



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

Книжный рынок России

**Состояние, тенденции
и перспективы развития**

2017



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

Книжный рынок России

*Состояние, тенденции
и перспективы развития*

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

**Москва
2017**

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

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

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

Авторы выражают благодарность за предоставленные для доклада материалы:

Высшей школе печати и медиаиндустрии Московского политехнического университета (бывш. Московский государственный университет печати имени Ивана Фёдорова), Российской книжной палате, Российскому книжному союзу, Ассоциации книгоиздателей России, Ассоциации книгораспространителей независимых государств, Гильдии книжников, Ассоциации интернет-издателей;

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

издательствам: ИГ «Азбука-Аттикус», «Алетейя» (г. Санкт-Петербург), «Альпина паблишер», «Амрита-Русь», «АСТ-Пресс», «Баско» (г. Екатеринбург), «Бичик» (г. Якутск), «БСГ-Пресс», «Время», «Дашков и Ко», «ДЕТГИЗ» (г. Санкт-Петербург), «Детская литература», «Китап» (г. Уфа), «Наука», «ОГИ», «О-краткое» (г. Киров), «РИПОЛ классик», «Русский путь», «Русское слово», «Самокат», «Флинта», «Художественная литература», «Эгмонт Россия Лтд», «Энас»;

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

книготорговым сетям: «Новый книжный – Читай-город – Буквоед», «Амиталь», «Барс», «Магистр», «Пегас», «ПродаЛитЪ», «Ростовкнига»;

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

компаниям: «ЛитРес»;

интернет-порталу Pro-books.ru.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
I. ТРАДИЦИОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ	7
1.1. Количественные показатели традиционного российского книгоиздания	7
1.2. Издательская система России и деятельность российских издательств в 2016 г.	21
II. КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ	32
2.1. Основные тенденции в системе книгораспространения	32
2.2. Показатели деятельности книготорговых предприятий в России	49
III. МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ ..	61
3.1. Медиапотребление и чтение в России и за рубежом	61
3.2. Тенденции развития рынка электронных книг	70
IV. ПОДДЕРЖКА ЛИТЕРАТУРЫ, КНИГОИЗДАНИЯ И ЧТЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	81
4.1. Деятельность Оргкомитета по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в РФ	81
4.2. Поддержка литературы, книгоиздания и чтения в рамках деятельности Роспечати	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	89
СПИСОК ТАБЛИЦ	91
СПИСОК РИСУНКОВ	91

ВВЕДЕНИЕ

Итоги 2016 г. свидетельствуют о некотором улучшении ситуации в отечественной книжной индустрии по сравнению с 2015 г. В 2016 г. в России было выпущено 117076 названий книг и брошюр, что почти на 4% больше, чем в предыдущем году. Отрадным фактом является также замедление темпов снижения совокупного тиража по сравнению с предыдущими годами. В 2016 г. совокупный тираж выпущенных книг и брошюр составил 446,3 млн экз., снизившись по отношению к предыдущему году всего на 3% (в 2015 г. снижение составило 5,4%, в 2014 г. – 10,4%). Издательская система страны, несмотря на кризисные явления, нехватку оборотных средств, проявила устойчивость.

Характерно, что в 2016 г. исполнилось 10 лет со времени вхождения России в лидирующую четвёрку мирового книгоиздания по числу выпускаемых названий, когда в нашей стране вышло в свет 102268 книг и брошюр. Таким образом, в 2006 г. был превышен «100-тысячный барьер», преодолеть который до этого удалось лишь трём странам – США, Китаю и Великобритании. Несмотря на трудности последующих кризисных лет, за прошедшие годы книжный выпуск в России ниже этого уровня не опускался.

Десятилетний юбилей отмечен также со времени подписания Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям и Российским книжным союзом Национальной программы поддержки и развития чтения, которая играет существенную роль в развитии отечественной книжной культуры.

Настоящий доклад традиционно отражает основные итоги развития книгоиздательской отрасли в прошедшем году, включая динамику выпуска книг и брошюр в целом по наименованиям и тиражам, а также по отдельным рыночным сегментам. Анализируется современная издательская система России, география отечественного книгоиздания, приводятся показатели деятельности крупнейших игроков отечественного издательского рынка и рейтинг ведущих издательских домов мира.

В докладе приводятся базовые индикаторы, характеризующие состояние книжной торговли: инфраструктура книгораспространения, объём книжного рынка, данные, характеризующие экспорт и импорт печатной продукции. Рассматриваются тенденции и перспективы развития рынка электронного книгоиздания в России и за рубежом, включая динамику роста объёма легального рынка электронных книг в России и характеристику его основных игроков. Анализируется структура медиапотребления российских граждан и место книги и чтения в ней.

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

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

I. ТРАДИЦИОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ

1.1. Количественные показатели традиционного российского книгоиздания

Согласно данным Российской книжной палаты, в 2016 г. российскими издательствами было выпущено **117076 названий** книг и брошюр **совокупным тиражом 446,3 млн экз.** В сравнении с 2015 г. число названий, выпущенных в стране, увеличилось почти **на 4%**.

Совокупный тираж отпечатанных в России изданий по сравнению с 2015 г. снизился почти **на 3%**. Замедление падения тиражных показателей в стране наблюдается второй год подряд и уже близко к положительным значениям.

В сравнении с предкризисным 2008 г., который мы неизменно в докладах последних лет берём за точку отсчёта, количество выпущенных наименований в стране за это время снизилось **на 5,1%**, а их совокупный тираж сократился более чем **на 40%** (см. рис. 1-2 и табл. 1).

Рис. 1.

Число названий книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2016 гг.

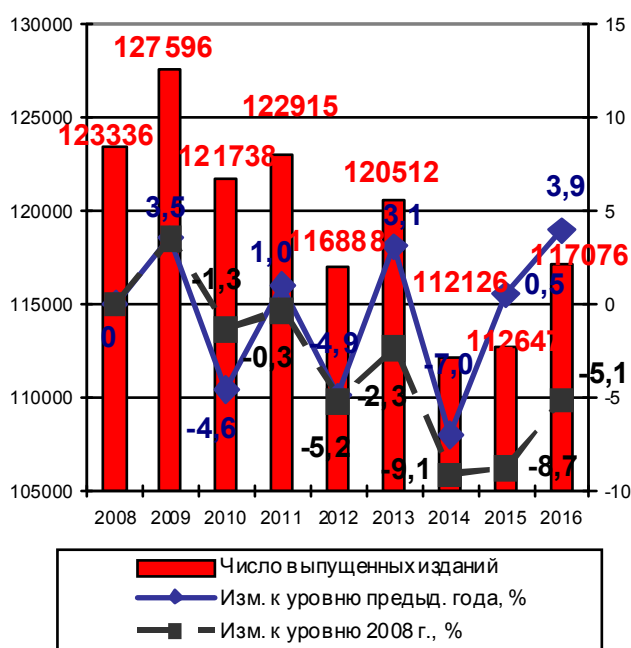
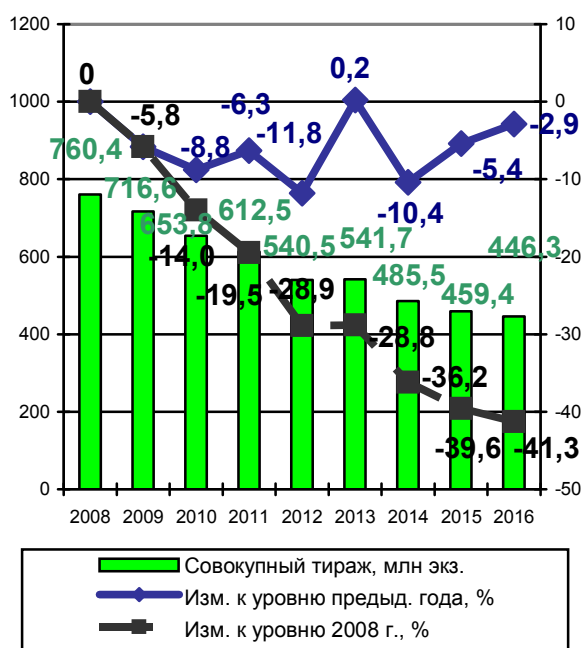


Рис. 2.

Совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2016 гг.



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

Показатель объёмов отпечатанной книжной продукции (совокупный листаж), свидетельствующий о степени загрузки полиграфических предприятий, снизился в 2016 г. по отношению к 2015-му **на 4%** и составил **4707,1 млн печ. л.-отт.** (см. рис. 3). Тем не менее, на фоне почти 17%-ного падения данного показателя в 2014-м и 8%-го – в 2015-м, результаты

прошедшего года обнадёживают. В то же время, в сравнении с 2008 г. совокупный листаж выпущенных в стране книжных изданий **сократился уже более чем на 50%**.

Табл. 1.

Основные показатели выпуска книг и брошюр в Российской Федерации в 2008-2016 гг.

	Число выпущенных названий					Доля в числе названий, %			Тираж, млн экз.					Доля в тираже, %		
	2008	2015	2016	2016/ 2015, %	2016/ 2008, %	2008	2015	2016	2008	2015	2016	2016/ 2015, %	2016/ 2008, %	2008	2015	2016
Всего	123336	112647	117076	+3,9	-5,1	100,0	100,0	100,0	760,4	459,4	446,3	-2,9	-41,3	100,0	100,0	100,0
Новые издания	106382	96583	99411	+2,9	-6,6	86,3	85,7	84,9	561,1	288,3	323,1	+12,1	-42,4	73,8	62,7	72,4
Переиздания	16954	16064	17665	+10,0	+4,2	13,7	14,3	15,1	199,3	171,2	123,2	-28,0	-38,2	26,2	37,3	27,6
Сериальные издания	51397	43469	47633	+9,6	-7,3	41,7	38,6	40,7	446,2	341,0	315,4	-7,5	-29,3	58,7	74,2	70,7
Переводные издания	14197	11628	12516	+7,6	-11,8	11,5	10,3	10,7	93,0	59,4	54,8	-7,7	-41,1	12,2	12,9	12,3

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

Замедлилось падение и такого показателя, как число выпущенных экземпляров книг и брошюр в расчёте **на душу населения**. В 2016 г. он **сократился** по отношению к 2015 г. **лишь на 3,2%** (2015 к 2014 г. – минус 5,4%; 2014 к 2013 г. – минус 12,2%). К уровню 2008 г. снижение данного показателя составляет, однако, уже 43,2% (см. рис 4).

Рис. 3.

Совокупный листаж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2016 гг.

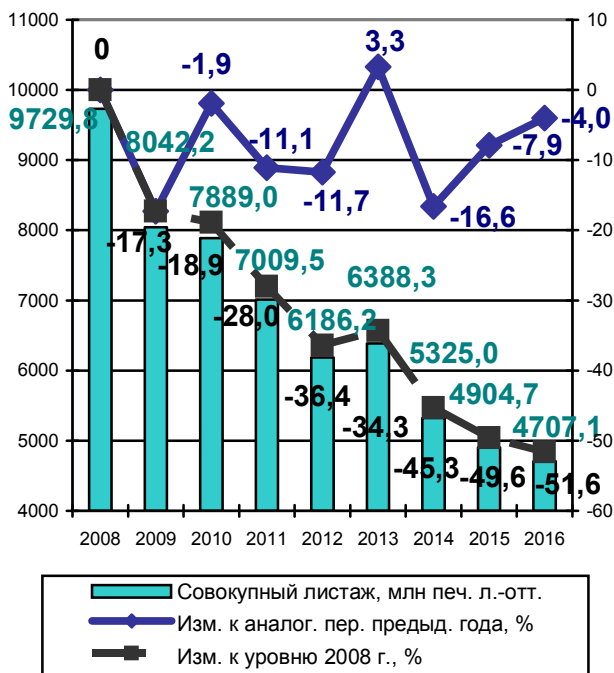
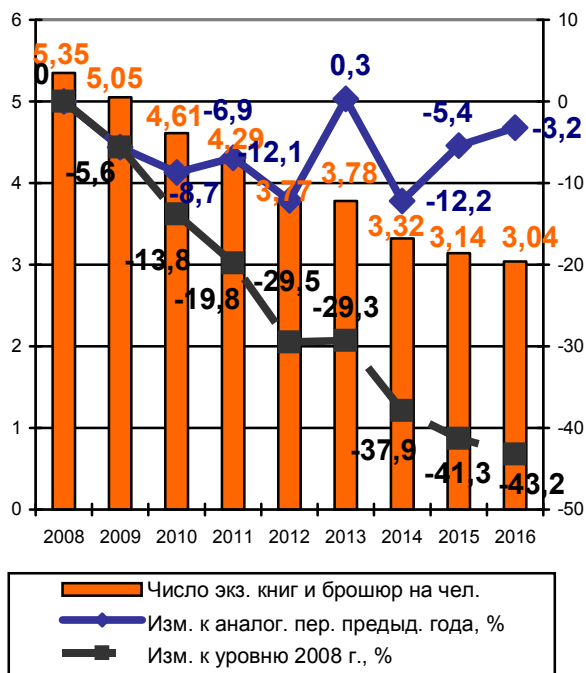


Рис. 4.

Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в 2008-2016 гг.



Примечание: данные за 2014-2016 гг. на рис. 4 приведены с учётом жителей Республики Крым.

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

Средний тираж одного издания по итогам 2016 г. в сравнении с 2015 г. сократился на 6,5% и составил **3812 экз.** Средний объем одного экземпляра издания в 2016 г. снизился к уровню 2015 г. на 1,2% и составил **10,55 п.л.** Оба показателя находятся на самой низкой отметке за все рассматриваемые годы (см. рис. 5), хотя и здесь падение несколько замедлилось. За период с 2008 г. по 2016 г. **средний тираж одной книги сократился на 38,2%, а средний объем одного экземпляра издания упал на 17,6%.**

Как видно из табл. 1, доля **переизданий** в общем числе выпускаемых названий на протяжении восьми лет остаётся относительно стабильной (13,7% в 2008 г. и 15,1% в 2016 г.). Что касается доли переизданий в совокупном тираже издаваемых книг, то после резкого её «взлёта» в 2015 году до 37,3% (очевидно, обусловленного влиянием экономического кризиса), в 2016-м она вернулась к докризисным значениям, наблюдаемым с 2008 года.

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

Доля изданий, выходящих **в сериях**, держится в последние годы на уровне 40-41%, но при этом составляет уже более 70% тиражей издаваемой продукции, увеличившись с 2008 г. на 12 процентных пунктов (далее – п.п.).

Рис. 5.
Средние тиражи и средние объёмы книжной продукции в 2008-2016 гг., экз.

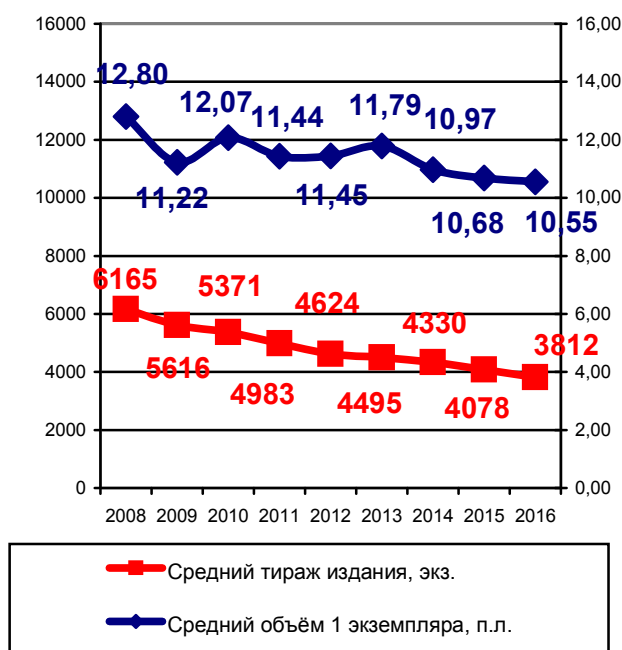
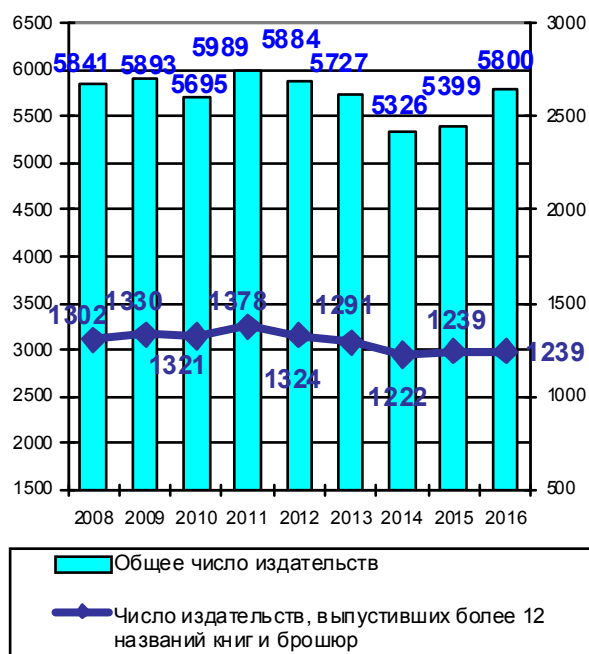


Рис. 6.
Число действующих издательств в России в 2008-2016 гг.



