиторией*



* База опроса – те, кто читает эл книгу раз в неделю и чаще / слушает аудиокнигу раз в месяц и чаще

Источник: данные Kantar TNS, аналитика ЛитРес

Уровень осведомленности аудитории о продукте. Предпочтения и привычки

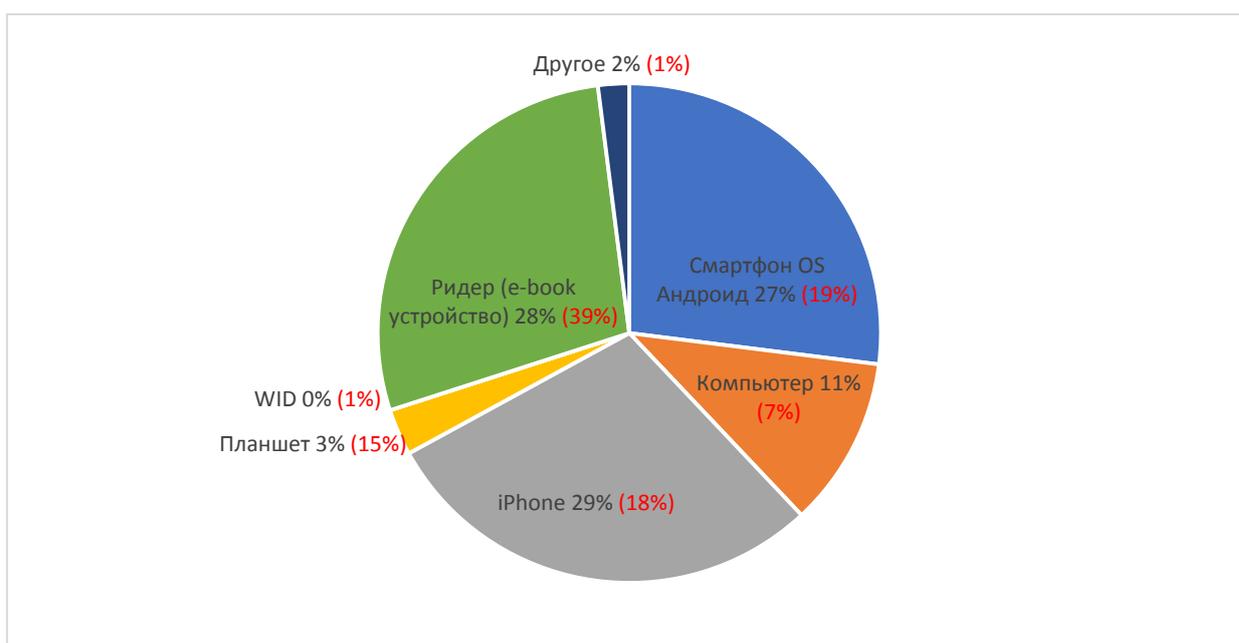
Динамика рынка мобильных устройств постоянно меняет соотношение популярных операционных систем, доминирующих на рынке скачивания/чтения легального цифрового книжного контента, и провоцирует переход на более гибкий формат верстки (epub, fb2, mobi и пр.) электронных книг. К примеру, социологический опрос клиентов книжных магазинов Москвы, проведенный в сентябре 2019 года, продемонстрировал тот факт, что читающие москвичи примерно в равной степени (6-8%) «потребляют» электронный контент и с экрана специального устройства (преимущественно моделей Pocketbook), и с экрана планшета, но при этом гораздо чаще (в 85,7% случаев) практикуя чтение книг с экрана телефона/смартфона. Причем, с каждым годом растет число поклонников чтения электронных книг одновременно на нескольких устройствах (в зависимости от ситуации и того,

что «под руку подвернулось») и отказ от использования специализированных ридеров.

По данным компании Storytel, в среднем европеец пользуется 4-5 платными сервисами, чаще всего подписными: кабельное ТВ, музыка, кино (сервисы типа Netflix) и книги / аудиокниги. Самая активная с этой точки зрения страна – Германия. В России пока ситуация другая, но и здесь она потихоньку разворачивается в сторону платных стриминговых сервисов, в особенности учитывая, что Россия – это еще и рынок mobile first, и по оценкам Storytel, почти 85 % людей слушают книги со смартфонов.

Диаграмма 1.20.

Структура предпочтений устройств для скачивания цифрового контента (книг) клиентов магазина ЛитРес в 2019 (2017) году



Источник: данные ЛитРес, экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2017/2019 гг.

1.7.1.2. Текущая инфраструктура

Согласно оценке компании «ЛитРес», ключевыми игроками на рынке электронной текстовой книги являются «ЛитРес» и «Google Play». Причем,

доли этих дистрибуторов цифрового контента относительно стабильны на рынке, как и позиции компании «Bookmate», которая по бизнес-моделе конкурирует с дочерней компанией «ЛитРес» - «MyBook».

В 2019 году вопреки росту продаж (+40% к 2018 г.) на рынке электронной текстовой книги не появляется новых профессиональных издателей и дистрибуторов контента, его инвестиционная привлекательность снижается, что связано, видимо, со стремительным ростом электронного самиздата и аудиокниги.

Сергей Анурьев, «Литрес»:

В «ЛитРес» доля самиздата по итогам девяти месяцев 2019 года превысила 8.1% от общего объема продаж (в 2018 – 3.1%), что позволяет говорить о достаточно существенных авторских гонорарах по сравнению с прошлыми девятью месяцами. У первых трех топов выручка по произведениям за девять месяцев составила 6,6 и 6,2 млн рублей. И в сравнении с прошлогодним периодом прирост двукратный. Мы внимательно следим за этой тенденцией и стараемся усилить этот сегмент. У нас работает не только проект «ЛитРес» Самиздат, «Литрес: Чтец», где у нас порядка 800 чтецов самостоятельно озвучивают книги selfpub-авторов. В мае мы запустили проект «Черновики» (в т.ч. в аудио-формате), где читатель может читать уже законченную книгу, но присутствовать в процессе её написания – то есть автор выкладывает книгу по главам. Читатели платят за всю книгу целиком, но , и у них приходит на мобильные устройства обновления книги. Они могут вступать с автором в диалог, корректировать ход сюжета, и получается своего рода интерактивная книга.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

В отличие от сегмента текстовых книг, на растущем рынке аудиокниг конкурентная ситуация более подвижна. Ведь аудиокнига – сложный продукт, объект не только авторских, но и смежных прав (права непосредственно на запись, фонограмму). И если текстовый файл, в каком бы формате он не был, остается конкретным текстом конкретного автора (при условии отсутствия какого-то особенного иллюстративного ряда), то аудиоверсия одного и того

же произведения, озвученная разными исполнителями, представляет собой совершенно разные по качеству и стоимости продукты. Это может быть и старинная запись Гостелерадиофонда, которая требует небольшой технической редакции звука, или фонограмма в исполнении никому не известного непрофессионального любителя-чтеца, а может быть дорогостоящий аудиоспектакль с участием современных звезд кино и театра, с уникальным музыкальным сопровождением, с кинообложкой, специально приобретенной издателем к кинорелизу, и т.п. И всё это разные аудиокниги, с разной себестоимостью, которая и формирует стоимость проекта для потребителя. Эта специфика «производства и потребления» аудиокниг естественно провоцирует рост числа желающих построить в данном сегменте полноценный бизнес.

Егор Серов, «РадиоКнига»:

Аудиокнига, вообще аудио, растет сейчас совершенно сумасшедшими темпами, по 30% в год. Это самый быстрорастущий сегмент в книжной индустрии вообще. И расти ему еще такими темпами очень и очень долго. Если среднемировая оценка объема аудиокниг – примерно 10% книжного рынка, то у нас пока лишь 2,3%.

Но дело в том, что сегодня производство аудио в нашей стране – это бизнес, и больше ничего. Хотя, мне кажется, что проекты, которые так или иначе связаны с культурой, без нравственной ответственности выполнять нельзя. На сегодняшний день, на мой взгляд, 85% того, что производится в России в формате аудиокниг, не пригодно для слушания вообще. Потому что это очень низкий профессиональный уровень. Сегодня бизнес хочет снизить затраты, а значит экономить тотально на всем, в первую очередь, экономить на актерах озвучивания.

Книжная Индустрия, сентябрь 2019

В 2019 году онлайн дистрибуцией аудиокниг в России целенаправленно занимаются достаточно большое число компаний, в том числе пришедший в 2017 году в Россию шведский стриминговый сервис Storytel, чья доля на рынке

аудиокниг оценивается в 15%; столько же занимает сервис «Патефон» и более 50% рынка приходится на «ЛитРес». Сегодня аудиокниги можно приобрести на сайте elkniga.ru, в интернет-магазинах издательств (Альпина, МИФ и пр.) и в мобильных приложениях-магазинах «Слушай!», «Книга вслух», «Патефон», «Аудиокнига». Если слушатель предпочитает подписную модель, то для него существуют качественные сервисы «Звуки слов», «Патефон», «Storytel», «Bookmate» и т.д. Сохраняется и рынок аудиокниг на носителях, хотя по оценке С. Анурьева, его можно оценить на уровне статистической погрешности в 1%, с тенденцией к дальнейшему медленному схлопыванию.

Исторически в России рынок создания аудиокниг был отделен от издательского рынка, созданием аудиокниг занимались независимые компании, такие как «Вимбо», «Союз», «Ардис» и другие. Но в последние 2-3 года наблюдается тенденция во всем мире, и в России в том числе, когда производством аудиокниг занимается то же издательство, что издает печатные книги.

Сегодняшних аудио-производителей можно условно разделить крупных на два больших кластера. Первый – это компании из смежных контентных областей (мультимедиа, разработка ПО и игр, радио-продакшн, аудио-видео сети), которые зашли на аудио рынок в момент его основания в начале «нулевых», когда в мире утвердился новый «бестелесный» цифровой аудиостандарт MP3, и успешно удерживают статус игроков по сегодняшний день. Второй кластер – издатели печатных книг, которые сегодня всё больше и больше инвестируют в создание аудио-продукта. Занимаются производством аудиокниг в России и дистрибуционные сервисы. «Литрес», к примеру, имеет два ресурса, производящих аудио-контент – традиционную профессиональную студию звукозаписи и сетевой краудсорсинг проект ЛитРес:Чтец, являющийся открытой платформой в области аудио-производства.

Точно также и Storytel – это не только приложение, но и издательство и собственная студия. Здесь за фиксированную ежемесячную плату в 449

рублей, равную в среднем стоимости одной печатной книги и более низкую, чем стоимость подписки на Storytel в Европе, пользователь получает доступ ко всему контенту приложения. Библиотека постоянно пополняется в том числе и собственными записями. «Рынок развивается в том числе и за счет расширения контента, – уверен Борис Макаренков. – Поэтому при необходимости мы сами записываем книги, хотя это и затратно: расценки составляют от 5 до 10 тыс. рублей за час аудиозаписи». Выйдя на российский рынок в конце 2017 года, команда Storytel смогла нарастить русскоязычный каталог до примерно 11 тыс. наименований. Среди партнеров сервиса – крупные отечественные издатели «АСТ», «Эксмо», «Азбука-Аттикус», «Рипол», студии «Союз», «Медиакнига» и ряд других. С издателями компания работает по схеме 50 на 50. Средства между издателями распределяются пропорционально времени, проведенному пользователями за прослушиванием книг. Отличительной особенностью сервиса является то, что отчисления издателям считаются со 100 % всех денег, поступивших от подписчиков, вне зависимости от того, слушал ли человек книги в отчетном месяце или нет.

По оценкам экспертов за 2019 год цифровой рынок аудиоконтента в Москве вырастет на 75%, став самым быстрорастущим сегментом в литературной индустрии. Рынок делится по моделям монетизации в примерном соотношении 2:1 между покупками-PPD (Pay Per Download) и подпиской. Но, с точки зрения Бориса Макаренкова, за подписной моделью будущее, ведь во всех странах, за исключением США (где сильна позиция Amazon Audible), она побеждает «оплату за скачивание» (PPD), потому что позволяет нарастить число людей, интересующихся книгами, продвинуть аудио-формат. В России основные точки потребления аудиоконтента – города-миллионники: Екатеринбург, Казань, Краснодар, Новосибирск, Нижний Новгород. И, конечно, с большим отрывом – обе столицы: Москва и Санкт-Петербург.

Сергей Анурьев, «Литрес»:

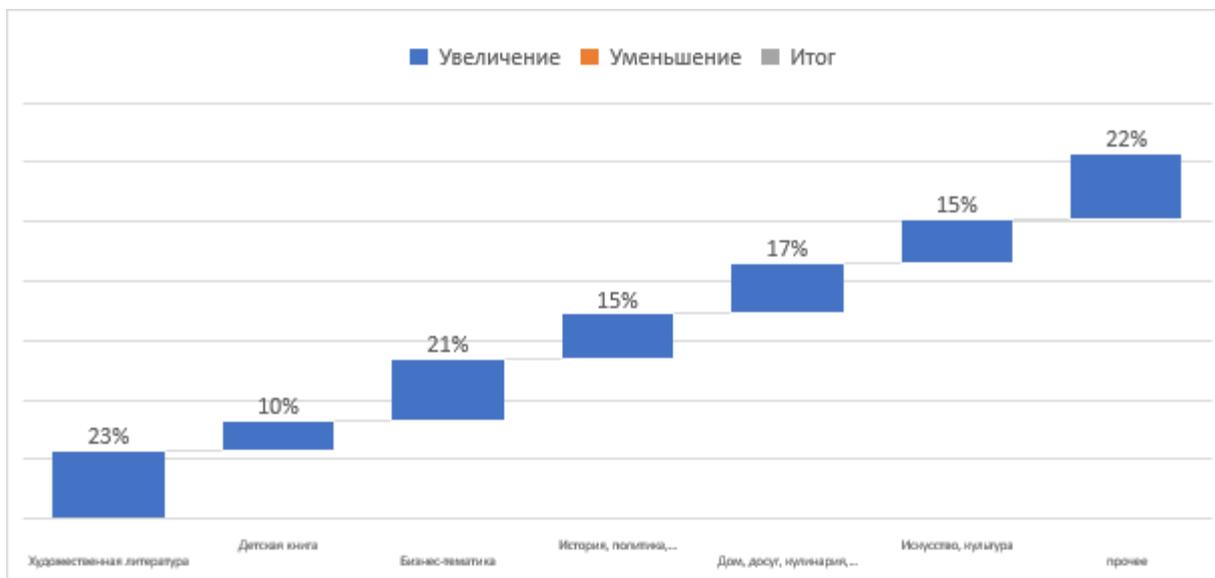
В «Литрес» совокупный тираж электронной книги за январь-август 2019 года вырос на 42% к аналогичному периоду 2018 года, аудиокниги – на 86%. Средний тираж наименований, входящих в ТОП-100, также растет достаточно хорошо: в электронной книге это порядка 35%, в аудиокниге – 68%. Хотя доля ТОП-500 в продажах обоих сегментах снижается, что на мой взгляд связано с дифференцированным характером спроса и ненасыщенностью рынка по предложению бестселлеров.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

Если мы говорим о профессиональном цифровом книгоиздании и дистрибуции в целом, то в 2019 году в России (и Москве) лидером потребительского рынка по-прежнему остается компания «ЛитРес», которой (по её собственной оценке) принадлежит 65% московского рынка цифровой дистрибуции (B2C) в январе-июле 2019 года (в январе-июле 2018 г. – 70%). Каталог электронных книг «ЛитРес» насчитывает 400 тыс. SKU, в том числе 76% русскоязычных наименований. Основу каталога компании составляет художественная литература (58%), базовые партнеры – ЭКСМО, АСТ, ИГ Азбука-Аттикус. Ежемесячное количество скачиваний в I полугодии 2019 года – 3,5 млн, в том числе 1,27 млн приходится на платные загрузки контента (+50% к I полугодию 2018 года). Востребованная клиентами, зарегистрированными в Московском регионе, тематика электронного контента – бизнес-книги, non-fiction, фантастика, детективы, современная проза, фэнтези, любовные романы. Среди предпочитаемых москвичами 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.

Диаграмма 1.21.

ЛитРес: Динамика скачиваний по укрупненным тематическим книжным группам / 2019 к 2018



Источник: данные компании ЛитРес

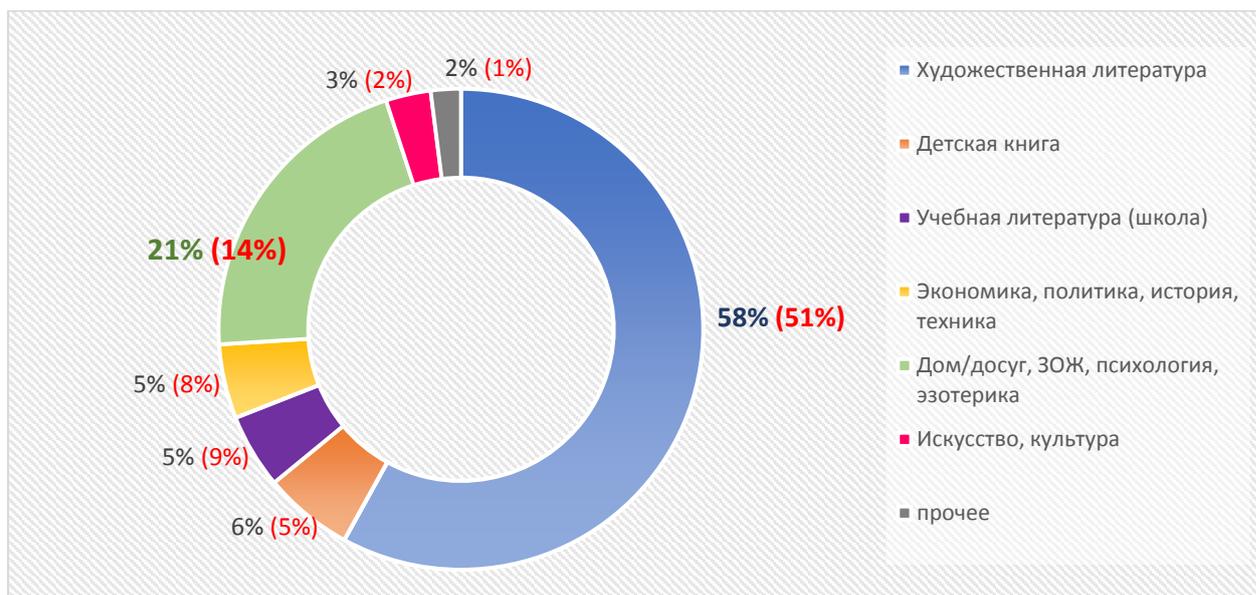
В аудио-формате эксперты отмечают повышенный спрос на контент категории «нон-фикшн», причем не сложные для восприятия профессиональные издания, а массовый его сектор – ЗОЖ, межгендерная психология, эзотерика, лайфхаки, путешествия, личностный рост (DIY). К примеру, аудиокниги «Подсознание может все!» Джона Кехо и «Sapiens. Краткая история человечества» Юваля Ноя Харари продаются лучше своих текстовых электронных версий. В 2018-2019 гг. заметное внимание получают аудиоверсии книг известных блогеров в авторском исполнении. Большим спросом пользуются аудио-лекции публичных персон (Дмитрий Быков, Андрей Курпатов и т.д.) и авторские аудиозаписи от сетевых инфлюэнсеров, зачастую не представленные текстовыми или печатными версиями на рынке.

В перспективе на рынок аудиокниг будет серьезно влиять рост популярности формата подкастов, и вполне вероятно, что книжная отрасль получит смешанную модель продукта (своего рода «аудиожурналы») и места

его потребления (прослушивание аудиокниг через стриминговые музыкальные сервисы).

Диаграмма 1.22.

Ассортиментная карта магазина «ЛитРес» по состоянию на июль 2019 (2017) года



Источник: данные компании ЛитРес

1.7.1.3. Ценовая политика (trade market) и маркетинговые инициативы

В Москве на протяжении пяти последних лет средняя цена купленной электронной книги «проигрывает» цене бумажного аналога. И если в 2015-2016 гг. рост цен на электронную книгу составлял 20-30%, то в 2019-м средняя стоимость купленной электронной книги в «ЛитРес» составила 179,84 руб. с положительной динамикой (+0,9%) на фоне I полугодия 2018 года. При этом средняя стоимость купленной текстовой книги в 2019 году остается более чем

лояльной для покупателя – 164 руб., аудиокниги – 212 руб., а приобретение в сегменте самиздата обошлось пользователю в 127 рублей.

Средний чек покупателя электронного контента у легального поставщика в Москве в I полугодии 2019 г. демонстрирует широкий диапазон значений в зависимости от дистрибьютора или тематики контента – от 184 руб. (только текстовые книги) до 226 руб. (только аудиокниги). Средневзвешенный показатель (с учетом самиздата) на уровне – 249 руб. с динамикой +5,1% к данным I полугодия 2018 года.

Таблица 1.10.

Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в I полугодии 2013-2019 гг.

	Средняя цена бумажной книги в прайсе издателя (Москва), руб.	Средняя цена реализации бумажной книги в off-line ритейле (Москва), руб.	Средняя цена электронной книги, руб.*	Сопоставление (ритейл к цифровой дистрибуции), %
2013	108,54	286,95	92,68	309.6
2014	111,81	312,84	97,65	320.4
2015	148,64	322,81	134,72	239.6
2016	189,58	323,61	168,60	191.9
2017	196,08	358,67	166,10	215.9
2018	183,41	374,42	178,23	210.1
2019	197,35	385,65	179,84	214.4

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

Источник: данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2020», экспертный опрос: август-сентябрь 2013-2019, аналитика - Мониторинг

Конечно, агрегаторы электронного контента мотивированы, в первую очередь, на маркетинг именно электронных книг и продвижение самого

процесса «электронного книгопотребления». Но, тем не менее, они достаточно активно участвуют в мероприятиях по поддержке и продвижению чтения и слушания цифровой книги, реализуют различные акции. Российское отделение стримингового сервиса «Storytel» даже привлекло к рекламе самого известного блогера рунета, и тот факт, что Юрий Дудь с «крутых голов без перхоти» переключился на аудиокниги Storytel, произвело сильное впечатление на потенциальных клиентов этого формата.

Сергей Анурьев, «Литрес»:

С 2018 года на массовом медийном рынке продвижением книги активно занимаются две компании цифрового сегмента – «ЛитРес» и «Storytel». Совместно мы инвестируем около полумиллиарда рублей в год на рекламу по телевидению и других медиа, в уличную рекламу. Конечно, инициатив по поддержке и развитию чтения предпринимается сегодня немало, но, думаю, агрессивная реклама книги на уровне с другими медиа развлечениями и способами проведения досуга – немаловажная часть этой программы. Как известно, что книга – это импульсный спрос. Я думаю, что большинство людей, сидя дома на диване и видя рекламу книги по телевизору, вспоминает, как давно они не брали книгу в руку, и цифровая книга удовлетворяет их потребности в ту же секунду. Они устанавливают мобильное приложение, заходят на сайт, и у них через две минуты книга в руках. Это хороший для всех нас способ продвигать книгу.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

Медиа-стратегию для «ЛитРес» разрабатывало медийное агентство People&Screens, входящее в международную группу Dentsu Aegis Network. Основным каналом стало федеральное телевидение. Кампания также охватила интернет (в том числе онлайн-видео), наружную рекламу, рекламу в метро и другом транспорте. Только в январе-июле 2019 года рекламный бюджет «ЛитРес» составил 200 млн. рублей (+30% к январю-июлю 2018 года)

Еще в 2018 году «ЛитРес» учредил и первую в России премию в области электронных и аудиокниг «Электронная буква», цель которой – поддержка

начинающих авторов и чтецов, а главным призом является продвижение книг лауреатов на всех ресурсах группы компаний «ЛитРес». А в 2019-м, дистрибутор поучаствовал в общегородских и отраслевых проектах, самым масштабным мероприятием среди которых стала собственная площадка «ЛитРес» в рамках «Усадьба Джаз» (22-23.06) и в рамках «Пикник Афиши» (03.08), а также мероприятие «ЛитРес» на книжном фестивале на Красной площади (июнь 2019) – квиз от книжных блогеров и обмен бумажных книг на электронные.

1.7.2. Рынок электронно-библиотечных систем (B2B)

В целом, по состоянию на 2019 год рынок электронных библиотечных систем научного и образовательного контента достиг порога развития. В I полугодии 2019 года общий объем продаж ЭБС в Москве оценен экспертами на уровне 50 млн. рублей с отрицательной динамикой (-16%) к аналогичному периоду 2018 года. Прогнозируемый объем продаж ЭБС в Московском регионе (вузы, библиотеки) по 2019 году в целом – 90 млн. рублей.

Рынок ЭБС, сформированный фактически волевым решением государства³, с ноября 2014 года (в результате отмены Приказа Минобрнауки РФ N 1953) лишен какой-либо поддержки регулятора и вынужден фактически заново выстраивать собственную структуру. И, тем не менее, он даже сегодня вполне жизнеспособен и наиболее приспособлен именно к работе с малотиражными книгами, для пакетных экономических решений. ЭБС –

³ Постановлением Правительства Российской Федерации от 16 марта 2011 г. № 174 наличие ЭБС отнесено к числу лицензионных требований и условий при осуществлении образовательной деятельности. Согласно Приказу № 1975 Минобрнауки РФ от 31 мая 2011 г. во ФГОС ВПО по направлениям подготовки, подтверждаемым присвоением лицам квалификации (степени) «бакалавр», «магистр» и «специалист» был включен абзац следующего содержания: «Каждый обучающийся должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями».

ключевой формат, по которому сегодня распространяется учебная университетская книга.

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

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

тысяч изданий предлагаются по этой технологии, и фактически в другом печатном формате большинство этих изданий уже недоступны.

По состоянию на 2019 год рынок цифровых библиотек научного и образовательного контента обладает плотной конкурентной структурой, где как и в коммерческом сегменте число игроков минимально. Это:

ООО Директ Медиа

ZNANIUM.Com (издательство «ИНФРА-М»)

IPRbooks (ООО Ай Пи Эр Медиа)

ЭБС «Консультант студента» компании «Гэотар Медиа»

eLibrary

ИBooks Электронная библиотека издательства «Лань»

Их клиенты – вузы РФ при минимальном участии прочих корпоративных и частных лиц. Именно благодаря росту активности вузов, подстегиваемых жесткими требованиями государственной аккредитации, на этом рынке ежегодно расширялось предложение (плюс 30-40%) и развивались сервисы. В настоящий период рынок вошел в стадию стагнации, и основными проблемами для игроков становятся вопросы установления качественной оценки ресурсов, добросовестной рекламы и выработка единых отраслевых норм конкуренции на рынке.

Тем не менее, основные игроки рынка ЭБС видят и возможности для развития. Так, с точки зрения экспертов, сегодня неоправданно отсутствует модель продвижения монографической литературы. Да, на неё нет спроса со стороны институциональных потребителей – вузов, институтов, но потенциально это интересное направление для развития ЭБС. Кроме того, вслед за вузами появился запрос на подключение к ЭБС по своей профессиональной, малотиражной литературе со стороны ссузов.

По состоянию на сентябрь 2019 года, пока в списке наиболее активных подписчиков ЭБС в Москве в ходе экспертного опроса названы:

- Российский университет дружбы народов
- Московский социально-педагогический институт
- Российский государственный социальный университет
- Юридический университет им. Кутафина
- Государственный экономический университет им. Плеханова
- Российская государственная библиотека для молодёжи
- Российская государственная библиотека
- Центральная научная библиотека им. Некрасова

По большому счету базовыми приоритетами при закупке электронного контента у сторонних поставщиков являются два момента: востребованность тематики и лояльная ценовая политика (выгодные условия закупки). Все остальные содержательные или технологические характеристики сторонних ЭБС и цифровых коллекций менее значимы. Из особых технологических/сервисных бонусов можно выделить разве что сервис гарантированной книгообеспеченности, ВКР-Репозиторий, блочное комплектование, конкурс студенческих работ и пр.

И всё же, развивать коммерческое предложение в условиях расширения бесплатного доступа к культурному и научному наследию со стороны государства, более чем проблематично. Ведь в настоящий момент Министерство просвещения РФ работает над проектом РЭШ, а в 79 регионах России действуют более 230 центров доступа к ресурсам Президентской библиотеки, более 20 электронных читальных залов работают за рубежом на базе российских центров науки и культуры. Уже в 2016-м читателям доступны более 450 тыс. единиц хранения, растёт объём аудиовизуального контента – документальные фильмы, кинохроника, видеолекции, интервью

и доклады. В фондах библиотеки представлено более 150 тематических коллекций. Планируется, что к 2020 году количество документов, представленных в фонде, достигнет 1 млн. единиц хранения. И всё это богатство доступно в цифровом формате лишь на основании библиотечного абонемента вне какой-либо оплаты за подписку или тематическую коллекцию.

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

1.8. Характеристика негативных и позитивных тенденций в развитии печатного и цифрового книгоиздания в Москве в 2017-2019 гг.

Во многом благодаря концентрации книжного выпуска в нескольких крупных издательских компаниях Москва сохраняет за собой позиции лидера российского книгоиздания уже несколько десятилетий. По состоянию на I полугодие 2019 года здесь выходит в свет 57% наименований (SKU) и 88% тиражей книг суммарного выпуска России.

И, тем не менее, по данным РКП, столичное книгоиздание сокращается. Это фактически не сказывается на полиграфическом качестве книг (в соотношении «обложка – переплет»), более того, доля брошюр в выпуске снижается: на 14% по количеству наименований и на 20% по суммарному тиражу. В 2019 году столичный книжный выпуск растет преимущественно за счет высоко тиражных изданий (100.000+ экземпляров), но их доля в общем объеме наименований не превышает 0,4%, поэтому в сравнении с I полугодием 2018 года столичный средний тираж, как и общеотраслевой, сократился фактически на 5%.

Более того, сокращается и количество издательств в столице. По данным РКП, в I полугодии 2019 года в Московском регионе работает лишь 1349 издательств (в 2018 – 1501; в 2017 – 1764). К тому же значительно меньше проектов представили рынку издатели детской книги («Фламинго», «Росмэн», «Эгмонт» и «Мозаика-Синтез»), сократили количество новых наименований и учебные издательства («Экзамен», «Дрофа», «Вентана-Граф»). В заметном диапазоне (6% по наименованиям и 13% по тиражу) сокращен выпуск проектов в ведущем российском издательстве «Эксмо», и на 15% сократила тиражный объем ГК «Просвещение».

В первой половине текущего года основные инвестиции московских издательств были по-прежнему сосредоточены в двух лидирующих сегментах российского книжного рынка – детской и учебной книге. Именно эти разделы обеспечили 40,3% наименований (в 2018 – 37,7%) и 74,2% тиража (в 2018 -

74,3%) суммарного книжного выпуска Москвы в январе-июне 2019 года. Растут инвестиции и в проекты общественно-политической и социально-экономической литературы. Остальные тематики демонстрируют отрицательную динамику «веса» в суммарном выпуске.

По-прежнему основная причина снижения инвестиций московских издательств – падение экземплярных продаж. Наиболее впечатляет отрицательный тренд по прикладной литературе, которая еще год назад показывала значимый прирост продаж по штукам. В январе-августе 2019 года это уже минус 19% по сопоставимым книжным магазинам. Не менее серьезно выглядит и продолжающееся третий год подряд падение экземплярных продаж в сегменте учебной книги.

Более того, индекс потребительских цен в столице не позволяет надеяться на сохранение оборота в области положительных значений для большинства тематических сегментов книжного рынка. В сравнении I полугодий 2018 и 2019 гг. максимальный рост средней цены покупки зафиксирован лишь в сегменте учебной литературы для школ, в то время как в сегменте non-fiction (экономической и прикладной) литературы зафиксирована дефляция на уровне 3%. А рост цены реализации в детской книге и художественной литературы для взрослых находится ниже официальной инфляции Росстата – 0,4-2%, что еще раз подтверждает факт отсутствия каких-либо структурных изменений в качестве спроса, его традиционном фокусе на детективах, фантастике и развивающих пособиях для дошкольников.

И социологический опрос посетителей книжных магазинов Москвы, проведенный в рамках мониторинга в сентябре 2019 года, подтвердил наличие достаточно низкой ценовой планки у нынешних столичных читателей: для 27-48% (в 2018 – 25-40%) респондентов детская книга и роман для взрослого чтения (18+) не должны стоить дороже 300 рублей. А доля тех, кто считает, что книга вообще может стоить более 500 рублей, не превышает 16-20% (в 2018 – 26%).

Конечно, в условиях сокращения денежных доходов чувствительность клиента к цене возрастает, и издатель уже не может корректировать прибыльность проектов за счет элементарного роста цен. Но тем не менее, сегодня издательская цена растет. Согласно результатам проведенного в рамках Мониторинга опроса ведущих издательств Московского региона, с ноября 2018 по июнь 2019 года в среднем отпускная цена (т.е. цена издателя) выросла на 7,6% (ноябрь.2017-июнь.2018 – минус 2,2%), а доля тех издательств, которые попытались удержать рост цен в том числе за счет внутренних резервов, сократилась в 2019-м до 19,5% (в 2018 году такие издатели составляли 50% респондентов опроса в рамках Мониторинга).

В целом государственная статистика выпуска печатных изданий (РКП) за I полугодие 2018 года свидетельствует о росте концентрации издательских активов, отводя пятерке ведущих игроков 38,1% по числу выпущенных названий и 56,8% суммарного тиража общего московского выпуска (в аналогичный период 2017 года – 35,8% и 56,9% соответственно). И данные о продажах на территории Москвы в I полугодии 2019 года подтверждают постепенное укрупнение долей рынка издательств-лидеров – если в январе-июне 2015 года ТОП-15 издательств закрывали 61,1% оборота московской книжной розницы, то в январе-июне 2019 года их доля подросла до 68,7%. Но несмотря на эволюционный (плавный) характер изменений в конкурентном ландшафте книжного рынка, в целом текущая его структура оценивается участниками крайне негативно: *«книгоиздательский рынок России – ни экстерьерно, ни, тем более, инвестиционно, не привлекательный. В каждом из двух основных павильонов (сегментов), учебном и коммерческом, имеется по явному лидеру, занявшему половину пространства. Вот у них, у лидеров, и ROI, и инвестиции, и сверхприбыль. А в оставшейся половине научились декорировать скудность и тесноту большим количеством телодвижений»* (Л.В. Шкурович, ген директор ИГ «Азбука-Аттикус»).

По состоянию на I полугодие 2019 года основными каналами продаж книжной продукции в Московском регионе остаются традиционные книжные

магазины. На них приходится от 16% до 54% суммарной реализации ведущих издательств Москвы. Причем, оффлайн книготорговля Москвы – это преимущественно (88%) сетевой ритейл: на крупные сети ОЦ МДК, «Читай-город», «Книжный Лабиринт», «Республика» и пр. приходится основной трафик клиентов. Значимую роль в продаже книг в столичном регионе сохраняют и торговые площадки FMCG-сетей (включая сетевой ритейл товаров для детей) и киосковые сети, где традиционными партнерами книжников являются московские филиалы ООО «Ашан», ООО «Метро Групп», ПАО «Детский мир», а также ООО «Горпечать», АО Агентство «Роспечать» и пр. Пропускная способность этих каналов по состоянию на август 2019 года колеблется в диапазоне 0-20% объема реализации издательств Москвы по киосковым сетям и 0-62% – по FMCG-ритейлу, при среднем показателе – 2% и 16% соответственно.

Особо следует отметить снижение доли интернет-магазинов в издательской дистрибуции с 27% в 2018 году до 21% в 2019-м, что связано прежде всего с демпингом и в целом неадекватной (с точки зрения издателей) ценовой политикой двух ведущих для книжников интернет-магазинов (OZON.ru, Labirint.ru). В феврале 2019 года OZON.ru без договоренности с издательствами-поставщиками резко опустил цены на своей книжной онлайн-витрине, Labirint.ru еще в 2017 году разорвал отношения с ИГ «Азбука-Аттикус» и «Альпина Паблицер», в 2018-2019 годах с магазином прекратили отношения «Клевер», «Мозаика-Синтез» и другие издатели: *«Labirint.ru не оставляет издателю никаких шансов на развитие, а у маленьких издательств еще и блокирует оборотные средства, выплачивая деньги за проданные книги в течение 90-120 дней и при этом заставляя держать на складе порядка шестимесячного, а то и больше, запаса. Таким образом, все оборотные средства небольшого издательства аккуратно переходят в ведение «Лабиринта», и он фактически начинает управлять издательской политикой...»* (А. Альперович, ген директор издательства «Клевер-медиа-групп»). В группе интернет-магазинов партнерами издательств помимо

OZON.ru, Labirint.ru являются также My-Shop, Wildberries, Book24.ru, но всё же этого недостаточно для полноценного дальнейшего развития интернет-канала.

В отличие от объема сотрудничества с интернет-посредниками по бумажной книге, доля продаж электронного контента (e-book) по состоянию на июль 2018 года выглядит по-прежнему скромно – в диапазоне 0-8% (в 2018 – до 7%) от среднемесячной реализации ведущих книгоиздательств Москвы. Конечно, продажи электронного контента демонстрируют сегодня увеличение темпов годового прироста (в среднем +14% по издательствам), но далеко не у всех компаний и до реальной бизнес-отдачи здесь по-прежнему далеко.

Несмотря на очевидное сохранение положительных темпов роста, B2C рынок цифровой (текстовой и аудио) книги в Москве пока слишком компактен и суммарно в годовом исчислении по итогам 2019 года не превысит 2,1 млрд. рублей (или 9,2% книжного рынка Москвы). Тем не менее, потенциал роста у рынка есть. Об этом свидетельствуют результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов Москвы: в сентябре 2019 года в скачивании электронных книг из интернета признались 23,2% москвичей, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2018 года составила лишь 11,6% (в 2017 – 16,7%). Динамика рынка электронной книги носит явно циклический характер, и в настоящий момент он находится в фазе роста.

По-прежнему, несмотря на снижение маржинальности бизнеса, немалая часть издательств считает, что останавливать поддержку книг и чтения ни в коем случае нельзя. В столице в январе-августе 2019 года только на территории книжных магазинов было проведено более 300 мероприятий. В структуре затрат издательств на продвижение книги и чтения на территории Москвы основные расходы приходятся на участие в городских выставках/ярмарках – в среднем 28% бюджета и онлайн-продвижение (поддержка сайта, блог, соцсети) – в среднем 36% бюджета. Наружная и POS-реклама, как и организация автограф-сессий авторов, мастер-классов, конкурсов и прочих развлекательных мероприятий для читателей – это

гораздо менее затратные инициативы. Как правило, издатели тратят на это в среднем 7-13% бюджета. Но самое главное, это готовность московских издательств тратить финансовые и кадровые ресурсы на поддержку и продвижение книги, на возвращение ей высокого статуса в культурном пространстве столицы.

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

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

1. В целом и государственная статистика выпуска печатных изданий (РКП), и данные о продажах книжной продукции на территории Москвы свидетельствуют о достаточно высоком уровне концентрации активов в столичном книгоиздании в 2015-2019 годах. Рыночное давление со стороны крупных игроков книгоиздательского ландшафта, а также сегодняшнее состояние экономики, и прежде всего недоступность финансовых (кредитных) инструментов для малого бизнеса фактически ставит в ситуацию банкротства малые издательские команды, которые составляют не менее 40% от общего числа издающих организаций в Москве. Без поддержки эти компании могут уйти из книжного бизнеса, что с высокой вероятностью сократит разнообразие книжной продукции, предлагаемой московскому читателю. Уже в I полугодии 2019 года государственная статистика зафиксировала значимое (-10%) снижение числа компаний, предоставивших обязательный экземпляр изданий в Книжную палату, на фоне аналогичного периода 2018 года.

Решение данной проблемы видится преимущественно в расширении Программы государственной финансовой поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в виде грантов, субсидий, а также предоставления заемных

ресурсов некоммерческих микрофинансовых организаций и привлечения внебюджетных источников финансирования.

2. Как известно, книгоиздательская деятельность не подлежит лицензированию. Государственный контроль осуществляется в соответствии с действующим законодательством только за публикациями, имеющими антиобщественный характер. Что, с одной стороны, снимает ограничения вхождения в рынок для малого бизнеса, но, с другой стороны, затрудняет ведение статистики именно книгоиздательской активности в Москве, так как далеко не все зарегистрированные издательские организации выполняют требования Федерального Закона «Об обязательном экземпляре документов» от 11 февраля 2002 года N 19-ФЗ, а также требования ФЗ от 3 июля 2016 года № 278-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный Закон «Об обязательном экземпляре документов». Так, несмотря на действие законодательных актов, предусматривающих предоставление в Книжную палату электронной формы печатного издания, среди выполнивших это требование в 2019 году отсутствуют ведущие издатели книжной отрасли – холдинг «Эксмо/АСТ/Дрофа/Вентана-Граф», ИГ «Просвещение», издательства «Росмэн», «Экзамен», «Вече» и т.д., а также владельцы собственных электронно-библиотечных систем – «Гэотар медиа» и «Инфра». Выполняют требования законодательства на данный момент главным образом те издательские структуры, которые в силу своего профиля заинтересованы в государственном регулировании цифрового сегмента («Рипол классик»), и те, что заинтересованы в постепенном переходе к упорядоченным правилам игры и много работают на рынке периодики (в том числе ИГ «Азбука-Аттикус», «Эгмонт Россия» и пр.).

Определенным (но далеко не кардинальным) решением данной проблемы могло бы создание единого каталога и реестра прав и проведение ежегодных исследований динамики московского книгоиздательского рынка

при непосредственном контроле со стороны соответствующих Департаментов Правительства Москвы.

3. Важной проблемой остается и рост себестоимости тиражирования книжных изданий в связи с колебаниями валютного курса и высокой доли закупаемых за рубежом компонентов для полиграфии в РФ. Снижение тиражей при параллельном росте полиграфических затрат вынуждает издателей для сохранения рентабельности собственного бизнеса предпринимать ряд усилий по дальнейшему сокращению издержек, и в первую очередь рекламного маркетингового бюджета по продвижению книг, а также снижение административных и представительских расходов, в т.ч. участие в ярмарках и других отраслевых мероприятиях. Безусловно, это негативно сказывается на состоянии книгоиздания в Москве. В определенной степени решением этой проблемы в Москве стала бы более активная поддержка московского книгоиздания как сферы, имеющей социальную значимость, в рамках городских целевых Программ, и расширение списка тематических групп книжных изданий, выпуск которых поддерживается финансированием из средств городского бюджета. В частности одним из вариантов мог бы стать запуск программы поощрения школьников книжными сертификатами (подарок первокласснику/выпускнику, успехи в учебе, победа на Олимпиаде) разных номиналов и погашение сертификатов в книжных магазинах Москвы, участвующих в программе.

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

4. Цифровое пространство книжной отрасли становится всё более массовым. В 2019 году интернет-аудитория в Москве в абсолютном значении составила 9,2 млн. человек (16+), и согласно инициативному опросу

посетителей книжных магазинов (сентябрь 2019), проведенному в рамках Мониторинга, 23% москвичей скачивают электронные книги из интернета, однако по-прежнему на 50% - это нелегальный (или бесплатный) контент. Несмотря на законодательное закрепление инструментов борьбы с пиратством в интернет-среде (187-ФЗ и 364-ФЗ), проблема не решается. По мнению экспертов, требуются определенные шаги в направлении снижения цены на легальный книжный контент и дополнительный маркетинг, что возможно при снижении налоговой нагрузки: «сейчас мы находимся под прессингом 20%-го налога на добавленную стоимость, и нам приходится конкурировать с бумажной книгой. Если ставка будет снижена, то мы сможем больше денег вкладывать в маркетинг, доходы авторов вырастут пропорционально и это, безусловно, послужит драйвером рынка» (С. Анурьев). Кроме того, программа мероприятий просветительского характера о значимости соблюдения норм авторского права для самых широких кругов населения Москвы требует расширения и дополнительных инициатив при поддержке соответствующих департаментов Правительства Москвы.

5. Согласно экспертному опросу, проведенному в рамках Мониторинга, по состоянию на сентябрь 2019 г. основными каналами продаж книжной продукции в Московском регионе остаются традиционные книжные магазины. На них приходится 16-54% суммарной реализации ведущих издательств Москвы. Причем, несмотря на наличие так называемых VIP-магазинов и значительное количество клубных кулуарных форматов, offline книготорговля Москвы – это преимущественно сетевой ритейл в формате «классический книжный магазин». Именно этот канал дает издателям некое ощущение стабильности в финансовом смысле и понятных правил взаимодействия. Кроме того, «классический книжный» - приоритетное предпочтение покупки книг у читающих москвичей. Поэтому именно формат «классического книжного магазина» требует на сегодня целевой поддержки со стороны государства в части анонсирования на постоянной основе

проводимых в книжных магазинах мероприятий, организации в том числе экскурсий для учащихся образовательных учреждений и гостей столицы, в части привлечения экспертов книжной торговли к участию в организации выставочно-ярмарочных мероприятий Правительства Москвы и совместных акций для молодоженов, детских садов, первоклассников, первокурсников и выпускников образовательных учреждений столицы.

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

- Плотное сотрудничество с профессиональными объединениями книжной отрасли – РКС, АСКИ, Гильдия книжников, АСКР – в целях координации работы по поддержке литературы, книгоиздания и чтения на период до 2024 года.
- Дальнейшая реализация программы социальной рекламы чтения в Москве (создание, производство и размещение социальной рекламы чтения и книги в городе) и расширение .
- Разработка предложений по формированию системы информирования всех заинтересованных потребителей о новинках книжной продукции, создание многоуровневой, разнообразной по формам, носителям, источникам обновления информационно-коммуникационной среды, которая способствовала бы информированию горожан, органов управления, агентов рынка, библиотек о состоянии книжного рынка.
- Организация ежегодных исследований динамики московского книгоиздательского рынка.

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

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

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

По состоянию на октябрь 2019 года на территории Москвы насчитывается 250 специализированных на продаже книжных изданий (>50% торговой площади под книги) стационарных торговых объектов. Расчетный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами составляет 1:50461 (или один магазин на 50.5 тыс. жителей). И хотя на протяжении четырех последних лет динамика этого показателя (в 2018 – 1:50839, в 2017 – 1:54944, в 2016 – 1:56210) остается положительной, столица по уровню обеспеченности населения книжными магазинами по-прежнему уступает Санкт-Петербургу (1:27836), Казани (1:25354), Новосибирску (1:29889) и другим городам-миллионникам в России и не только им.

В 2019 году продолжили практику закрытия своих нерентабельных магазинов столичные филиалы межрегиональных розничных сетей «Книжный Лабиринт» (-6 объектов) и «Читай-город» (-3 объекта). По традиции, сети не только закрывали, но и параллельно открывали новые магазины в других локациях: у «Книжного Лабиринта» – 8 новых магазинов, у «Читай-города» – 2 новых магазина, у «Республики», ориентированной на достаточно обеспеченный кластер покупателей книг, – 3 новых магазина в 2019 году. Новым Домом Детской Книги (523 кв. м) на Калужской площади пополнилось в отчетном году и единственное государственное на территории столицы книготорговое предприятие ГУП ОЦ МДК. Стоит отметить, что «детский» книжный ритейл по-прежнему интересен бизнесу, несмотря на закрытие магазинов сети «Школьник и К», одного из магазинов сети «Мир школьника» и «Школа Семи гномов». За отчетный период (октябрь 2018 – сентябрь 2019) два новых магазина на территории Москвы открыло издательство «Клевер Медиа Групп», доведя суммарный объем присутствия в столице до пяти

объектов. Двумя новыми магазинами в 2019 году пополнилась и городская сетка книжно-канцелярских товаров «Детский книжный», а известные в столице магазины комиксов «Book street» и «Чук и Гик» переехали на новые более комфортные площади. Кроме того, в 2019-м лидер российского книгоиздания – холдинг «ЭКСМО/АСТ» – добавил (к двум работающим в Москве) три новых книжных магазина франшизы «Территория», в ассортиментной карте которой большой блок занимает литература для детей и подростков.

Несмотря на столь позитивную динамику, всё же темпы прироста книжных магазинов в Москве остаются недостаточными. Конечно, расчет показателя обеспеченности по полному спектру объектов книгораспространения в Московском регионе позволяет получить другое значение показателя обеспеченности книжными магазинами. Ведь в январе-сентябре 2019 года в распространении книжных изданий на территории Москвы также принимали участие непрофильные торговые объекты (<10% торговой площади под книги) – это 1832 киоска со специализацией на продаже периодических печатных изданий, 695 площадок сетевого FMCG-ритейла, магазинов детских и канцелярских товаров. В определенном смысле к объектам книгораспространения можно отнести и 441 расположенный в Москве пункт выдачи заказов (ПВЗ) интернет-магазинов с присутствием книг в ассортиментной карте (Book24, Labirint, OZON, My-shop).

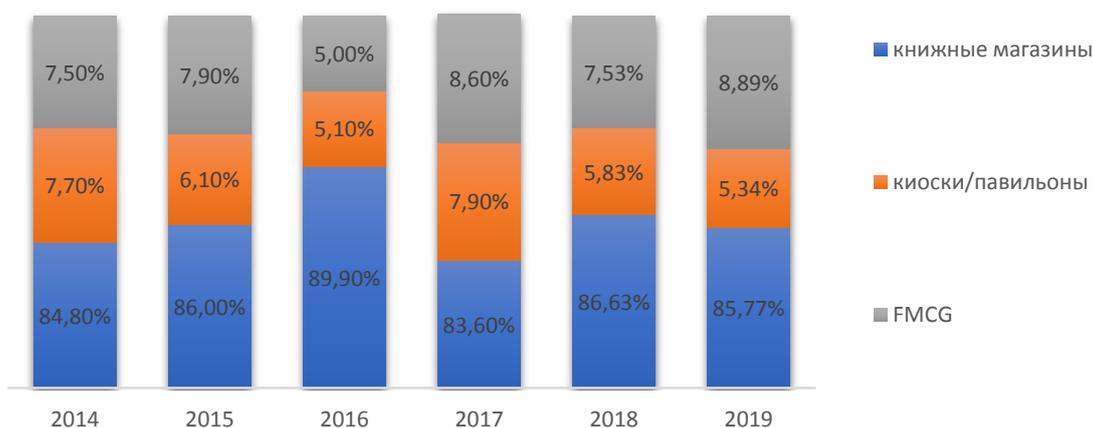
Диаграмма 2.1.

Доли различных форматов в структуре столичного книжного рынка по состоянию на январь-сентябрь 2014-2019 гг.

параметр: количество объектов



параметр: площадь занятая книгами

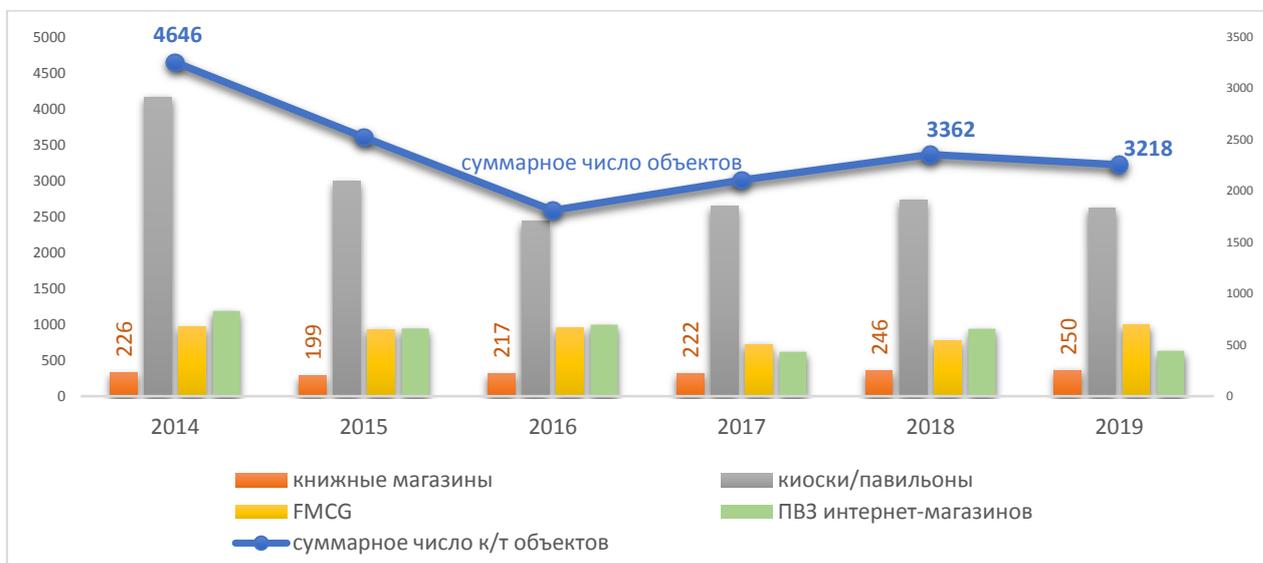


Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2019 (2014-2018) гг.

С учетом полного спектра объектов, коэффициент книготорговой обеспеченности москвичей на октябрь 2019 года составляет 1:3920 (или один объект на 3,9 тыс. жителей) с высоким уровнем территориальной доступности – 1 объект в пределах 0,79 км². Общая торговая площадь, выделенная под книжные издания в Москве, составляет 51505 м² (суммарно по книжным магазинам, киоскам и FMCG-объектам), что на 4,6% больше аналогичного показателя 2018 года (49225 м²).

Диаграмма 2.2.

Динамика суммарного числа физических книготорговых объектов в Москве в 2014-2019 гг.



Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2019 (2014-2018) гг.

Несмотря на столь широкий спектр мест потенциальной покупки книг, всё же, согласно проведенному в рамках Мониторинга социологическому опросу, москвичи, проживающие во всех АО столицы, по-прежнему предпочитают приобретать книги в «книжном магазине с большим выбором книг». Причем «вес» этого предпочтения москвичей сохраняется последние шесть лет на очень высоком уровне – 84,9% от общего числа респондентов в сентябре 2019 года (87,9% - в сентябре 2018; 89,8% - в сентябре 2017; 93,3% - в сентябре 2016; 92,5% - в сентябре 2015; 94,2% - в сентябре 2014). Хотя, конечно, отрицательная динамика немного тревожит: трафик постепенно перераспределяется в пользу непрофильных объектов книжной торговли. И если на покупку книг в киосках (зачастую параллельно с книжным магазином) приходится сегодня лишь 11% голосов респондентов, то доля ответов о приобретении книг в отделах супермаркетов параллельно с другими товарами заметно растет с 9,6% осенью 2018 года до 15,8% в сентябре 2019 года.

Диаграмма 2.3.

Предпочтение формата покупки книги населением Москвы в 2019 г.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 16-18 сентября 2019 г.)

На фоне сохраняющейся в целом привязанности к традиционным книжным магазинам, в 2019 году социологический опрос продемонстрировал серьезный рост интереса москвичей к скачиванию электронных книг из интернета. В сентябре-октябре почти четверть (23,6%) респондентов сообщили о практике чтения эл. книг, в то время как в сентябре 2018 года таковых насчитывалось лишь 11,6%, а два года назад (сентябрь 2017) - 17%. Очевидно, что внимание к электронным книгам в столице растет во многом благодаря рекламным усилиям крупнейшего онлайн-агрегатора «ЛитРес». И в целом, онлайн-сервисы (интернет-магазины) становятся всё более востребованными у москвичей, в том числе для приобретения печатных книг.

2.1.1. Ритейл-карта Москвы: книжные магазины

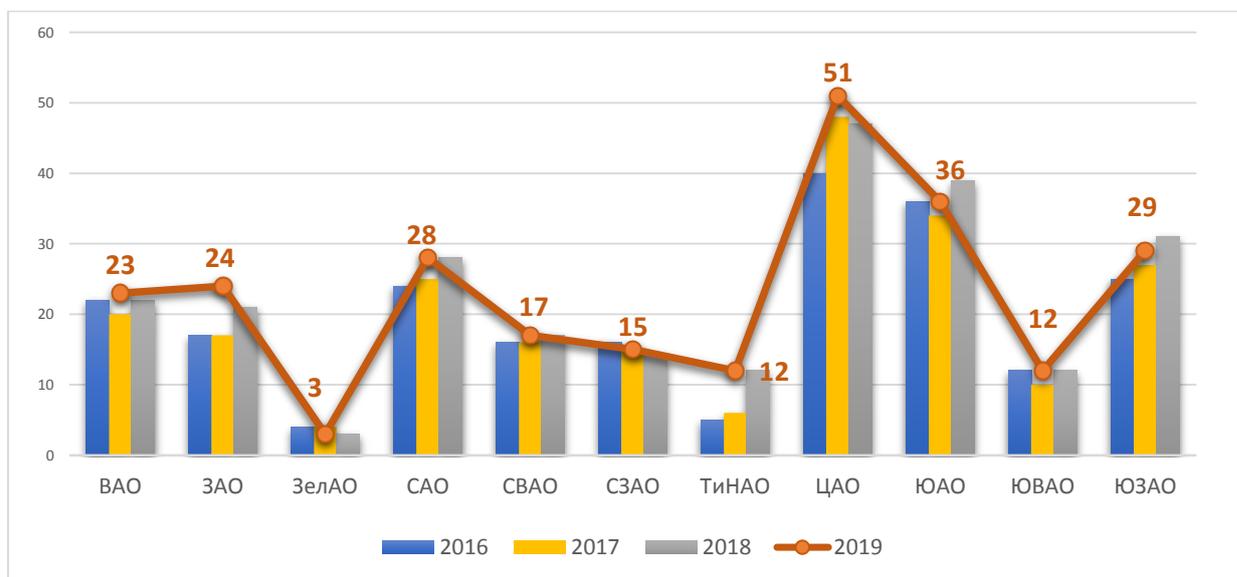
По состоянию на октябрь 2019 года «Книжный Лабиринт» и московский филиал федеральной ОРС «Читай-город / Буквоед» – крупнейшие книжные

ритейлеры столицы, насчитывающие соответственно 57 и 66 стационарных розничных объекта на её территории.

Собственно, распределение книжных магазинов по «старой» Москве выглядит достаточно равномерно, исключая «минимализм» Зеленоградского АО и очевидное лидерство Центрального столичного округа. Здесь, в ЦАО, по-прежнему сосредоточена пятая часть всех книжных магазинов (20%) Москвы. Более того, в 2019-м, как и годом ранее, заметно стремление крупных книжных сетей («Книжный Лабиринт», «Республика», ОЦ МДК) к открытию площадок именно в центральных районах города. А у небольших специализированных (комиксы, детство и пр.) книжных магазинчиков излюбленным местом дислокации стал ЦДМ на Театральном проезде, в то время как книготорговля Троицкого и Новомосковского округов фактически переживает стагнацию.

Диаграмма 2.4.

География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2016-2019 гг.



Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2016-2019 гг.

Суммарная торговая площадь книжных магазинов Москвы по состоянию на октябрь 2019 года составляет 67197,2 м² (в 2018 – 65583,3 м²; в

2017 – 58882,3 м²; в 2016 – 55310,3 м²; в 2015 – 50909,45 м²; в 2014 – 56664 м²), и за последний год она увеличилась на 2,5% преимущественно за счет открытия книжных магазинов в Центральном и Западном административных округах Москвы.

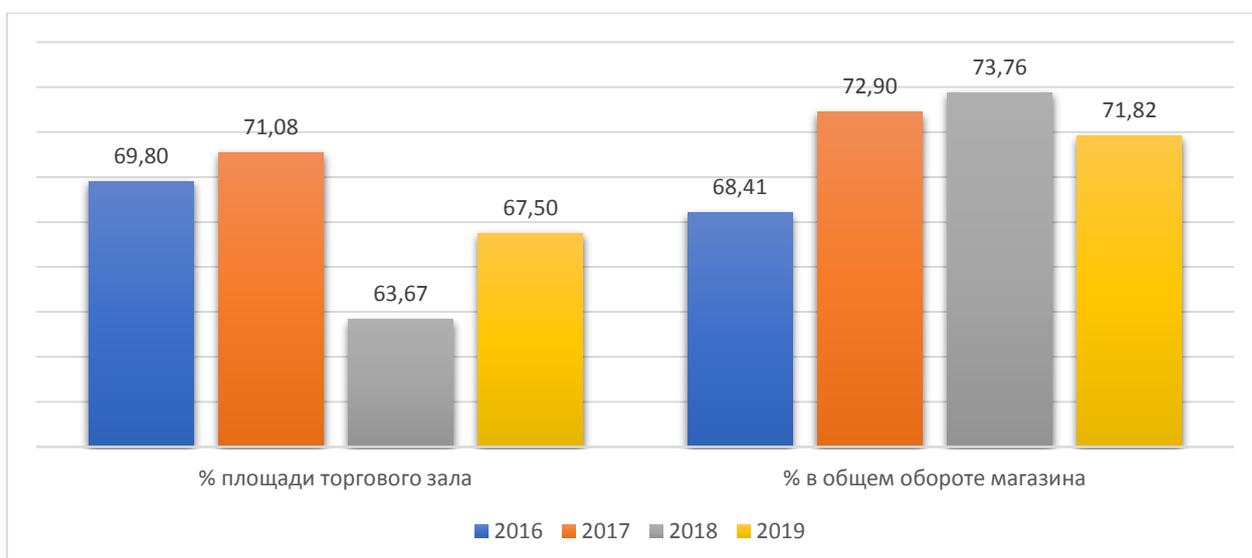
В последние десять лет значительное присутствие не книжных товаров и услуг в столичном книжном магазине считается нормой, вопрос лишь в объеме выделяемой торговой площади. В 2019-м книга может занимать от 40% до 90% площади книжного магазина, в обороте – 35-86%. Разброс значений достаточно высок даже в пределах одной сети. После некоторого ухудшения ситуации с книжной выкладкой в прошлом году, в 2019-м книжная ассортиментная матрица вновь растет за счет расширения предложения в нон-фикшн сегменте для взрослых, но доля книг в обороте магазинов, напротив, снижается.

Средневзвешенный показатель долевого участия книги в канале offline розницы Москвы в I полугодии 2019 года составляет:

- ◆ **67,5% площади** торгового зала (показатель 2018 года – 63,7%; 2017 года – 71,1%; 2016 года – 69,80%; 2015 года – 70,59%; 2014 года – 66,70%);
- ◆ **71,8% оборота** книготоргового предприятия (показатель 2018 года – 73,8%; 2017 года – 72,90%; 2016 года – 68,41%; 2015 года – 59,26%; 2014 года – 65,15%).

Диаграмма 2.5.

**Доля книг в торговом предложении книжных магазинов Москвы
(средневзвешенный показатель, %)**



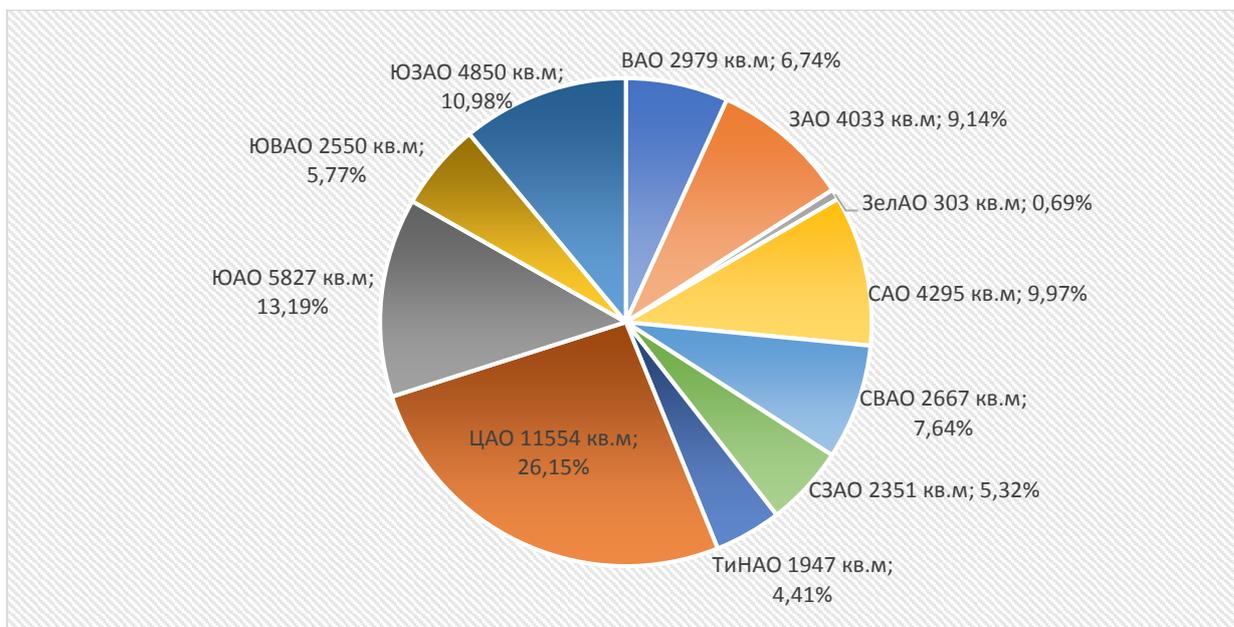
Источник: экспертный опрос (сентябрь 2016-2019 гг.), аналитика Мониторинг

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

В любом случае суммарно книжная выкладка книжных магазинов Москвы составила на октябрь 2019 года лишь 44,2 тыс.м² из 67,2 тыс.м² общей торговой площади (в 2018 – 43,5 тыс.м² из 65,6 тыс.м²; в 2017 – 39,3 тыс.м² из 58,9 тыс.м²; в 2016 – 35,6 тыс.м² из 53,5 тыс.м² ; в 2015 – 35,5 тыс.м² из 50,9 тыс.м²).