Источник: Российская книжная палата.

Анализ распределения выпуска книг и брошюр **по тиражным группам** (см. табл. 2) показывает, что **более половины наименований (55,5%)** всех книг и брошюр, издаваемых в стране, выпускается тиражом менее 1000 экз. При этом ещё восемь лет назад доля изданий, выходящих тиражом менее 1000 экз., едва превышала 40%. С 2008 по 2016 гг. число изданий, выходящих тиражом

менее 1 тыс. экз., увеличилось более чем на **26%**, а выходящих тиражом свыше 1 тыс. экз., напротив, сократилось на **34,4%**. За последние годы заметно выросла доля печатных изданий, выходящих без указания тиража в выпускных данных.

В целом за 2008-2016 гг. выпуск изданий, выходящих тиражом от 5 до 50 тыс. экз., сократился на 51,2% по числу выпущенных названий и на 44,2% – по тиражам. За эти же годы значительно увеличился выпуск малотиражной (до 500 экз.) печатной продукции – 35,7% по числу названий и 12,1% – по тиражам (см. табл. 2).

Из таблицы видно, что доля самых малотиражных изданий (выходящих тиражом до 500 экз.) в общем выпуске книжной продукции в 2016 году по числу названий составила почти половину – 48,2%, тогда как в суммарном тираже – всего 2,7%. При этом 18,4% всего совокупного тиража дают издания, выходящие тиражами свыше 50 тыс. экз., хотя их доля в общем числе названий составляет лишь 0,5% названий.

Табл. 2.

Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2016 гг.

	Число выпущенных названий					Доля в числе названий, %			Тираж, млн экз.					Доля в тираже, %		
	2008	2015	2016	2016/ 2015, %	2016/ 2008, %	2008	2015	2016	2008	2015	2016	2016/ 2015, %	2016/ 2008, %	2008	2015	2016
Всего	123336	112647	117076	+3,9	-5,1	100,0	100,0	100,0	760,4	459,4	446,3	-2,9	-41,3	100,0	100,0	100,0
В т.ч. тиражом:																
до 500 экз.	41542	51732	56379	+9,0	+35,7	33,7	45,9	48,2	10,7	12,7	12,0	-5,5	+12,1	1,4	2,8	2,7
от 500 до 1000 экз.	9860	8754	8567	-2,1	-13,1	8,0	7,8	7,3	9,4	8,3	8,2	-1,2	-12,8	1,2	1,8	1,8
До 1000 экз.	51402	60486	64946	+7,4	+26,3	41,7	53,7	55,5	20,1	21,0	20,2	-3,8	+0,5	2,6	4,6	4,5
от 1000 до 5000 экз.	40156	27199	31584	+16,1	-21,3	32,6	24,1	27,0	138,2	87,5	111,1	+27,0	-19,6	18,2	19,0	24,9
от 5000 до 10000 экз.	17076	8980	8401	-6,4	-50,8	13,8	8,0	7,2	140,6	74,9	75,1	+0,3	-46,6	18,5	16,3	16,8
от 10000 до 50000 экз.	12314	7091	5941	-16,2	-51,8	10,0	6,3	5,1	277,1	158,9	157,8	-0,7	-43,1	36,4	34,6	35,4
от 50000 до 100000 экз.	938	684	505	-26,2	-46,2	0,8	0,6	0,4	69,6	49,1	41,4	-15,7	-40,5	9,2	10,7	9,3
свыше 100000 экз.	552	319	160	-49,8	-71,0	0,4	0,3	0,1	115,0	68,0	40,7	-40,1	-64,6	15,1	14,8	9,1
Свыше 1000 экз.	71036	44273	46591	+5,2	-34,4	57,6	39,3	39,8	740,5	438,4	426,1	-2,8	-42,5	97,4	95,4	95,5
Без указания тиража	898	7888	5539	-29,8	+516,8	0,7	7,0	4,7	–	–	–	–	–	–	–	–

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

На рис. 7-10 приведены данные о выпуске в 2008-2016 гг. отдельных видов изданий – как по числу названий, так и по тиражу.

Как видно из приведённых диаграмм, в 2016 г. в сравнении с 2015 г. по числу выпущенных изданий во всех сегментах литературы (за исключением научной) наблюдается рост, особенно в разделах учебной и художественной литературы. Однако по совокупным тиражам во всех сегментах литературы отмечается снижение, в особенности – в сегментах учебной и детской литературы.

Рис. 7.
Выпуск научной литературы в 2008-2016 гг.

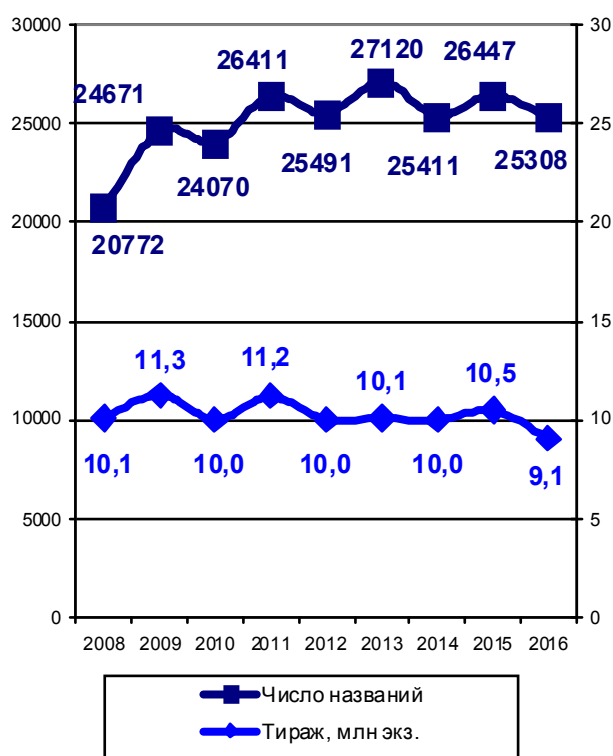
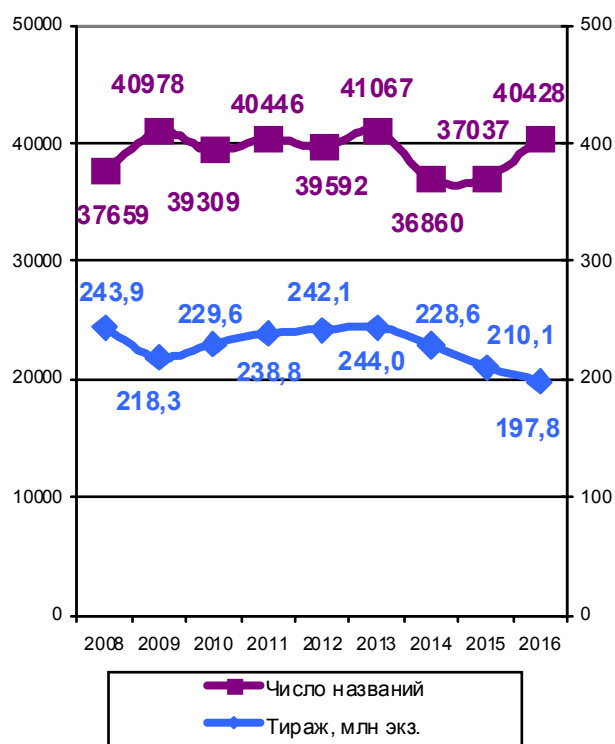


Рис. 8.
Выпуск учебной литературы в 2008-2016 гг.



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

Рис. 9.
Выпуск художественной литературы
в 2008-2016 гг.

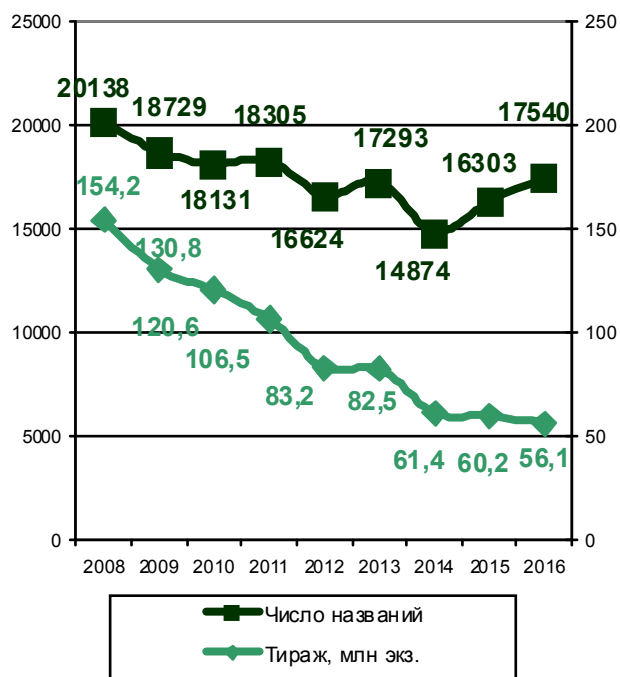
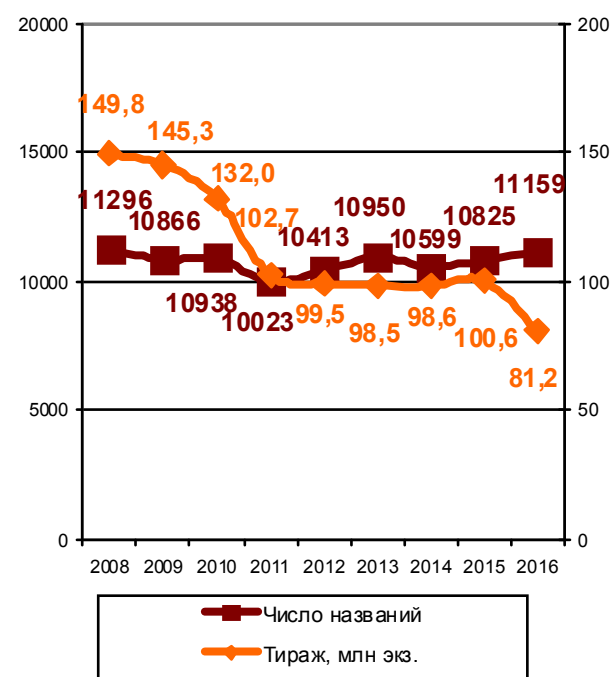


Рис. 10.
Выпуск литературы для детей и юношества
в 2008-2016 гг.



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

В сегменте научной литературы (см. рис. 7) в 2016 г. произошло падение и по числу названий, и по тиражам: здесь было выпущено 25308 названий книг и брошюр, что на 4,3% меньше, чем в 2015 г. Тираж научной литературы в 2016 г. составил 9,1 млн экз., что на 13,3% меньше, чем в 2015 г. Стоит отметить, что за период с 2008 г. по 2016 г. число названий книг в этом сегменте увеличилось на 21,8%, а совокупный тираж, наоборот, уменьшился почти на 10%.

В разделе учебной литературы (см. рис. 8) в 2016 г. было выпущено 40428 названий книг и брошюр, что на 9,2% больше, чем в 2015 г. Тираж учебной литературы составил в 2016 г. 197,8 млн экз., что почти на 6% меньше, чем в 2015 г. За период с 2008 г. по 2016 г. число выпущенных названий книг в этом сегменте увеличилось на 7,4%, а совокупный тираж уменьшился почти на 19%.

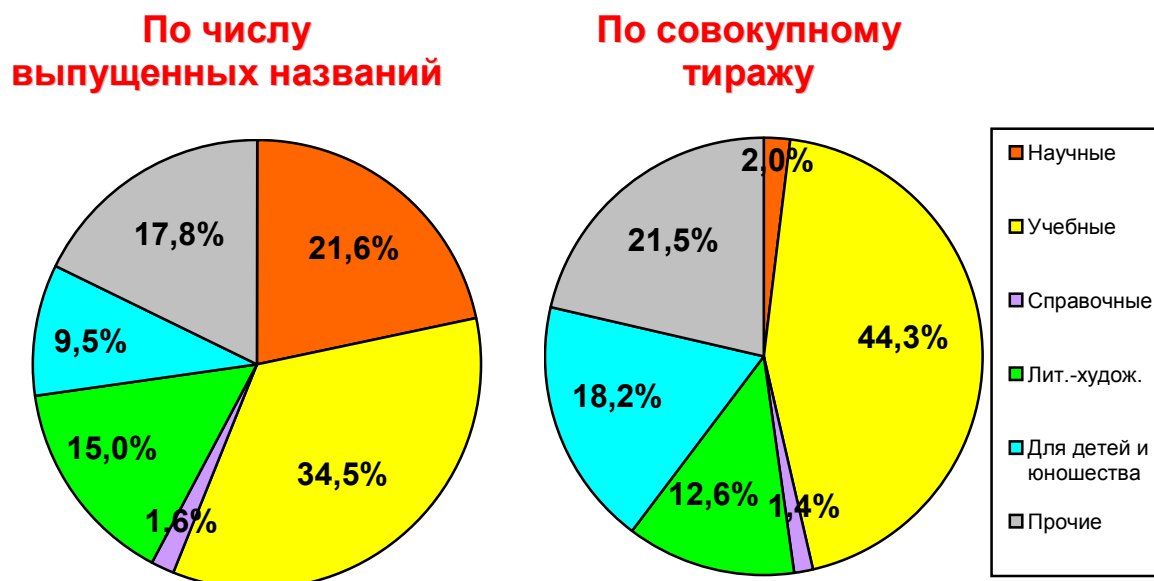
Что касается художественной литературы (см. рис. 9), то в 2016 г. было выпущено 17540 названий книг и брошюр, что на 7,6% больше, чем в 2015 г. Тираж художественной литературы в 2016 г. составил 56,1 млн экз., что на 6,8% меньше, чем в 2015 г. Примечательно, что динамика выпуска художественной литературы в целом повторяет общую динамику выпуска книжной продукции в стране: здесь уже второй год подряд отмечается рост числа выпущенных названий и наблюдается замедление падения тиражных показателей. Таким образом, можно предположить, что «эффект» Года литературы во многом отражается именно на выпуске беллетристики: падение интереса к чтению замедлилось, люди стали больше читать. Вместе с тем за период с 2008 г. по 2016 г. число выпущенных названий книг в этом сегменте сократилось почти на 13%, а совокупный тираж – на 63,6%.

Выросли количественные показатели выпуска и детско-юношеской литературы (см. рис. 10): в 2016 г. было издано 11159 названий книг и брошюр, что на 3,1% больше, чем в 2015 г. Однако тираж детской литературы в 2016 г. по сравнению с 2015-м неожиданно сильно снизился и составил 81,2 млн экз., что почти на 20% меньше, чем годом ранее. Если опять вернуться к общей динамике выпуска книг и брошюр в стране, то совокупное падение тиражных показателей в 2016 году было во многом обусловлено сокращением тиражей детской литературы. В целом за период с 2008 г. по 2016 г. число выпущенных названий книг в этом сегменте сократилось на 1,2%, а совокупный тираж – на 45,8%.

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

Рис. 11.

Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2016 г., %



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

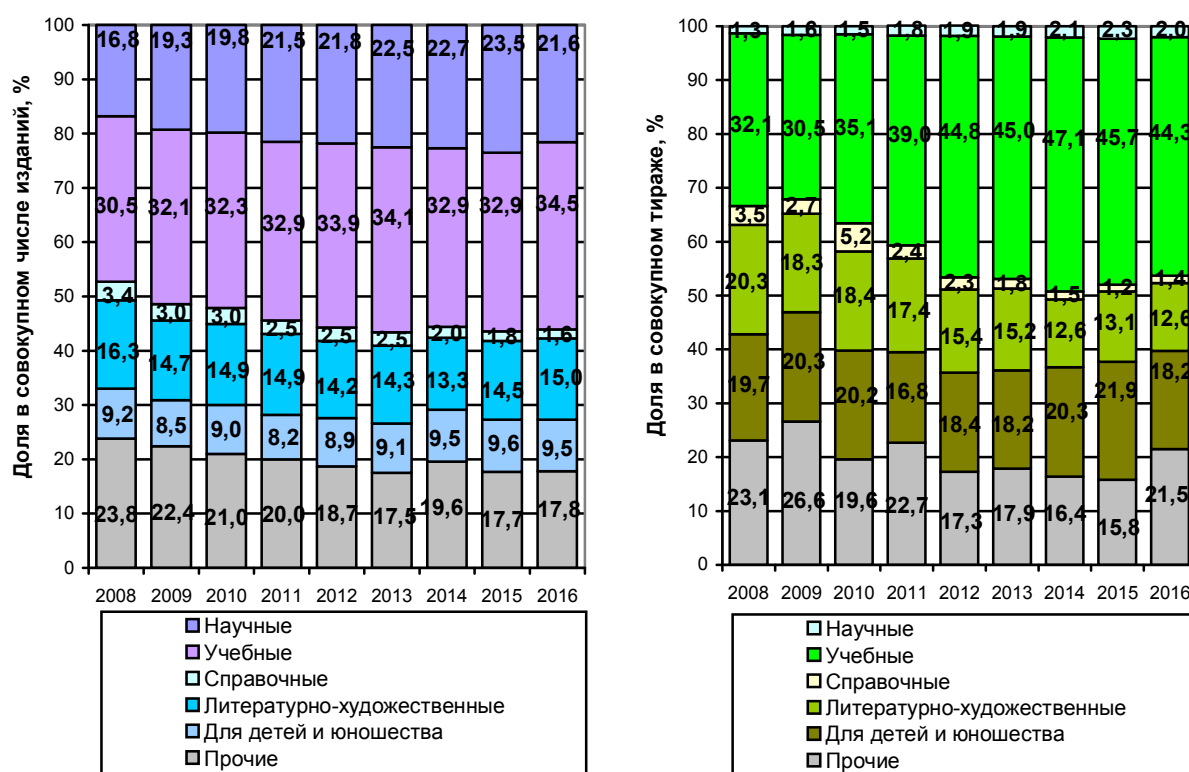
На рис. 12 можно видеть, что за 2008-2016 гг. соотношение долей различных видов литературы в общем выпуске книг и брошюр изменилось. По числу выпущенных названий в общем издательском репертуаре страны выросли доли научных (на 4,8 п.п.) и учебных (на 4,0 п.п.) изданий, детской литературы (на 0,3 п.п.). Доля изданий художественной литературы сократилась на 1,3 п.п., а справочной литературы – на 1,8 п.п.