Диаграмма 2.6.

Распределение суммарной книжной выкладки (кв. м) книжных магазинов по административным округам Москвы



Источник: Данные Мониторинга, октябрь 2019 г.

В 2019-м, как и в 2015-2018 гг., книготорговые предприятия Москвы в массе своей ориентированы на ускорение оборачиваемости книжных товарных групп и активно работают с плавающей наценкой в диапазоне 90-200%. Коэффициент наценки зависит от тематической группы, ликвидности товара (бестселлеры), условий поставщика и сезона продаж. В 2019 году в ассортимент московских книжных магазинов ежемесячно включается 2000-3700 новых наименований (SKU) в зависимости от размера площадки, что в среднем на 1,4% больше объема поступлений новинок в 2018 году, а, значит, оборачиваемость книжной продукции растет.

В последние два года офлайн книжные магазины столицы вынуждены работать в условиях агрессивного демпинга по книгам со стороны интернет-магазинов.

Надежда Михайлова, ОЦ МДК:

Уже сегодня в Московском Доме книги и трафик сокращается, и коэффициент конверсии падает. Количество позиций в среднем чеке снижается, ведь многие покупатели сегодня приходят к нам, смотрят, листают книги и потом заказывают в интернет-

магазине. Да, в магазинах ОЦ МДК мы пока сохраняем за книгой 65% выкладки, но делать это всё сложнее. А если мы будем уходить в другие группы товаров и покупателю негде будет ознакомиться с книгой, то и продажи в интернет-канале тоже упадут. Абсолютно согласна в том, что кроме издательств никто здесь ничего сделать не сможет. Выбор за издательствами: нужны им традиционные книжные магазины или нет?!

Евгений Капёв, «Эксмо»:

Нужны. И в «Эксмо» мы много делаем с точки зрения цен. Мы убрали все перекосы, и планируем, что к концу года их будет минимум. Мы оперативно реагируем. В действительности для нас критично важно развитие всей книжной индустрии, книжных магазинов. Если их не будет, то мы потеряем большой сегмент книг, который не покупается через интернет. Поэтому я призываю всю розницу активнее заявлять свои позиции.

Книжная Индустрия, октябрь, 2019

И в связи с этим много внимания уделяют коррекции ассортиментной матрицы магазинов и ориентированы на большую лояльность ценовой политики. Тем не менее, средняя цена реализованного издания (469,93 руб.) в этом канале по-прежнему демонстрирует положительную динамику (+5,28% к январю-сентябрю 2018 года).

Необходимо также отметить, что помимо собственно торговой деятельности стационарные книжные магазины ведут большую работу по поддержке и развитию интереса к чтению и книги у москвичей. Это и встречи с авторами, и мастер-классы, и детские клубы на территории магазинов, транслируемые в том числе на собственных YouTube-каналах магазинов, и масштабные акции, подобные участию в столичной «Библионочи-2019» или Дня книгодарения, прошедшего 14 февраля и 18 мая в ряде книжных магазинов Москвы.

В 2019 году книжные магазины столицы нарастили объем (количество) мероприятий, направленных на поддержку и продвижение книг в регионе. Это

касается и сетевого ритейла, и моно-магазинов. Так, столичный филиал ОРС «Читай-город» в январе-сентябре 2019 года провел 74 мероприятия (+62% в сравнении с аналогичным периодом 2018 года), городской ОЦ «Московский дом книги» - 378 мероприятий (+1,2% к 2018 г.). ДК «Молодая Гвардия» на Полянке за этот же период предложил своим посетителям 146 мероприятий (+7% к 2018 г.), ТДК «Москва» на Тверской – 90 мероприятий (+15% к 2018 г.).

Таблица 2.1.

**ТОП-10 мероприятий книжных магазинов по продвижению книги и чтения на территории Москвы по количеству посетителей (участников).
Январь-сентябрь 2019 г.**

	Название мероприятия	Книжный магазин	Дата проведения /2019/	Количество посетителей
1	День книгодарения	ТДК Москва	18.05.2019	5000
2	Библионочь-2019	ТДК Москва	23.04.2019	3000
3	Автограф-сессия барабанщика легендарной группы «Рамштайн» Флаке Лоренца	Читай-город	29.07.2019	1200
4	Презентация книги Владимира Познера "Немецкая тетрадь. Субъективный взгляд"	ОЦ Московский Дом книги	22.04.2019	500
5	Встреча с блогером Александрой Митрошиной, презентация книги «Продвижение личных блогов в Инстаграм: пошаговое руководство»	Читай-город	26.06.2019	480
6	Встреча с автором Эльчин Сафарли, презентация книги «Дом, в котором горит свет»	Читай-город	30.06.2019	450
7	Презентация книги предпринимателя и мотивационного спикера Игоря Рыбакова "ТОК. Как совершать выгодные шаги без потерь»	ОЦ Московский Дом книги	21.06.2019	450
8	Презентация книги «Время колоть лед» с Чулпан Хаматовой и Екатериной Гордеевой	ТДК Москва	12.01.2019	400
9	Встреча с Захаром Прилепиным, презентация книги «Некоторые не попадут в ад»	ДК Молодая гвардия	25.04.2019	300
10	Клуб любителей итальянского языка совместно с итальянским культурным центром	ТДК Москва	январь-май раз в две недели	150

Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь 2019 г.

Более того, в качестве основных направлений поддержки от Департаментов Правительства Москвы, которую хотели бы получить в 2019-2020 гг. книжные магазины Москвы, указывается прежде всего:

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

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

2.1.2. Ритейл-карта Москвы: интернет-магазины

Существенную роль в структуре ритейл-карты московского рынка печатной книги играет и интернет-канал – интернет-магазины книжного профиля, в отличие от онлайн-подразделений издательств приоритетно занимающиеся именно дистрибуцией: в 2019-м это прежде всего OZON.ru, Лабиринт/Labirint.ru, Мой магазин/My-shop.ru и новая площадка book24.ru холдинга «ЭКСМО/АСТ», созданная на базе двух (READ.ru и KNIGA.ru) поглощенных интернет-магазинов. Кроме того, нельзя не отметить и усилия в этом направлении со стороны книжного департамента маркетплейса «Wildberries».

По данным социологического опроса (сентябрь 2019) 29,08% москвичей, приобретающих печатные книги с разной периодичностью в течение года, пользуются для этого услугами интернет-магазинов. Рост поклонников виртуальных покупок в Москве сохраняется, но умеренными темпами: на фоне аналогичного прошлогоднего опроса аудитория клиентов этого канала книжных продаж приросла лишь на 1,12 пункта (в 2018 – 27,96% респондентов; в 2017 – 23,14% респондентов; в 2016 – 22,56% респондентов;

в 2015 – 25,98%; в 2014 – 21,6%, в 2013 – 10,8% респондентов соц. опроса приобретали печатные книги в интернете).

За последние пять лет интернет-канал лишь в 2014-м показал отрицательное значение по динамике экземплярных продаж, что во многом было обусловлено серьезным ростом ценника печатной книги, а также внутренними проблемами канала – достижением точки насыщения в быстро растущем и наименее затратном Московском регионе и переключением на работу с консервативной региональной аудиторией. Но в 2015-2018 гг. ситуация стабилизировалась – продажи книг росли и в денежном, и в натуральном выражении. Однако важно подчеркнуть, что в 2019 году оборот интернет-магазинов растет преимущественно за счет роста продаж в штуках на фоне снижения/или консервации средней цены реализации книги до 190-200 руб. (-5% к 2018 г.).

Альперович А., «Клевер/Clever»:

На сегодняшний день «Лабиринт» задает вектор ценовой войны всем остальным интернет-магазинам, включив еще несколько лет назад механику продаж через огромные скидки и тем самым опустив розничные цены. Wildberries жестко мониторит цены конкурентов и требует возмещения всей дельты между теми ценами, которые он видит на рынке у издателя. OZON ведет непредсказуемую ценовую политику, с которой мы столкнулись в начале этого года и в той или иной степени переживаем её до сих пор.

Таранина А., глава департамента «книги» интернет-магазина OZON:

Сейчас у нас цены среднерыночные. Мы договорились с издателями и быстро исправили все неполадки, которые были у нас в феврале. В итоге пришли к тому, что цены для нас – не главное. Основная задача – обеспечить ассортимент и экосистему сервисов вокруг нашего продукта. Но «Черную пятницу» обязательно надо проводить. Самое главное, чтобы пользователь знал, что в канале есть скидка и приходил за покупками.

Супрун И., генеральный директор интернет-магазина «My-shop»:

Мы всегда поддерживали определенный уровень наценки, который был для нас комфортен. Мы всегда готовы со всеми разговаривать, более того я пытаюсь разговаривать с роботами

OZON о необходимости поднять цену вверх, но OZON не всегда на это реагирует. Мы против ценовых войн и за поддержание нормальной наценки. Более того, нам не интересно продавать продукцию за минимальную наценку, когда она опускается ниже разумного порога. И нам непонятно, зачем в собственном интернет-магазине издательство ставит наценку на свои книжки где-то 10%.

Кузменко А., руководитель книжного направления «Wildberries»

Полка везде должна быть одинаковой, хотя бы в онлайн-канале. А дальнейшая коммуникация по цене для потребителя должна идти в его личном кабинете. Именно в ЛК нужна персонализация: кто много покупает, будет получать хорошую скидку, а кто мало – скидку поменьше. Эти коммуникации может вести как сам маркетплейс в корзине, так и по договоренности с издателем. Главное, вакханалия цен должна уйти в личный кабинет. И все будут довольны.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

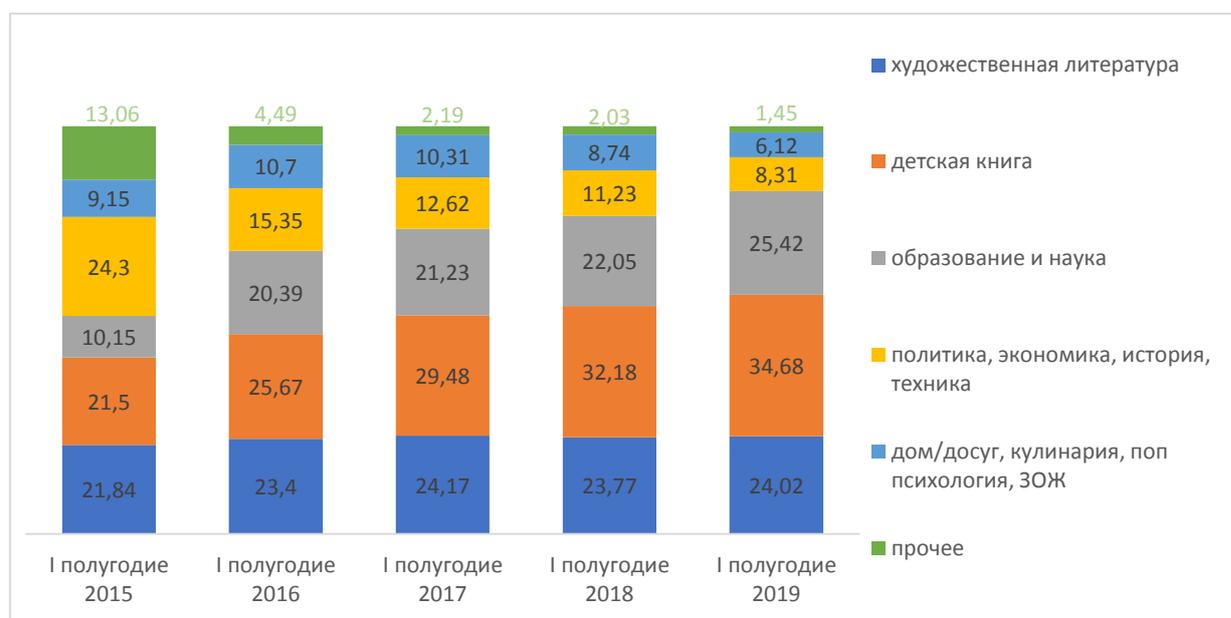
Проще говоря, в 2019-м интернет-канал продавал больше за меньшие деньги и, увеличив оборачиваемость, тем не менее снижал маржинальность бизнеса. И всё же развитые рекомендательные сервисы, дешевая и быстрая доставка и накопительная дисконтная система, позволяющая снижать объявленный ценник книги до 25-40% – это явное преимущество интернет-магазинов перед традиционной розницей.

Согласно экспертной оценке объем интернет-продаж печатных книг в Москве в I полугодии (январь-июнь) 2019 г. составил 3,7 млрд. рублей при темпах роста на уровне плюс 5,7% к аналогичному периоду прошлого года. Данный рост обусловлен главным образом увеличением спроса по ассортименту детской и учебной книги. При этом средний чек покупателя продемонстрировал менее впечатляющую динамику (+2%), остановившись на уровне 1480 руб. (в 2018 – 1450 руб., в 2017 – 1420 руб.). В целом, москвичи пока не собираются отказываться от приобретения печатных книг онлайн. Согласно экспертному опросу, проведенному в рамках Мониторинга, в 2019

году трафик зарегистрированных в столице посетителей интернет-магазинов растет, обеспечивая их значительным (25000-30000) числом «книжных» заказов еженедельно. Доля московских клиентов у ведущих книжных интернет-магазинов также продолжает ежегодно прирастать, только за I полугодие 2019 года добавив 2-8% (в зависимости от продавца) к столичной клиентской базе. При этом, карта книжного ассортимента, предлагаемого москвичам, остается достаточно стабильной в последние три года.

Диаграмма 2.7.

Доля укрупненных тематических групп книжного ассортимента в обороте интернет-канала в I полугодии 2015-2019 гг., %



Источник: экспертный опрос, февраль/сентябрь 2016-2019 гг.

В обороте данного канала преобладают тематические блоки детской, художественной и учебной (прежде всего для школ) литературы. Причем, по данным интернет-магазинов Москвы даже на общем положительном фоне динамики продаж в 2019 году раздел «детская литература» демонстрирует впечатляющие темпы роста продаж – плюс 25% к аналогичному периоду прошлого года (экспертный опрос, сентябрь 2019), в то время как оборот по нон-фикшн изданиям для взрослой аудитории подрос лишь на 2-5%.

Пожалуй, основной тенденцией 2018-2019 гг. в интернет-канале стала его структурная перестройка – продолжающееся укрупнение основных игроков и рост популярности маркетплейс-площадок. Еще в 2018 году OZON запустил в тестовом режиме площадку для сторонних продавцов, а руководитель его книжного направления – А. Кузменко – перешел в работающий по модели маркетплейс Wildberries, который только в 2018 году продал более 2.2 млн книг, а в 2019-м планирует значительно превзойти этот результат.

Таранина А., OZON:

Мы развиваем маркетплейс, но книги – это единственная категория, в которой нам не так важно, работает ли поставщик по модели маркетплейса или нет. Ведь книги – очень зрелая категория. Но если издательству комфортнее в маркетплейсе, то мы готовы предоставить ему рекламный кабинет. Например, вы можете тратить 1000 рублей в день и получать огромные охваты, ваша книга будет получать несколько тысяч просмотров в день. И при этом вы можете осуществить все настройки в личном кабинете, просто зарегистрировавшись на нашей платформе для продажи книг. Мы используем этот канал не для крупных издателей. У нас есть примеры сотрудничества с авторами, которые самостоятельно напечатали книгу и продают ее на OZON. Кроме того, наш поставщик может взять кредит на платформе «OZON Advast». Проще говоря, мы пытаемся создавать такую экосистему сервисов, которая позволит и поставщику, и пользователю чувствовать себя комфортно.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

Необходимо отметить, что среди независимых интернет-магазинов Москвы в настоящий момент сугубо «книжных» фактически не осталось. Еще с 2014 года OZON.ru постепенно смещает фокус на мультитоварный ассортимент и сегодня доля книг в его обороте не превышает 15%, наряду с одеждой, электроникой, продуктами питания, товарами для животных и т.д. Вполне естественно, что доля зарегистрированных в Москве покупателей книг среди клиентов OZON.ru в 2019 году составила лишь 14% от общего числа его

клиентов, в то время как для преимущественно книжного Labirint.ru столичная аудитория по-прежнему составляет не менее 30% его клиентов.

Значительно больше (42%) составляет доля зарегистрированных в Москве покупателей печатных книг среди клиентов интернет-магазина My-shop.ru, причем с динамикой роста в 2019-м на уровне 2%. Этот онлайн продавец предлагает 860 тыс. наименований книг, причем на 95% его оборота по книжной группе строится на русскоязычных изданиях. My-shop.ru (как и OZON) не является специализированным на книжном ассортименте магазином. В его обороте доля книг составляет 38%, остальное – канцтовары, игрушки, инструменты, зоотовары, одежда, товары для хобби, туризма, красоты и пр.

В отличие от своих ближайших конкурентов, постоянно расширяющих ассортимент новыми товарными линейками, книготоргово-издательский холдинг «Лабиринт» сохраняет свою книжную направленность с 2005 года. 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 столько же приносит собственная розница – сеть магазинов «Книжный Лабиринт», площадки которой дислоцированы на территории Москвы и области (с 2015 года), а также в Тверской, Ростовской и Ярославской областях. Значительную (до 20%) долю оборота холдинга «Лабиринт» составляют агрегированные поставки в FMCG-ритейл.

Доля online-подразделения холдинга в канале интернет-продаж на книжном рынке Москвы в 2019 году составила не менее 35%. Главными преимуществами «Лабиринта» являются: широкий ассортимент книгопечатной продукции в количестве 250 тысяч наименований товаров (в т.ч. игрушки, товары для хобби, сувениры, литературные журналы, канцелярия), развитые рекомендательные сервисы, бесплатная и быстрая доставка и накопительная дисконтная система, позволяющая постоянным клиентам снижать объявленный ценник книги до 35-40%. Вопреки

универсальному ассортименту, в профессиональной среде книжников Labirint.ru «числится» профилированным на детской книге.

К сожалению, Labirint.ru еще в 2017 году разорвал отношения с ИГ «Азбука-Аттикус», издательством «Альпина», в 2018-2019 годах с магазином прекратили отношения «Клевер», «Мозаика-Синтез» и другие издатели, а учитывая отсутствие на его витрине книг двух ведущих издательства детского («родного» для Лабиринта) профиля – «Росмэн», «Самовар», всё это самым плачевным образом сказалось на имидже ведущего интернет-оператора в 2019-м.

Дорофеева Э., генеральный директор издательства «Мозаика-Синтез»

«Лабиринт» – это очень хороший интернет-магазин, они научились работать блестяще, но по отношению к издательствам ведут себя крайне неправильно, совершенно не учитывая интересы партнеров. Именно поэтому мы с ними не работаем, как и многие другие издательства. Мне кажется, для решения возникающих проблем самое главное – договариваться. Издатели всегда открыты к переговорам, сотрудничеству. Ведь мы как никто заинтересованы в продажах собственных книг.

Книжная Индустрия, октябрь 2019

Альперович А., генеральный директор издательства «Clever»

С «Лабиринтом» в этом году нам пришлось просто расстаться, мы забрали все книги и перестали с ним работать. Еще в 2015 году «Лабиринт» занимал более 40% наших продаж, и я потратил пять лет, чтобы добиться снижения этой доли за счет развития других каналов сбыта. К концу 2018 года, тем не менее, доля «Лабиринта» оставалась огромной – 15%, но всё равно, при поставленных нам условиях оставаться с ними работать было нельзя.

Я не знаю, к чему это движется. Ведь это огромный интернет-магазин, они умеют продавать, у них прекрасный интернет-маркетинг, но при этом «Лабиринт» не оставляет издателю никаких шансов на развитие, а у маленьких издательств еще и блокирует оборотные средства, выплачивая деньги за проданные книги в течение 90-120 дней и при этом заставляя держать на складе порядка шестимесячного, а то и больше, запаса. Таким образом, все оборотные средства небольшого издательства

аккуратно переходят в ведение «Лабиринта», и он фактически начинает управлять издательской политикой, требуя ту или иную книгу в том или ином объеме поставить ему на склад. Кроме этого выдвигаются политические требования отсутствия конкуренции в каналах и так далее. Проще говоря, туда не ходи, сюда не ходи, ты нам мешаешь и вредишь.

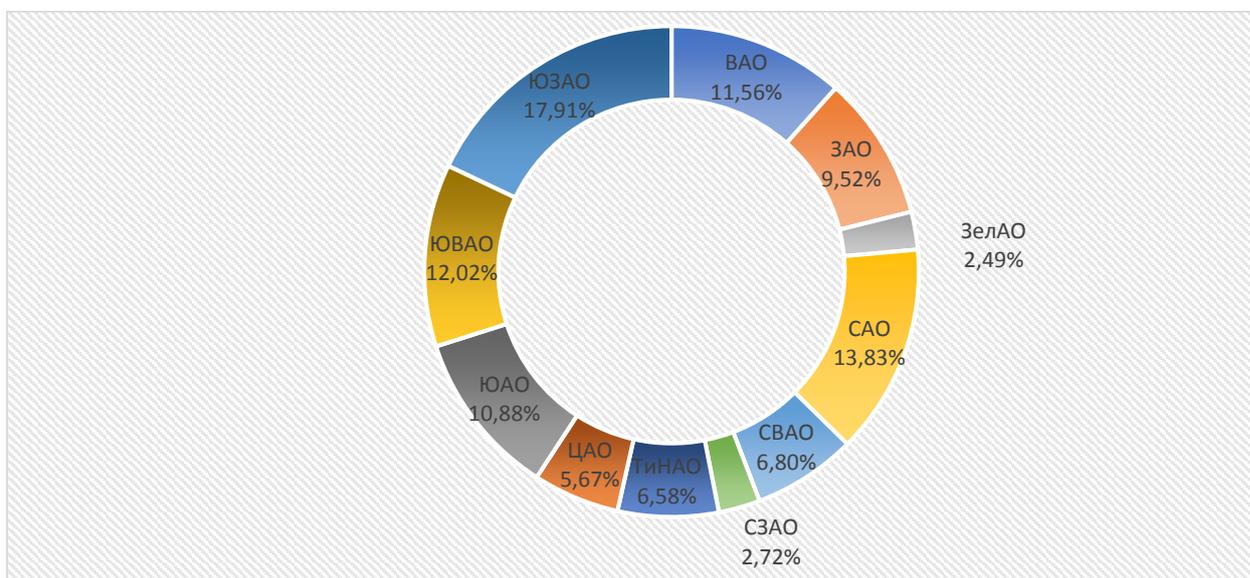
Книжная Индустрия, апрель 2019

По состоянию на 2019 год все издательства Москвы используют интернет-канал в качестве одного из направлений сбытовой политики, но далеко не все сотрудничают со специализированными дистрибуторами, ограничиваясь возможностями собственного сайта. Большинство крупных и средних издательств с внушительными оборотами сохраняют долю интернет-канала на уровне 17-39% от суммарных продаж в Московском регионе (Эксмо – 33%, Альпина – 39%, Росмэн – 17%, ИГ Азбука-Аттикус – 28%). Однако следует учитывать условность данной статистики, т.к. интернет-магазины позиционируют продукцию издательств по меньшей мере на всю федерацию.

Помимо собственно коммерческой деятельности, интернет-магазины с книжной тематикой достаточно много внимания уделяют поддержке и продвижению книг, авторов и книжных сервисов как на собственном сайте, так и в рунете в целом. Причем, эти инициативы далеко не всегда связаны исключительно с дисконтными программами (неделями издательств, авторов или отдельных категорий книг). Так My-shop, располагая рекламным бюджетом в 500 тыс. рублей (+20% к 2018), только в январе-августе 2019 года провел более 220 промо-мероприятий, в том числе на протяжении года реализуя собственные проекты «Литературный год – 2019» и «Экологический календарь – 2019», в которых уже приняли участие более 1 млн. человек. Не менее масштабны инициативы и другого книжного интернет-магазина. В 2019 году Labirint.ru по-прежнему ежемесячно проводит конкурсы рецензий и конкурсы на лучший вопрос автору.

Диаграмма 2.8.

География распределения пунктов выдачи заказов интернет-магазинов по административным округам Москвы в 2019 году



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга (данные OZON.ru, My-shop.ru, Labirint.ru, Book24.ru), сентябрь 2019 г.

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

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

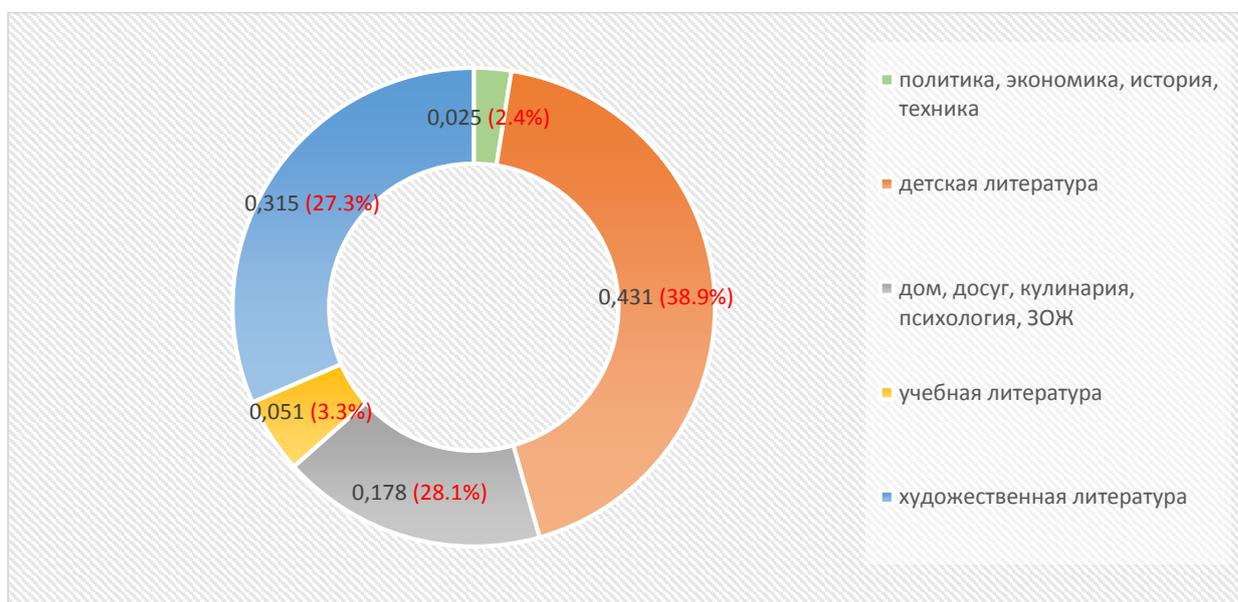
Несмотря на то, что объем отгрузок издательств по FMCG-каналу в Москве в 2019-м остается неизменным (+0%) в сравнении с 2018 годом, доля покупок москвичей в непрофильных супермаркетах растет (в 2019 году – плюс 6,2 пп.) – 15,8% посетителей книжных магазинов «сознаются» в практике покупки книг в отделах гипермаркетов параллельно с другими покупками⁴. Фактически три четверти (74,6%) оборота по книгам в FMCG-объектах

⁴ Экспертный и социологический опросы, проведенные в рамках Мониторинга, сентябрь 2019 г.

составляют издания художественной литературы для взрослых и детские книги. Средняя цена реализованного книжного издания в этом канале в I полугодии 2019 года находится на уровне 210,14 руб. (в I полугодии 2018 года – 183,11 руб.; в I полугодии 2017 – 178,04 руб.; в I полугодии 2016 – 154,96 руб., в I полугодии 2015 – 138,37 руб., в I полугодии 2014 года – 118,66 руб.). Иными словами, речь идет прежде всего о продукции категории эконом-класса: покет-изданиях детективов и женских романов, а также брошюр с раскрасками для детской аудитории и лунными календарями дачников. Бестселлеры 2019 года в этом канале: «Красная шапочка» Ш. Перро, детективы Д. Донцовой и Т. Устиновой, «Букварь» Н.С. Жуковой и книги проекта «Куриный бульон для души».

Диаграмма 2.9.

Структура оборота категории «книги» FMCG-объектов по состоянию на I полугодие 2019 (2018) гг.



Источник: Данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010-2020» /АШАН, МЕТРО, О'КЕЙ

По данным компаний на сентябрь 2019 года книги присутствуют в ассортиментной матрице торговых площадок следующих непрофильных потребительских сетей:

Ашан, сеть гипер и супермаркетов – 33 площадки, исключая «Ашан-сад», в Московском регионе.

Metro Cash & Carry – 13 площадок в Московском регионе.

Детский мир – 114 площадок в Московском регионе (ровное покрытие по АО Москвы, исключая ТиНАО).

Перекресток: сеть супермаркетов – 285 площадок в Москве.

МАГНИТ, сеть супермаркетов – 235 площадок в Москве

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

ВЕРНЫЙ, сеть супермаркетов – 53 площадки в Москве.

ЛЕНТА, сеть гипер и супермаркетов – 24 площадки в Московском регионе.

В 2019 году FMCG-ритейл по-прежнему расширяет прежде всего линейки супермаркетов эконом-класса. Снижение реальных денежных доходов населения существенно снизили ценовой порог в продуктовом ритейле, что естественно требует соответствующих усилий и от производителей книжной продукции.

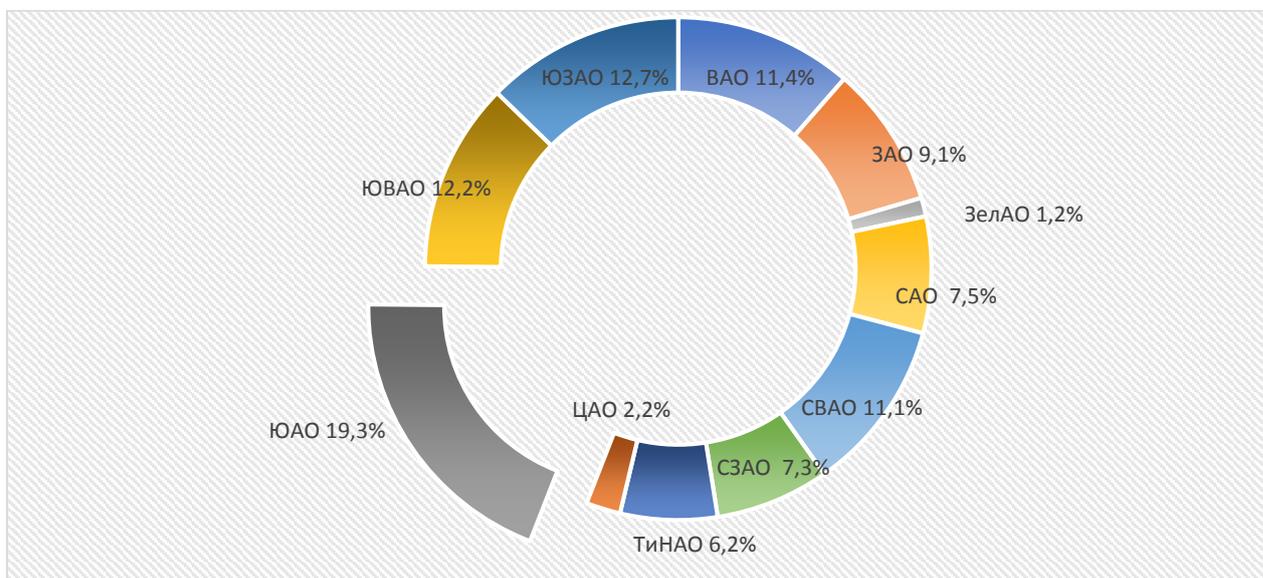
Лев Елин, «Эгмонт Россия»

FMCG – главный канал распространения для «Эгмонт» как издательства. Плюсы канала: большие тиражи, более привлекательные условия оплаты. Но при этом ретробонусы, штрафы, обязательно маркетинговые бюджеты, обязательное наличие на складе. Иными словами, в FMCG-канал может пойти издательство с финансовой подушкой и с большой уверенностью в том, что его продукт незаменим. FMCG кажется раем, но этот рай очень обманчив.

Книжная Индустрия, апрель 2019

Диаграмма 2.10.

География распределения FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2019 г.



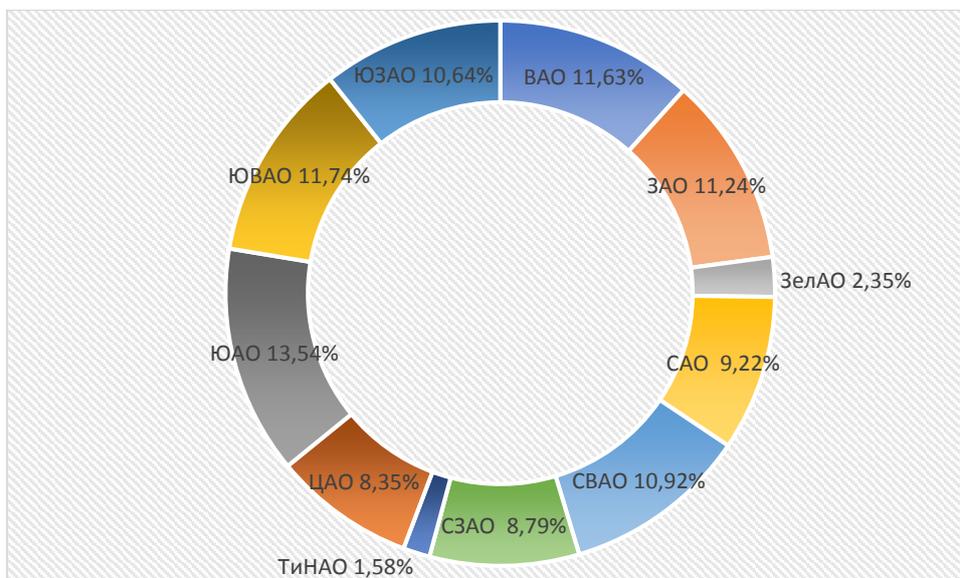
Источник: открытые данные компаний, аналитика в рамках Мониторинга

На данный момент канал киосковых сетей демонстрирует отрицательную динамику продаж для книжников – его пропускная способность в I полугодии 2019 года снизилась до уровня в 2,0% общего объема реализации книжных издательств в Московском регионе, что, учитывая данные последних лет (2018 – 2,9%; 2017 – 5,4%; 2016 – 6,9%; 2015 – 2,7%; 2013 – 3,7% и 2012 – 6,9%) является критичным значением для данного канала.

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

Диаграмма 2.11.

География распределения объектов НТО «Печать» (вид «киоск») по административным округам Москвы в 2019 году



Источник: адресный перечень размещения нестационарных торговых объектов «Печать» (вид «киоск») на территории города Москвы на 01.10.2019 г.

Далеко не все издатели работают с киосковым каналом, пропускная способность которого сокращается в силу требований безусловной готовности поставщика к снижению маржинальности бизнеса в силу низкой границы средней цены продукта, реализуемого через киосковую сеть. Среди основных партнеров книжных издательств в этом канале в 2019 году – ООО «Горпечать», АО Агентство «Роспечать» и пр.

В прогнозных значениях на 2019-2020 годы в структуре каналов книгораспространения РФ, в том числе и для Московского региона, возрастет значимость книжных магазинов в формате «шаговой доступности» с преимущественно детским (учебно-развивающем) ассортиментом, а также интернет-магазинов и книготорговых секций в торговых центрах. И, напротив, продолжит снижение доля объектов киосковых сетей при параллельной стабильной работе непрофильного сетевого ритейла с ограниченным предложением книг в качестве сопутствующего (дополнительного) товарного предложения.

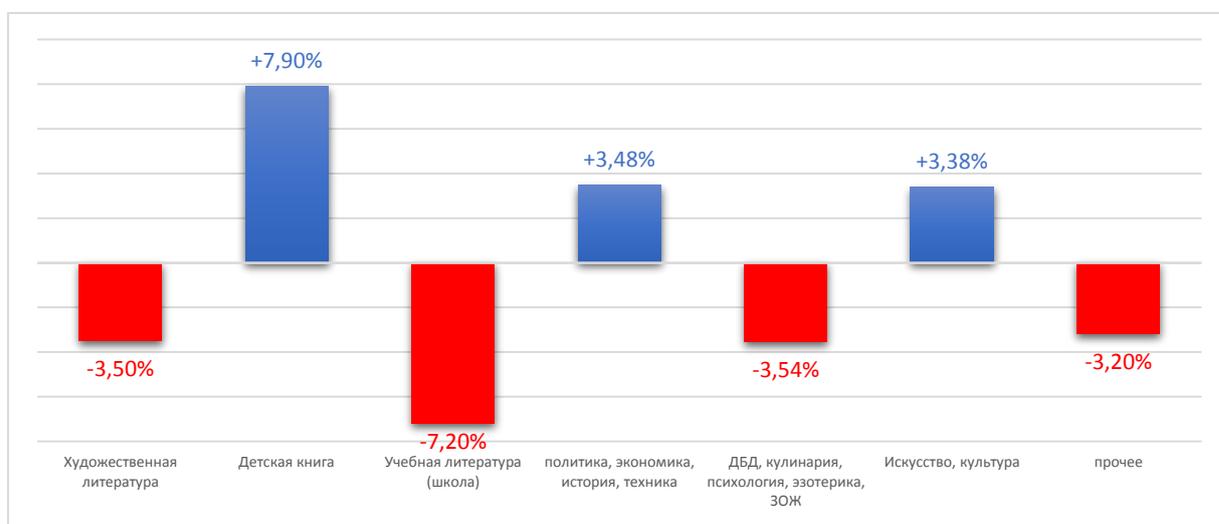
2.2. Анализ динамики доли/особенностей московского книготоргового рынка в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ

В настоящий момент на долю Москвы в структуре книжного рынка РФ приходится 29,13% в рублевом эквиваленте и 21,4% экземплярных продаж книжной продукции. Причем, доля Москвы в структуре общероссийского книжного рынка пусть незначительно, но растет в денежном выражении, но сокращается по показателю экземплярных продаж (за три квартала 2019 года – минус 3 пп.).

Несмотря на готовность заплатить больше за экземпляр книги, москвичи ограничивали себя в количестве приобретаемых экземпляров. Наиболее заметно снижались экземплярные продажи в оффлайн магазинах по учебной и художественной литературе. Книги этих разделов продавались реже – в диапазоне минус 3-14% к I полугодю 2018 года в зависимости от книготоргового предприятия. Не менее серьезным в ряде магазинов столицы выглядит и падение экземплярных продаж в сегментах «дом/досуг/кулинария» и «искусство/культура» – до минус 17% к аналогичному периоду 2018 года.

Диаграмма 2.12.

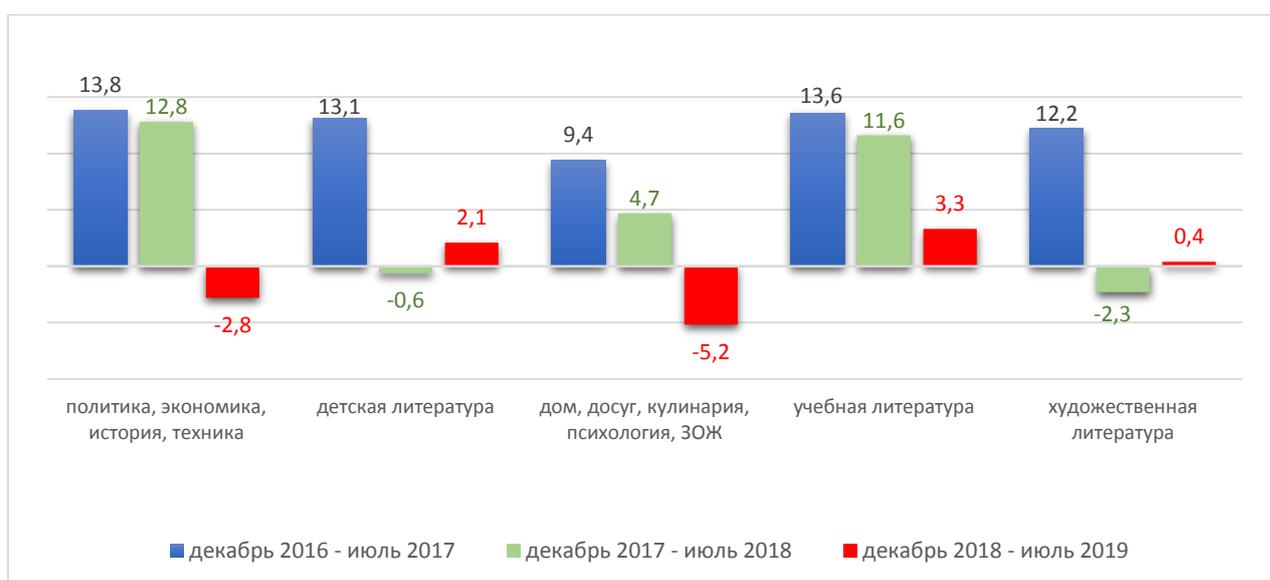
Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в книжных магазинах Москвы в I полугодии 2019 г. (к I полугодю 2018 г.)



При этом, индекс потребительских цен не позволяет надеяться на сохранение оборота книжных магазинов в области положительных значений для большинства тематических сегментов книжного рынка.

Диаграмма 2.13.

Индекс потребительских цен (%) в основных тематических блоках за период "декабрь - июль" 2017/2018/2019



Источник: данные о продажах на территории РФ проекта «Книжный рынок России 2010–2020» (средневзвешенный показатель по каналу книжных магазинов)

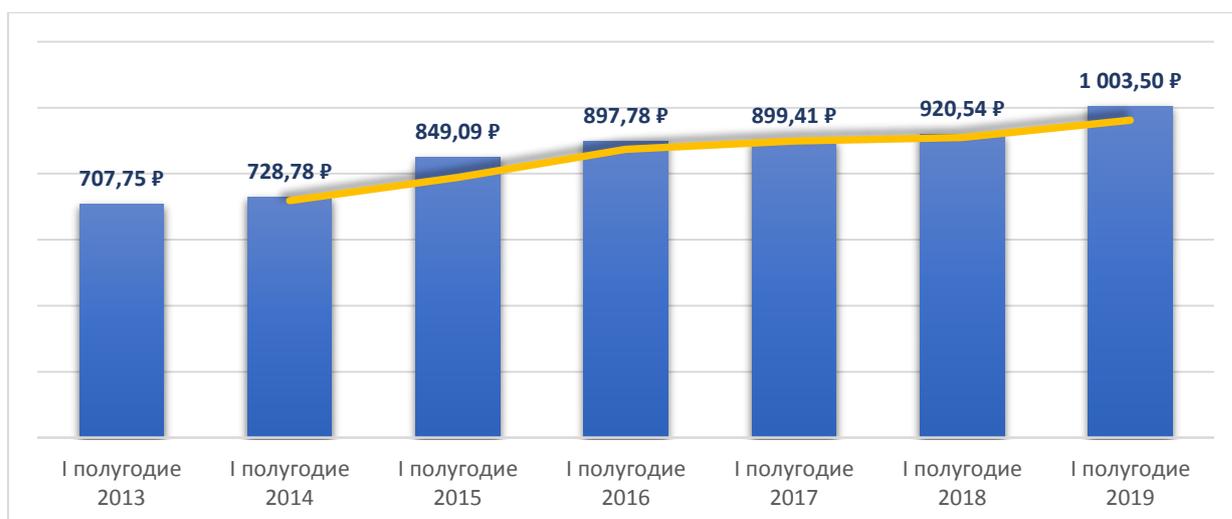
В сравнении I полугодий 2018 и 2019 гг. снижении средней цены покупки зафиксировано в сегменте нон-фикшн (экономической и прикладной) литературы для взрослых. И это вполне закономерно. Издатели покидали раздел и сокращали выпуск книг по кулинарии, тематике сад/огород, хобби, спорту и эзотерике. Но при этом рос суммарный тираж изданий популярной психологии и книг по туризму (путешествий). Иными словами, издательское предложение в сегменте становится всё более монохромным, без того разнообразия на вкус и цвет, что позволяло прикладной литературе сохранять относительно устойчивое положение на рынке вопреки всем экономическим кризисам и технологическим новациям последних лет. В 2019 году в ТОПх

всё те же имена и книги (или их продолжения), что были представлены читателю в 2017-м. Усталость покупателя всё очевидней: всё меньше интереса, ниже спрос, этому рыночному сегменту срочно требуются новые идеи, авторы и новые издатели.

И вряд ли негативные тенденции книжного рынка в столичном регионе можно объяснить невысоким уровнем обеспеченности москвичей комфортными современными книжными магазинами. Несмотря на тенденцию постепенного переключения читающих книги москвичей на альтернативные классическим книжным каналы сбыта – интернет-магазины и электронную книгу, тем не менее, и в 2019 году жители столицы сохраняют привычку посещения книжных магазинов, и с каждым годом оставляют в них чуть-чуть больше денег. Так, по итогам I полугодия 2019 г. лишь около половины книготорговой оффлайн-розницы столицы сообщили о близкой к нулевой, но тем не менее положительной динамике среднего чека. Другая половина отмечает значительный рост трат (чека) москвичей в диапазоне от 6% до 9% к аналогичному периоду 2018 года.

Диаграмма 2.14.

Средний чек оффлайн книжной розницы Москвы в I полугодии 2013-2019 гг.



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2013-2019 гг.), аналитика – Мониторинг

Средневзвешенный показатель чека для книжного магазина Москвы в I полугодии 2019 года составил 1003,50 руб. (+9,01% к аналогичному показателю 2018 года). И надо сказать, что такой скачок в динамике суммы чека последний раз наблюдался лишь в 2015 году на фоне девальвации рубля.

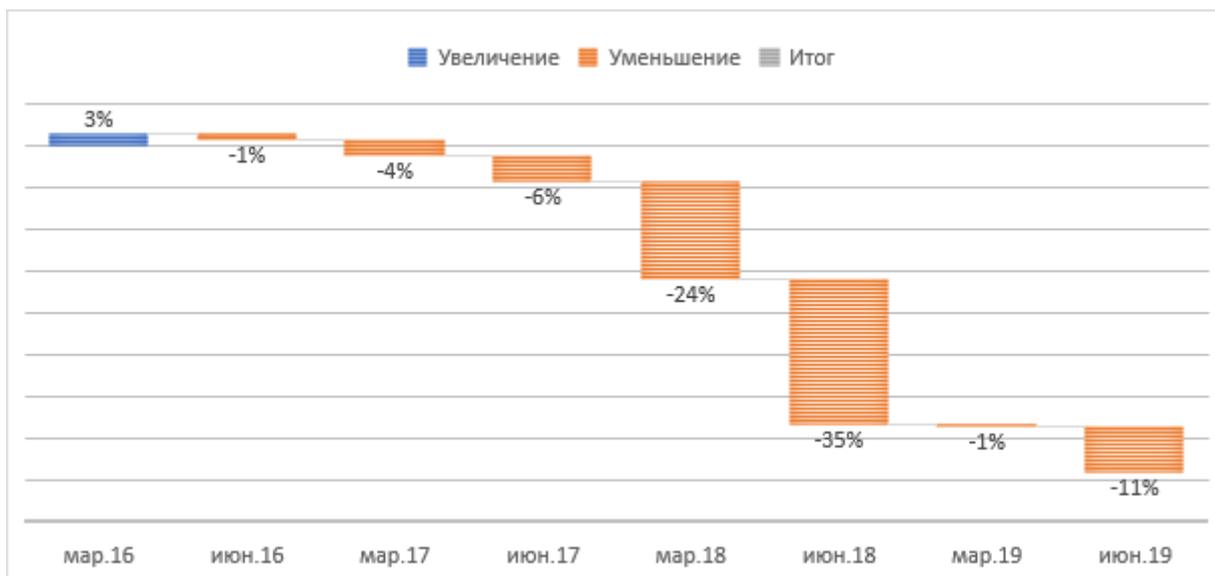
Если говорить о трафике и мотивации посещения магазинов со стороны покупателя, то в 2019 году большинство (78,9%) экспертов свидетельствуют о снижении трафика в диапазоне минус 3-22%, причем, в этой группе находятся книжные магазины в том числе Центрального АО столицы, которые обладают своим стилем и сложившейся клиентурой. И, тем не менее, количество новых наименований (SKU) книг, включаемых ежемесячно в 2019 году в ассортимент столичного книжного магазина, растет в среднем на 1,4%. То есть клиентов всё меньше, но покупают они достаточно, чтобы книжные магазины сохранили оборачиваемость книжной продукции на прежнем уровне.

Надо признать, что рост потока посетителей в книжных магазинах столицы закончился вместе с Годом Литературы, и уже с середины 2016-го книготорговые предприятия Москвы столкнулись с обычными для себя проблемами – снижением трафика и коэффициента конверсии. В 2017-2019 гг. ситуация лишь ухудшилась. И если мы говорим о конкретных цифрах с учетом неоднородности книготоргового ландшафта мегаполиса, то VIP-магазины, расположенные в пределах Садового кольца, сегодня могут рассчитывать на трафик в 1300-3600 человек в день. При этом, «Республика», объекты которой преимущественно расположены в Центральном АО Москвы, пропускает в среднем 500-700 человек в день, а магазины клубного формата – 60-100 человек в день. Стандартный же трафик сетевого книготоргового объекта в любом другом районе мегаполиса в среднем может рассчитывать на ежедневный поток в 200-500 человек с коэффициентом конверсии 35-54%. Впрочем, средняя конвертация по столичным магазинам остается достаточно стабильной на протяжении последних четырех лет, составив в июне 2019 года 54% (в июне 2018 – 55%; в июне 2017 - 54%; в июне 2016 – 51%; в июне 2015

– 53%). Разумеется, коэффициент конверсии узнаваемых VIP-магазинов, в которые многие клиенты приезжают специально, значительно выше и может достигать 69-74%.

Диаграмма 2.15.

Динамика трафика (like to like) книжной оффлайн розницы Москвы в марте/июне 2016-2019 гг.



Источник: экспертный опрос (сентябрь 2016-2019 гг.), аналитика – Мониторинг

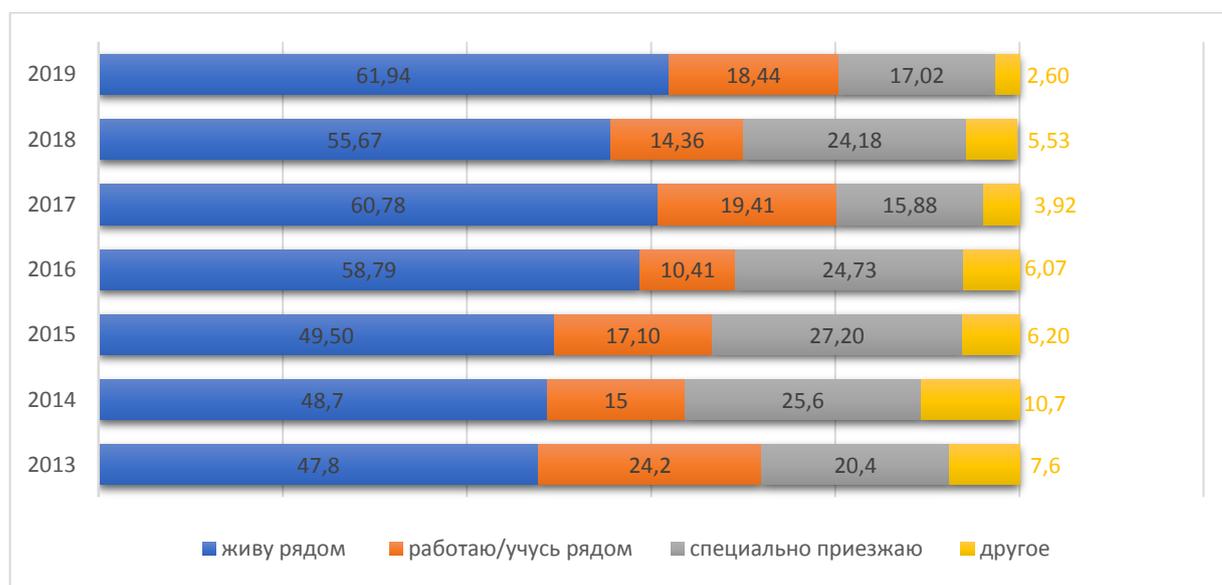
Опросы клиентов книжных магазинов столицы свидетельствуют о том, что лишь магазины исторического центра Москвы могут похвастаться существенным числом лояльных покупателей, «специально приезжающих в конкретный магазин» по причине «большого выбора книг», «традиции» и прочих нематериальных мотивов. Но и здесь в последний год растет число случайных посетителей, просто проходивших мимо. В большинстве же случаев клиентский пул книготорговых объектов формируется непосредственным окружением книжного магазина – москвичами, работающими или проживающими в непосредственной зоне влияния торговой площадки. И москвичи всё чаще ленятся, когда речь идет о книгах, отдавая

предпочтение варианту покупки по пути, у дома или заказу/скачиванию в интернет-магазине.

Диаграмма 2.16.

Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2013-2019 гг.

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



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2019 гг.)

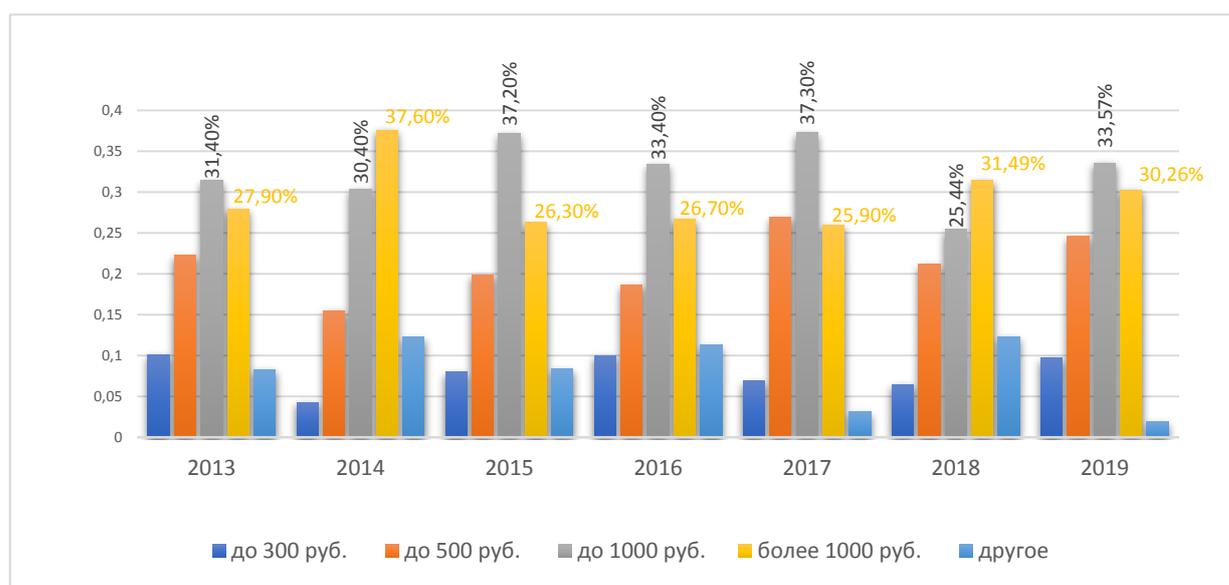
Впрочем, анализ торговых площадок, расположенных в других округах столицы, позволяет предположить, что причина «большой выбор книг» в данном случае является скорее субъективным ощущением или сложившимися традициями в среде покупателей книг, чем отражением реального положения дел. Например, в магазин «Молодая гвардия», ассортимент которого насчитывает 74 тыс. наименований книг, клиенты зачастую приезжают по причине «большого выбора» и «низких цен», в то время как «Читай-город» на Волгоградском проспекте (те же 75 тыс. наименований) посещают в 60% случаев проживающие в непосредственной близости москвичи.

В настоящий момент крупноформатные (300+ кв. м) с широким (более 50 тыс. наименований) книжным ассортиментом магазины сети «Читай-город» представлены во всех (исключая ЗелАО) округах Москвы. Так что, в данном случае правильнее говорить о смене привычек книжного шопинга у москвичей, их явном стремлении минимизировать усилия по приобретению книг.

Диаграмма 2.17.

Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2013-2019 гг.

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



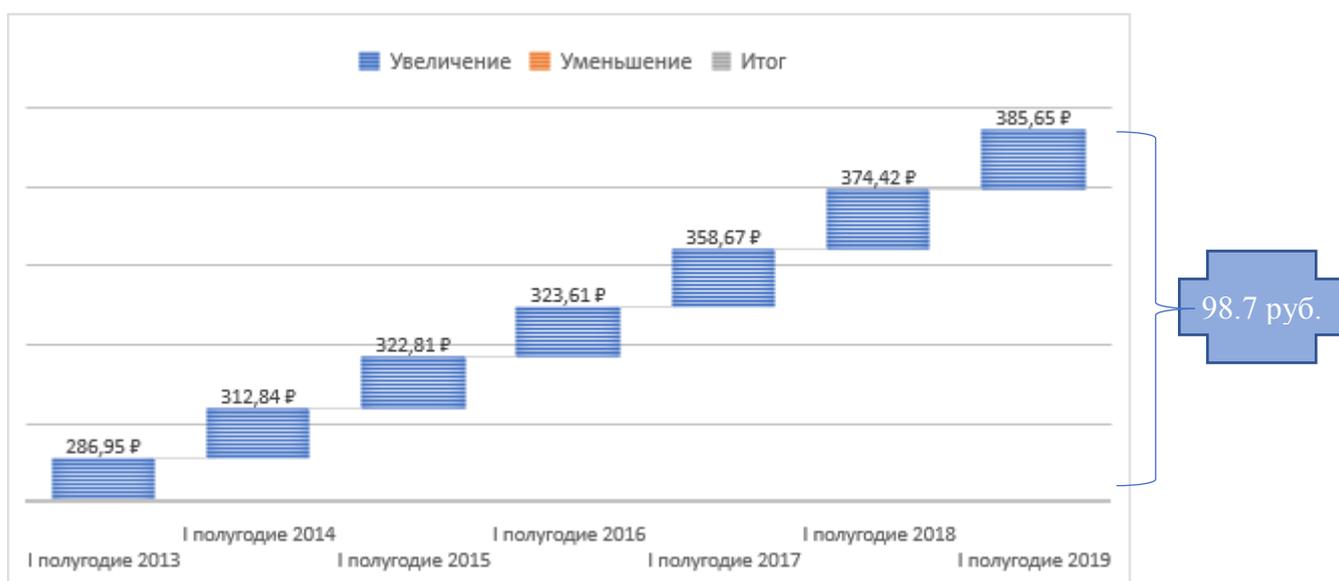
Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2019 гг.)

В целом, результаты опроса в сентябре 2019 года свидетельствуют о том, что читающие москвичи покупают книги в массе своей (68,3%) не реже одного раза в 1-3 месяца, тратя от 100 до 1000 рублей (67,9%), что в целом сопоставимо с итогами аналогичных опросов, проведенных в рамках

Мониторинга в 2014-2018 гг. Но, тем не менее, в 2019 году заметно растет доля тех, кто готов заплатить за книги 100-500 рублей (с 20% в 2014 до 34% в 2019), а также посещает книжный магазин не реже 1 раза в 3-6 месяцев (с 39% в 2016-м до 48% в 2019-м).

Диаграмма 2.18.

Средняя цена реализованного на территории Москвы книжного издания в I полугодии 2013-2019 гг.

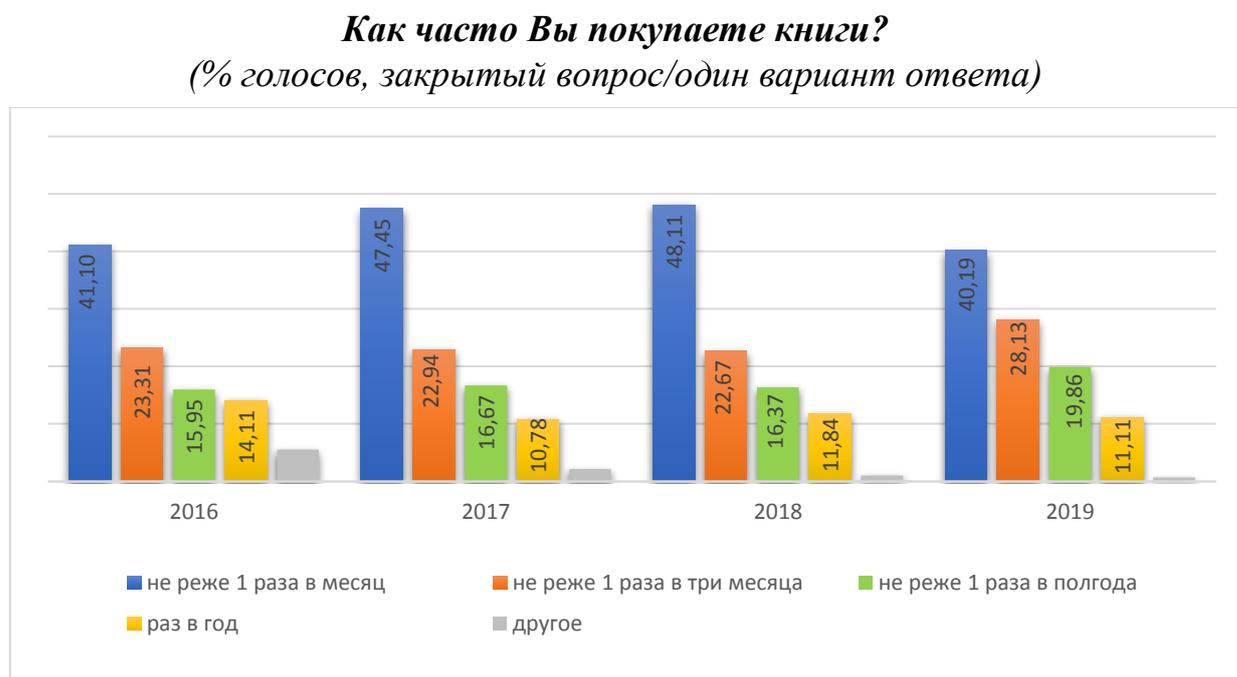


Источник: данные о продажах на территории Москвы проекта «Книжный рынок России 2010–2020», аналитика – Мониторинг

Безусловно, среднестатистический москвич продолжает сегодня тратить на книги значительно больше, чем житель регионов, суммы. И если в I полугодии 2019 года средняя цена книжного издания, реализованного на территории регионов РФ, составила 296,98 руб. (в 2018 – 267,16 руб.; в 2017 – 284,69 руб.), то в Москве – 385,65 руб. (+2,8% к I полугодию 2018 года). В разрезе тематических ниш столичного книжного рынка наибольший рост средней цены реализации в 2019 году характерен для разделов учебной и детской литературы.

Диаграмма 2.19.