По тиражным показателям отмечается увеличение доли учебной (на 12,2 п.п.) и научной (на 0,7 п.п.) литературы. Сократились доли детской литературы (на 1,5 п.п.), литературно-художественных (на 7,7 п.п.) и справочных (на 2,1 п.п.) изданий.

В 2016 г. число языков, с которых были сделаны переводы книг *на русский язык*, практически не изменилось. Книги выпускались в переводе с 96 языков стран зарубежья и народов России (в 2015 г. – 95 языков). Из общего числа 12516 переводных изданий (см. рис. 13) 7349 названий (58,7%) – это переводы с английского языка, выпущенные тиражом 38,7 млн экз. (в 2015 г. – 6877 названий, выпущенных тиражом 39,1 млн экз.); 938 названий – переводы с французского (7,5% от всех переведенных изданий), которые вышли тиражом 4,1 млн экз. (в 2015 г. – 982 названий тиражом 5,3 млн экз.); 690 названий тиражом 2,7 млн экз. (в 2015 г. – 647 названий тиражом 2,8 млн экз.) – переводы с немецкого. Кроме того, в 2016 г. было издано 1791 названий книг в переводе *с русского* на другие языки общим тиражом 2,6 млн экз. (в 2015 г. – 1513 наименований общим тиражом 5,0 млн экз.). Из рис. 13 видно, что доля переводных изданий в России составляет 10,7% от общего числа выпущенных названий и 12,3% совокупного тиража. Основные переводы с иностранных языков на русский приходятся на произведения детской и художественной литературы.

Рис. 12.

Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008-2016 гг., %



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

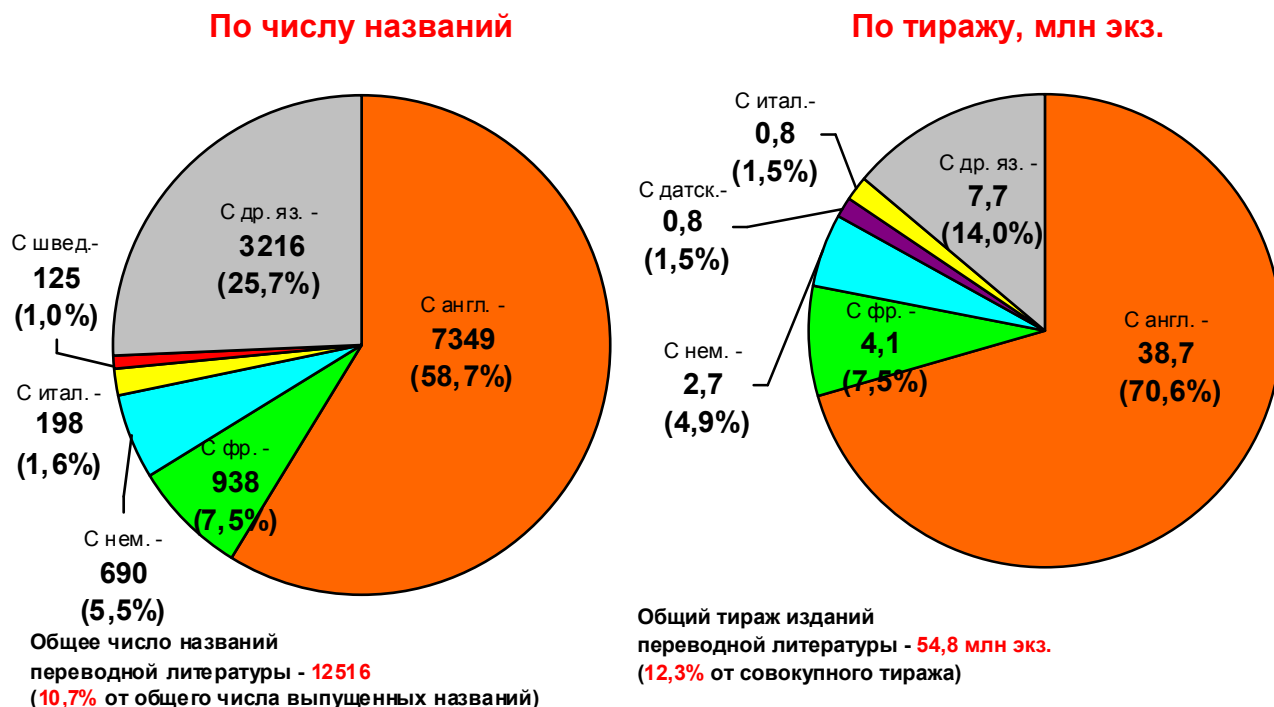
В 2016 г. по данным Российской книжной палаты, в стране было выпущено 5136 изданий на 89 языках народов России и зарубежных стран (в 2015 г. – 3391 изданий на 66 языках). Лидируют книги и брошюры на английском языке (1212 названий общим тиражом 2,5 млн экз.). По сравнению с 2015 г. (1200 названий общим тиражом 4,5 млн экз.) число изданий, выпущенных на английском, практически не изменилось, а вот их тираж резко сократился – на 44,4%.

В нашей стране насчитывается более 80 языков, имеющих письменность. Примерно на 60 из них издаются книги, выходят газеты и журналы. Данные по выпуску книг и брошюр на языках народов России в 2016 г., а также данные по выпуску переводной литературы с языков народов России в 2016 г. представлены на рис. 14-15.

В 2016 г. книги выпускались на 53 языках народов России. Из общего числа 1162 *книг и брошюр, выпущенных на языках народов России* 328 названий (28,2%) – выпуск книг на татарском языке тиражом 786,4 тыс. экз. (35,6%) (в 2015 г. – 243 названия, выпущенные тиражом 595,5 тыс. экз.); 146 названий (12,6%) – выпуск книг на башкирском языке тиражом 622,1 тыс. экз. (28,2%) (в 2015 г. – 128 названий тиражом 459,8 тыс. экз.); 122 названий (10,5%) тиражом 337,3 тыс. экз. (15,3%) (в 2015 г. – 178 названий тиражом 454,3 тыс. экз.) – выпуск книг на якутском языке (см. рис. 14).

Рис. 13.

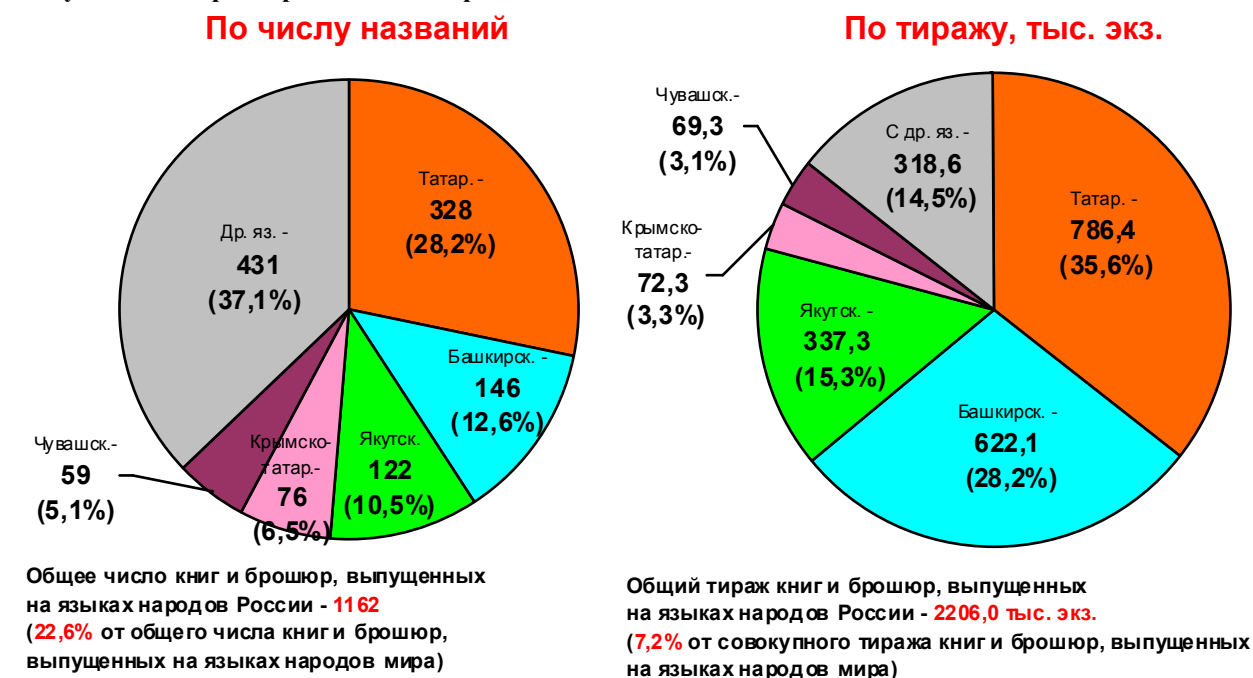
Выпуск переводной литературы в России



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

Рис. 14.

Выпуск книг и брошюр на языках народов России в 2016 г.



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

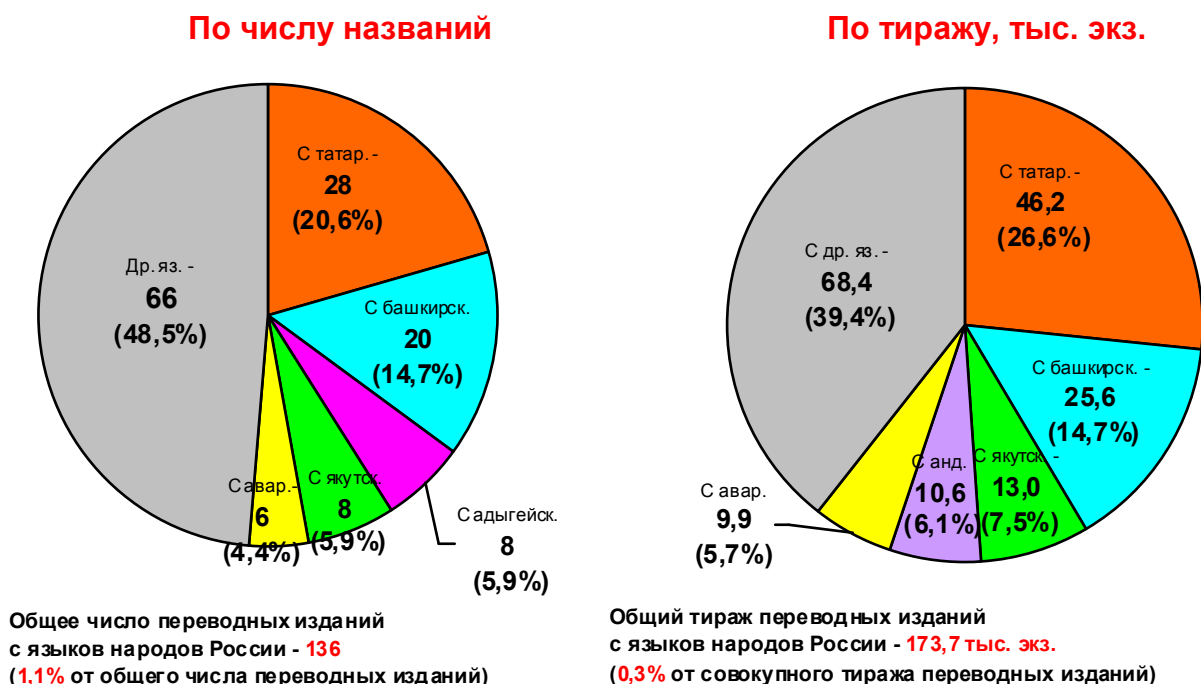
В 2016 г. выпуск переводной литературы осуществлялся с 33 языков народов России. Из общего числа 136 *переводных изданий с языков народов России* 28 названий (20,6%) – это переводы с татарского языка, выпущенные

тиражом 46,2 тыс. экз. (26,6%) (в 2015 г. – 29 названий, выпущенных тиражом 42,9 тыс. экз.); 20 названий (14,7%) – переводы с башкирского языка, которые вышли тиражом 25,6 тыс. экз. (14,7%) (в 2015 г. – 13 названий тиражом 30,0 тыс. экз.); 8 названий (5,9%) тиражом 4,6. тыс. экз. (2,6%) (в 2015 г. – 25 названий тиражом 20,9 тыс. экз.) – переводы с адыгейского (см. рис. 15).

Кроме того, в 2016 г. было издано 1791 название книг в переводе с русского на другие языки общим тиражом 2,6 млн экз. (в 2015 г. – 1513 наименований общим тиражом 5,0 млн экз.).

Рис. 15.

Выпуск переводной литературы с языков народов России в 2016 г.



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

В табл. 3-4 представлены топ-10 авторов художественной и детской литературы за 2016 г., чьи книги были изданы наибольшими тиражами (для сравнения приводятся данные за 2008 г.).

Табл. 3.

Топ-10 писателей, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2008 и 2016 гг.

№ п/п	2008	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	№ п/п	2016	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Донцова Д.	147	9764,7	1.	Донцова Д.	123	1308,5
2.	Шилова Ю.	117	3748,0	2.	Устинова Т.	66	762,5
3.	Устинова Т.	100	3210,9	3.	Полякова Т.	75	715,0
4.	Полякова Т.	102	2254,2	4.	Брэдли Р.	99	700,0
5.	Акунин Б.	79	2118,0	5.	Кинг С.	132	672,0
6.	Козьмо П.	40	1516,0	6.	Вильмонт Е.	49	566,0
7.	Вильмонт Е.	79	1504,4	7.	Робертс Г.Д.	14	530,0
8.	Бушков А.	93	1248,7	8.	Мойес Дж.	30	522,0
9.	Маринина А.	102	1111,2	9.	Чейз Дж. Х.	104	499,19
10.	Колычев В.	86	1104,2	10.	Ремарк Э.М.	78	481,5

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

Табл. 4.

Топ-10 детских писателей, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2008 и 2016 гг.

№ п/п	2008	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	№ п/п	2016	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.
1.	Степанов В.	97	2903,0	1.	Чуковский К.	198	2350,0
2.	Чуковский К.	166	2612,7	2.	Барто А.	115	1198,5
3.	Барто А.	109	1592,8	3.	Степанов В.	71	909,0
4.	Гурина И.	54	1539,0	4.	Носов Н.	101	777,0
5.	Роллинг Дж.	10	970,2	5.	Гурина И.	57	759,0
6.	Михалков С.	58	740,1	6.	Андерсен Х.К.	66	633,4
7.	Носов Н.	45	606,2	7.	Вебб Х.	87	595,0
8.	Маршак С.	52	570,0	8.	Пушкин А.	88	574,15
9.	Крылов И.	57	553,1	9.	Маршак С.	90	532,0
10.	Емец Д.	46	546,2	10.	Волков А.	53	392,0

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

Самым издаваемым автором художественной литературы в России уже много лет является Дарья Донцова. Общий тираж её книг, выпущенных в 2016 г., составил 1308,5 тыс. экз. Как мы уже указывали в наших предыдущих докладах, тиражи книг писателей-«многотысячников» на протяжении ряда лет неуклонно снижается. И в сравнении с предкризисным 2008-м этот показатель у Д.Донцовой сократился в 7,5 раз (в 2008 г. – 9764,7 тыс. экз.). Сокращаются тиражи книг и других авторов, входящих в рейтинг (напр., Татьяна Устинова: 2008 г. – 3210,9 тыс. экз., 2016 г. – 762,5 тыс. экз.; Татьяна Полякова: 2008 г. – 2254,2 тыс. экз., 2016 г. – 715,0 тыс. экз. и т. д.). Самым популярным автором детской литературы в 2016 г. уже пятый год подряд является Корней Чуковский (2350,0 тыс. экз.). До этого три года первенство держал Владимир Степанов, показатели которого в прошедшем году опустились на третью строчку (909,0 тыс. экз.).

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

Табл. 5.