Частота покупки книг населением Москвы в 2016-2019 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline респондентской структуры округов, 16-18.09.2019 | 28.09-02.10 2018 | 21-29.09 2017 | 23-30.09 2016)

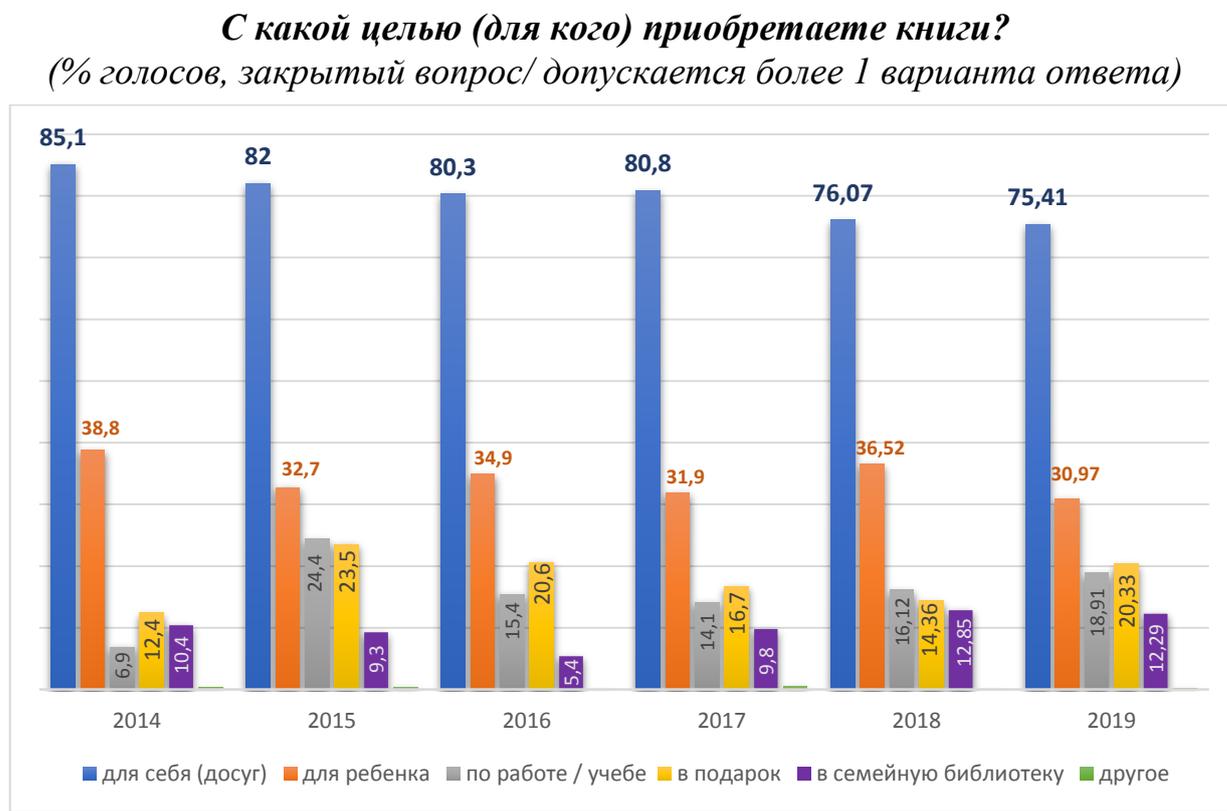
Целью покупки москвича является, как правило, приобретение книги «для собственного досуга» (75,41%) и «для ребенка» (30,97%). При этом доля тех, кто покупает книги «для себя» и «для ребенка» в сентябре 2019 года снизилась, в то время как покупка книг для учебы (19%) и в подарок (20%) на фоне аналогичного опроса в сентябре 2018 года подросла. И это лишний раз подтверждает факт «серых» закупок школьных рабочих тетрадей в обход действующей рекомендации об отказе от приобретения пособий для школы на родительские средства. Данная рекомендация впервые введена в школьную кампанию 2017 года, причем не только в Московском регионе, но в большинстве субъектов федерации, что, естественно, крайне негативно сказалось на динамике книжного рынка и обороте книготорговых предприятий.

Читающие москвичи сегодня вновь полюбили дарить книги (2019 – 20,3%; 2018 – 14,4%; 2017 – 16,7%; 2016 – 20,6%; 2015 – 23,5%) и сохраняют

традиции собирания домашних библиотек (2019 – 12,3%; 2018 – 12,9%; 2017 – 9,8%; 2016 – 5,4%; 2015 – 9,3%; 2014 – 10,4%).

Диаграмма 2.20.

Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2014-2019 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом offline книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2014-2019 гг.)

В 2019 году, как и в 2017-2018 гг., книготорговые предприятия Москвы в массе своей ориентированы на ускорение оборачиваемости книжных товарных групп и активно предлагают книгу покупателю, но для того, чтобы получить желаемый результат сегодня приходится прикладывать гораздо больше усилий, чем 3-5 лет назад.

Таблица 2.2. ТОП-10 книготорговых объектов Москвы по обороту книжных продаж в натуральном и денежном выражении

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

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

Меняется и ассортиментная карта столичной offline книжной розницы. Она становится всё более близкой к раскладке стандартного регионального магазина и всё более однотипной в связи с преобладанием площадок сетевого ритейла (Читай-город и Книжный Лабиринт). Но если говорить о динамике продаж в основных тематических блоках, то рост оборота московских магазинов в I полугодии 2019 года характерен прежде всего для разделов «искусство. культура» (+3,4%), «политика. бизнес. история» (+3,5%) и детская книга (+7,9%), в то время как учебная книга для школ и художественная литература для взрослых демонстрировали отрицательную динамику продаж в диапазоне минус 3-7% в зависимости от магазина.

Диаграмма 2.21.

Ассортиментная карта offline книжного ритейла Москвы 2016-2019 гг., %



Источник: экспертный опрос, сентябрь 2016-2019 гг., аналитика – Мониторинг

2.3. Мониторинг обеспеченности населения административных округов Москвы торговыми площадями объектов распространения книжных изданий с указанием доли различных форматов по состоянию на 2019 год

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Северо-Западного АО располагается 239 торговых объекта распространения книжных изданий (7,43% Москвы), в том числе:

15 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (6,0%);

161 киоск по продаже печатной продукции (8,8%);

12 пунктов выдачи заказов интернет-магазинов (2,7%);

51 FMCG-объект с присутствием книг в ассортиментной матрице (7,3%).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:67265 (в 2018 – 1:71,5 тыс.; в 2017 – 1:65 тыс.; в 2016 – 1:60 тыс.; в 2015 – 1:58,8 тыс.; в 2014 – 1:59 тыс.), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 2939,6 м² (2018 – 2714,13 м²; 2017 – 3221,3 м²). Ситуация на протяжении отчетного периода изменилась лишь единожды – сеть «Книжный Лабиринт» открыла новый магазин (Новокурскинское шоссе, д. 1) в ноябре 2018 года. В результате уровень территориальной доступности книжных магазинов в округе улучшился – один объект на 6,22 км² (в 2018 – 6,66 км²; в 2017 – 6,22 км²; в 2016 г. – 5,83 км²). И по-прежнему значимое количество (93,4%) книжных магазинов СЗАО относятся к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.3.

Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	Книжный ассортимент	Метод торговли
Книжный Лабиринт	66-й км МКАД, Международная ул., д. 12, ТРК "Вегас", 3-й этаж	10:00-24:00	241	60%	универс	самообслуж
№33 "Дом книги в Тушино"	Яна Райниса б-р, д.21	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	320	69%	универс	самообслуж
Читай-город	Дубравная улица, 34/29, ТРЦ "Ладья"	09:00-22:00	461.9	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Маршала Бирюзова ул., д. 17	09:00-22:00	239	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Маршала Бирюзова ул., д. 32 ТРЦ "Пятая Авеню"	10:00-22:00	110	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Маршала Катукова ул., д. 25, ТЦ "Солнечный ветер" 3-й этаж	10:00-22:00	195	70%	универс	самообслуж
Мир Школьника	Митинская ул., д. 39, ТЦ "Мегаполис"	10:00-20:00	127.2	50%	профиль: учебная, детская	самообслуж
Читай-город	Митинская ул., д. 48	09:00-22:00	108.5	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новокурскинское шоссе, д. 1	10:00-21:00	350	50%	универс	самообслуж
Читай-город	Планерная ул., д. 7, ТПУ "Планерная" 2-й этаж	10:00-22:00	487.3	70%	универс	самообслуж
МОРКНИГА	Пятницкое шоссе, д. 7, корп. 1	пн-пт 09:00-19:00; сб 10:00-16:00	69	75%	профиль: морская тематика	смешанный
Книжный Лабиринт	Соколово-Мещерская ул., д. 16/114	10:00-21:00	120	50%	универс	самообслуж
Читай-город	Сходненская ул., д. 50	09:00-22:00	275	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Сходненская ул., д. 56, ТЦ "Калейдоскоп", 4-й этаж	10:00-22:00	251	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Щукинская ул., д. 42	09:00-22:00	244.7	70%	универс	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории СЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (77,9%). Лишь 3,2% москвичей специально приезжает в магазины округа, так как они в большинстве своем представляют типовой формат сетевого книжного объекта. В целом, жители и гости Северо-Западного АО Москвы достаточно регулярно покупают книги (55,2% – не

реже 1 раза в 1-3 месяца), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (77,7%), скачиванию электронных книг (16,1%) и заказу печатных изданий в интернет-магазинах (31,6%). Среднестатистический посетитель книжных магазинов СЗАО в 2019 году тратит на книги в месяц до 500 рублей (62,3%), посещая книготорговые объекты, как правило, с целью приобретения книг для собственного досуга (50,8%) и для ребенка (42,6%). Предпочитаемая тематика – детективы, классика и фантастика. Житель СЗАО в большинстве случаев считает, что цена на романы для взрослых не должна превышать 500 рублей, а на книги для детей – 300 рублей. Более 85% (87,3%) респондентов опроса не посещали никаких массовых книжных мероприятий или встреч с авторами.

Таблица 2.4.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в СЗАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги в Тушино / Яна Райниса б-р., д. 21; 18 сентября 2019г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	24,22	30,98	26,37	18,26	0,0
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	50,83	42,64	24,44	15,18	5,86
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	0,00	12,16	50,25	23,37	14,78
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги?	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета

(% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	77,70	7,12	11,72	31,56	16,09		
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга			
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	
	20,12	70,51	9,26	82,13	15,00	2,87	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	77,89	18,06	3,15	0,0	100,00	0,0	1,71

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Южного АО располагается 466 торговых объекта распространения книжных изданий (14,48% Москвы), в том числе:

36 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (14,4% данного формата в Москве);

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

48 пунктов выдачи заказов интернет-магазинов (10,9% ПВЗ в Москве);

134 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (19,3% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2019 году – 1:49818 (в 2018 году – 1:45778; в 2017 – 1:51789; в 2016 – 1:48316; в 2015 – 1:61750; в 2014 – 1:59621), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 7056,8 м² (в 2017 – 7055,6 м²; в 2017 – 6050,6 м²). В текущем году в ЮАО было закрыто 2 книжных магазина под брендом «Книжный Лабиринт», 1 магазин

сети «Читай-город» и прекратила свое существование оффлайн-сеть «Школьник и К», став интернет-магазином, а также открытый в 2018-м магазин ритейлера комиксов «Чук и Гик» переехал в другой округ. Но одновременно с этим в Южном АО Москвы в 2019 году разместили свои новые магазины издательство «Clever» и франшиза «Территория» холдинга «Эксмо/АСТ». Поэтому уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЮАО принципиально не изменился – один объект на 3,66 км² (в 2018 – на 3,38 км²). Принимая во внимание тот факт, что 77,8% книжных магазинов округа относятся к крупноформатным объектам (превышая площадь в 100 кв. м), а также активное обращение жителей ЮАО к услугам интернет-магазинов по приобретению/скачиванию печатных и электронных книг, данный показатель можно рассматривать как соответствующий реальным потребностям жителей ЮАО.

Таблица 2.5.

Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент ент	метод торговли
Республика	24-й км МКАД, ТРК «VEGAS» 3-й этаж	10.00-23.00	700	50%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Автозаводская ул., д. 18, ТРЦ «Ривьера», 3-й этаж	10:00-22:00	91	90%	профиль: детская книга	самообслуж
Сирин: Магазин христианской книги	Автозаводская ул., д. 19, корп.1	10:00-18:00	44	60%	профиль: религия	самообслуж
Книжный Лабиринт	Автозаводская ул., д.18, ТРЦ "Ривьера"	10:00-22:00	244.8	60%	универс	самообслуж
Школа Семи гномов в ТРЦ Нора	Андропова пр-т, д. 22, ТРЦ "Нора"	10.00-22.00	70	50%	профиль: детская, развивающая	самообслуж
Читай-город	Андропова пр-т, д. 38	10:00-22:00	599.2	70%	универс	самообслуж
Республика	Большая Тульская ул., 13, ТРЦ «Ереван Плаза», 3-й этаж	10.00-22.00	229.3	55%	универс	самообслуж
Читай-город	Большая Тульская ул., д. 2	09:00-22:00	375.7	70%	универс	самообслуж

Детский книжный: канцтовары, игрушки	Борисовские Пруды ул., д. 14, корп. 4	10:00-20:00	60	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Борисовские Пруды ул., д. 26 корп. 2	09:00-22:00	303.6	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Вавилова ул., д. 3, ТРЦ "Гагаринский", 2-й этаж	10:00-22:00	455.1	60%	универс	самообслуж
Школа Семи гномов	Варшавское шоссе, д. 152А, ТРЦ "Сомбреро" 2-й этаж	10:00-22:00	106	45%	профиль: детская, развивающая	самообслуж
Книжный Лабиринт	Варшавское шоссе, д. 160, ТЦ "Галерея Атлантис", 2-й этаж	09:00-22:00	190	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Варшавское шоссе, д. 82	10:00-22:00	301.2	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Варшавское шоссе, д. 87Б, ТЦ "Варшавский", 3-й этаж	10:00-22:00	191	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Каширское ш., д. 26, ТРК "Москворечье"	10:00-22:00	387	50%	универс	самообслуж
№30 "Дом книги в Орехово"	Каширское ш., д. 88/26, стр.2	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	322.4	84%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Каширское шоссе, д. 14, ТРЦ "Гудзон"	09:00-22:00	126.3	60%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изда-ва	Каширское шоссе, д. 61 корп. 2, ТРЦ "Каширская плаза" 3-й этаж (детская зона)	10:00-22:00	70	70%	профиль: детская книга	самообслуж
Читай-город	Каширское шоссе, д. 61, корп. 2	10:00-22:00	278	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Кировоградская ул., д. 13а	10:00-22:00	563.2	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Кировоградская ул., д. 9, корп. 4, ТЦ "Южный" 1-й этаж	09:00-22:00	648.1	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Кустанайская ул., д. 6	10:00-22:00	311.5	70%	универс	самообслуж
Республика	Ленинская Слобода ул., д. 26	10:00-21:00	521.6	45%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ленинская слобода ул., д. 26, стр. 2, ТЦ "Глобал Молл"	10:00-22:00	182	50%	универс	самообслуж
Читай-город	Ореховый б-р, д. 22а, ТРК "Облака" 3-й этаж	10:00-22:00	348	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Покрышкина ул., д. 5, 2-й этаж	10:00-21:00	271	60%	универс	самообслуж

Книжный Лабиринт	Поляны ул., д. 8, ТЦ "ВиВа", 2-й этаж	10:00-21:00	157	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Пролетарский пр-т, д. 20 стр.2	09:00-22:00	254.9	70%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Россошанский пр-д, д. 5 корп. 1	10:00-20:00	80	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Школа Семи гномов	Северное Чертаново, вл. 1А, ТРЦ "Аventura" 3-й этаж	10.00-22.00	122	50%	профиль: детская, развивающая	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Северное Чертаново, вл. 1А, ТРЦК "Аventura"	10.00-22.00	120	60%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Судостроительная ул., 29	10:00-20:00	50	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
№29 "Дом книги в Чертаново"	Чертановская ул., д.14, кор.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	190.2	76%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Чертановская ул., д. 58 корп. 1	10.00-20.00	80	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Шаболовка ул., д. 30/12	09:00-22:00	187.4	70%	универс	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих или работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (100%). Респонденты опроса в Южном АО Москвы посещают книжные магазины с периодичностью не реже одного раза в квартал (70,72%), причем целенаправленно, т.е. с минимальной долей ответов случайного посещения магазина «по пути». Для жителей этого округа в приоритете «широкий ассортимент» и «низкие цены», поэтому их предпочтениям отвечают прежде всего специализированные книжные магазины (96,7%) и online-агрегаторы печатных книг (25,3%). При этом значимая часть респондентов опроса в ЮАО практикует скачивание и чтение электронных книг (28,1%). В целом, посетители книжных магазинов ЮАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 и до 1000 рублей (75%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (76,6%), для детей (46,7%)

и отдавая предпочтение фантастике, детективам и книгам по психологии. На фоне других «спальных районов» столицы жители ЮАО чаще выбираются на крупные книжные ярмарки и фестивали (Красная площадь, ВДНХ), полностью игнорируя встречи с авторами на территории книжных магазинов.

Таблица 2.6. Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Южного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮАО Москвы (выборка 100 человек, книоторговый объект – Дом книги в Чертаново / Чертановская ул., д.14, кор.1; 16 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое	
	50,31	20,41	25,16	4,08	0,00	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку	
	76,61	46,73	41,67	13,33	16,67	
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.	
	0,00	3,33	30,0	45,0	21,67	
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета	
	96,67	13,33	13,27	25,33	28,06	
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга		
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.
	28,33	55,00	16,67	55,00	23,33	21,67

Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	83,32	16,68	0,00	0,0	0,0	0,0	0,00

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Юго-Западного АО располагается 391 торговый объект распространения книжных изданий (12,15% Москвы), в том числе:

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

195 киосков по продаже печатной продукции (10,6% киосков Москвы);

79 пунктов выдачи интернет-магазинов (17,9% ПВЗ на территории Москвы);

88 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (12,7% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2019 году – 1:49828 (в 2018 году – 1:46363; в 2017 – 1:52389; в 2016 – 1:55789; в 2015 – 1:62276), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 5705,6 м² (в 2018 – 5627,6 м²; в 2017 – 5004,5 м²; в 2016 – 4489,8 м²). Ухудшение ситуации с обеспеченностью жителей книжными магазинами связано с закрытием в округе 2-х книжных магазинов под брендом «Читай-город» и 2-х объектов сети «Детский книжный». При этом обе сети открыли в ЮЗАО за отчетный период лишь по одному новому объекту. В итоге уровень территориальной доступности книжных магазинов немного ухудшился – один объект на 3,84

км² (в 2018 – 1:3,59 км²; в 2017 – 1:4,14 км²), и по-прежнему значительная часть (93,1%) книжных магазинов ЮЗАО относится к крупноформатным (торговая площадь >100 кв.м) объектам с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.7.

Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	Книжный ассортимент	Метод торговли
Читай-город	Адмирала Лазарева ул., д. 24, ТЦ "Успех" 3-й этаж	10:00-22:00	473	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Азовская ул., д. 24 корп. 3	10:00-22:00	294	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Большая Черемушкинская ул., вл. 1, ТЦ "РИО", 3-й этаж	10:00-22:00	130	70%	универс	самообслуж
Академкнига	Вавилова ул., д. 55/7	пн-пт 10.00-19.00, сб 10.00-18.00, вс - выходной	120	70%	профиль: история, философия, право	смешанный
Книжный Лабиринт	Вернадского пр-т, д.39А	09:00-22:00	572.8	60%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Голубинская ул., д. 28	10.00-20.00	124	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Горчакова ул., д. 11	09.00-21.00	54	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Домодедовская ул., д. 28, корп.1, ТД "Белград", цокольный этаж	10:00-21:00	150	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Куликовская ул.. д. 6, ТЦ "Алфавит"	10:00-22:00	187.5	50%	универс	самообслуж
№11 "Дом технической книги"	Ленинский пр-т, д. 40	пн-пт 9.00-22.00 сб-вс 10.00-22.00	907.9	80%	профиль	самообслуж
Республика	Ленинский пр-т, д. 109, ТРЦ «РИО», 4-й этаж	10.00-22.00	324	45%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ленинский пр-т, д. 62/1	10:00-21:00	187	40%	универс	самообслуж
№14 "Дом книги на Ленинском"	Ленинский пр-т, д. 86	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	269.1	78%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Литовский б-р, д. 22, ТЦ "Ясенево"	10.00-20.01	110	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Книжный Лабиринт	Миклухо-Маклая ул., д. 32А, ТЦ "Капитолий", 2 этаж	10:00-22:00	225	50%	универс	самообслуж
№36 "Дом книги в Беляево"	Миклухо-Маклая ул., д.18, кор.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	422.4	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, д. 27, ТЦ "Тиара"	10:00-22:00	178.2	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр-т, вл. 7, ТЦ "Калита"	09.00-22.00	187.9	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новоясеневский пр-т, д. 1, ТЦ "Спектр", 2-й этаж	10:00-21:00	289	60%	универс	самообслуж

Читай-город	Профсоюзная ул., д. 102 стр. 1	10:00-22:00	148.3	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 126 корп. 2, ТЦ "Коньково Пассаж"	10:00-22:00	162.8	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 129а	09:00-22:00	258	70%	универс	самообслуж
Школа Семи гномов	Профсоюзная ул., д. 129А, ТРЦ "Принц-Плаза" 4-й этаж	10.00-22.00	54	60%	профиль: детская, развивающая	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 56, ТДЦ "Черемушки" 3-й этаж	10:00-22:00	225.7	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Профсоюзная ул., д. 61а, ТЦ "Калужский" 1-й этаж	10:00-22:00	406.7	70%	универс	самообслуж
№31 "Дом книги на Профсоюзной"	Профсоюзная ул., д.7/12	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	210.2	71%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Севастопольский пр-т, д. 11-е, ТЦ "Капитолий"	09.00-22.00	143.2	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Чечёрский пр-д, д. 51	09:00-22:00	305.2	70%	универс	самообслуж
Мир Школьника	Южнобутовская ул., д. 81	09:00-21:00	390	60%	профиль	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (70%), тем не менее, здесь и достаточно клиентов, специально приезжающих ради «большого выбора» (11,7%). Жители Юго-Западного АО Москвы достаточно часто покупают книги (58,3% - не реже раза в 1-3 месяца), предпочитая специализированный книжный магазин с большим выбором книг (90%), а также достаточно активны как клиенты онлайн-агрегаторов электронных книг (28%). В целом, посетители книжных магазинов ЮЗАО готовы ежемесячно тратить на книги от 300 до 1000 рублей (71,8%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (70%), для ребенка (51,7%) и иногда в подарок (16,6%). Предпочитаемая тематика – любовные романы, а также детские книги и учебная литература.

Таблица 2.8.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮЗАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги в Беляево/ Миклухо-Маклая ул., д. 18, корп. 1; 17 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое		
	23,33	35,00	16,67	23,33	1,67		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку		
	70,00	51,67	3,33	16,65	6,69		
Сколько денег готов потратить на книги в <u>месяц</u> в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	1,67	11,65	41,65	30,04	13,33		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	90,00	1,65	1,69	6,67	28,33		
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга			
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	
	20,00	60,00	20,00	41,67	36,62	21,72	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	70,00	15,00	11,67	14,3	85,7	0,0	0,00

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Западного АО располагается 335 торговых объектов распространения книжных изданий (10,41% Москвы), в том числе:

24 специализированных на продаже книжных изданий магазина (9,6%);

206 киосков по продаже печатной продукции (11,2%);

42 пункта выдачи интернет-магазинов (9,5%);

63 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (9,1%).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:58041 (в 2018 – 1:65834; в 2017 – 1:79061; в 2016 – 1:77466; в 2015 – 1:92786; в 2014 году – 1:86600), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 4770,60 м² (в 2018 – 4480,95 м²; в 2017 – 3748,26 м²; в 2016 – 3296,47 м²). ЗАО по традиции плотно освоен сеткой «Книжный Лабиринт». Но в 2019 году округ пополнился двумя новыми магазинами под брендами «Республика» и «Clever» (магазин издательства). В итоге уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЗАО улучшен – один объект на 6,28 км² (2018 – 7,29 км²; 2017 – 1:8,85 км²). Но по-прежнему лишь 83,3% книжных магазинов ЗАО можно отнести к крупноформатным (торговая площадь >100 кв. м) объектам с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.9.

Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	Книжный ассортимент	Метод торговли
Детский книжный: канцтовары, игрушки	Авиаторов ул., д. 11	10.00-20.00	60	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Книжный Лабиринт	Академика Анохина ул., д. 2 к. 1б, ТЦ "Виктория", 2-й этаж	10:00-21:00	229	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Багратионовский пр-д, д. 5	09.00-22.00	128.7	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Большой б-р, д. 40, БЦ «Амальтея»	09:00-21:00	162	50%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Вернадского пр-т, д. 6, ТЦ "Капитолий" 3-й этаж	10:00-21:00	384	65%	универс	самообслуж

Республика	Вернадского пр-т, д. 86А, ТРЦ «Avenue SouthWest», этаж -1	10.00-22.00	120	45%	универс	самообслуж
Читай-город	Вернадского пр-т, д. 86а, ТЦ Avenue Southwest	10:00-22:00	363.4	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Киевского Вокзала пл., д. 2	10:00-22:00	746.2	70%	универс	самообслуж
Республика	Крылатская ул., д. 17, БП «Крылатские Холмы»	09.00-19.00	71.4	40%	универс	самообслуж
Pioner Bookstore	Кутузовский пр-т, д. 21, 2-й этаж	12:00-22:00	150	60%	профиль: искусство	самообслуж
Читай-город	Кутузовский пр-т, д. 57	10:00-22:00	424	70%	универс	самообслуж
Академкнига	Мичуринский пр-т, д. 12	пн-пт 10.00-19.00, вс - выходной	90	88%	профиль: история, философия, право	смешанный
Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, д. 7 корп. 1, ЖК Шуваловский	09:00-22:00	485.1	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Мичуринский пр-т, Олимпийская деревня, д.3, корп.1, ТРЦ "Фестиваль"	10:00-22:00	397.8	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Можайское шоссе, д. 31	10:00-22:00	362	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Осенний б-р, д. 7, стр. 1, ТЦ "Матрица", 1-й этаж	10:00-22:00	185	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Пресненская набережная, д. 2, ТРЦ "Афимолл сити" 4-й этаж	пн-чт, вс: 10.00-22.00, пт-сб: 10.00-23.00	376.2	50%	универс	самообслуж
Читай-город	Рублевское шоссе, д. 62	10:00-22:00	177.2	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Солнцевский пр-т, д. 21, ТЦ "Столица", 3-й этаж	10:00-21:00	189	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Столетова ул., д. 17	09.00-22.00	315.4	50%	универс	самообслуж
№39 "Дом книги в Очаково"	Б. Очаковская ул., д.23/8	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	240	75%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Ярцевская ул., д. 19, МФК «Кунцево плаза», 4-й этаж	09:00-22:00	87	90%	профиль: детская книга	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ярцевская ул., д. 19, ТЦ "Кунцево Плаза", 4-й этаж	09:00-22:00	214.2	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Ярцевская ул., д. 25а, ТЦ "Трамплин" 4-й этаж	09:00-22:00	341.5	70%	универс	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЗАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих и работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (95%), и специальные посещения по причине «большого выбора книг» крайне редки (5%). Жители Западного АО Москвы не имеют четкого графика приобретения книг, предпочитая совершать покупки «по пути» в супермаркетах (52%), параллельно с другими товарами, или заказывая книги в интернет-магазинах (40%). В целом, посетители книжных магазинов ЗАО готовы ежемесячно

тратить на книги лишь до 500 рублей (55%), и считают, что цена на книгу должна укладываться в эту сумму (82-97%). Они, как правило, приобретают книги для собственного досуга (72,3%), отдавая предпочтение классике, женским романам и учебной книге. В ходе опроса лишь 60% респондентов «сознались» в том, что НЕ посещали каких-либо книжных выставок и прочих книжных мероприятий. И это лучший показатель среди всех административных округов столицы.

Таблица 2.10.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений населения Западного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЗАО Москвы (выборка 100 человек, книоторговый объект – Читай-город / Ярцевская ул., д. 25а, ТЦ "Трамплин" 4-й этаж; 18 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое	
	27,21	25,00	37,79	10,00	0,00	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку	
	72,30	20,20	47,50	25,31	14,69	
Сколько денег готов потратить на книги в <u>месяц</u> в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.	
	5,0	12,50	42,50	32,70	7,30	
Предпочтение формата покупки книги: <i>В каких магазинах и где обычно покупает книги?</i> (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электр. книги из интернета	
	92,20	25,30	52,50	40,30	14,70	
Сколько должна стоить книга?	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга		
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.

(% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	50,00	32,50	17,50	72,50	25,00	2,50	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	80,00	15,00	5,00	0,0	100,0	0,0	0,0

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Северного АО располагается 310 торговых объектов распространения книжных изданий (9,63% Москвы), в том числе:

28 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (11,2% данного формата в Москве);

169 киосков по продаже печатной продукции (9,2% киосков Москвы);

61 пункт выдачи заказов интернет-магазинов (13,8% ПВЗ в Москве);

52 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (7,5% объектов данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:42336 (в 2018 – 1:42022; в 2017 – 1:46046; в 2016 – 1:47100; в 2015 – 1:55642), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 5012,6 м² (в 2018 – 4848,94 м²; в 2017 – 5039,42 м²). Основной корпус книготорговых объектов округа составляют на сегодня стабильно работающие магазины сети «Читай-город». В 2015-2017 гг. на территории округа открылось сразу 6 новых книготорговых объекта под брендом «Читай-город», 2 новых «Школы семи гномов», а также магазин «Книжный Лабиринт» и магазин издательства Clever, а в 2018-м добавилось еще 3 новых объекта от ведущих книготорговых сетей (Читай-город, Книжный Лабиринт и Республика). И хотя в 2019-м новых магазинов в округе не

открывалось, книготорговый фонд здесь относительно свежий. Уровень территориальной доступности книжного магазина в САО – один объект на 4,06 км² (в 2018 – 4,06 км²; в 2017 – 4,55 км²). При этом 85,7% книжных магазинов округа относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.11.

Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	Книжный ассортимент	Метод торговли
Школа Семи гномов	87-й км МКАД, д. 8, стр. 4, ТД "Час Пик" 3-й этаж	10.00-22.00	50	50%	профиль: детская, развивающая	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 15	09:00-22:00	393	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 89, ТРЦ "XL" 2-й этаж	10:00-22:00	204.1	70%	универс	самообслуж
УЗНАЙ-КА!	Дмитровское шоссе, д. 25, корп. 1	10:00-20:00	220	90%	профиль: учебная лит-ра	смешанный
№16 "Дом книги в Коптево"	З. и А. Космодемьянских ул., д.31, к. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	283.4	77%	универс	самообслуж
Читай-город	Зорге ул., 1	10:00-22:00	303.9	70%	универс	самообслуж
№7 "Дом книги на Волкова"	Космонавта Волкова ул., д.19	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	25.7	84%	универс	самообслуж
Читай-город	Кронштадтский б-р, д. 7, ТЦ "Крона" 2-й этаж	10:00-22:00	448.1	70%	универс	самообслуж
№19 "Дом книги на Соколе"	Ленинградский пр-т, д. 78, кор.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	320.8	81%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ленинградский пр-т, вл. 36, МДРК "Арена Плаза", 1 этаж	10:00-22:00	321	50%	универс	самообслуж
Читай-город	Ленинградский пр-т, д. 62а	09:00-22:00	442	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Ленинградский пр-т, д. 76а, ТЦ "Метромаркет" 3-й этаж	10:00-22:00	173	70%	универс	самообслуж
№ 40 "Дом книги на Космодемьянских"	Ленинградское ш., д.8, к.3	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	63.4	64%	универс	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Ленинградское шоссе, 16А стр. 8, ТРЦ "Метрополис" 3-й этаж	10.00-23.00	95	80%	профиль: детская книга	самообслуж
Читай-город	Ленинградское шоссе, д. 16а стр. 4	10:00-22:00	314	70%	универс	самообслуж
Республика	Ленинградское шоссе, д. 16А, корп. 2, БЦ «Метрополис»	10.00-22.00	215	55%	универс	самообслуж
Читай-город	Лобненская ул., д. 4а	10:00-22:00	154	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Локомотивный пр-д, д. 4	10:00-21:00	178	70%	универс	самообслуж

Школа Семи гномов	Мневники ул., д. 7 корп. 2	пн-пт 09.30-19.30, вс - вых	120	70%	профиль: детская, развив.	самообслуж
Книжный Лабиринт	Новопетровская ул., д. 6, ТЦ «Петровский», 3-й этаж	10:00-22:00	288	50%	универс	самообслуж
№28 "Дом книги на Петрозаводской"	Петрозаводская ул., д. 3, корп. 2	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	280	75%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Правобережная ул., д. 1Б, ТЦ "Капитолий", 2-й этаж	10:00-21:00	152	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Фестивальная ул., д. 13 корп. 1, ТЦ "У Речного" 2-й этаж	10:00-22:00	355	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Фестивальная ул., д. 2б, ТРЦ "Речной" 1-й этаж	10:00-22:00	113.1	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Ходынский б-р, д.4., ТЦ "Авиапарк", 4-й этаж	10:00-22:00	246	50%	универс	самообслуж
Республика	Ходынский бульвар, д. 4, ТРЦ «Авиапарк»	Вс-чт: 10.00- 22.00, пт-сб: 10.00-23.00	308	45%	универс	самообслуж
Школа Семи гномов	Хорошевское ш., д. 27, ТРЦ «Хорошо»	10.00-22.00	105	60%	профиль: детская, развив.	самообслуж
Читай-город	Хорошевское шоссе, д. 27	10:00-22:00	398.6	70%	универс	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории САО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих и работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (72,2%). Жители Северного АО Москвы активно покупают книги (51,7% - не реже раза в месяц), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (93,3%), тратя в месяц не более 1000 рублей (65% респондентов) и в значительно меньшей степени чем жители других АО Москвы пользуясь цифровыми книжными сервисами на смартфоне и планшете (лишь 8,3% респондентов). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (90%) по предпочитаемой тематике: фантастика, детективы/боевики и психология. В ходе опроса выяснилось, что жители САО в большинстве своем (82%) игнорируют книжные фестивали и ярмарки, впрочем как и автограф-сессии популярных авторов.