Лауреаты и финалисты литературной премии «Большая книга»

Сезон 2014-2015 гг.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Варламов А.	Мысленный волк	Журнал «Октябрь»	Финалист
2.	Виравов И.	Андрей Вознесенский	Молодая Гвардия	Финалист
3.	Екимов Б.	Осень в Задонье	Журнал «Новый мир»	Финалист
4.	Залотуха В.	Свечка	Время	Лауреат (2-я премия)
5.	Матвеева А.	Девять девяностых	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
6.	Пелевин В.	Любовь к трем цукербринам	Эксмо	Финалист
7.	Рубина Д.	Русская канарейка	Эксмо	Финалист
8.	Сенчин Р.	Зона затопления	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат (3-я премия)
9.	Яхина Г.	Зулейха открывает глаза	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат (1-я премия)
Сезон 2015-2016 гг.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Алешковский П.	Крепость	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
2.	Водолазкин Е.	Авиатор	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат (2-я премия)
3.	Галина М.	Автотоны	АСТ, Жанры	Финалист
4.	Динец В.	Песни драконов. Любовь и приключения в мире крокодилов и прочих динозавровых родственников	АСТ, Corpus	Финалист
5.	Иванов А.	Ненастье	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
6.	Иличевский А.	Справа налево	АСТ	Финалист
7.	Матвеева А.	Завидное чувство Веры Стениной	АСТ	Финалист
8.	Солоух С.	Рассказы о животных	Время	Финалист
9.	Улицкая Л.	Лестница Якова	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат (3-я премия)
10.	Филипенко С.	Травля	Время	Финалист
11.	Юзефович Л.	Зимняя дорога	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат (1-я премия)

Источник: литературная премия «Большая книга».

Табл. 6.

Лауреаты и финалисты литературной премии «Национальный бестселлер»

Сезон 2014 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Басыров М.	Печатная машина	Лениздат, Команда А	Финалист
2.	Букша К.	Завод «Свобода»	ОГИ	Финалист
3.	Крусанов П.	Царь головы	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
4.	Сорокин В.	Теллурия	Cogrus	Финалист
5.	Шаргунов С.	1993	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат
6.	Шаров В.	Возвращение в Египет	АСТ	Финалист
Сезон 2015 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Авченко В.	Кристалл в прозрачной оправе	АСТ	Финалист
2.	Кашин О.	Горби-дрим	АСТ	Финалист
3.	Матвеева А.	Девять девяностых	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
4.	Москвина Т. «	Жизнь советской девушки	АСТ	Финалист
5.	Носов С.	Фигурные скобки	Лимбус Пресс	Лауреат
6.	Снегирев А.	Вера	Эксмо	Финалист
Сезон 2016 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Галина М.	Автотоны	АСТ, Жанры	Финалист
2.	Однобиц М.	Очередь	Время	Финалист
3.	Саттаров Э.	Транзит Сайгон-Алматы	Институт Азиатских Исследований	Финалист
4.	Топорова А.	Украина трёх революций	К.Тублина	Финалист
5.	Юзефович Л.	Зимняя дорога	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат

Источник: литературная премия «Национальный бестселлер».

Табл. 7.

Лауреаты и финалисты литературной премии «Русский Букер»

Сезон 2014 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Вишневский А.	Жизнеописание Петра Степановича К.	Знак	Финалист
2.	Громова Н.	Ключ. Последняя Москва	АСТ	Финалист
3.	Прилепин З.	Обитель	Редакция Елены Шубиной	Финалист
4.	Ремизов В.	Воля вольная	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
5.	Скульская Е.	Мраморный лебедь	Журнал «Звезда»	Финалист
6.	Шаров В.	Возвращение в Египет	АСТ	Лауреат
Сезон 2015 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Ганиева А.	Жених и невеста	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
2.	Данихнов В.	Колыбельная	Книма, АСТ	Финалист
3.	Покровский Ю.	Среди людей	Пламя (Нижний Новгород)	Финалист
4.	Сенчин Р.	Зона затопления	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
5.	Снегирев А.	Вера	Эксмо	Лауреат
6.	Яхина Г.	Зулейха открывает глаза	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
Сезон 2016 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
1.	Алешковский П.	Крепость	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат
2.	Афлатуни С.	Поклонение волхвов	РИПОЛ Классик	Финалист
3.	Лебедев С.	Люди августа	Альпина Паблишер	Финалист
4.	Мелихов А.	И нет им воздаяния	Эксмо	Финалист
5.	Минаев Б.	Мягкая ткань: Батист. Сукно.	Время	Финалист
6.	Юзефович Л.	Зимняя дорога	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист

Источник: литературная премия «Русский Букер».

Табл. 8.

Лауреаты и финалисты литературной премии «Ясная Поляна»

Сезон 2014 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Современная классика				
1.	Екимов Б.	Пиночет	Вагриус	Лауреат
II. XXI век				
1.	Новиков Д.	В сетях твоих	Эксмо	Финалист
2.	Титов А.	Тень Бехистунга	АсПУР (г. Екатеринбург)	Лауреат
3.	Чижев Е.	Перевод с подстрочника	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
4.	Шаргунов С.	1993	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
III. Детство. Отрочество. Юность				
1.	Бунимович Е.	Девятый класс. Вторая школа	АСТ, Corpus	Финалист
2.	Матвеева Е.	Ведьмины круги	Детский журнал «Костер»	Финалист
3.	Сенчин Р.	Чего вы хотите?	Журнал «Дружба народов» №3	Лауреат
Сезон 2015 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Современная классика				
1.	Битов А.	Уроки Армении	Молодая гвардия	Лауреат
II. XXI век				
1.	Григоренко А.э	Мэбэт	ArsisBooks	Финалист
2.	Евсеев Б.	Офирский скворец	Журнал «Юность» № 1-3	Финалист
3.	Зайцев Д.	Повесть и житие Даниила Терентьевича Зайцева	Альпина нон-фикшн	Финалист
4.	Радецкая Е.	Нет имени тебе...	АСТ	Финалист
5.	Сенчин Р.	Зона затопления	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
6.	Яхина Г.	Зулейха открывает глаза	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Лауреат
III. Детство. Отрочество. Юность				
1.	Былинский В.	Риф	Дикси Пресс	Лауреат
2.	Громова О.	Сахарный ребенок. История девочки из прошлого века, рассказанная Стеллой Нудольской	КомпасГид	Финалист
3.	Казакевич В.	Охота на майских жуков	Издательство Н.Филимонова	Финалист
4.	Мамонтов Е.	Приключения Славки Щукина, или 33 рассказа про вранье	Журнал «День и ночь», № 3	Финалист
5.	Минаев Б.	Мужской день	Время	Финалист
IV. Иностранная литература				
1.	Рут Озеки	Моя рыба будет жить	АСТ	Лауреат
Сезон 2016 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Современная классика				
1.	Маканин В.	Где сходилась небо с холмами	Современник	Лауреат
II. XXI век				
1.	Абгарян Н.	С неба упали три яблока	АСТ	Лауреат
2.	Афлатуни С.	Поклонение волхвов	РИПОЛ Классик	Финалист
3.	Григоренко А.	Потерял слепой дуду	ArsisBooks	Лауреат
4.	Минаев Б.	Мягкая ткань	Время	Финалист
5.	Эйснер В.	Гранатовый остров	Написано пером	Финалист
6.	Юзефович Л.	Зимняя дорога	АСТ, Редакция Елены Шубиной	Финалист
III. Детство. Отрочество. Юность				
1.	Москвина М. Говорова Ю.	Ты, главное, пиши о любви	Гаятри	Финалист
2.	Нефедова М.	Лесник и его нимфа	Никея	Лауреат
3.	Яковлева Ю.	Дети ворона	Самокат	Финалист
IV. Иностранная литература				
1.	Орхан Памук	Мои странные мысли	Азбука-Аттикус, Иностранка	Лауреат

Источник: литературная премия «Ясная Поляна».

Табл. 9.

Лауреаты и финалисты премии «Просветитель»

Сезон 2014 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Гуманитарные науки				
1.	Вайнштейн О.	Денди: мода, литература, стиль жизни»	Новое литературное обозрение	Финалист
2.	Полян П.	«Свитки из пепла. Еврейская «зондеркоммандо» в Аушвице-Биркенау и её летописцы	Феникс (Ростов-на-Дону)	Финалист
3.	Сванидзе А.	Викинги	Новое литературное обозрение	Финалист
4.	Яров С.	Повседневная жизнь блокадного Ленинграда	Молодая гвардия	Лауреат
II. Естественные и точные науки				
1.	Горелик Г.	Кто изобрел современную физику? От маятника Галилея до квантовой гравитации	АСТ	Финалист
2.	Ижевский С., Лобанов А., Соснин А.	Жизнь замечательных жуков	ИД «Кодекс»	Финалист
3.	Казанцева А.	Кто бы мог подумать? Как мозг заставляет нас делать глупости	Corpus	Лауреат
4.	Штерн Б.	Прорыв за край мира	Тривант	Финалист
III. Специальная номинация «За верное служение делу просветительства»				
1.	Газета «Троицкий вариант – наука»			
Сезон 2015 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Гуманитарные науки				
1.	Анисимов Е.	Императорская Россия	Питер (Санкт-Петербург)	Финалист
2.	Кантор Ю.	Заклятая дружба. Секретное сотрудничество СССР и Германии 20-30-х годов	Политическая энциклопедия	Финалист
3.	Юрчак А.	Это было навсегда, пока не кончилось	Новое литературное обозрение	Лауреат
4.	Яснов М.	Путешествие в Чудетство. Книга о детях, детской поэзии и детских поэтах	Союз писателей Санкт-Петербурга, Фонд «Дом детской книги» (Санкт-Петербург)	Финалист
II. Естественные и точные науки				
1.	Авторски коллектив: Андреев Н., Коновалов С., Панюнин Н.	Математическая составляющая	Фонд «Математические этюды»	Лауреат
2.	Марков А., Наймарк Е.	Эволюция. Классические идеи в свете новых открытий	АСТ, Corpus	Финалист
3.	Александр Соколов	Мифы об эволюции человека	Альпина нон-фикшн	Финалист
4.	Сурдин В. (под ред.)	Галактики	Физматлит,	Финалист
III. Специальная номинация «Биографии»				
1.	Хлевнюк О.	Сталин. Жизнь одного вождя	АСТ, Corpus	
IV. Специальная номинация «Краеведение»				
1.	Гольдфарб С.	Мир Байкала	Иркутск	
2.	Лебедева Е.	Остров Преображения (к 300-летию Преображенской церкви на острове Кизи)	Московский центр упаковки	
3.	Потрафнов А., Хмельник Т.	Путешествие Вокруг Ладоги	ТО «Балтийская Звезда», РИД «Алаборг» (Санкт-Петербург)	
Сезон 2016 г.				
№ п/п	Автор	Название произведения	Издательство	Примечания
I. Гуманитарные науки				
1.	Аузан А.	Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь	Манн, Иванов и Фербер	Финалист
2.	Бабаев К.	Что такое Африка	Рипол Классик	Финалист
3.	Архангельская А.	Анатомия архитектуры. Семь книг о логике, форме и смысле	Издательский Дом ВШЭ	Лауреат
4.	Лебина Н.	Мужчина и Женщина: тело, мода, культура. СССР – Оттепель	Новое литературное обозрение	Финалист
II. Естественные и точные науки				
1.	Динец В.	Песни драконов. Любовь и приключения в мире крокодилов и прочих динозавровых родственников	АСТ, Corpus	Финалист
2.	Жуков Б.	Введение в поведение	АСТ, Corpus	Финалист
3.	Каганов М.	Физика глазами физика	МЦНМО	Финалист
4.	Панчин А.	Сумма биотехнологий	АСТ, Corpus	Лауреат
III. Специальный приз «Просветитель просветителей»				
1.	Зорин А.	Появление героя. Из истории русской эмоциональной культуры конца XVIII – начала XIX века	Новое литературное обозрение	

Источник: премия «Просветитель».

1.2. Издательская система России и деятельность российских издательств в 2016 г.

В 2016 г., по данным Российской книжной палаты, в стране действовало 5800 издательств. В это число входят все издающие организации, приславшие в течение года хотя бы один экземпляр выпущенной ими книги в Российскую книжную палату. В табл. 10 представлен рейтинг российских издательств по основным показателям деятельности. По числу выпущенных названий его возглавляет издательство «Эксмо», выпустившее в 2016 г. **8385 названий книг и брошюр**. Второе место занимает издательство «Просвещение», входящее в состав издательской группы «ОЛМА Медиа Групп» и выпустившее в 2016 г. 4657 названий книг и брошюр. На третьем месте – издательство «Стандартинформ», которое выпустило в 2016 г. 2919 названий.

По тиражам первое место занимает издательство «Просвещение», совокупный тираж которого по итогам 2016 г. составил **60849,4 тыс. экз.** На втором месте уже второй год подряд издательство «Эксмо» (**41461,0 тыс. экз.**), бывшее до этого безусловным лидером отечественного книгоиздания. На третьем месте – издательство «Экзамен», выпустившее в 2016 г. 16911,0 тыс. экз. книг и брошюр.

В целом же, как видно из табл. 10, за 2008-2016 гг. совокупное число книг и брошюр, выпущенных ведущей двадцаткой российских издательств, увеличилось на 37,1%, а доля этой двадцатки в совокупном книгоиздательском репертуаре страны в 2016 г. по отношению к 2008 г. увеличилась на 8,1 п.п. За период с 2008 по 2016 гг. совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных ведущей двадцаткой российских издательств, снизился на 24,7%, однако доля этой двадцатки в совокупном тираже страны в 2016 г. по отношению к 2008 г. увеличилась на 10,5 п.п.

Табл. 10.

Топ-20 издательств по числу выпущенных названий и тиражам

№ п/п	Издательство	Число выпущенных названий, место в рейтинге			Изменение (%)		№ п/п	Издательство	Тираж, тыс. экз., место в рейтинге			Изменение (%)	
		2008	2015	2016	2016/ 2015	2016/ 2008			2008	2015	2016	2016/ 2015	2016/ 2008
1.	«Эксмо»	10439	7234 (1)	8385 (1)	+15,9	-19,7	1.	«Просвещение»	45661,1	60934,2 (1)	60849,4 (1)	-0,1	+33,3
2.	«Просвещение»	1078	2294 (3)	4657 (2)	+103,0	+332,0	2.	«Эксмо»	99680,7	41216,8 (2)	41461,0 (2)	+0,6	-58,4
3.	«Стандартинформ»	614	2709 (18)	2919 (3)	+7,8	+375,4	3.	«Экзамен»	16065,7	16421,3 (8)	16911,0 (5)	+3,0	+5,3
4.	«Азбука-Аттикус»	1367	2274 (14/20)	2887 (4)	+27,0	+111,2	4.	«Азбука-Аттикус»	17222,3	15849,9 (12/15)	16432,5 (6)	+3,7	-4,6
5.	«Экзамен»	1065	1319 (8)	1219 (6)	-7,6	+14,5	5.	«Фламинго»	29880,0	17435,5 (4)	14276,0 (5)	-18,1	-52,2
6.	«Феникс»	1261	1347 (3)	1005 (5)	-25,4	-20,3	6.	«Эгмонт Россия Лтд»	20359,9	17586,8 (6)	9392,0 (3)	-46,6	-53,9
7.	«Росмэн»	1154	786 (5)	996 (9)	+26,7	-13,7	7.	«Мозаика-Синтез»	3034,0	9383,0 (46)	9235,5 (9)	-1,6	+204,4
8.	«Ленанд»	48	675 (439)	933 (12)	+38,2	+1843,8	8.	«Росмэн»	11634,2	9420,8 (9)	8770,7 (8)	-6,9	-24,6
9.	«Перо»	-	525 (17)	740 (9)	+41,0	-	9.	«БАКО»	1879,0	6670,0 (66)	8405,1 (10)	+26,0	+347,3
10.	«БАКО»	150	619 (119)	729 (14)	+17,8	+386,0	10.	«Центрполиграф»	5881,1	4243,0 (21)	4014,6 (18)	-5,4	-31,7
11.	«Центрполиграф»	710	721 (16)	725 (11)	+0,6	+2,1	11.	«Русское слово»	2927,9	3926,9 (47)	3907,3 (20)	-0,5	+33,5

№ п/п	Издательство	Число выпущенных названий, место в рейтинге			Изменение (%)		№ п/п	Издательство	Тираж, тыс. экз., место в рейтинге			Изменение (%)	
		2008	2015	2016	2016/ 2015	2016/ 2008			2008	2015	2016	2016/ 2015	2016/ 2008
12.	«Вече»	582 (19)	774 (10)	723 (12)	-6,6	+24,2	12.	«Феникс»	5062,0 (23)	4790,5 (14)	3676,1 (12)	-23,3	-27,4
13.	Российский университет дружбы народов	312 (44)	569 (15)	705 (13)	+23,9	+126,0	13.	«С-Трейд»	–	1490,0 (44)	2215,5 (13)	+48,7	–
14.	Петрозаводский государственный университет	71 (299)	5 (2059)	599 (14)	+11880 ,0	+743,7	14.	«Клевер-Медиа- Групп»	–	1697,5 (42)	2056,0 (14)	+21,1	–
15.	«Фламинго»	713 (15)	553 (16)	582 (15)	+5,2	-18,4	15.	«Речь»	246,3 (239)	2427,2 (32)	2049,6 (15)	-15,6	+732,2
16.	«Эгмонт Россия Лтд»	1047 (10)	1194 (7)	576 (16)	-51,8	-45,0	16.	«Манн, Иванов и Фербер»	185,1 (279)	878,0 (58)	1947,0 (16)	+121,8	+951,9
17.	«Проспект»	336 (39)	449 (20)	566 (17)	+26,1	+68,5	17.	«Вече»	3512,1 (37)	2525,9 (30)	1643,7 (17)	-34,9	-53,2
18.	«Инфра-М»	418 (31)	627 (13)	535 (18)	-14,7	+28,0	18.	«Проспект»	1512,9 (80)	1106,3 (53)	1642,8 (18)	+48,5	+8,6
19.	Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А.Тимирязева	68 (316)	382 (28)	531 (19)	+39,0	+680,9	19.	«Питер»	4812,8 (25)	1635,4 (43)	1406,0 (19)	-14,0	-70,8
20.	«Стрекоза-Пресс»	825 (12)	502 (18)	512 (20)	+2,0	-37,9	20.	«Рипол классик»	11176,9 (10)	2768,1 (29)	1167,8 (20)	-57,8	-89,6
Всего:		22258	25558	30524	+19,4	+37,1	Всего:		280734, 0	222407, 1	211459,6	-4,9	-24,7
<i>В % от общего числа выпущенных названий</i>		<i>18,0</i>	<i>22,7</i>	<i>26,1</i>	<i>+3,4 п. п.</i>	<i>+8,1 п.п.</i>	<i>В % от совокупного тиража</i>		<i>36,9</i>	<i>48,4</i>	<i>47,4</i>	<i>- 1,0 п.п.</i>	<i>+10,5 п. п.</i>

Примечание: в скобках указано место издательства в рейтинге в соответствующем году.
Источник: Российская книжная палата.

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

На рис. 16 представлен конкурентный ландшафт издательств-ключевых игроков книжного рынка по суммарным (рублёвым) продажам в 2016 г. в соответствии с данными исследования журнала «Книжная индустрия».

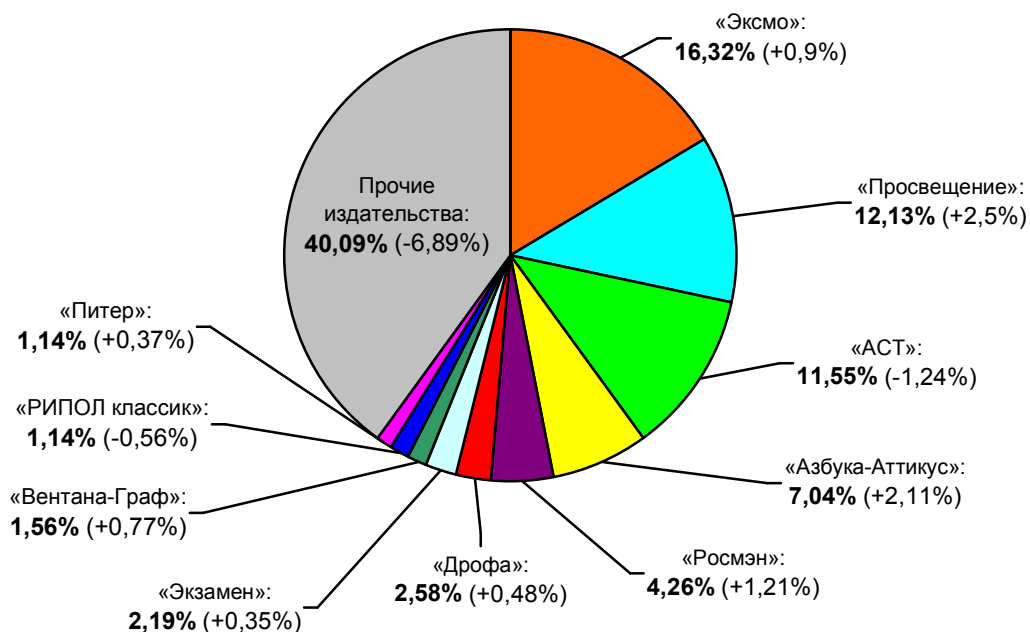
Следует отметить, что отечественное книгоиздание по-прежнему сконцентрировано в Москве, несмотря на увеличение в региональных издательствах числа выпущенных книжных названий (см. рис. 17). В российской столице по-прежнему расположено более половины всех издательств страны, которые выпускают более 80% совокупного тиража.

По традиции, в докладе приводится рейтинг ведущих издательских домов мира (см. табл. 11). На первом месте в списке – издательство Pearson (Великобритания), годовая выручка которого в 2015 году составила 6 072 млн евро. Второе место занял ThomsonReuters (США), третье – Reed Elsevier (Великобритания/Нидерланды/США), четвертое – Wolters Kluwer (Нидерланды). Большинство подразделений этих издательств специализируется на издании учебной, научной и специализированной литературы.

Среди издательств, выпускающих художественную литературу и книги других жанров, на первом месте по результатам 2015 г. оказался Penguin Random House (Германия), выручка которого в 2015 г. составила 3 717 млн евро.

Рис. 16.

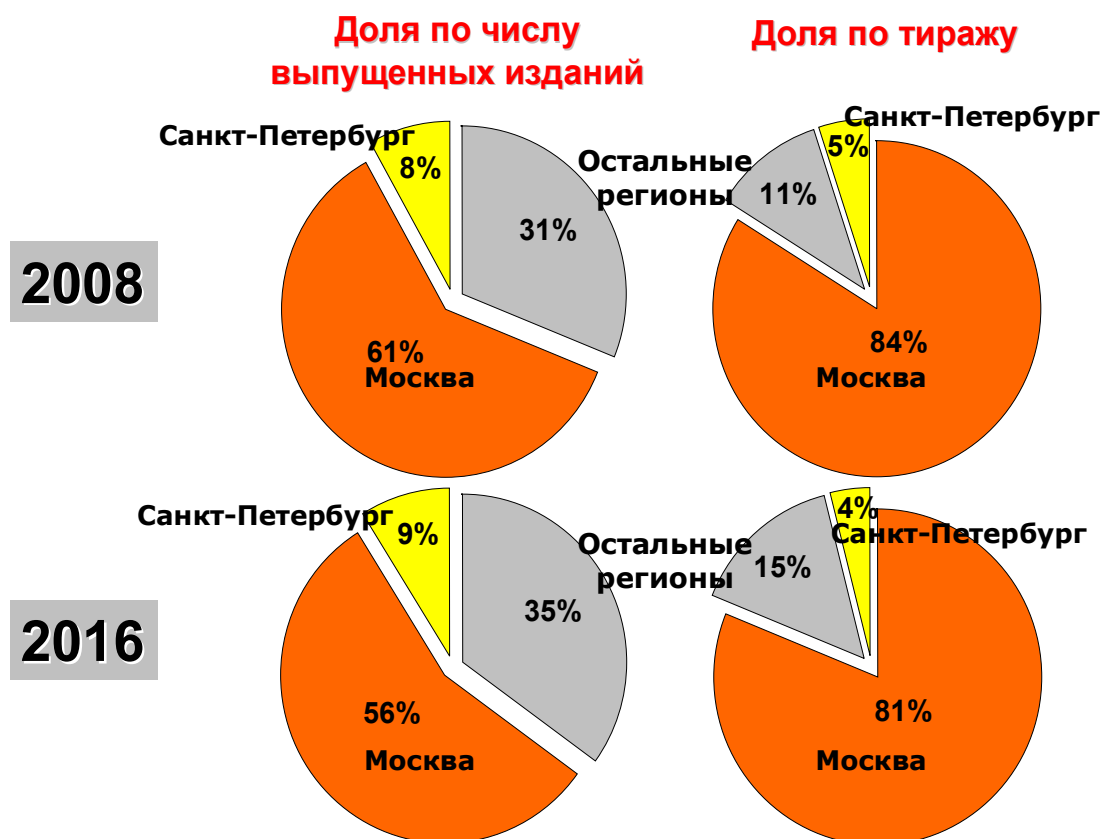
Доли издательств – ключевых игроков книжного рынка в 2016 г. по суммарным (рублёвым) продажам



Примечание: в скобках указано изменение доли издательств по суммарным (рублёвым) продажам по отношению к 2015 г.
 Источник: журнал «Книжная индустрия».

Рис. 17.

Доли регионов в географии российского книгоиздания, %



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

Табл. 11.

Рейтинг ведущих издательских домов мира

Место 2015	Место 2014	Издательская компания (группа или подразделение)	Компания-владелец	Страна владельца	Доходы в 2015 г. (млн евро)	Доходы в 2014 г. (млн евро)	Доходы в 2013 г. (млн евро)
1	1	Pearson	Pearson PLS	Великобритания	6 072	5 809	5 655
2	2	ThomsonReuters	The Woodbridge Company Ltd.	США	5 291	4 729	4 015
3	3	RELX Group (Reed Elsevier)	Reed Elsevier PLS & Reed Elsevier NV	Великобритания / Нидерланды / США	4 774	4 405	4 417
4	4	Wolters Kluwer	Wolters Kluwer	Нидерланды	4 208	3 660	3 565
5	5	Penguin Random House Phoenix	Bertelsmann AG Pearson PLC	Германия	3 717	3 324	2 655
6	7	China South Publishing & Media Group Co., Ltd (ZhongNan)	China South	Китай	2 576	2 119	1 621
7	6	Phoenix Publishing and Media Company	Phoenix Publishing and Media Company	Китай	2 524	2 333	2 015
8	8	Hachette Livre	Lagardère	Франция	2 206	2 004	2 066
9	9	McGraw-Hill Education	Apollo Global Management LLC	США	1 681	1 795	1 434
10	–	Grupo Planeta	Grupo Planeta	Испания	1 658	1 596	1 566

Источник: The Global Ranking of the Publishing Industry 2016.

В рамках подготовки настоящего доклада в январе 2017 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям провело исследование основных характеристик деятельности издательств. В исследовании приняли участие как московские, так и региональные компании, среди которых были: ИГ «Азбука-Аттикус», «Алетейя» (г. Санкт-Петербург), «Альпина паблишер», «Амрита-Русь», «АСТ-Пресс», «Баско» (г. Екатеринбург), «Бичик» (г. Якутск), «БСГ-Пресс», «Время», «Дашков и Ко», «ДЕТГИЗ» (г. Санкт-Петербург), «Детская литература», «Китап» (г. Уфа), «Наука», «ОГИ», «О-краткое» (г. Киров), «РИПОЛ классик», «Русский путь», «Русское слово», «Самокат», «Флинта», «Художественная литература», «Эгмонт Россия Лтд», «Энас». Спектр деятельности и география опрошенных издательств позволяют, основываясь на представленных ими показателях, оценить общие тенденции деятельности издательств в последние годы.

Издательствам был задан вопрос «Какое влияние оказывает кризис на деятельность Вашего издательства?», ответы на который распределились следующим образом (см. рис. 18).

Как видно из приведённых данных, большинство издателей (83%) отмечают подорожание стоимости полиграфических услуг в России в 2016 г., 78% опрошенных издательств ожидают увеличения стоимости полиграфических услуг в 2017 г. 70% издательств отметили, что в 2016 г. книжные магазины стали брать меньше книг на реализацию, 52% издательств ожидают того же и в 2017 г. Уменьшение тиражей книжной продукции в 2016 г. отметили 61% опрошенных издательств. 57% издательств ожидают, что в 2017 г. тенденция падения тиражей книг будет продолжена.

В 2016 г. 57% издательств столкнулись с падением реализации своей продукции, столько же ожидают продолжение данной тенденции и в 2017 г. 52% издательств отметили, что в 2016 г. стало больше возвратов книг от магазинов, 30% издательств ожидают увеличения числа возвратов книг от

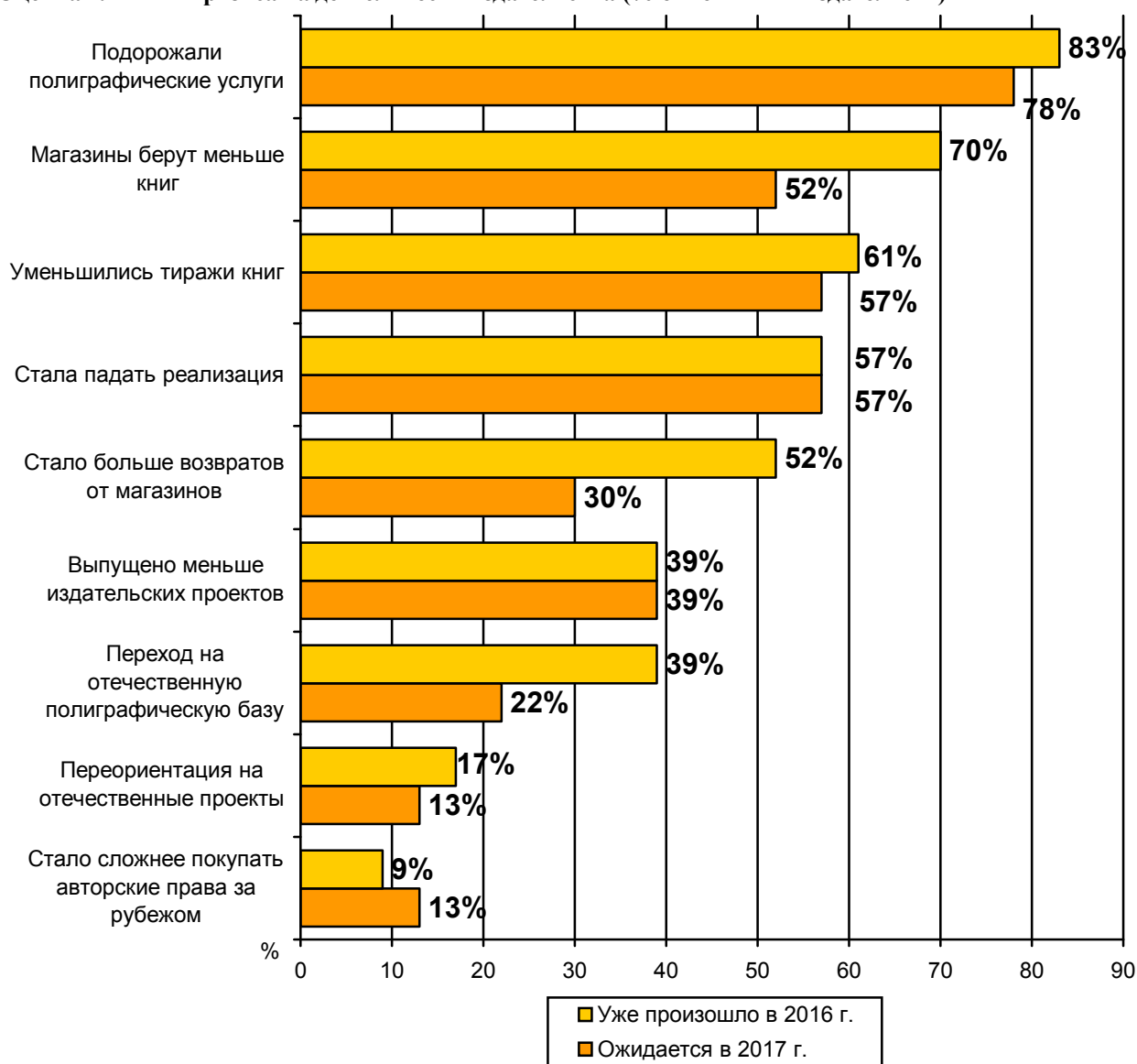
магазинов и в 2017 г. 39% опрошенных издательств отметили, что в 2016 г. было выпущено меньше издательских проектов, столько же издательств ожидают сокращения числа издательских проектов в 2017 г.

В 2016 г. 39% издательств перешли на отечественную полиграфическую базу. Ещё 22% издательств планируют поступить так же в 2017 г.

В 2016 г. 17% опрошенных издательств перешли на отечественные издательские проекты. Ещё 13% издательств планируют сделать это в 2017 г. 9% издательств отметили, что в 2016 г. стало сложнее покупать авторские права за рубежом, 13% издательств ожидают продолжение данной тенденции и в 2017 г.

Рис. 18.

Оценка влияния кризиса на деятельность издательства (% отметивших издательств)



Источник: данные компаний.

Увеличение доли новых изданий в своём репертуаре отметили более 50% обследованных издательств. По данным опроса, в 2016 г. доля новых изданий в ассортименте издательств составила 60%.

Характерной чертой деятельности издательств в последние годы является поиск новых возможностей для реализации книг и постоянные попытки наращивания числа контрагентов. В своих планах на 2017 г. 65% опрошенных издательств ответили, что будут и дальше расширять свою клиентскую базу, 25% отметили, что будут стремиться сохранить число контрагентов на существующем уровне, а 10% опрошенных заявили, что планируют сократить их число.