Таблица 2.12.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Северного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в САО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Читай-город / Ленинградский пр-т, д. 62А; 18 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое		
	51,67	21,25	15,42	10,00	1,67		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе/учебе	в подарок	в семейную библиотеку		
	90,00	16,67	6,40	35,27	6,67		
Сколько денег готов потратить на книги в месяц в случае ежемесячного режима покупки (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	0,00	5,00	21,67	33,33	35,00		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	93,33	3,30	8,36	35,00	8,33		
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга			
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	
	20,00	50,00	26,67	31,60	41,74	23,33	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	60,00	26,67	13,33	25,0	75,0	0,0	0,00

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Северо-Восточного АО располагается 324 торговых объекта распространения книжных изданий (10,07% Москвы), в том числе:

17 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (6,8% данного формата в Москве);

200 киосков по продаже печатной продукции (10,9% киосков в Москве);

30 пунктов выдачи заказов интернет-магазинов (6,8% ПВЗ в Москве);

77 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,1% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:84234 (в 2018 году – 1:83762; в 2017 – 1:87683; в 2016 – 1:86700; в 2015 – 1:90633; в 2014 году – 1:56646), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 4199,8 м² (в 2018 – 3441,56 м²; в 2017 – 3532,7 м²). Округ отличается очень подвижной книготорговой инфраструктурой. Ещё в 2015 году округ потерял 9 полноценных книжных магазинов (сеть «Буква» и «Книжный Лабиринт»), но уже в 2016 году здесь открылись 2 новых магазина («Читай-город» и «Книжный Лабиринт»). В 2017 году на территории округа были закрыты сетевой «Новый книжный» и работавший с 1975 года Дом книги в Бибирево, но при этом параллельно открылись два сетевых объекта под брендами «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». В 2018-м в сети «Читай-город» на территории СВАО вновь пополнение, а в 2019-м очередной «Книжный Лабиринт» переехал с проспекта Мира на Шереметьевскую улицу в ТЦ «Капитолий». И сейчас, осенью 2019 года, основной корпус книготорговых объектов округа составляют магазины сетей «Книжный Лабиринт» и «Читай-город». Уровень территориальной доступности книжного магазина – 1 объект на 5,99 км² (в 2018 – 5,99 км²; в 2017 – 1:6,36 км²). Причем, 88,2% книжных

магазинов СВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом. Крупнейшим объектом округа является на сегодня независимый Дом книги в Медведково (1500 м²), работающий в этом статусе с 1992 года.

Таблица 2.13.
Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	Метод торговли
Книжный Лабиринт	84-й км МКАД, ТРК "Весна"	10:00-22:00	318.3	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Алтуфьевское шоссе, д. 86, корп. 1, ТЦ "Ареал", 2-й этаж	10:00-22:00	178	60%	универс	самообслуж
№2 "Дом книги в Бескудниково"	Бескудниковский б-р, д. 29, к.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	292	80%	универс	самообслуж
Республика	Большая Новодмитровская ул., д. 36, Дизайн-завод FLACON	10:00-22:00	173	45%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Бутырская ул., д. 86 А, 1-й этаж	10:00-21:00	150	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Декабристов ул., д. 12, ТЦ "Золотой Вавилон" 2-й этаж	10:00-23:00	259	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Дмитрия Донского б-р, д. 1, ТЦ "Северное сияние"	09:00-22:00	263	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Дмитровское шоссе, 163а	09:00-22:00	146	70%	универс	самообслуж
Дом книги Медведково	Заревый пр-д, д. 12	10:00-22:00	1500	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Мира пр-т, д. 114б стр. 2	10:00-22:00	125.4	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Мира пр-т, д. 182/2	10:00-22:00	578.7	70%	универс	самообслуж
Чук и Гик	Новодмитровская ул., д. 1 стр. 13, Хлебозавод 9	12:00-21:00	70	70%	профиль: комиксы, фантастика	смешанный
Книжники: магазин издательства	Образцова ул., д. 19/2 корп. 1	пн-чт: 10.00-19.00, пт: 10.00-15.00	20	88%	профиль: еврейская лит-ра	смешанный
Читай-город	Пришвина ул., д. 22	10:00-22:00	142.1	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Снежная ул., д. 27	10:00-22:00	168	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Шереметьевская ул., д. 20, ТЦ «Капитолий»	10:00-22:00	220	50%	универс	самообслуж
Читай-город	Шереметьевская ул., д. 6 корп. 1	09:00-22:00	308.2	70%	универс	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории СВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих непосредственно в зоне влияния торговой площадки (51,7%), но при этом достаточно высока и доля тех, кто специально выезжает в специализированный книжный за «большим выбором» книг (26,7%). Жители и гости Северо-Восточного АО Москвы как правило делают книжные покупки не реже одного раза в квартал (73,3%), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (71,7%), но и не отказывая себе в удовольствии заказать книги в интернет-магазине (41,7%) или просто скачать файл из «ЛитРес» (48,3%). В целом, посетители книжных магазинов СВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 500 и более рублей (73,3%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (66,7%) или по работе/учебе (23%). С точки зрения жанров и тематик они отдают предпочтение фантастике и классике. И, конечно же, среди респондентов социологического опроса в СВАО значимое число книголюбов, посетивших книжную выставку-ярмарку на ВДНХ (8,3%).

Таблица 2.14.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в СВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги в Медведково / Заревый пр-д, д. 12; 17 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	33,20	40,13	20,00	6,67	0,00
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе/учебе	в подарок	в семейную библиотеку
	66,20	16,67	23,73	18,33	15,00
	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.

Сколько денег готов потратить на книги в месяц (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	0,00	8,20	18,46	35,00	38,33		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	71,67	10,00	8,33	41,67	48,33		
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга			
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	
	28,33	46,67	25,00	16,67	40,00	33,33	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	51,67	18,33	26,70	37,5	62,5	0,0	3,30

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Восточного АО располагается 366 торговых объектов распространения книжных изданий (11,37% Москвы), в том числе:

23 специализированных на продаже книжных изданий магазина (9,2% данного формата в Москве);

213 киосков по продаже печатной продукции (11,6% киосков в Москве);

51 пункт выдачи заказов интернет-магазинов (11,6% ПВЗ в Москве);

79 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,4% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:66236 (в 2018 – 1:68906; в 2017 – 1:74792; в 2016 – 1:67164; в 2015 – 1:86328; в 2014 году – 1:73379), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 3835,8 м² (в 2018 – 3863,5 м²; в 2017 – 4082,58 м²). Основной корпус книготорговых объектов округа составляют стабильно работающие с советского периода магазины ОЦ «Московский Дом книги», а также открытые в 2005-2008 гг. малоформатные магазины для школьников – «Детский книжный» и «Мир школьника». В 2017 году ОЦ «МДК» закрыл работавший с 1988 года Дом книги «Фолиант», но в 2018-м открыл новый Дом книги на Парковой. За 2017-2019 гг. «Книжный Лабиринт» закрыл четыре своих магазина в округе и открыл только один. Но за этот же период Восточный АО пополнился двумя книжными магазинами сети «Читай-город», а в 2019 году – магазинами «Детский книжный» и новой франшизы «Территория: Книги. Мысли. Впечатления». Учитывая столь подвижный книготорговый ландшафт, уровень территориальной доступности книжных магазинов в ВАО остается достаточно скромным – один объект на 6,73 км² (в 2018 – 1: 7,04 км²; в 2017 – 1:7,7 км²). Тем не менее, 78,3% книжных магазинов ВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 кв. м) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.15.

Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент НТ	метод торговли
Дом книги на Парковой	15-я Парковая ул., д. 60	пн-пт 9.00-22.00 сб-вс 10.00-22.00	180.9	84%	универс	самообслуж
Мир Школьника	7-я Парковая ул., д. 15, стр. 2	пн-пт 10.00-20.00; сб-вс 10.00-18.00	88	61%	профиль: учебная, детская	самообслуж
Школа Семи гномов	7-я Парковая ул., д. 3/9	10.00-21.00	151	62%	профиль: детская, развивающая	самообслуж
№25 "Дом книги в Гольяново"	Байкальская ул., д.25	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	254.3	67%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Большая Семеновская ул., 17а, ТЦ «Март», 1-й этаж	10.00-22.00	280	60%	универс	самообслуж

Читай-город	Большая Черкизовская ул., д. 2 корп. 1	10:00-22:00	411.7	70%	универс	самообслуж
№38 "Дом книги на Рокоссовского"	бульвар Маршала Рокоссовского, д.18	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	152.2	77%	универс	самообслуж
Читай-город	Вешняковская ул., д. 18	10:00-22:00	279.1	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Декабристов ул., д. 10/2	10:00-21:00	278	65%	универс	самообслуж
№13 "Дом книги в Измайлово"	Измайловская пл., д. 2.	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	318.7	76%	универс	самообслуж
№41 "Дом книги на Молдагуловой"	Молдагуловой ул., д. 3а	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	268	63%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Новокосинская ул., д. 15А	10.00-20.00	66	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Новокосинская ул., д. 29	09:00-22:00	135	70%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Перовская ул., д. 6 корп. 1	10.00-20.00	120	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
№24 "Дом книги на Преображенке"	Преображенский вал, д.16	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	435.4	75%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Просторная ул., д. 8	10:00-20:00	90	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Саянская ул., 5а	10:00-20:00	77	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Семеновская пл., д. 1, ТЦ "Семеновский" 3-й этаж	10:00-22:00	255.4	70%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Сиреневый б-р, д. 63	10.00-20.00	138	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Старый Гай ул., д. 8	10.00-20.02	123	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Хабаровская ул., 12/23	09.00-21.00	156	60%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Челябинская ул., д. 15	10:00-20:00	71	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
№27 "Дом книги "Новый"	Энтузиастов ш., д.24/43	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	247.9	82%	универс	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью и у тех, кто проживает/работает в непосредственной близости от торговой площадки (82,6%) и гораздо в меньшей степени москвичи готовы специально приезжать по причине «низких цен и большого выбора» (17,4%). Впрочем, «низкая цена» в данном случае весьма относительна, т.к. жители и гости Восточного АО Москвы готовы в массе своей (73,9%) тратить на книги более 500 рублей в

месяц и считают вполне приемлемой цену на книги в диапазоне 300-500 рублей (70-78%). Причем, они чаще жителей других округов приобретают книги (раз в месяц – 65,2%), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (100%) и скачивая электронные книги в онлайн-магазинах (26%). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (82,6%) и по работе/учебе (21,7%), что обуславливает и выбор читательских предпочтений: фантастика, ужасы, современная проза и, конечно, учебная литература. При этом, клиенты книжных магазинов этого округа достаточно активно посещают большие (выставки – 30,4%) и маленькие (встречи с авторами – 4,4%) книжные мероприятия, особо выделяя ежегодную книжную ярмарку на ВДНХ (17,39%).

Таблица 2.16.

Оценка сложившихся покупательских привычек и книжных предпочтений жителей Восточного АО Москвы

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Дом книги на Преображенке / Преображенский вал, д.16; 17 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	65,22	26,09	8,700	0,00	0,00
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	82,61	8,7	21,74	26,09	8,70
Сколько денег готов потратить на книги в месяц (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	4,35	0,00	21,74	43,48	30,43
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где	в спец. книжном магазине с большим	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета	в интернет-магазине с курьерской доставкой	скачивает электронные книги из интернета

обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	выбором книг		(параллельно с другими покупками)	и/или самовывоз			
	100,00	0,00	8,70	0,00	26,09		
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга			
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	
	13,04	69,57	17,39	17,39	78,26	4,35	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ один вариант ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	60,87	21,74	17,39	25,0	75,0	0,0	0,00

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Центрального АО располагается 244 торговых объекта распространения книжных изданий (7,58% Москвы), в том числе:

- 51 специализированный на продаже книжных изданий магазин (20,4% данного формата в Москве);
- 153 киоска по продаже печатной продукции (8,35% киосков в Москве);
- 25 пунктов выдачи заказов интернет-магазинов (5,67% ПВЗ в Москве);
- 15 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (2,2% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:15334 (в 2018 – 1:16508; в 2017 – 1:15848; в 2016 – 1:18808; в 2015 – 1:9891), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 11879,2 м² (в 2018 – 11500,39 м²; в 2017 – 11119,80

м²). В 2019 году этот и без того благополучный с точки зрения обеспеченности книжными магазинами округ пополнился 6 новыми площадками – двумя магазинами сети «Республика», двумя магазинами «Книжный Лабиринт», Домом детской книги (ОЦ МДК) и магазином «Территория» в ЦДМ. Конечно, параллельно происходили и закрытия магазинов у той же «Республики» и «Книжного Лабиринта», но уровень территориальной доступности книжных магазинов в ЦАО остается высоким – один объект на 1,30 км² (в 2018 – 1:1,41 км²; в 2017 – 1:1,37км²). Этот показатель очень близок к европейскому уровню обеспеченности населения книжными магазинами. Но в данном случае следует иметь в виду, что лишь 64,7% книжных магазинов ЦАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100м²), и очень многие из них далеки от традиционного представления о книжном магазине и по ассортиментной матрице, и по организации внутреннего пространства.

Таблица 2.17.

Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	книжный ассортимент	метод торговли
Республика	1-я Тверская-Ямская ул., 10	круглосуточно	603.2	70%	универс	самообслуж
№10 "Дом педагогической книги"	Б. Дмитровка ул., д. 7/5, стр.1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	815.9	77%	профиль	самообслуж
Молодая Гвардия ДК	Б. Полянка ул., д. 28	09.00-21.00	1267.5	88%	универс	самообслуж
Академкнига	Б. Спасоглинищевский пер., д. 8, стр.4	пн-пт 10.00-19.00, сб-вс выходной	90	80%	профиль: история, философия, право	смешанный
Республика	Большая Ордынка ул., 21, стр. 2	09.00-22.00	87.4	45%	универс	самообслуж
Букбридж / Еврокнига	Большая Татарская ул., д. 7 корп. 1, БЦ "Букбридж"	09.00-21.00	259	90%	профиль	самообслуж
Чук и Гик	Большой Палашевский пер., 9	12.00-20.00	15	70%	профиль: комиксы	смешанный
Пархоменко	Бутырский вал, д. 32	10:00-21:00	30	95%	универс	самообслуж
Республика	Воздвиженка ул., д. 4/7, стр. 1	круглосуточно	1000	45%	универс	самообслуж
Читалка	Жуковского ул., д. 4	11.00-22.00	40	70%	профиль	смешанный
Республика	Земляной вал ул., д. 33, ТЦ "Атриум", 3-й этаж	10.00-23.00	341	45%	универс	самообслуж
Маршак: независимый детский книжный	Казарменный пер., д. 4, стр. 3	вт-вс: 10.00-20.00	40	80%	профиль: детская книга	смешанный
№37 "Дом детской книги"	Калужская площадь, д. 1, корп. 1	пн-пт 9.00-23.00 сб-вс 10.00-23.00	523	75%	профиль	самообслуж

Чук и Гик	Климентовский пер., д. 6	12.00-20.00	30	70%	профиль: комиксы, фантасти ка	смешанный
№9 "Дом книги на Фрунзенской"	Комсомольский пр-т, д. 25, к. 1	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	268.5	70%	универс	самообслуж
Республика	Комсомольский пр-т, 24, стр. 1, ТЦ «К24»	10.00-22.00	82.5	50%	универс	самообслуж
Республика	Красная Площадь, д. 3, ТД ГУМ, 3-й этаж 3-й линии	10.00-22.00	228.3	55%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Краснопрудная ул., вл. 13А, ТРЦ "Краснопрудный", 2 этаж	10:00-22:00	217	50%	универс	самообслуж
Книжная лавка писателей	Кузнецкий мост ул., д. 16/5	пн-пт 10:00-20:00, сб 12:00-20:00, вс 12:00-19:00	80	80%	профиль	самообслуж
№4 "Дом иностранной книги"	Кузнецкий мост, д. 18\7	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	219	86%	профиль	самообслуж
Фаланстер	М. Гнездииковский пер., д. 12/27	11:00-20:00	100	80%	универс	самообслуж
Читай-город	Малая Сухаревская пл., д. 12	09:00-22:00	754	70%	универс	самообслуж
Республика	Манежная, 1 с. 2, ТК "Охотный ряд", нижний уровень	10.00-22.00	204	45%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Марксистская ул., д. 1, корп. 1	10:00-21:00	286	50%	универс	самообслуж
Республика	Мира пр-т, д. 40	круглосуточно	192	50%	универс	самообслуж
Республика	Мясницкая ул., 24/7, стр. 1	круглосуточно	193.4	55%	универс	самообслуж
Буквышка. Университетский книжный магазин	Мясницкая ул., д. 20, стр. 1, ВШЭ	пн-пт 10:00-20:00; вс - выходной	40	80%	профиль: универси тетская книга	самообслуж
Библио-Глобус ТД	Мясницкая ул., д. 6/3, стр. 1	пн-пт 09.00-22.00, сб-вс 10.00-21.00	1100	72%	универс	самообслуж
Республика	Нижний Сусальный пер., д. 5 стр. 2	10.00-22.00	220	45%	универс	самообслуж
магазин Дома русского зарубежья им. А. Солженицына	Нижняя Радищевская ул., д. 2, 1-й этаж	пн-сб 10:00-20:00	120	80%	универс	самообслуж
MONITORbox: Книжный магазин	Нижняя Сыромятническая ул., 10, стр. 10 (Центр дизайна Artplay)	11.00-22.00	80	80%	профиль: искусств о, дизайн	смешанный
Республика	Новый Арбат ул., д. 19	10.00-22.00	400	50%	универс	самообслуж
Московский дом книги	Новый Арбат ул., д. 8	пн-пт 9.00-21.00 сб-вс 10.00-20.00	3648.3	71%	универс	самообслуж
Я люблю читать: Магазинчик детских книг	Покровка ул., д. 11, подъезд 2	пн-пт 10:00-20:00, сб-вс 11:00-19:00	30	70%	профиль: детская книга	смешанный
Primus Versus. Умные книги	Покровка ул., д. 27, стр. 1	пн-сб 11:00-23:30; вс 14:00-22:00	120	80%	универс	смешанный
Республика	Покровка ул., д. 4	10.00-22.00	289	45%	универс	самообслуж
Белые облака	Покровка ул., д. 4	10:00-18:00	200	40%	профиль: религия, эзотерик а	смешанный
Ходасевич	Покровка ул., д. 6	11.00-21.00	45	80%	универс	самообслуж
Республика	Пресненская наб., 10, ДЦ «Москва-Сити», Башня на набережной, блок Б	09.00-20.00	58	40%	универс	самообслуж
Циолковский	Пятницкий пер., д. 8	11:00-22:00	89	80%	универс	самообслуж
ПК "Русская деревня"	Рождественка ул., д. 12/1	11:00-20:00	58	80%	профиль: малотир ажная	смешанный

					литература	
Республика	Стремянный пер., 38	пн-сб: 7.30-22.30, вс: 9.00-22.00	342.7	70%	универс	самообслуж
Читай-город	Таганская ул., д. 1 стр.1	09:00-22:00	216.6	70%	универс	самообслуж
Москва ТДК	Тверская ул., д. 8, стр. 1	10.00-01.00	560	85%	универс	самообслуж
Республика	Театральный пр-д, 5, стр. 1, ЦДМ, 5-й этаж	10.00-22.00	223	60%	универс	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Театральный пр-д, д. 5, ЦДМ, 3-й этаж	10.00-22.00	250	70%	универс	самообслуж
Comic Street	Театральный пр-д, д. 5, ЦДМ, 4-й этаж	10:00-22:00	50	70%	профиль: комиксы	самообслуж
Clever: Магазин изд-ва	Театральный пр-д., д. 5/1, ЦДМ, 3-й этаж, магазин 3-16а	10.00-22.00	88	90%	профиль: детская книга	самообслуж
Гиперион, Книжный клуб	Хохловский пер., д. 7/9, стр. 3	12.00-22.00	100	60%	профиль	самообслуж
Республика	Цветной б-р, д. 15, стр. 1, Универмаг «Цветной», первый этаж	10.00-23.00	530	60%	универс	самообслуж
У Кентавра, Книжная лавка РГГУ	Чаянова ул., д. 15	пн-пт 10:00-19:30; сб 10:00-17:00; вс - выходной	135	90%	профиль	смешанный

Когда-то книжные ЦАО столицы пользовались популярностью преимущественно у москвичей, специально приезжающих в «особые» центральные магазины по причине «большого выбора книг» или, правильнее сказать, «особой подборке книг» и вообще атмосферы или многолетней привычки. Сегодня многое изменилось. И хотя по-прежнему в центральные книжные приезжает достаточное число клиентов (35%), тем не менее, их трафик на 52,3% создают москвичи, работающие или живущие в «шаговой доступности» (2-3 станции метро) и случайные прохожие (11,7%), хотя большинство из них – это по-прежнему активно читающие книголюбцы.

Посетители книжных магазинов Центрального АО Москвы, как правило, не реже одного раза в 1-3 месяца покупают книги (66,7%) и имеют четкую привязку к «любимому книжному», предпочитая делать покупки в специализированном книжном магазине (83,3%) и зачастую в интернет-магазине (25%). Иными словами, именно в Центральном АО мы встретим наибольшее количество поклонников печатной книги, приобретающих её вдумчиво в специально предназначенных для этого местах и, как правило, для собственного удовольствия (81,7%), для ребенка (30%), а также в подарок (15%).

В отличие от результатов аналогичного соцопроса в 2018 году, нынешней осенью аудитория респондентов ЦАО, скачивающих электронные книги из интернета, значительно выросла с 4,1% до 16,7%. Но среди посетителей магазинов округа по-прежнему мало тех, кто покупает книги параллельно с другими покупками (5%). Осенью 2019-го уже более половины (56,7%) респондентов ЦАО готовы потратить более 1000 рублей в месяц на приобретение книг (в сентябре 2018 – 28,6%), но при этом большинство уверено, что ценовой диапазон романа для взрослых и книг для детей должен ограничиваться пределами 100-500 руб. Еще одной неожиданностью 2019 года стало снижение на фоне опроса 2018-го числа респондентов, посетивших книжные ярмарки на Красной площади (с 12% до 3%), на ВДНХ (с 12% до 5%) и NonFiction (с 10% до 0%), но по-прежнему достаточно тех (6,67%), кто запомнил встречи с авторами, которыми так славятся книготорговые флагманы столицы.

Таблица 2.18.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЦАО Москвы (выборка 150 человек, книготорговый объект – Молодая Гвардия / Полянка, д. 28; 17 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое
	45,00	21,67	18,33	13,33	1,67
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку
	81,67	30,00	10,00	15,00	18,33
Сколько денег готов потратить на книги в месяц (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.
	0,00	3,33	5,00	28,33	56,67
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги?	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках /киосках по пути	в книжном отделе FMCG- гипермаркета (параллельно	в интернет- магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета

(% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)			с другими покупками)				
	83,33	11,67	5,00	25,00	16,67		
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга			
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	
	25,00	61,67	13,33	63,33	25,00	6,67	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории Зеленоградского АО располагается 65 торговых объектов распространения книжных изданий (2,02% Москвы), в том числе:

- 3 специализированных на продаже книжных изданий магазина (1,2% данного формата в Москве);
- 43 киоска по продаже печатной продукции (2,4% киосков в Москве);
- 11 пунктов выдачи заказов интернет-магазина (2,5% ПВЗ в Москве);
- 8 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (1,2% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:82178 (в 2018 – 1:81028; в 2017 – 1:58122; в 2016 – 1:56619; в 2015 – 1:73900), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG), – 422,1 м² (в 2018 – 422,81 м²; в 2017 – 900,17м²). Ситуация в этом округе остается относительно стабильной на протяжении последних лет. В 2015 закрывшуюся «Букву» освоил «Читай-город», а «Книжный Лабиринт» открыл в 2016 году в округе свой третий по

счету магазин. Впрочем, в 2018-м «Книжный Лабиринт» был вынужден закрыть свой магазин в ликвидированном ТЦ «Седьмой континент» Зеленограда. Так что книжных в округе по-прежнему лишь три. В итоге уровень их территориальной доступности в ЗелАО остается низким – один объект на 12,4 км² (в 2018 – 1:12,4 км²; в 2017 – 1:9,3 км²), но при этом все магазины относятся к крупноформатным (более 100 м²) площадкам с универсальным ассортиментом.

Таблица 2.19.

Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

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

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории ТиНАО располагается 113 торговых объектов распространения книжных изданий (3,51% Москвы), в том числе:

12 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (4,8% данного формата в Москве);

29 киосков по продаже печатной продукции (1,58% киосков Москвы);

29 пунктов выдачи заказов интернет-магазина «Книжный Лабиринт» (6,6% ПВЗ в Москве);

43 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (6,2% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:32253 (в 2018 – 1:29908; в 2017 году – 1:48609; в 2016 году – 1:40244; в 2015 – 1:39167), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG) – 2266,0 м² (в 2018 – 1946,9 м²; в 2017 – 1084,40 м²). В 2018-2019 годах ситуация с книготорговым бизнесом в округе претерпела серьезные изменения. Троицкий Дом книги переехал на задворки центральной улицы города (фактически в ларек площадью 35 м²), но при этом в районе Академической площади открылся двухэтажный (190 м²) книжный магазин «Территория: Книги. Мысли. Впечатления» (франшиза ЭКСМО/АСТ). Книжный магазин в п. Щербинка вынужден был сначала вдвое сократить свою торговую площадь, а в 2019 году окончательно закрылся, как и «Книжный Лабиринт» в пос. Внуковское. Это место тотчас же было занято магазином сети «Читай-город», а «Книжный Лабиринт» открыл в 2018 году 2 новых магазина в д. Рогозино и БП «Румянцево». «Читай-город» также добавил к своей сети крупноформатный объект в ЖК «Бутово Парк» в 2018 году и магазин в ТЦ «Саларис» (п. Московский) в 2019 году. В целом, от всех этих переездов выиграли жители Новомосковского и Троицкого округов, где уровень территориальной доступности книжных магазинов выглядит сегодня (сентябрь 2019) намного лучше – один объект на 121,74 км² (в 2017 – 1:247,0 км²), и при этом 83,3% книжных магазинов «новой Москвы» относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100 м²) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.20.

Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	Книжный ассортимент	Метод торговли
Книжный Лабиринт	22-й км Киевского ш., БП "Румянцево", корп. Б, 1-й этаж	10:00-21:00	370	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Внуковское пос., Летчика Ульянина ул., д. 5	10:00-22:00	292	70%	универс	самообслуж

Читай-город	ЖК "Бутово Парк", 8 корп.1	10:00-22:00	356	70%	универс	самообслуж
Республика	Калужское шоссе, 21-й км, ТЦ «МЕГА Теплый Стан», 0 этаж	10.00-24.00	344	45%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Коммунарка пос., ул. Александры Монаховой, влд. 30, стр.2	10:00-22:00	274	60%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Коммунарка пос., Ясная ул., д. 5	10.00-20.00	74	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Книжный Лабиринт	Московский ГП, ул. Хабарова, д. 2, ТРК «Новомосковский»	10:00-22:00	411	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Московский ГП, 23-й км Киевское шоссе, д. 1, ТРЦ "Саларис"	10:00-22:00	356.2	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Первомайское пос., д. Рогозинино, ул. Луговая, д. 20А, стр. 1	10:00-22:00	192	50%	универс	самообслуж
Территория: Книги. Мысли. Впечатления	Троицк, Академическая площадь, д. 3	09.00-21.00	190	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Троицк, Городская ул., д. 6, ТЦ "Троицк", 3-й этаж	10:00-21:00	270	70%	универс	самообслуж
МУП "Книги. Канцтовары"	Троицк, Октябрьский пр-т, д. 16	10:00-19:00	35	80%	универс	смешанный

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ТиНАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих и работающих в непосредственной зоне влияния торговой площадки (95%). Жители и гости ТиНАО Москвы не имеют явно выраженного графика покупки книг, в равной степени приобретая книги и раз в квартал, и раз в полгода или год, отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (60,1%) и интернет-магазинам (51,2%). Как правило, целью посещения книжного магазина является приобретение книг для собственного досуга (79,1%), для семьи (20,2%) и для ребенка (22,8%), что обуславливает и выбор читательских предпочтений: современная проза, детские книги и учебные пособия. Как и в предыдущие годы, нынешней осенью по результатам опроса выявлен достаточно значимый пул респондентов, скачивающих электронные книги из интернета – 34,3% (в 2018 – 29%; в 2017-м – 26%; в 2016-м – 35%). И наконец, нельзя не отметить значимый процент респондентов, склонных к

экономной модели поведения в отношении книги и не готовых тратить более 300 рублей на книжное издание.

Таблица 2.21.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ТиНАО Москвы (выборка 100 человек, книоторговый объект – Читай-город / ГП Московский, 23-й км Киевское шоссе, д. 1, ТРЦ "Саларис"; 18 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое		
	12,42	32,41	31,54	29,18	5,31		
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе	в подарок	в семейную библиотеку		
	79,14	22,83	16,06	19,55	20,17		
Сколько денег готов потратить на книги в <u>месяц</u> (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.		
	0,00	17,67	32,00	31,33	29,00		
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках/киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета		
	60,12	26,84	20,71	51,18	34,31		
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга			
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	
	43,00	47,00	10,00	61,00	25,00	5,00	
Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
	71,13	23,87	5,00	13,6	86,4	0,0	0,0

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

По состоянию на сентябрь 2019 года на территории ЮВАО располагается 365 торговых объектов распространения книжных изданий (11,34% Москвы), в том числе:

12 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (4,8% данного формата в Москве);

215 киосков по продаже печатной продукции (11,7% киосков Москвы);

53 пункта выдачи заказов интернет-магазина «Книжный Лабиринт» (12,0% ПВЗ в Москве);

85 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (12,2% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:118203 (в 2018 – 1:117138; в 2017 – 1:136386; в 2016 – 1:111558; в 2015 – 1:169125; в 2014 – 1:150333; в 2013 году – 1:135300), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски и FMCG) – 3416,7 м² (в 2018 – 3322,36 м²; в 2017 – 2236,80 м²). После некоторого улучшения состояния в 2016 году, в 2017-м после закрытия «Книжного Лабиринта» на Волгоградском проспекте и Дома книга в Выхино (ОЦ МДК) книготорговая инфраструктура округа вновь оказалась в кризисном состоянии. Более того, открытый в апреле 2018 года новый «Книжный Лабиринт» в ТРЦ «Миля» был закрыт в августе 2019 года как недееспособный, что естественно ситуацию не улучшило. Если говорить об уровне территориальной доступности книжных магазинов в ЮВАО, то он остается одним из худших в «старой» Москве: 1 объект на 9,9 км² (в 2018 – 1: 9,8 км²; в 2017 – 1:12,03 км²). Впрочем, 65,7% книжных магазинов ЮВАО относятся к крупноформатным объектам торговли (площадью более 100м²) с универсальным книжным ассортиментом.

Таблица 2.22.

Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Название книжного магазина	Адрес	Режим работы	Торговая площадь, м ²	Доля книжной выкладки	Книжный ассортимент	Метод торговли
Книжный Лабиринт	7-ая Кожуховская ул., д. 9, ТРЦ «Мозаика» (2016)	10.00-22.00	278	60%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Андропова пр-т, д. 8, ТРЦ "Мегаполис"	10:00-21:00	189	60%	универс	самообслуж
Филадельфия	Волгоградский пр-т, д. 17 стр. 1	пн-сб 10:00-19:00 вс-выходной	54	60%	профиль: христианская лит-ра	прилавочный
Читай-город	Волгоградский пр-т, д. 78/1	10:00-22:00	947.9	70%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Жулебинский б-р., 30/1, корп.1	10:00-20:00	72	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Зеленодольская ул., д. 30	10.00-20.00	118	40%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Люблинская ул., д. 171	09:00-21:00	315.6	70%	универс	самообслуж
Мир Школьника	Новочеркасский б-р, д. 10 корп. 1, ТК "ЕвроМАГ"	09:00-22:00	87	60%	профиль: детская, учебная	самообслуж
Читай-город	Перерва ул., д. 43 корп. 1, ТЦ "БУМ"	10:00-22:00	1078.4	70%	универс	самообслуж
Книжный Лабиринт	Поречная ул., д. 10, ТРК "Мари"	10:00-22:00	152.3	60%	универс	самообслуж
Читай-город	Рязанский пр-т, д. 46	10:00-22:00	519.5	70%	универс	самообслуж
Детский книжный: канцтовары. игрушки	Шоссейная ул., д. 34/36	10.00-20.00	50	30%	профиль: детская, учебная	самообслуж

Согласно результатам социологического опроса посетителей объектов книгораспространения, расположенных на территории ЮВАО, книжные магазины данного округа столицы пользуются популярностью преимущественно у москвичей, проживающих/работающих непосредственно в зоне влияния торговой площадки (76,7%). Хотя по причине малочисленности книжных магазинов в округе многим (23,3%) приходится «специально приезжать» за «большим выбором книг». Жители Юго-Восточного АО Москвы достаточно часто покупают книги – не реже одного раза в квартал (70%), отдавая предпочтение специализированным книжным магазинам с большим выбором книг (63%) и интернет-магазинам (45%), и минимально на

фоне жителей других АО столицы скачивают книги у онлайн продавцов (лишь 13,3%). В целом, посетители книжных магазинов ЮВАО готовы ежемесячно тратить на книги от 500 и более рублей (58,3%), как правило, приобретая книги для собственного досуга (66,7%) или для ребенка (40%). С точки зрения жанров и тематик они отдают предпочтение фантастике, детективам, книгам по психологии и, конечно, изданиям для детей. Важно отметить и значимый в округе процент респондентов (10%), посетивших в 2019 году две флагманские книжные выставки столицы – на Красной площади (июнь) и на ВДНХ (сентябрь).

Таблица 2.23.

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

Результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в ЮВАО Москвы (выборка 100 человек, книготорговый объект – Читай-город/ Волгоградский пр-т, д. 78/1; 18 сентября 2019 г.)

Частота покупки книг (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	не реже 1 раза в месяц	не реже 1 раза в три месяца	не реже 1 раза в полгода	не реже 1 раз в год	другое	
	36,67	33,33	16,67	13,33	0,00	
Цель покупки (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	для себя (досуг)	для ребенка	по работе учебе	в подарок	в семейную библиотеку	
	66,67	40,00	8,33	18,33	10,00	
Сколько денег готов потратить на книги в <u>месяц</u> (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	до 100 руб.	до 300 руб.	до 500 руб.	до 1000 руб.	более 1000 руб.	
	1,67	20,00	20,00	26,67	31,67	
Предпочтение формата покупки книги: В каких магазинах и где обычно покупает книги? (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	в спец. книжном магазине с большим выбором книг	на лотках /киосках по пути	в книжном отделе FMCG-гипермаркета (параллельно с другими покупками)	в интернет-магазине с курьерской доставкой и/или самовывоз	скачивает электронные книги из интернета	
	63,33	20,00	36,67	45,00	13,33	
Сколько должна стоить книга? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)	Художественная лит-ра для взрослых			Детская книга		
	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.	100-300 руб.	300-500 руб.	более 500 руб.
	31,60	46,74	21,66	76,74	16,60	5,00

Критерии выбора («любимого») книжного магазина (% голосов, закрытый вопрос/ более одного варианта ответа)	живу рядом	работаю рядом (часто бываю по делам в этом районе)	специально приезжаю именно в этот магазин, потому что	низкие цены	большой выбор книг	уровень персонала	другое
		60,00	16,67	23,33	7,14	92,86	0,0

Источник: данные Мониторинга, сентябрь 2019 г.

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

Предложения по новым перспективным местам размещения книжных павильонов.

Проведенный анализ эффективности книгораспространения позволил объективно оценить текущее состояние книжной инфраструктуры в административных округах Москвы по четырем основным каналам:

- Книжные магазины;
- Универсальные магазины
- ПВЗ/Интернет-магазины
- Киосковые сети со специализацией «печать».

По уровню обеспеченности населения книжными магазинами среди АО Москвы по-прежнему лидирует Центральный округ с коэффициентом 1:15334 (или 1 магазин на 15-16 тыс. жителей). В 2019 году здесь открылось сразу 6 новых магазинов. Конечно, были и закрытия (у сетей «Республика» и «Книжный Лабиринт»), но в целом динамика коэффициента обеспеченности остается положительной.

В отчетном году наблюдается ухудшение ситуации в южном и юго-западном (ЮАО, ЮЗАО) округах столицы при коэффициенте обеспеченности – 1 магазин на 49-50 тыс. жителей (в 2018 – 1 магазин на 46 тыс. жителей).

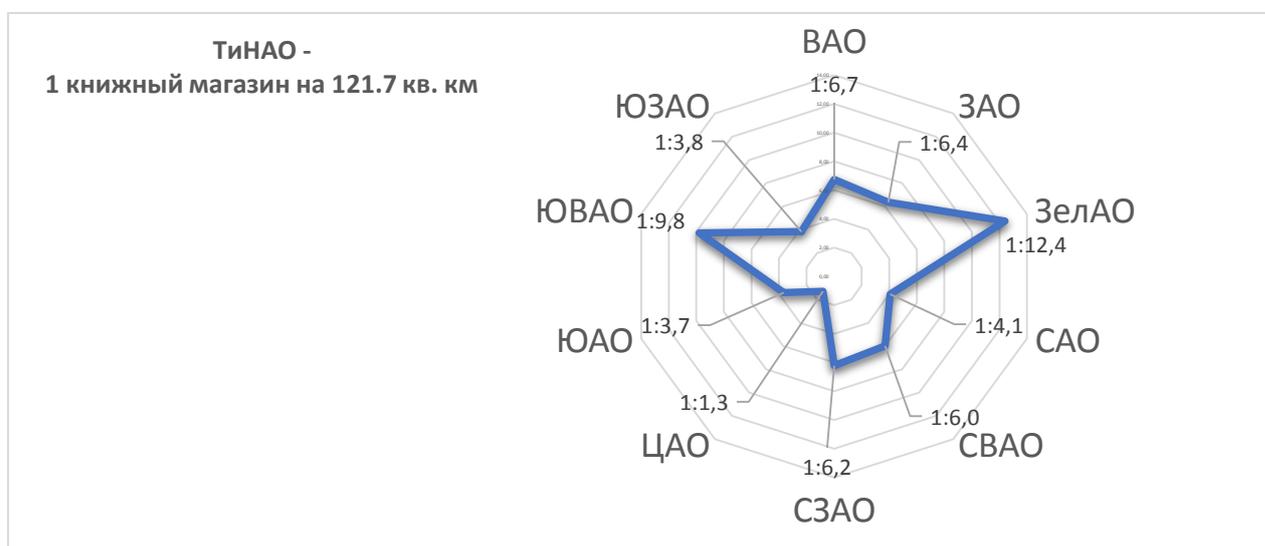
Здесь ежегодно происходит ротация существующих и открытие новых магазинов сетей «Книжный Лабиринт» и «Читай-город», но в 2019-м в этих округах были закрыты сразу 2 магазина «Книжный Лабиринт» и 3 магазина «Читай-город» и появление новых небольших объектов «Clever», «Детский книжный» и «Территория» принципиально ситуацию не улучшило.

Относительно стабильная ситуация (без значимых улучшений) складывается в САО, СВАО и ЗелАО, где один книжный магазин приходится на 42 тыс., 84 тыс. и 82 тыс. жителей соответственно. Напротив, растет число магазинов в Западном АО и Восточном АО, что кардинально улучшило не только коэффициент обеспеченности, но и территориальную доступность профильных объектов книготорговли (с 1:7,2 до 1:6,5 км²) в этих округах.

Несмотря на разнонаправленную динамику в 2018-2019 годах, Юго-Восточный округ столицы остается аутсайдером по присутствию книжных магазинов – 1 магазин на 118 тыс. жителей (2017 – 1:136 тыс. жителей). Стоит сказать, что по уровню обеспеченности книжными в настоящий момент ЮВАО уступает даже округам «новой» Москвы (ТиНАО), где в 2019 году этот показатель составил 1:32253 (или 1 магазин на 32 тыс. жителей).

Диаграмма 2.22.

Уровень территориальной доступности книжных магазинов в АО Москвы по состоянию на сентябрь 2019 г.



Необходимо отметить, что большинство (88,1%) книжных магазинов Москвы – это сетевые объекты, принадлежащие в том числе крупным книготорговым операторам с ровным покрытием по всем АО Москвы, что во многом нивелирует расхождения округов в ассортиментной карте и ценовой политике.

После активной фазы сокращения числа книжных магазинов в 2014-2015 гг., когда закрылись более 20 крупноформатных магазинов московского филиала сети «Буква» и 10 магазинов ОЦ МДК, обанкротилась «Лавка детских книг», более спокойные 2017-2019 годы восполняют потери. Значимо прирастают по числу магазинов не только два лидера московской книготорговли – «Книжный Лабиринт» и «Читай-город», но и сеть «Республика». Постепенно возрождается ОЦ «Московский Дом книги», развивается франшиза холдинга «Эксмо/АСТ» («Территория: Книги. Мысли. Впечатления»), пополняется новыми объектами и профилированный на детских книгах ритейл, ежегодно открываются магазинчики комиксов. Интерес к потенциальным возможностям по открытию новых магазинов проявляют и другие игроки московского книготоргового рынка – ТД «Библио-Глобус» и ритейлер-новичок – издательство «Clever».

По уровню обеспеченности населения универсальными (FMCG) магазинами с присутствием книг в ассортиментной карте среди округов Москвы лидирует Южный АО. Именно здесь, а также в Юго-Западном АО, расположено наибольшее количество этих объектов – 134 и 88 соответственно. Эти же округа лидируют и по уровню доступности (плотности размещения) универсамов на своей территории – 1 объект на 0,9-1,2 кв. км. И жители по крайней мере Южного АО достаточно часто (в 13% случаев как показал социологический опрос) приобретают книги параллельно с другими покупками в супермаркетах популярных брендов: «Ашан», «Перекресток», «Детский мир» и пр.

Обеспеченность москвичей киосками печатной продукции в 2019 году несколько снижается до уровня 1:6886 или один объект на 6-7 тыс. жителей (в 2018 – 1:6534). Порядка 80% книжного предложения киосковых сетей составляют издания художественной литературы для взрослых и детские книги. В разрезе округов с точки зрения территориальной доступности и коэффициента обеспеченности наиболее благополучная ситуация складывается в Центральном, Юго-Восточном и Северо-Западном АО Москвы, и, напротив, очевидно недостаточное развитие киосковой инфраструктуры наблюдается в Восточном и Западном АО Москвы. Особняком стоят округа Москвы, географически размещенные за пределами МКАД. В Троицком и Новомосковском административных округах коэффициент территориальной доступности киосков и в 2019 году составляет невероятные 1:50 кв. км (в 2017 – 1:51 кв. км).

Кроме того, в 2019 году серьезно сократилась столичная карта собственных пунктов выдачи заказов (ПВЗ) «книжных» интернет-магазинов по причине передачи услуг доставки в аутсорсинг или в партнерские транспортные компании, в т.ч. Voxberry, Почта России, Delivery и т.д. Коэффициент территориальной доступности ПВЗ по «старой» Москве в сентябре 2019 года составляет 1:3,21 км² (в 2018 – 1:1,64 км²), в то время как «новая» Москва фактически полностью переведена на курьерскую доставку и объединенные пункты доставки почтовых отправок.

Диаграмма 2.23.

Уровень интереса москвичей к покупкам печатных книг в интернет-магазинах в 2019 году в разрезе АО Москвы



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 16-18 сентября 2019 г.)

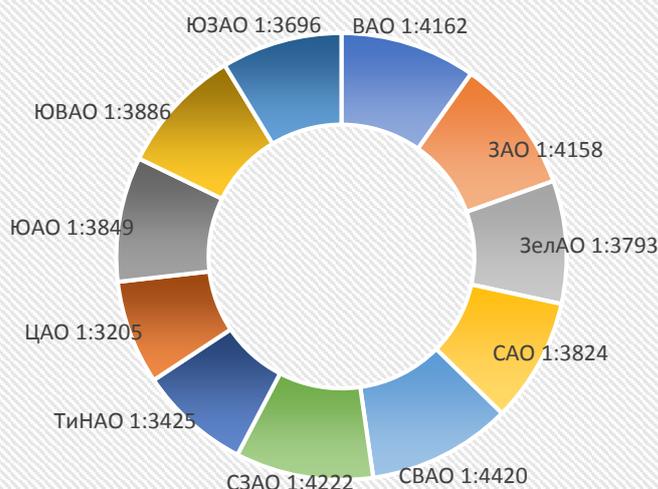
С учетом всех перечисленных выше аналитических оценок и расчетных параметров итоговый рейтинг административных округов Москвы по фактору «традиционное книгораспространение» возглавляют ЦАО, САО, ЮЗАО и ЮАО. Именно в этих округах представлена развитая традиционная инфраструктура для чтения, обеспечивающая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

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

Диаграмма 2.24.

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

коэффициент обеспеченности населения к/т объектами по Москве -
1 объект на 3920 жителей



Источник: Данные Мониторинга (суммарно по книжным магазинам, ПВЗ, FMCG-объектам и киоскам со специализацией «печать»), сентябрь 2019 года

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

Так, по данным социологических опросов посетителей книжных магазинов, проводимых в рамках исследовательских проектов Департамента СМИ и рекламы Правительства Москвы, москвичи в последние пять лет предпочитают приобретать книги в специализированных книжных магазинах. И в 2019 году привычка приобретать книги «по пути» (в киосках) отмечается гораздо реже, чем в 2013 году, хотя книжные издательства Москвы всегда плотно работали с распространителями прессы.

Диаграмма 2.25.

Предпочтение offline формата покупки книги населением Москвы в 2013-2019 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2019 гг.), аналитика – Мониторинг

Безусловно, формат покупки «по пути» может быть очень привлекателен с точки зрения развития книготорговли в Москве, так как позволяет получить трафик с минимальными арендными нагрузками. Однако в данном случае возникает проблема обеспечения важного для москвича условия «широкого выбора книг», что на пространстве в 10-20 кв. м физически невозможно. Решением в данном случае могло бы стать определенное профилирование ассортиментных карт павильонов/киосков в соответствии с жанровыми и/или тематическими предпочтениями москвичей. И надо сказать, эти предпочтения достаточно консервативны, что подтверждают результаты опросов клиентов книжных магазинов, проведенные в рамках мониторинга в 2013-2019 гг.

Лидирующие позиции у книголюбов столицы занимает современная беллетристика (преимущественно зарубежная) при параллельном значительном интересе к книгам массовых жанров – фантастике/фэнтези и детективам. Акцентом 2019 года стал высокий интерес к книгам по психологии на фоне снижения интереса москвичей к приобретению учебной литературы. Кроме того, на протяжении последних пяти лет в числе книжных

предпочтений москвичей следует выделить устойчивый интерес к книгам для детской аудитории и к русской/зарубежной классике.

Диаграмма 2.26.

Структура жанровых предпочтений москвичей в 2019 году (% голосов, открытый вопрос/более одного варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 16-18 сентября 2019 г.), аналитика – Мониторинг

Именно эти тематические группы могли бы стать профильной базой при формировании ассортиментных карт для малых форматов книгораспространения (киосков/павильонов). Выбор классических текстов, учебной и детской книги в формате доступных изданий (100-300 руб.) как основы ассортимента книжного предложения – это не только экономически эффективное решение для апробации новых форм предложения книги клиенту, но и в определенном смысле социальная акция – поддержка незащищенных слоев населения и обеспечение равного доступа к книжным богатствам мегаполиса.

Для размещения экспериментальных площадок в рамках мониторинга было отобрано 10 локаций, преимущественно в контуре МЦК (Московской кольцевой железной дороги), а также в Зеленоградском округе, как административном образовании с низким уровнем территориальной доступности объектов книгораспространения (см. Приложение 1: слайд 1-10).

Росту конкурентоспособности книги в культурном и информационном пространстве Москвы, сохранению книжных традиций мегаполиса могла бы способствовать и организация краткосрочных книжных ярмарок в формате литературных, этнических и детских фестивалей. Конечно, в настоящий момент на территории Москвы реализуются и отраслевые (книжные), и городские мероприятия, направленные на поддержку книги и чтения. В июне 2019 года на Красной площади уже в пятый раз прошел книжный фестиваль «Книги России», ставший благодаря указу Президента РФ ежегодным мероприятием.

Московская международная книжная выставка-ярмарка (ММКВЯ) – также ежегодное мероприятие, стартующее на ВДНХ в первую среду сентября и собирающее более 200 тысяч любителей книги и профессионалов книжного бизнеса. Впрочем, в 2019 году ММКВЯ вынуждена была пройти в нетрадиционном для себя фактически кулуарном формате по причине возникших организационных проблем.

Не менее яркое событие – Международная ярмарка интеллектуальной литературы Non/Fiction, которая на 5 дней (как правило, в последнюю неделю ноября или начале декабря) собирает на Крымском валу в Центральном Доме Художника (ЦАО) около 30 тысяч москвичей, в том числе студентов, представителей творческих профессий, экспертов книжного бизнеса.

Значимым событием в культурной жизни столицы в последние два года является и «Библионочь», приуроченная к международному Дню книги (23.04) и проводимая при самом активном участии книжных магазинов, издательств и библиотек Москвы.

В ходе мониторинга проектов в поддержку книги и чтения, реализуемых на территории Москвы, было выявлено значительное количество массовых по охвату инициатив. Однако разрозненность мероприятий не позволяет достичь масштабного эффекта. Как показал опрос, аудитория мероприятий в книжных магазинах и посетители выставок и фестивалей фактически не пересекаются. Все окологнижные мероприятия на публичных площадках не ведут к приобретению книги и весьма относительно в плане эффективности возвращения потенциального читателя в круг чтения.

В рамках анкетирования посетителей книжных магазинов во всех округах Москвы был определен уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях по продвижению книги и чтения, а также косвенно оценена популярность этих проектов. Посетителям книжных магазинов было предложено несколько вариантов ответов и возможность варианта открытого ответа. Но по итогам опроса в 2019 году выяснилось, что на 79,2% (в 2018 – 77,8%; в 2017 – 72%) покупатели книг в стационарных книжных магазинах не готовы к посещению такого рода мероприятий, включая встречи с писателями на торговой площадке, как правило, в силу отсутствия времени или желания. Даже такое «раскрученное» в городских СМИ мероприятие как книжный фестиваль на Красной площади посетило лишь 6,2% (в 2018 – 5,3%; в 2017 – 6,9%; в 2016 – 12,6%) респондентов социологического опроса, проведенного в рамках мониторинга в сентябре 2019 года. Относительно высоким на общем фоне уровнем узнаваемости может похвастаться лишь традиционная Московская Международная книжная выставка-ярмарка (сентябрь ВДНХ): порядка 9,5% (в 2018 – 8,6%; в 2017 – 13,3%; в 2016 – 17,6%; в 2015 – 8,2%) респондентов опроса заявили о своем посещении этого мероприятия в 2019 году. Причем, вопреки дислокации в СВАО, популярность ММКВЯ выходит далеко за рамки этого округа, в данном случае узнаваемость ярмарки характерна для посетителей книжных магазинов всех АО Москвы. Значимость ММКВЯ как площадки для продвижения книги чтения особенно ощутима на фоне НЕузнаваемости

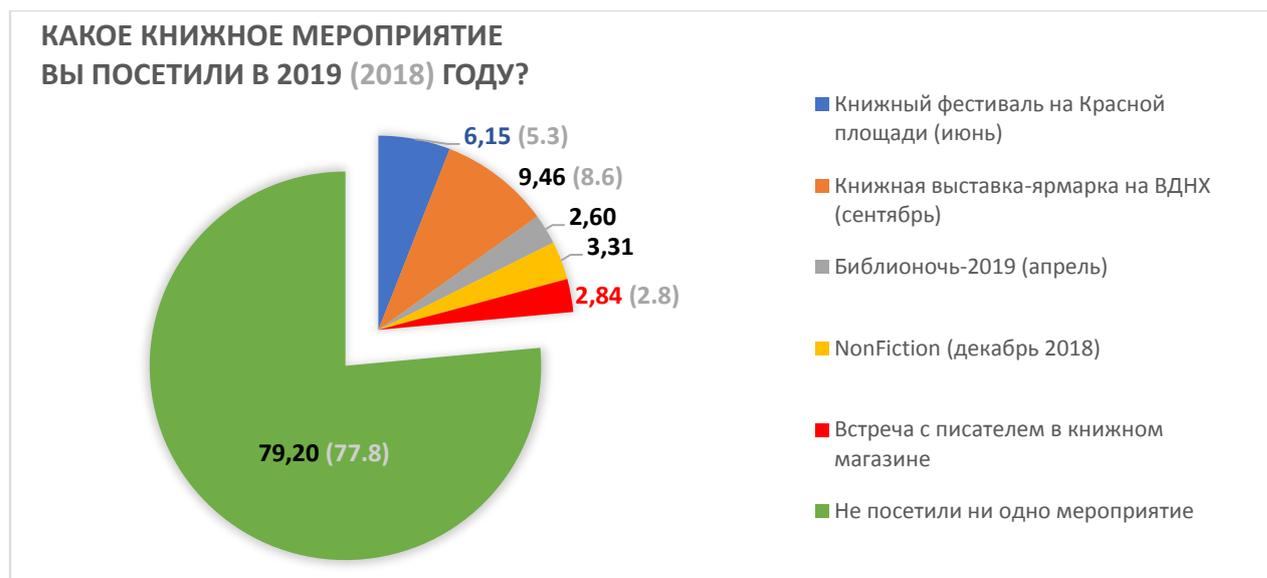
других мероприятий, проводимых на территории города. Так, «Библионочь-2019» (апрель) набрала лишь 2,6% голосов (в 2018 -3,3%; в 2017 – 2,9%; в 2016 – 2,4%) респондентов опроса.

Так как анкетирование проводилось в сентябре 2019 года, то традиционно проходящая в начале декабря выставка Non\Fiction (ЦДХ) не вошла в пул отобранных для опроса мероприятий. Тем не менее, в режиме свободной беседы 3% респондентов опроса заявили о готовности посетить Non\Fiction в 2018 году.

Диаграмма 2.27.

Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2018-2019 гг.

(% голосов, допускается более одного варианта ответа)



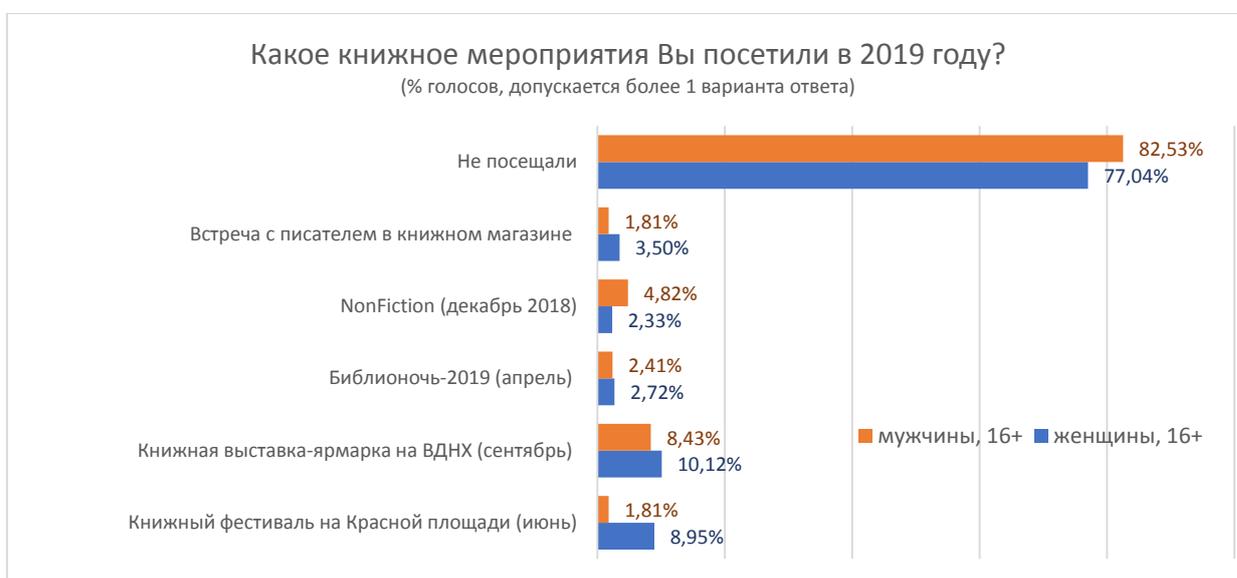
Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2018-2019 гг.), аналитика – Мониторинг

Популярность инициатив издательств и книжных магазинов по поддержке книги и чтению прежде всего в формате «встреч с авторами/автограф-сессий на торговых площадках» второй год подряд не выходит за рамки 2,8% (в 2017 – 1,5%). Надо сказать, что такого рода

мероприятия более привлекательны для женской аудитории, хотя в 2019 году респондентам особо запомнилась встреча с Сергеем Тармашевым, работающим в жанре фантастики.

Диаграмма 2.28.

Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2019 году (% голосов, допускается более одного варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка 1000 человек с учетом оффлайн книготорговой структуры округов, 16-18 сентября 2019 г.), аналитика – Мониторинг

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

Именно поддержку проводимых мероприятий со стороны Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы хотели бы прежде

всего видеть столичные книжники, говоря о возможных предпочтениях для отрасли, и в частности:

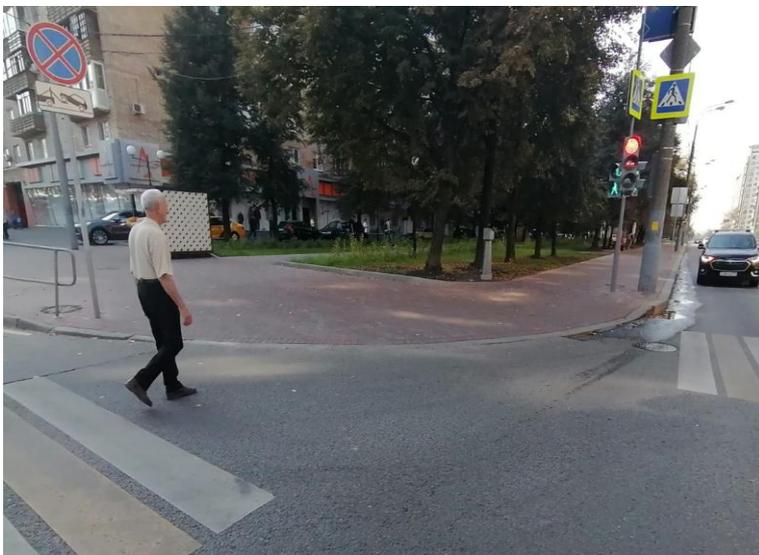
- Помощь в продвижении книг и чтения в СМИ
 - публикации на книжную тематику,
 - опросы читателей,
 - анонсы встреч с авторами во всех книжных магазинах Москвы и т.п.
- Регулярная пропаганда чтения с помощью наружной городской рекламы и рекламы в метро.
- Запуск и спонсирование программы поощрения школьников книжными сертификатами (подарок первокласснику/выпускнику, успехи в учебе, победа на Олимпиаде) разных номиналов и погашение сертификатов в книжных магазинах Москвы, участвующих в программе.