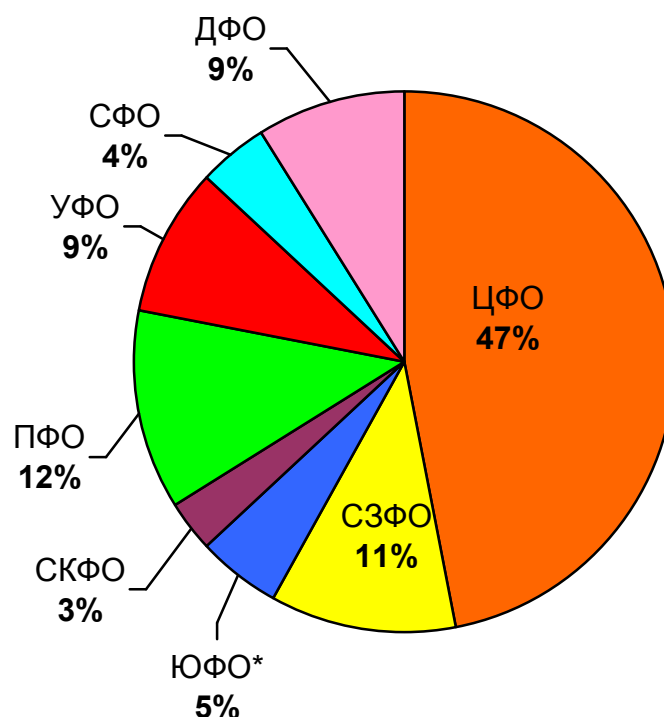
Немалую часть контрагентов у столичных издательств составляют крупные оптовики (24%). На втором месте находятся книжные магазины (19%), на третьем месте – мелкие оптовики (14%), на четвертом месте – книжные интернет-магазины (12%). Пятое место занимают библиотеки (6%).

Ситуация с региональными издательствами немного иная. Изрядную часть закупщиков у региональных издательств составляют мелкие оптовики (33%). На втором месте – книжные магазины (20%), на третьем месте – библиотеки (18%), на четвертом месте – крупные оптовики (10%). Пятое место занимают книжные интернет-магазины (5%).

В рамках опроса у издательств выяснили географию распространения выпускаемых ими книг по федеральным округам; итог представлен на диаграмме (см. рис. 19).

Рис. 19.

География распространения издаваемых книг по федеральным округам России в 2016 г.,%



*Указом Президента Российской Федерации от 28.07.2016 № 375 «О Южном федеральном округе» Крымский федеральный округ и город федерального значения Севастополь включены в состав Южного федерального округа.
Источник: данные компаний.

Говоря о книгораспространении (см. рис. 20), следует отметить, что продукция московских издательств чаще всего распространяется в книоторговых сетях (18%), через книжные интернет-магазины (13%), через супермаркеты и другие точки не книжной торговли (11%), через крупные центральные книжные магазины (10%), собственными силами (напр., через магазины издательств) (7%).

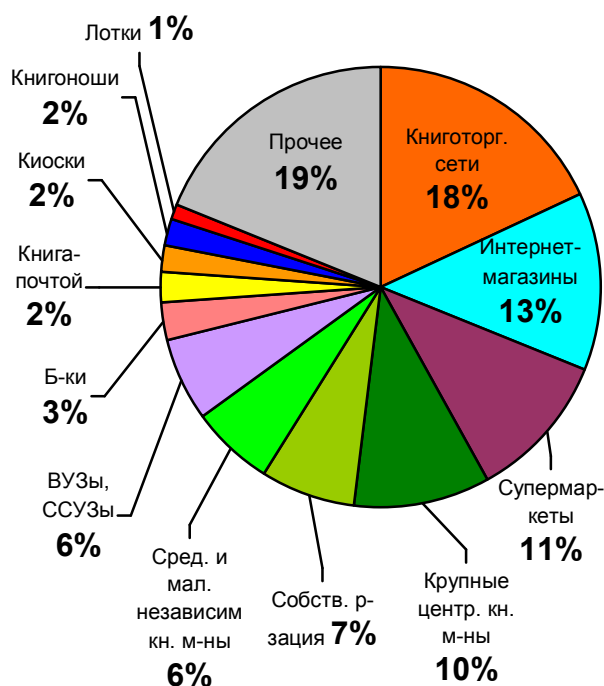
Иная схема распространения книг у региональных издательств: 36% выпускаемых ими книг реализуется собственными силами, 21% приходится на долю средних и малых независимых книжных магазинов, 8% реализуется через книжные интернет-магазины и библиотеки. На долю книгоношей приходится 5%.

Всё более активно используется издательствами для продвижения книжной продукции Интернет. Наиболее часто используемым способом является поддержка собственного сайта (см. рис. 21). На втором месте по популярности – продвижение книжной продукции в социальных сетях. Третье и четвёртое место, согласно ответам издателей, заняли соответственно такие формы продвижения книг как «ведение блогов» и «прямая реклама в Интернете». Контекстная реклама в Интернете и участие в форумах с точки зрения эффективности продвижения книжной продукции заняли соответственно пятую и шестую строчки рейтинга.

Рис. 20.

Доли различных каналов книгораспространения в общем объёме розничной реализации книг издательств в 2016 г., %

Модель распространения книг московского издательства



Модель распространения книг регионального издательства

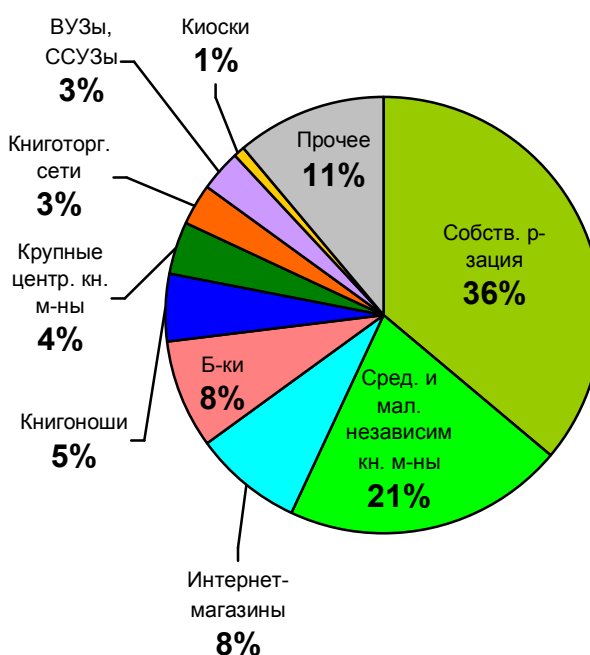
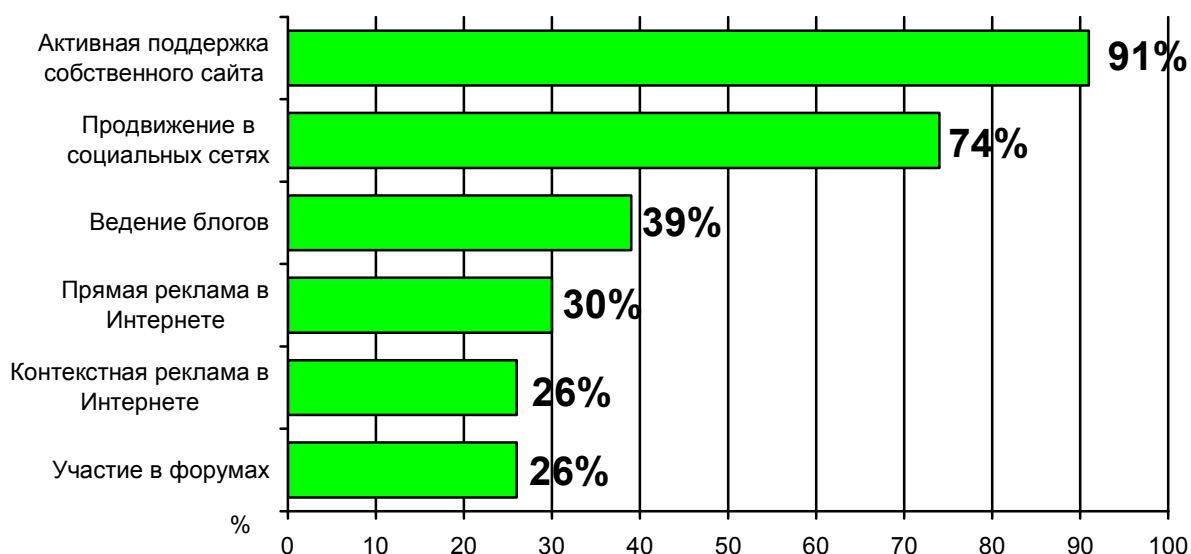


Рис. 21.

Формы продвижения книг в Интернете, использовавшиеся издательствами в 2016 гг.
(% отметивших издательств)

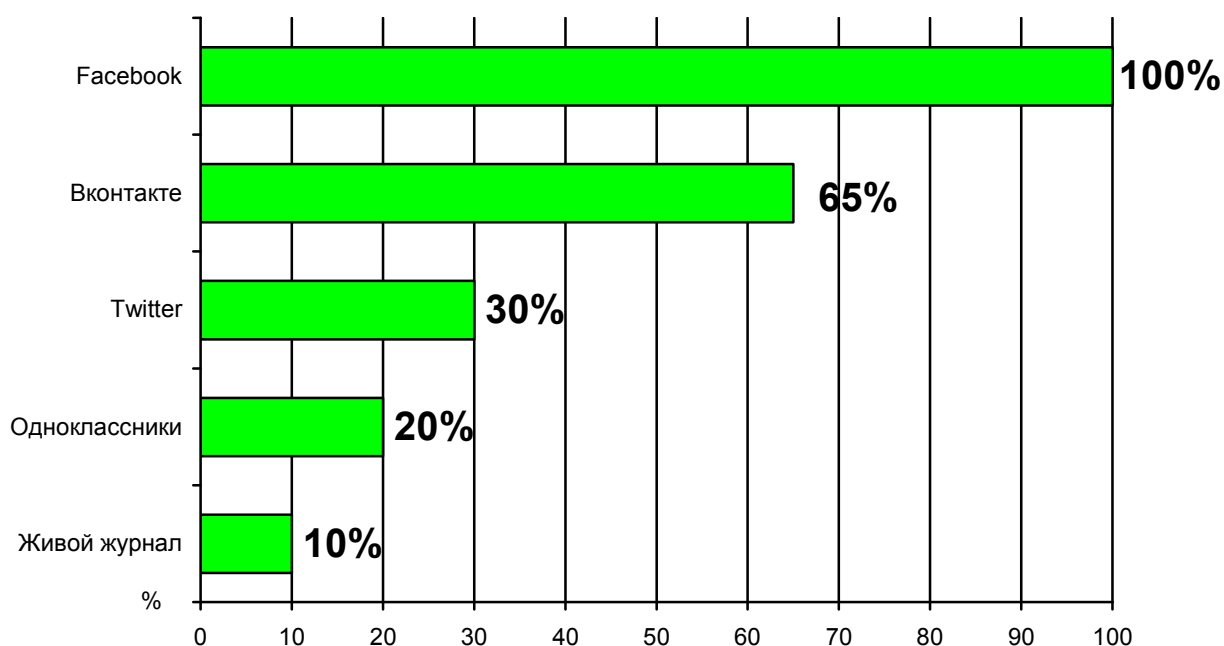


Источник: данные компаний.

Среди социальных медиа, в которых издательства ведут активную деятельность по продвижению своей продукции (см. рис. 22), чаще всего назывались «Facebook» (100% опрошенных издательств) и «ВКонтакте» (65%). Менее популярны с маркетинговой точки зрения «Twitter» (30%) и «Одноклассники» (20%). Блогом «Живой журнал» в маркетинговых целях издательства практически не пользуются.

Рис. 22.

Социальные медиа, в которых издательства осуществляют PR-активность в 2016 гг.
(% отметивших издательств)



Источник: данные компаний.

Ввиду всё более растущего интереса российских издательств к социальным медиа любопытно посмотреть на те виды активности, которые они используют для поддержания имиджа и продвижения продукции (см. рис. 23). На первом месте – информподдержка мероприятий (публикация анонсов, пресс-релизов, рекламных сообщений и т.д.) (100%). На втором месте по значимости – продвижение отдельных книг /серий/ проектов (82%). На третьем месте – продвижение бренда издательства (64%). Далее следуют продвижение авторов (59%), проведение опросов, конкурсов, викторин (55%), участие в жизни групп, связанных с литературой и чтением (например, любителей чтения, поклонников конкретных авторов, литературных героев, книг, серий) (50%), создание и модерация страничек (групп) собственных авторов, продуктов, услуг, идей, событий (41%), продвижение книг в группах, не связанных напрямую с чтением (например, по спорту, автомобилям, искусству, театру, кино и т.п.) (27%).

Рис. 23.

Виды PR-активности издательств в социальных медиа в 2016 г. (% отметивших издательств)



Источник: данные компаний.

В последние годы всё большую долю в ассортименте и в продажах столичных издательств занимают электронные книги (см. рис. 24-25).

Рис. 24.

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

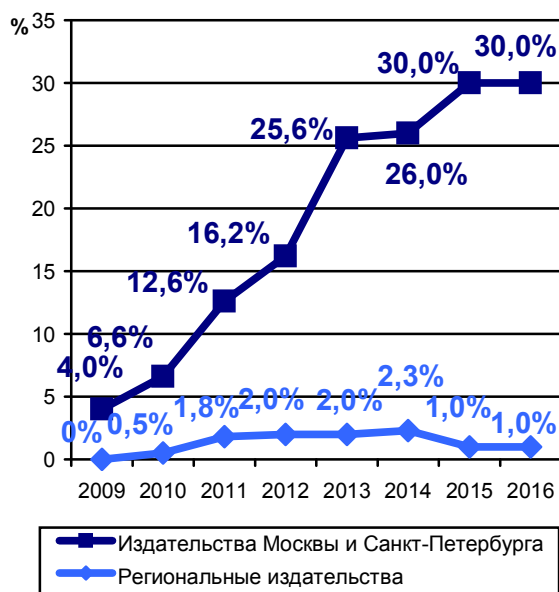
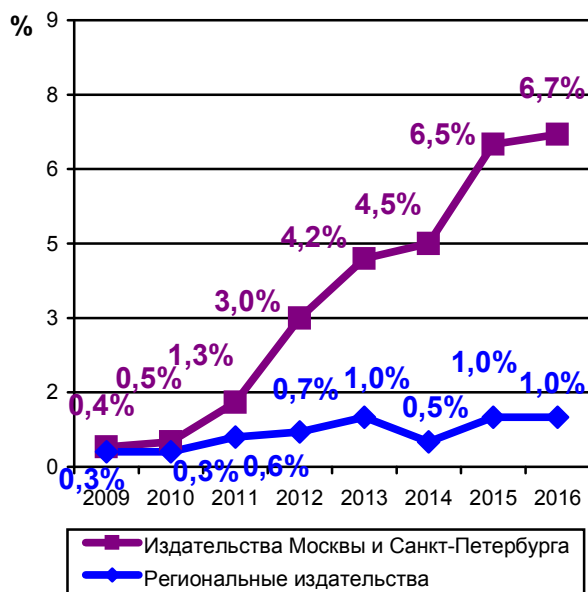


Рис. 25.

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



Источник: данные компаний.

В московских и петербургских издательствах, выпускающих электронные книги, их доля в ассортименте в 2016 г. составила 30% и почти 7,0% в рублёвых продажах. В то же время, в региональных издательствах доля электронных книг составила не более 1% и в ассортименте, и в рублёвых продажах.

На вопрос о том, через какой промежуток времени после публикации печатной книги издательства обычно выводят на рынок её электронную версию, 30% респондентов называли промежутки от одного до двух месяцев, а 35% респондентов ответило «сразу».

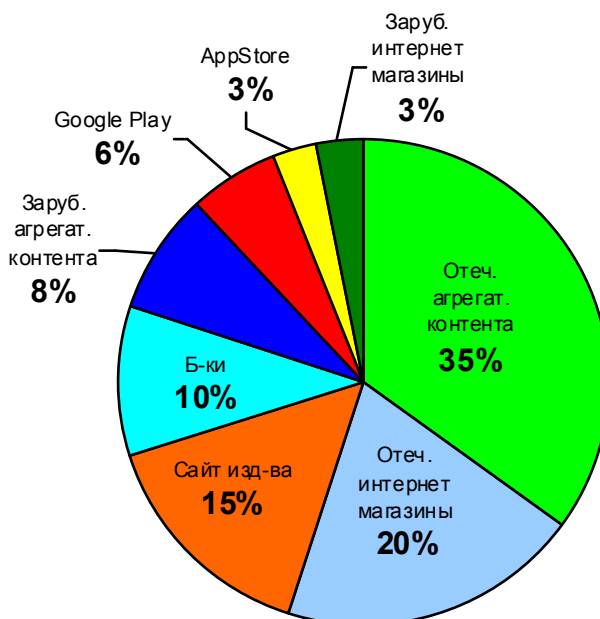
Среди наиболее распространённых форматов электронных публикаций назывались E-pub (71% опрошенных) и PDF (61% опрошенных).

Распределение долей различных каналов в общем объёме продаж электронных книг конечному потребителю показано на рис. 26. Из рисунка видно, что 35% продаж (в рублях) издательствам обеспечивают отечественные агрегаторы электронных ресурсов, 20% – отечественные книжные интернет-магазины и 15% – собственный сайт. Что касается условий, на которых издательства предпочитают отдавать агрегаторам (интернет-магазинам) электронные книги на реализацию, то здесь невозможно привести данные в процентных соотношениях ввиду малого количества компаний, ответивших на данный вопрос, а также из-за того, что ответы были неоднородными. Тем не менее, среди наиболее интересных ответов, дающих общее представление о взаимоотношениях издательств с агрегаторами, были следующие:

- «Ежемесячная или ежеквартальная оплата по отчету о продажах»;
- «Неисключительная лицензия на 2-3 года»;
- «Выплата агрегаторам роялти с продаж».

Рис. 26.

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



Источник: данные компаний.

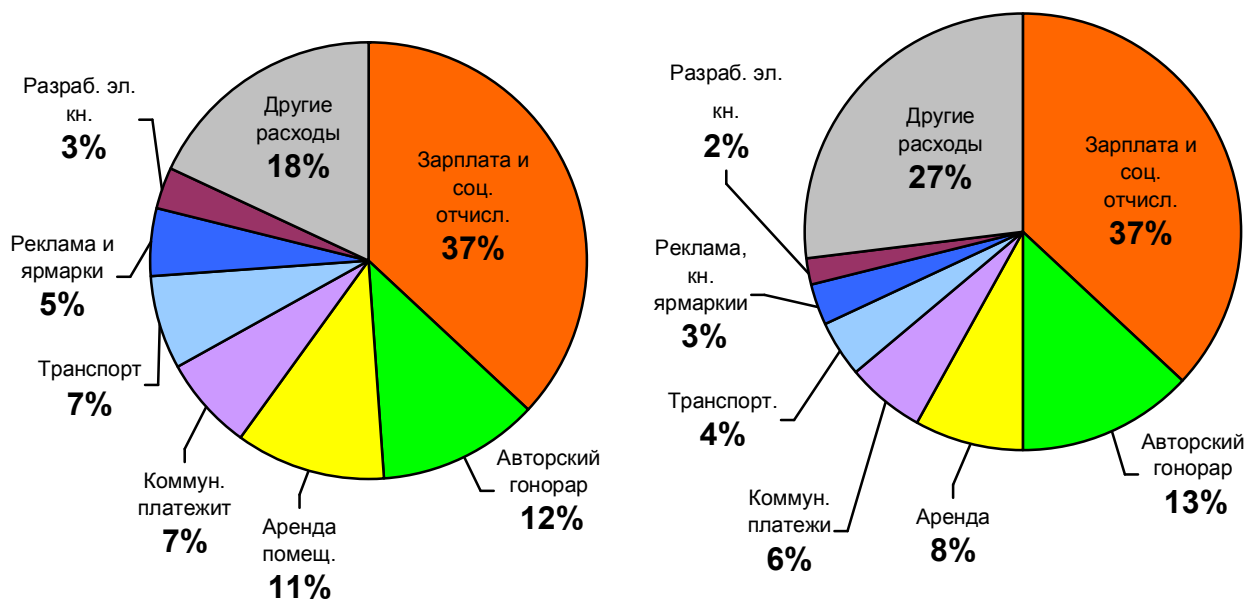
Если говорить о структуре издательских издержек, то уровень и характер их в столичных и региональных издательствах примерно совпадают. Львиную долю затрат и у центральных, и у региональных предприятий занимают зарплата и социальные отчисления (см. рис. 27).

Рис. 27.

Доли различных статей в издержках издательств в 2016 г., %

Издательства Москвы и Санкт-Петербурга

Региональные издательства



Источник: данные компаний.

II. КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ

2.1. Основные тенденции в системе книгораспространения

По данным исследования НИУ ВШЭ, основанного на кратких итогах опросов потребителей, проводимых Росстатом, в 2016 г. материальное положение у 39% россиян ухудшилось, о его улучшении сообщили только 9% опрошенных.

Свое текущее материальное положение лишь 0,1% участников опроса оценили как «очень хорошее». Около 7% сообщили о «хорошем» материальном положении, почти две трети оценили его как «среднее». В то же время четверть респондентов указала на «плохую» и почти 4% – на «очень плохую» ситуацию.

На снижение цен в ближайшей перспективе надеются около 1% респондентов (на их значительное падение – только 0,1%). Около 8% предполагают, что цены останутся на прежнем уровне. Подавляющее большинство участников опроса опасается роста цен, причем почти половина (46,8%) ожидает их значительного роста.

Лишь весьма небольшому числу участников опроса сложившаяся ситуация представляется очень благоприятной для совершения крупных покупок и формирования сбережений (0,5% и 0,4% соответственно). Умеренно благоприятные условия отметили 8,7% и 6,3% респондентов, нейтральной позиции – «плюсов» и «минусов» одинаково – придерживались 35,4% и 29%. Более половины (53% и 61,3%) заявили о неблагоприятной ситуации и для совершения крупных покупок, и для сбережений, причем соответственно 20,4% и 25,4% считали ее «совсем неблагоприятной».

Подобное распределение ответов говорит о том, что почти треть населения страны недовольна своим материальным положением, 90% ожидают повышения цен (в ближайшем будущем). Также можно предположить, что более половины россиян не наращивают свои сбережения и не покупают дорогостоящие товары, то есть тратят подавляющую часть своего бюджета на текущие расходы.

Согласно исследованию, улучшения личного материального положения в течение текущего года ожидают 11% респондентов, а его ухудшения – 23%. Позитивно оценили произошедшие в годовом интервале изменения в экономике России 11% участников опроса, негативно – 50%. Положительных изменений в экономике России через год ожидают 20% опрошенных, отрицательных – 27%.

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

Согласно оценкам журнала «Книжная индустрия», в 2016 г. объём книжного рынка России составил **55,92 млрд руб.** без объёма закупок бюджетными организациями и объёма неструктурированных продаж и **72,15 млрд руб.** – с учётом этих объёмов (см. табл. 12). Как видно из таблицы, по итогам 2016 г. объём книжного рынка России в сегменте B2C продемонстрировал положительную динамику на уровне 7,91% за счёт прироста оборотов в канале классических книжных и интернет-магазинов. Тем не менее, оборот книжной отрасли по печатной книге в целом сократился почти на 2%. Как и в 2015 г., отрицательная динамика была вызвана секвестированием бюджетных закупок, а также серьёзным сжатием сегмента неструктурированных продаж. Снижение темпов прироста цифрового сегмента рынка, а также стагнация в B2B-секторе не позволили возместить потери продаж книг в бумажном формате. В совокупном обороте книжной отрасли падение в 2016 г. составило 0,7%.

Табл. 12.

Объём рынка, динамика, каналы

Печатная книга	2011	2012	2012	2013	2014	2014	2015	2016	2016	2017
	расчётный оборот, млрд руб.	расчётный оборот, млрд руб.	доля канала, %	расчётный оборот, млрд руб.	расчётный оборот, млрд руб.	доля канала, %	расчётный оборот, млрд руб.	расчётный оборот, млрд руб.	доля канала, %	(прогноз) расчётный оборот, млрд руб.
Рынок (печатная книга), в т.ч.	53,65	51,73		50,38	50,74		51,82	55,92		56,65
Книжные магазины (в т.ч. городские книжные сети)	26,85	26,02	33,01	27,30	26,98	35,73	30,03	31,57	43,75	30,36
Федеральные сети (ОРС «Новый книжный – Читай-город – Буквоед», до 2014 г. – «Буква», «Книгомир»)	10,98	8,87	11,26	7,86	8,03	10,64	7,22	8,52	11,81	9,72
интернет-магазины	5,49	5,93	7,52	6,27	6,93	9,18	7,97	9,64	13,36	10,32
Киосковые сети	3,86	3,97	5,04	2,99	2,13	2,81	1,13	0,81	1,13	0,98
Некнижный ритейл, в т.ч. FMCG	6,47	6,95	8,82	5,96	6,67	8,83	5,48	5,38	7,46	5,27
<i>Динамика, %</i>		<i>-3,57</i>		<i>-2,61</i>	<i>0,71</i>		<i>+2,14</i>	<i>+7,91</i>		<i>+1,30</i>
Бюджетные организации (библиотеки, школы, ВУЗы)	20,53	20,42	25,91	21,93	19,64	26,01	17,95	14,72	20,40	15,33
Неструктурированные продажи (прямые продажи, корпоративные клиенты, заказные издания, подписные издания, клубы и пр.)	6,40	6,65	8,44	5,69	5,13	6,79	3,78	1,51	2,09	1,55
Оборот отрасли (печатная книга)	80,58	78,80		78,01	75,50		73,55	72,15		73,52
<i>Динамика, %</i>		<i>-2,21</i>		<i>-1,01</i>	<i>-3,22</i>		<i>-2,58</i>	<i>-1,90</i>		<i>+1,90</i>
			<i>%, к обороту печатной книги</i>			<i>%, к обороту печатной книги</i>			<i>%, к обороту печатной книги</i>	
Цифровые издания (B2B + B2C)	0,32	0,56	0,71	1,10	1,50	1,99	2,25	3,12	4,32	3,64
Совокупный оборот отрасли (печатная+электронная книга)	80,90	79,36		79,11	77,00		75,80	75,27		77,16
<i>Динамика, %</i>		<i>-1,90</i>		<i>-0,32</i>	<i>-2,67</i>		<i>-1,55</i>	<i>-0,70</i>		<i>+2,51</i>

Источник: журнал «Книжная индустрия».

Приведём также официальные данные Федеральной службы государственной статистики (Росстат), согласно которым объём розничной продажи книг в 2016 г. составил **88 293 115,3 тыс. руб.**, а газет и журналов – **62 130 957,7 тыс. руб.** (см. табл. 13). Как видно, данные официальной статистики и отраслевого наблюдения за рынком традиционно не совпадают.

Табл. 13.

Розничная продажа книг, газет, журналов, канцелярских и писчебумажных товаров за январь-декабрь 2016 г.*

	Продано, тыс. руб.			В% к соответствующему периоду прошлого года, в сопоставимых ценах		
	Книги	Газеты и журналы	Канцелярские писчебумажные товары	Книги	Газеты и журналы	Канцелярские писчебумажные товары
Российская Федерация (в целом)	88293115,3	62130957,7	45005740,4	+2,5	-0,8	+12,8
<i>в том числе:</i>						
Центральный федеральный округ	52033488,8	16795583,7	14445742,2	+2,8	-9,4	+10,5
г. Москва	29713938,0	7430918,0	4116055,0	+2,2	-2,9	+1,9
Северо-Западный федеральный округ	8322220,5	4242726,4	5339497,7	+2,4	+4,6	+16,4
г. Санкт-Петербург	5476769,0	1474009,0	2496952,0	+0,7	+17,8	+17,0
Южный федеральный округ**	3670884,8	7286663,4	3192593,7	+29,0	+37,5	+40,9
г. Севастополь	10156,5	64532,0	29950,8	-	-	-
Северо-Кавказский федеральный округ	2582375,2	3794847,7	1291104,7	+13,0	+1,6	+33,8
Приволжский федеральный округ	8769065,0	13659344,9	7606763,6	+4,1	-4,5	+13,7
Уральский федеральный округ	4498958,9	5210515,3	2185694,5	+1,4	-4,0	+10,0
Сибирский федеральный округ	4576780,3	8416441,8	5075010,0	-6,6	+6,3	+20,3
Дальневосточный федеральный округ	3839341,8	2724834,5	5869334,0	+4,9	+0,9	-4,2

Примечания: * оперативные данные

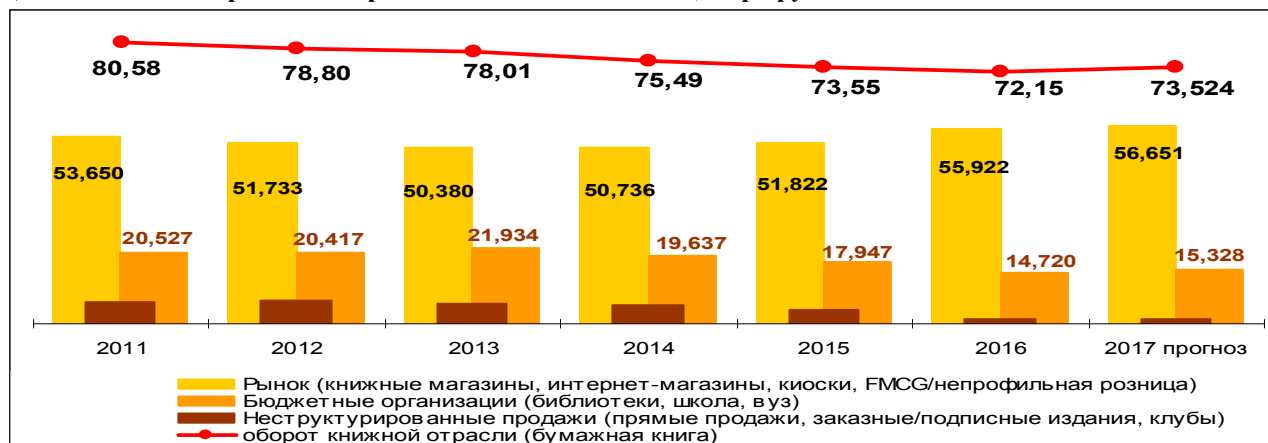
**Указом Президента Российской Федерации от 28.07.2016 № 375 «О Южном федеральном округе» Крымский федеральный округ и город федерального значения Севастополь включены в состав Южного федерального округа.

Источник: Федеральная служба государственной статистики.

Динамика книготоргового оборота России в 2011-2016 гг. представлена на рис. 28. Как видно из представленных данных, начиная с 2011 г., благодаря ежегодной индексации цен производителей на уровне 10% на фоне отрицательной динамики экземплярных продаж бумажной книги, по большинству каналов сбыта ситуация на книжном рынке была относительно стабильна.

Рис. 28.

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

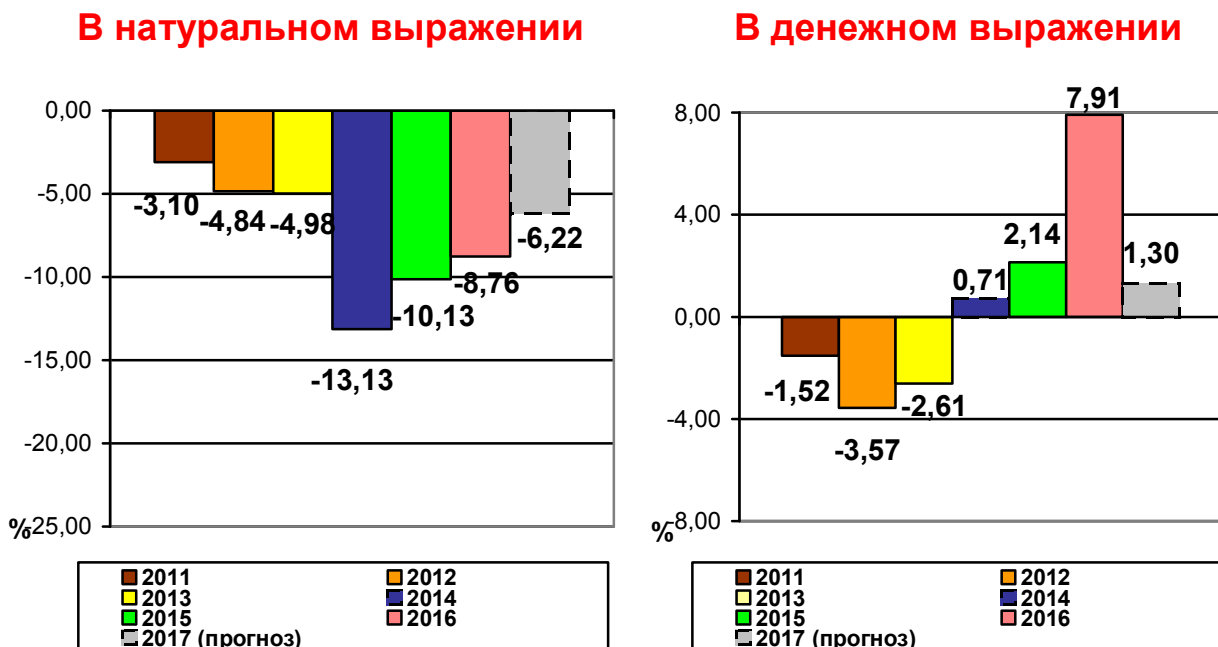


Источник: журнал «Книжная индустрия».

Динамика книжного рынка России в натуральном и денежном (руб.) выражении в 2011-2016 гг. представлены на рис. 29.

Рис. 29.

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



Источник: журнал «Книжная индустрия».

В 2010–2013 гг. в целом по рынку средняя цена реализованного издания демонстрировала плавный рост на уровне 2%. Однако кризис и девальвация рубля привели к резкому скачку цен в 2014 г. В 2015-2016 гг. относительно лояльная ценовая политика поставщиков, их стремление удержать рост цен на книги в пределах рублевой инфляции позволили сохранить спрос на книжном рынке, при этом показав значимую динамику средней цены реализации (см. табл. 14). Согласно прогнозам экспертов отрасли, в 2017 г. и последующих годах индекс средней цены реализации будет постепенно опускаться к привычным для себя ежегодным 3–5%.

По данным исследования журнала «Книжная индустрия», наибольший рост цен для потребителя в 2016 г. зафиксирован в региональном оффлайн-ритейле. Так, в 2016 г. значительно возросла цена поставки по всем разделам ассортимента, в том числе по базовому для регионов сегменту учебной литературы для школ (см. табл. 15).