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

ПРИЛОЖЕНИЕ

Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 1



Адресные ориентиры: ВАО,
Щербаковская ул., д. 32/7

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

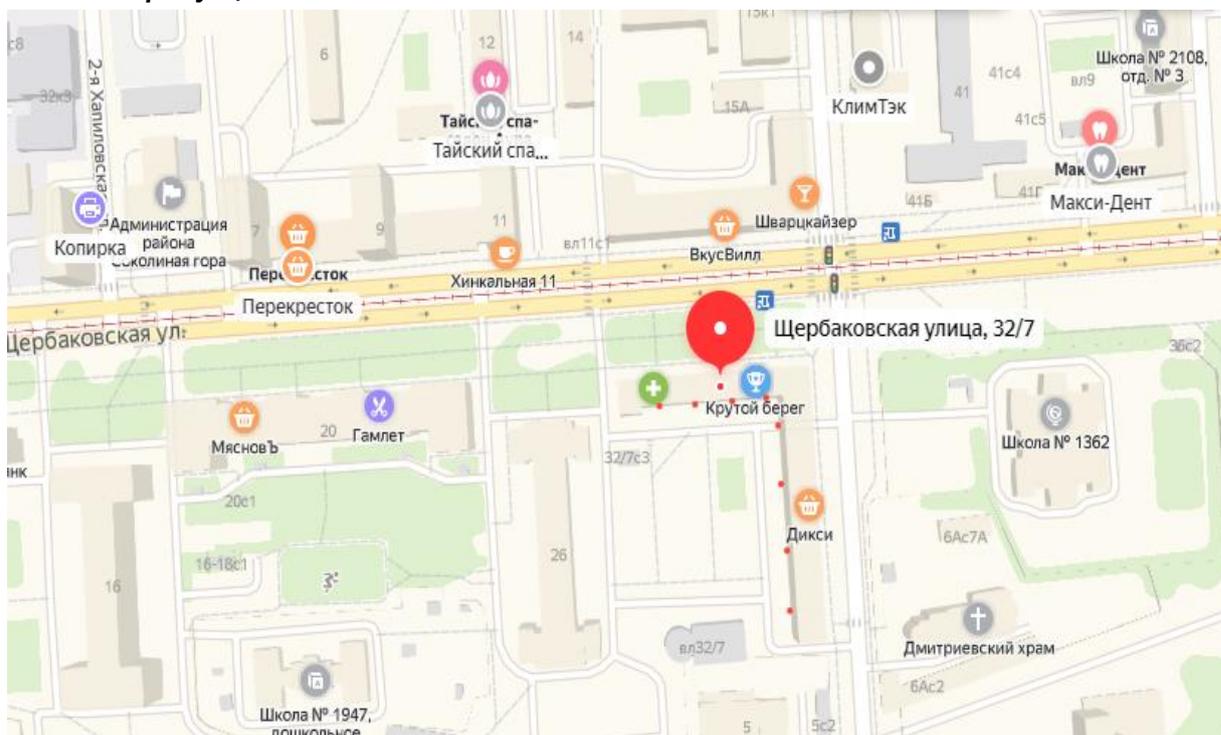
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
остановка МЦК, ТЦ
«Перекресток»

Проходимость: высокая

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** киоск «Печать» на
расстоянии в 50 м

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



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 2



Адресные ориентиры: ЗАО, Ярцевская ул., д. 27

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

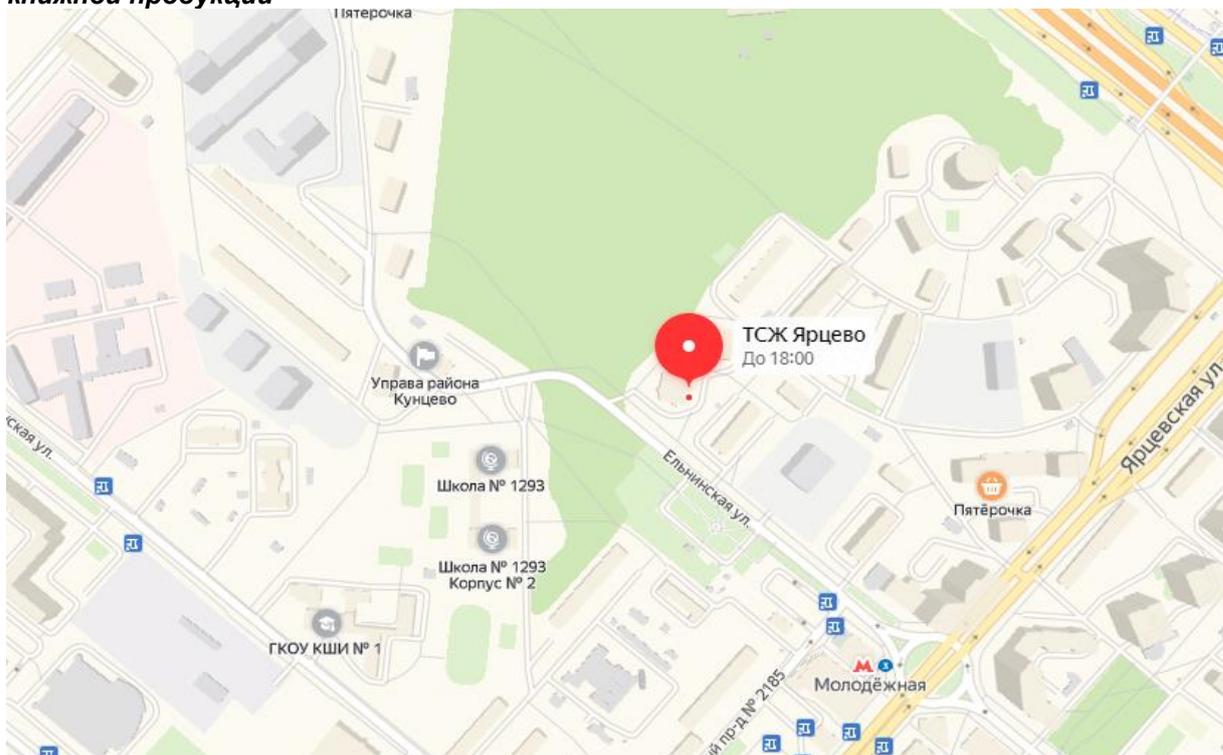
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения: станция метро «Молодежная», Управа района Кунцево, ТЦ «Трамплин»

Проходимость: низкая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: магазин сети «Читай-город» в ТЦ

Карта с указанием  предлагаемого места распространения книжной продукции



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 3



Адресные ориентиры: САО, Фестивальная ул., д. 6

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

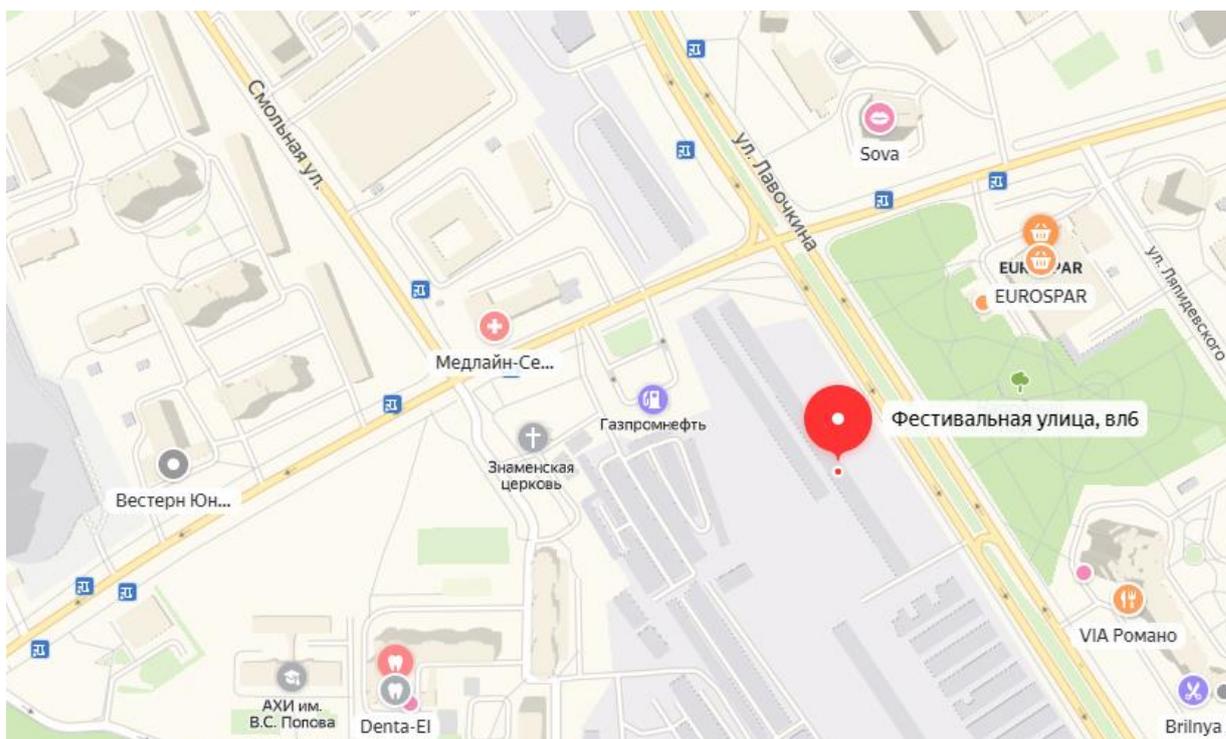
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения: Автовокзал, ТЦ «У Речного»

Проходимость: средняя

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: киоск «Печать» в 50 м на противоположной стороне улицы, магазин сети «Читай-город» в ТЦ

Карта с указанием ● предлагаемого места распространения книжной продукции



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 4



Адресные ориентиры: ЮЗАО,
Профсоюзная ул., д. 19

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

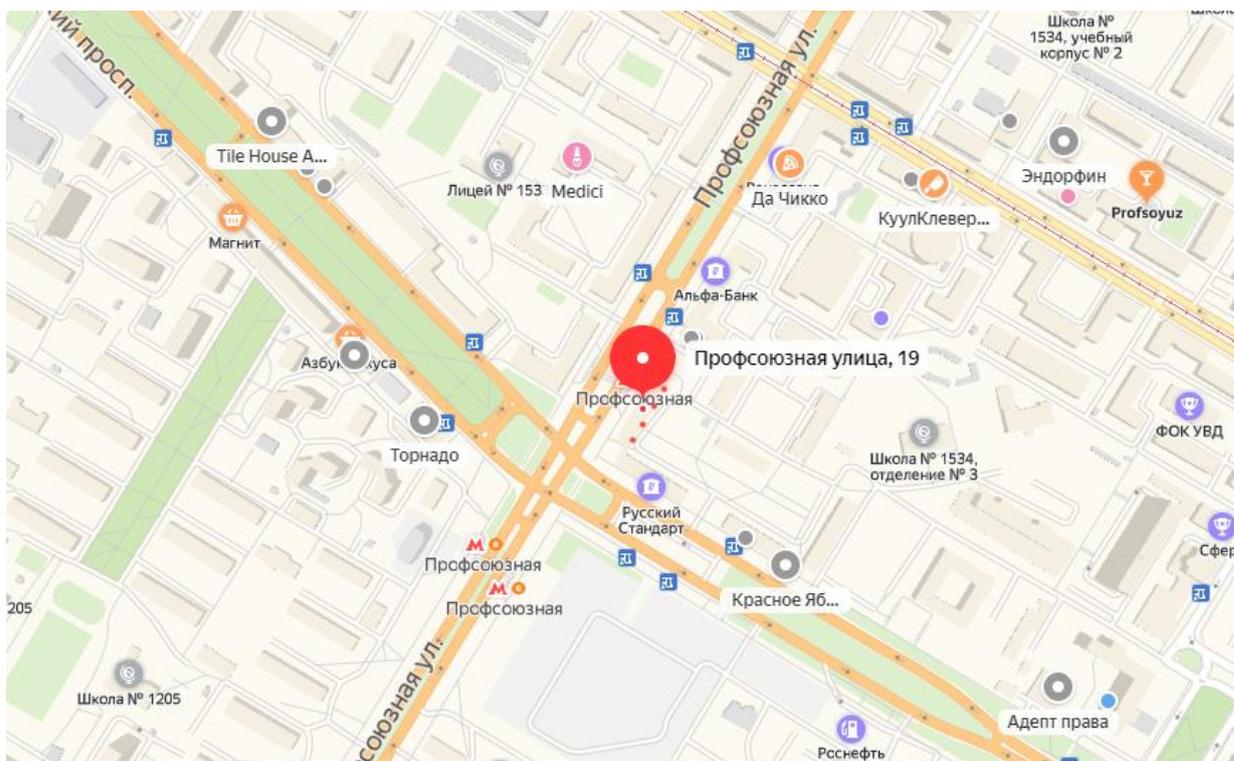
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
станция метро «Профсоюзная»,
остановка общественного
транспорта, лицей № 1533

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** киоск «Печать» на
расстоянии 50 м, магазин сети
«Читай-город»

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



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 5



Адресные ориентиры: СВАО,
Мира пр-т, д. 121А

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

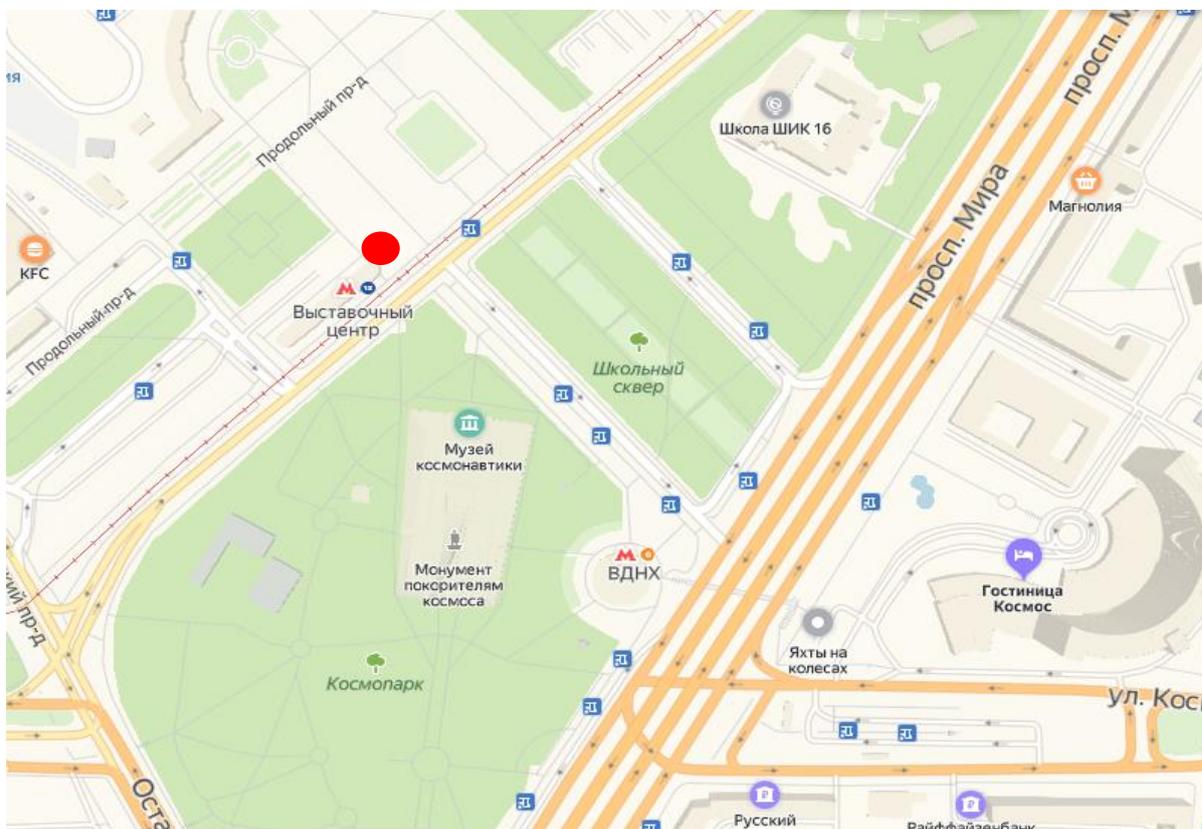
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения: станция
однолинейной ж/д «Выставочный
центр», ВДНХ

Проходимость: высокая

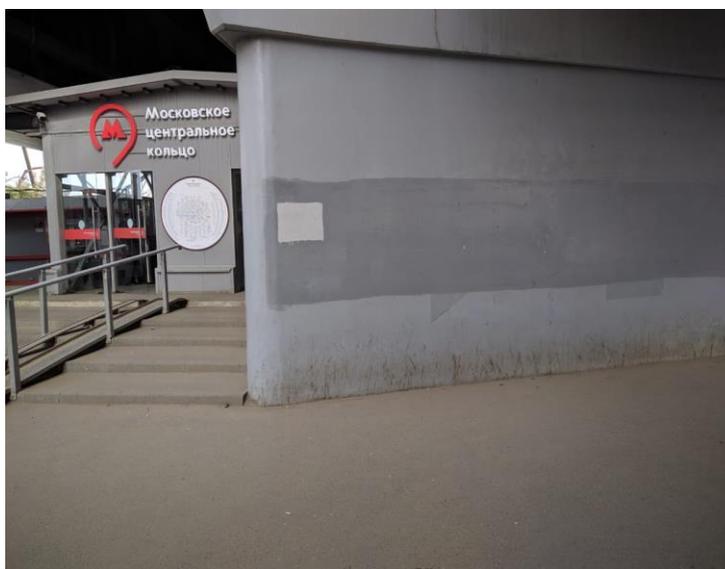
**Расположение близлежащего объекта
со специализацией «Печать»:** магазин
сети «Читай-город»

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



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд **6**



Адресные ориентиры: ЮВАО, Нижегородская ул., станция МЦК

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

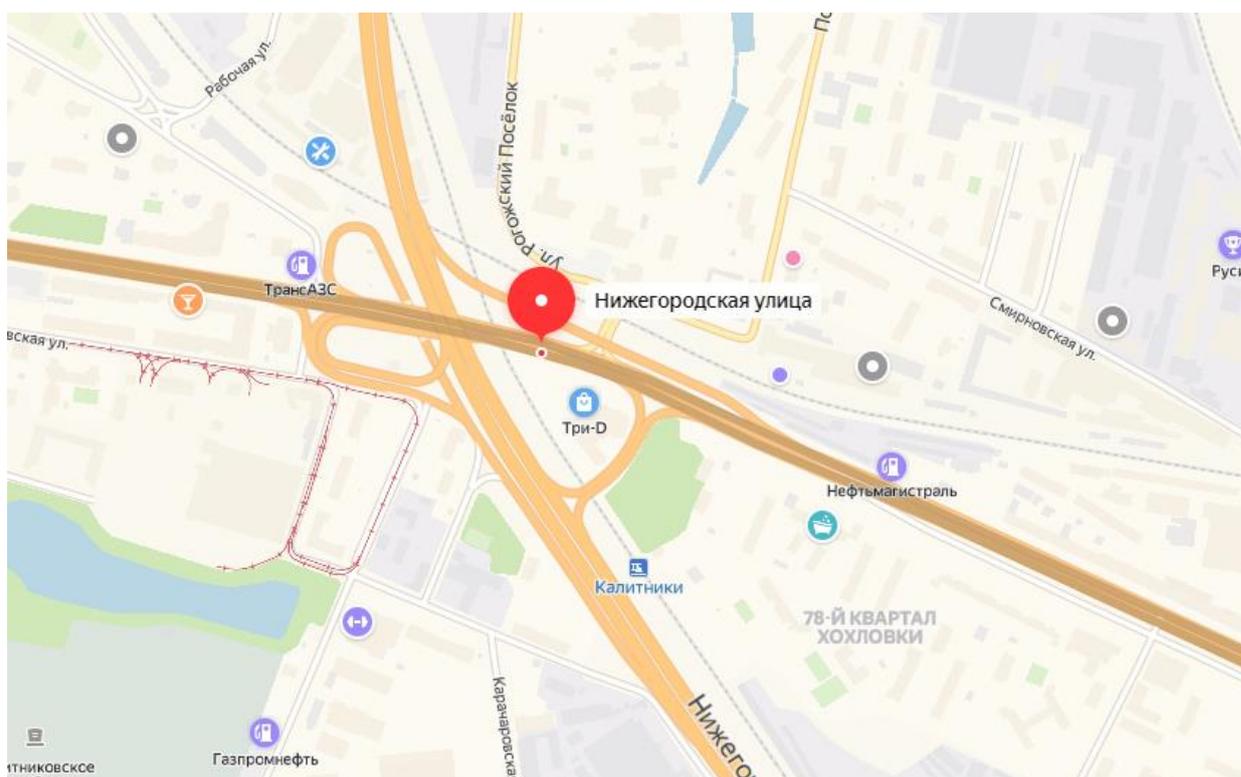
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения: станция МЦК, ТЦ «Три-Д»

Проходимость: высокая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: киоск «Печать» на расстоянии 100 м

Карта с указанием ● предлагаемого места распространения книжной продукции



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 7



Адресные ориентиры: СВАО,
Менжинского ул., д. 32

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

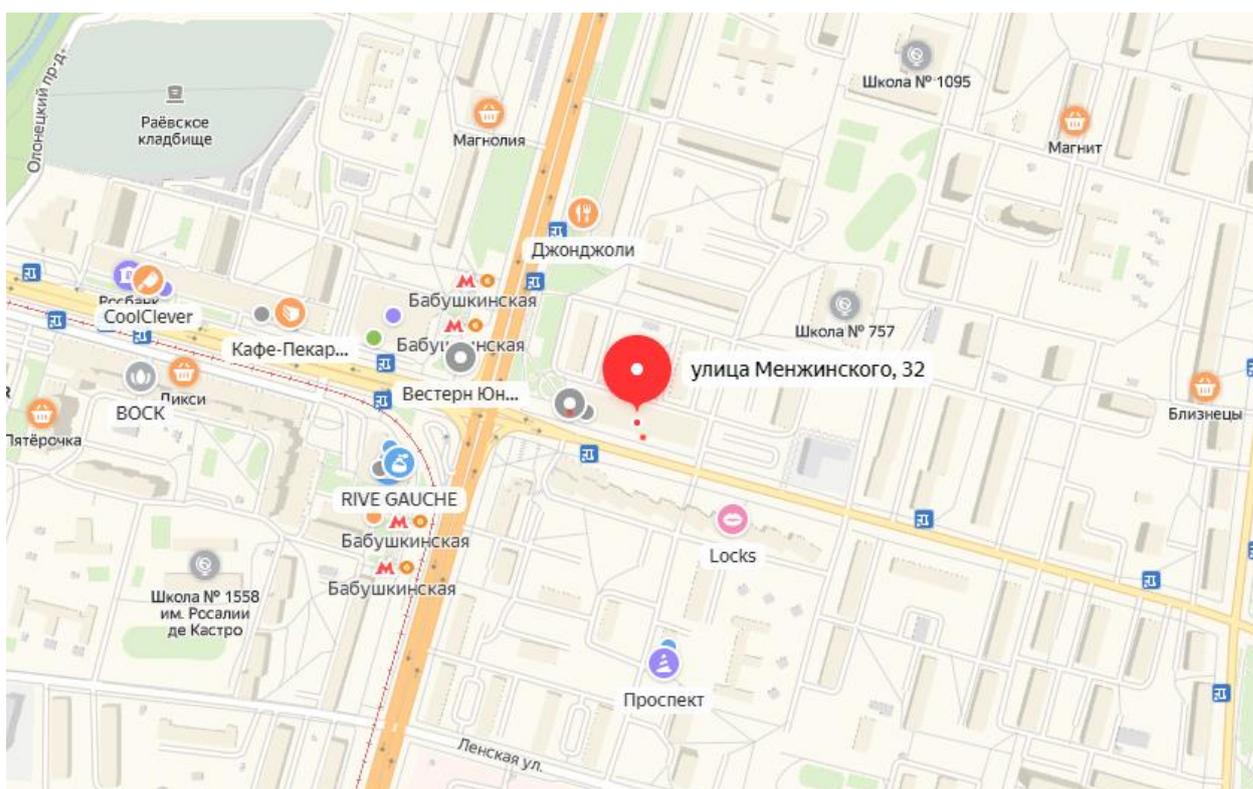
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения:
станция метро «Бабушкинская»,
ТЦ "Радужный", "Цветочный
ряд", "Комус"

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** киоск «Печать» на
расстоянии 50 м

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



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 8



Адресные ориентиры: Зеленоград,
Панфиловский пр-т, д. 6А

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

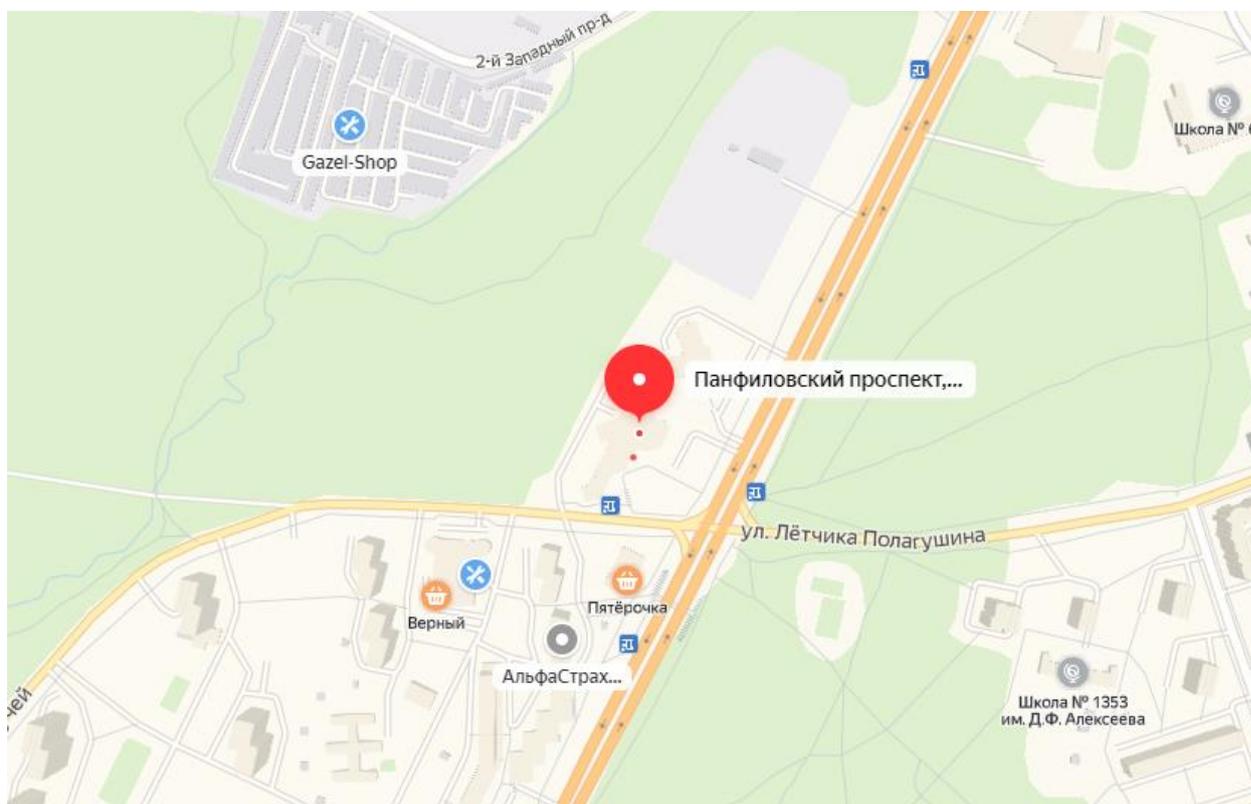
Специализация: печать /книги,
пресса/

Описание места расположения: ТЦ
«Панфиловский»

Проходимость: средняя

**Расположение близлежащего
объекта со специализацией
«Печать»:** магазин сети «Книжный
Лабиринт» в ТЦ

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



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 9



Адресные ориентиры:
Зеленоград, 23 мкрн «Зеленый Бор», корп. 2309А

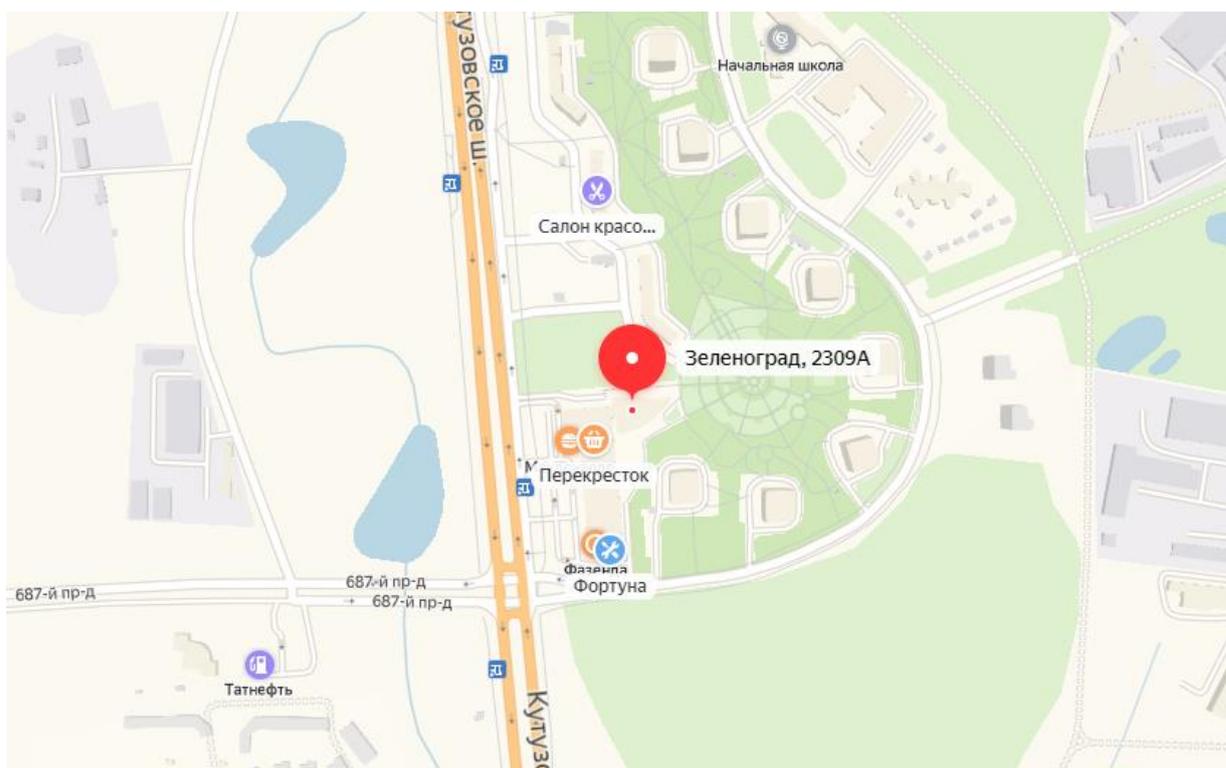
Тип: павильон
Площадь: 20 кв. м
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения:
ТЦ «Столица», ресторан «Макдональдс», остановка общественного транспорта

Проходимость: средняя

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: магазин сети «Книжный Лабиринт» в ТЦ

Карта с указанием ● предлагаемого места распространения книжной продукции



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 10



Адресные ориентиры: ЗАО, Боровское шоссе (дублер), д. 37

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

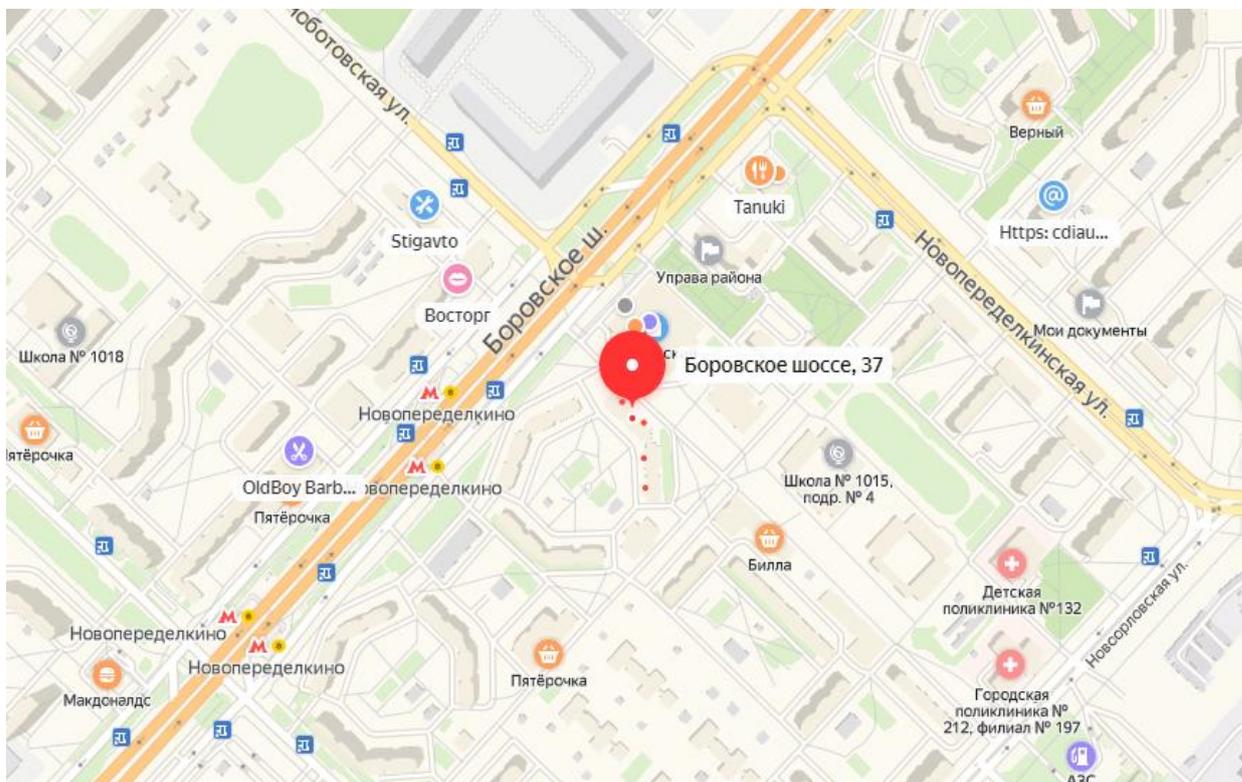
Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения: ТЦ «Петровский», станция метро «Новопеределкино», остановка общественного транспорта

Проходимость: выше среднего

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: киоск «Печать» на расстоянии 100 м

Карта с указанием  предлагаемого места распространения книжной продукции



Название объекта **Павильон «КНИГИ»**

слайд 11



Адресные ориентиры: ТАО, Троицк, Академическая площадь, д. 5

Тип: павильон

Площадь: 20 кв. м

Специализация: печать /книги, пресса/

Описание места расположения:
остановка общественного транспорта,
объект сети «Детский мир», ТЦ
«Плаза»

Проступодимость: высокая

Расположение близлежащего объекта со специализацией «Печать»: книжный магазин «Территория»

Карта с указанием ● предлагаемого места распространения книжной продукции