Табл. 14.

Средняя цена реализованного издания на книжном рынке в 2011–2017 гг., руб.

Канал рынка (без бюджетных закупок)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (прогноз)
Книжные магазины	160,27	161,08	164,32	193,86	221,25	263,23	
интернет-магазины, онлайн	198,36	204,14	196,21	238,72	260,82	298,28	
FMCG, некнижный ритейл	111,34	115,87	116,02	123,57	132,10	151,33	
Средняя цена реализованного издания	158,71	160,83	164,84	191,09	217,18	256,87	277,49
Динамика к предыдущему отчетному периоду		+1,3%	+2,5%	+15,9%	+13,7%	+18,3%	+8,0%

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

Табл. 15.

Средняя цена реализации в базовых тематических блоках и каналах книжного рынка в 2013–2016 гг., руб.

	Независимые книжные магазины								FMCG				Онлайн-каналы			
	Регионы*				Москва				2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016								
Художественная литература	189,14	216,20	247,79	271,88	269,56	269,19	308,22	315,76	106,11	112,58	121,09	127,12	232,65	289,34	326,95	314,76
Детская литература	133,66	158,40	176,66	199,81	220,95	235,34	269,46	264,96	108,36	110,62	113,13	146,58	199,83	263,16	328,95	345,40
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, популярная психология, медицина, эзотерика)	167,73	189,58	212,13	290,51	355,29	417,23	406,43	430,60	170,04	188,46	183,00	197,33	235,51	241,25	277,44	269,21
Образование/учебная литература (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	153,47	201,92	230,73	271,61	331,89	386,74	412,82	392,28	109,67	135,47	230,89	192,39	146,05	179,52	219,01	240,91
Профессиональная литература	163,59	152,84	172,25	198,65	378,02	310,79	302,56	251,04	119,25	161,54	119,73	99,84	284,15	251,84	289,62	292,52

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

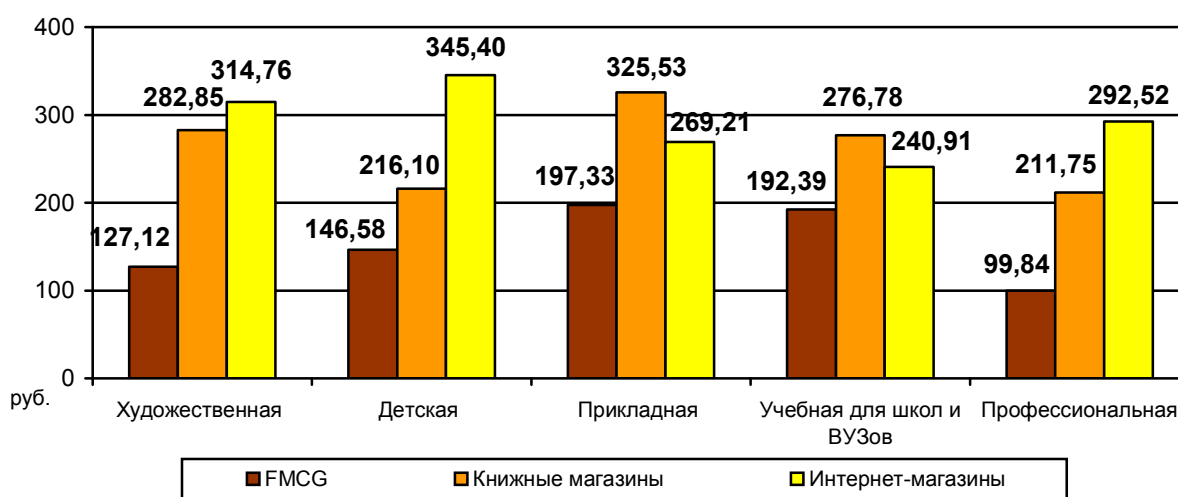
Источники: издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия».

Согласно проведённому исследованию, по итогам 2016 г. значительно увеличилась средняя цена реализованного издания и в разделе прикладной литературы. По мнению экспертов отрасли, это произошло вследствие отказа покупателей от дешевых брошюр по кулинарии и здоровью и, наоборот, повышенного спроса на дорогие альбомы для творчества.

Однако, как видно из рис. 30, самая высокая средняя цена реализованного издания остается в канале интернет-продаж.

Рис. 30.

Средняя цена реализованного издания в разрезе основных тематик и каналов сбыта в 2016 г., руб.

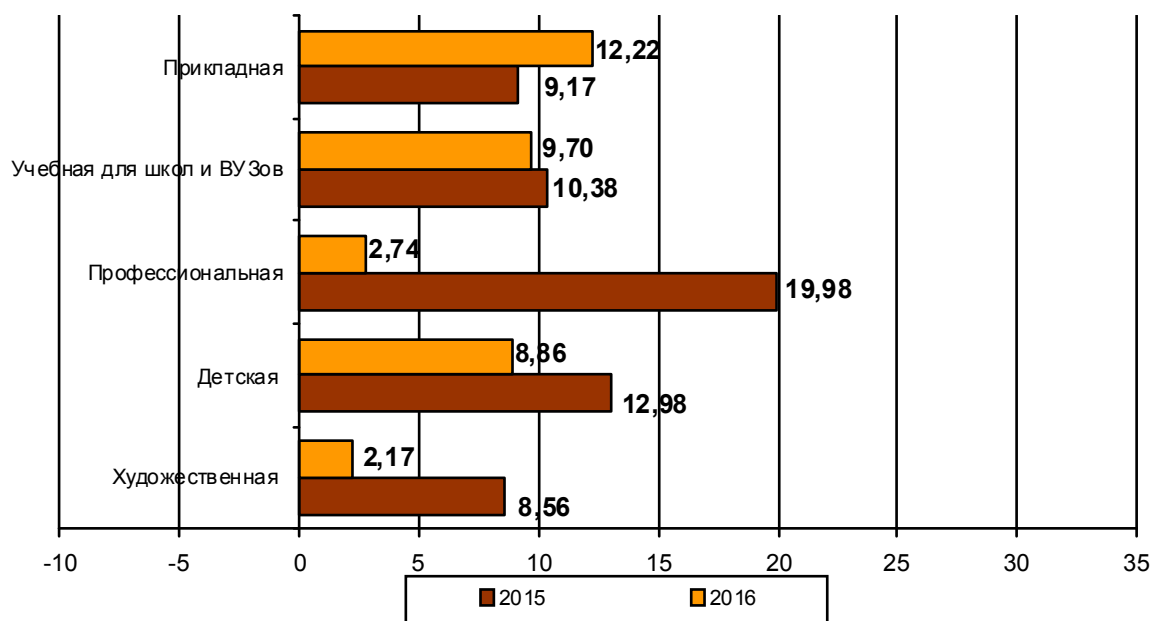


Источники: издательство «Эксмо», журнал «Книжная индустрия».

Индекс потребительских цен в основных тематических разделах книжного рынка в 2015-2016 гг., рассчитанный журналом «Книжная индустрия», представлен на рис. 31.

Рис. 31.

Индекс потребительских цен* в основных тематических разделах книжного рынка в 2015-2016 гг.,%



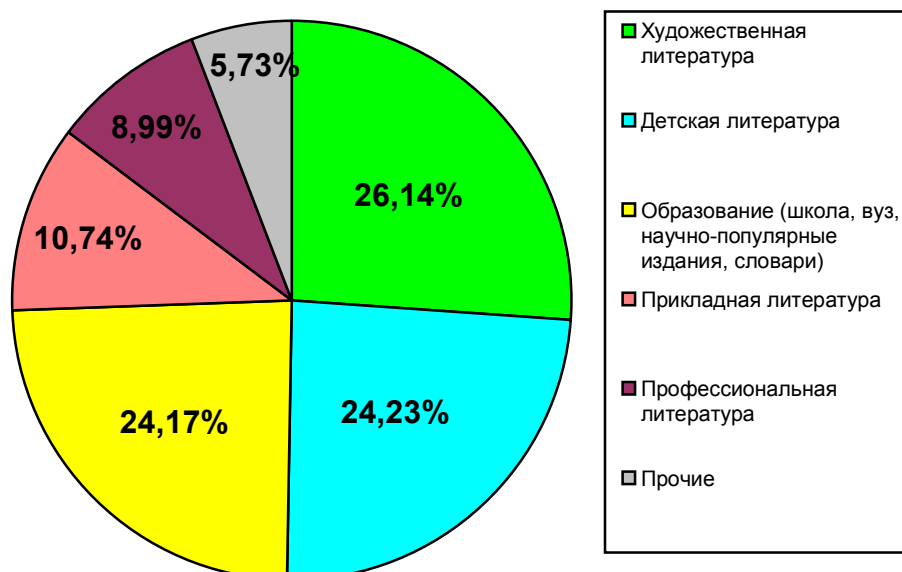
* Средневзвешенный показатель по основным рыночным каналам сбыта

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

Согласно данным опроса ведущих книжных магазинов и сетей, проведенного журналом «Книжная индустрия», в 2016 г. приоритетными разделами в предложении книг покупателю во всех каналах сбыта на книжном рынке остаются художественная литература, литература для детей и юношества, а также учебная литература (см. рис. 32).

Рис. 32.

Доля крупнейших тематических групп в обороте книжного рынка России в 2016 г.,%
(без бюджетных продаж и электронных изданий)



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

Доля укрупнённых тематических групп в обороте книжного рынка (без бюджетных продаж и электронных изданий) в 2013-2017 гг. показана в табл. 16.

Табл. 16.

Доля укрупнённых тематических групп в обороте книжного рынка России в 2013-2017 гг., %
(без бюджетных продаж и электронных изданий)

Сегмент литературы	2013	2014	2015	2016	2017 (прогноз)
Художественная литература	27,93	24,15	25,90	26,14	27,77
Детская литература	21,25	22,90	25,00	24,23	24,11
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	13,56	15,56	20,77	24,17	25,13
Профессиональная литература	11,80	12,22	8,65	8,99	7,96
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, психология, медицина, эзотерика)	12,21	11,46	10,60	10,74	11,28
Прочее	13,25	13,71	9,08	5,73	3,75

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

Динамика продаж по укрупнённым тематическим разделам в 2011-2016 гг., основанная на данных журнала «Книжная индустрия», представлена в табл. 17 и на рис. 33.

Табл. 17.

Динамика продаж в укрупнённых тематических разделах в 2011-2016 гг.

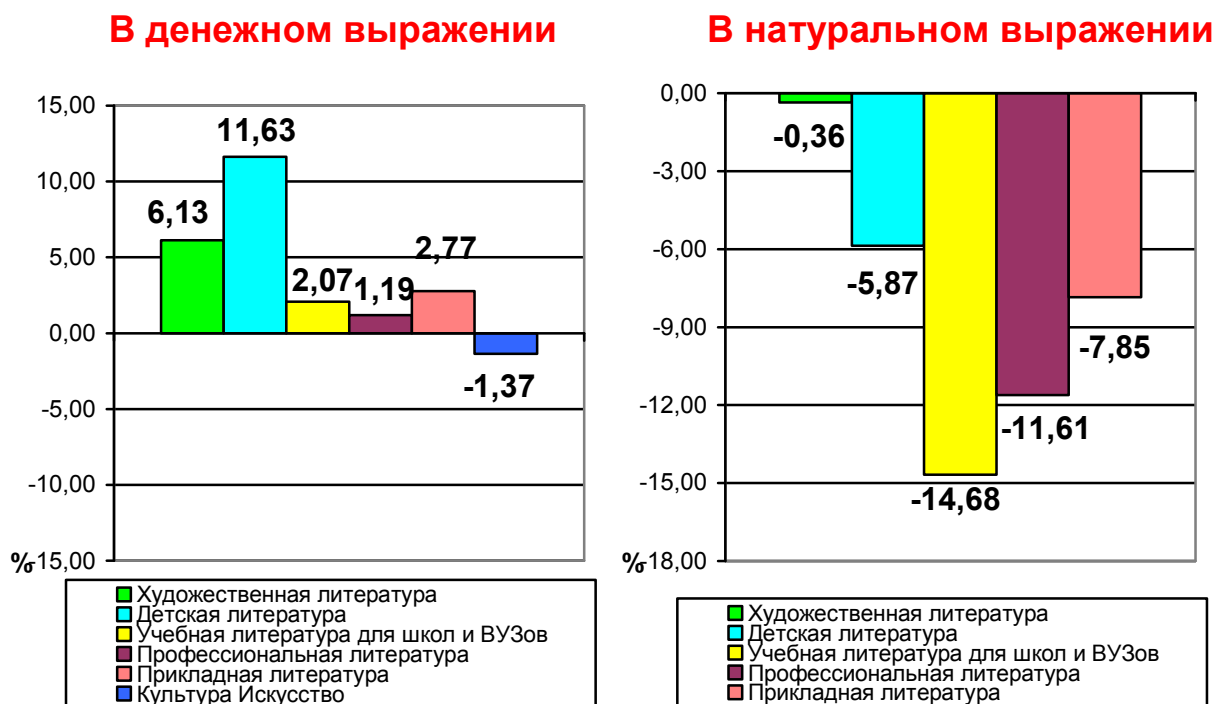
В денежном выражении (руб.)						
Сегмент литературы	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Художественная литература	-3,88	+2,60	+2,03	+4,44	+10,69	+6,13
Детская литература	+3,60	+10,01	+7,68	+4,07	+13,85	+11,63
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	+4,70	+7,21	+6,23	-2,02	+24,67	+2,07
Профессиональная литература	-5,43	+2,25	-2,29	-7,47	-11,10	+1,19
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, психология, медицина, эзотерика)	-2,33	+4,23	-0,13	-3,65	+2,77	+2,77
Культура. Искусство	+3,10	+2,00	+1,37	-2,18	+0,29	-1,37
Прочее	+7,90	+6,30	+4,00	-3,43	-1,25	+3,67
В натуральном выражении (экз.)						
Сегмент литературы	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Художественная литература	-12,93	-4,40	-4,32	-3,69	-1,75	-0,36
Детская литература	+7,53	+7,15	-0,50	-2,46	+1,12	-5,87
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	+6,93	+3,83	-3,07	-3,34	+11,53	-14,68
Профессиональная литература	-8,38	-1,95	-6,66	-11,28	-13,53	-11,61
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, психология, медицина, эзотерика)	-3,63	+1,58	-5,78	-8,81	-13,65	-7,85

Источники: журнал «Книжная индустрия».

Доля розничных каналов сбыта в 2016 г. представлена на рис. 34. С ожидавшейся потерей долей книжного рынка закрыл 2016 год киосковый ритейл, а также снижение своей пропускной способности продемонстрировал FMCG-канал, доля которого в структуре реализации издательств составила 9,6% против 10,6% в 2015 г. Интернет-магазины, напротив, в 2016 г. продолжили укреплять свои позиции. Доля этого канала продаж составила 17,2% от общего оборота книжного рынка против 15,4% в 2015 г. Несмотря на сокращение числа книжных магазинов, именно этот традиционный для книжников канал продаж по-прежнему остаётся приоритетным и сегодня.

Рис. 33.

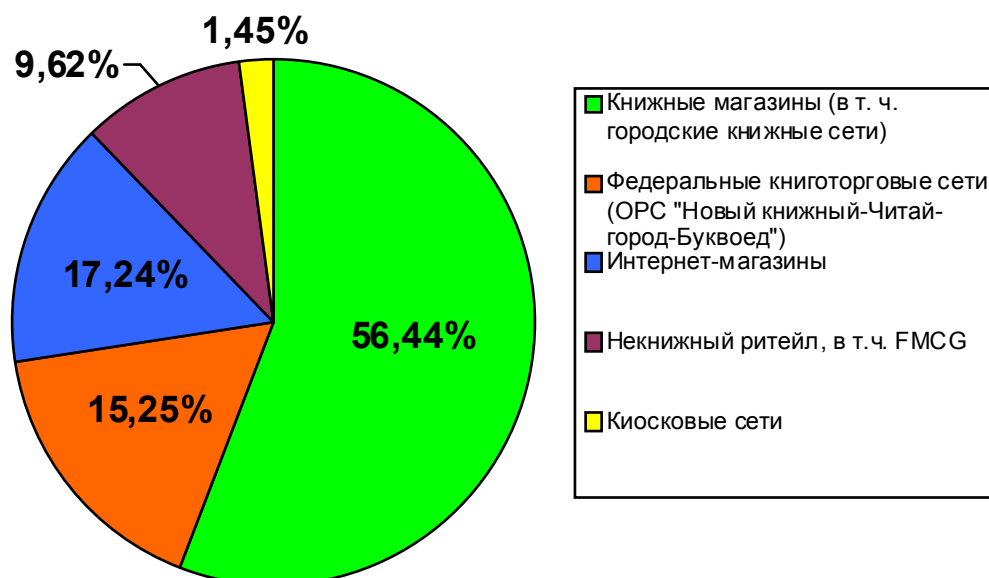
Динамика продаж в укрупнённых тематических разделах в 2016 г., %



Источники: журнал «Книжная индустрия».

Рис. 34.

Доля розничных каналов сбыта в 2016 г., % от оборота книжного рынка



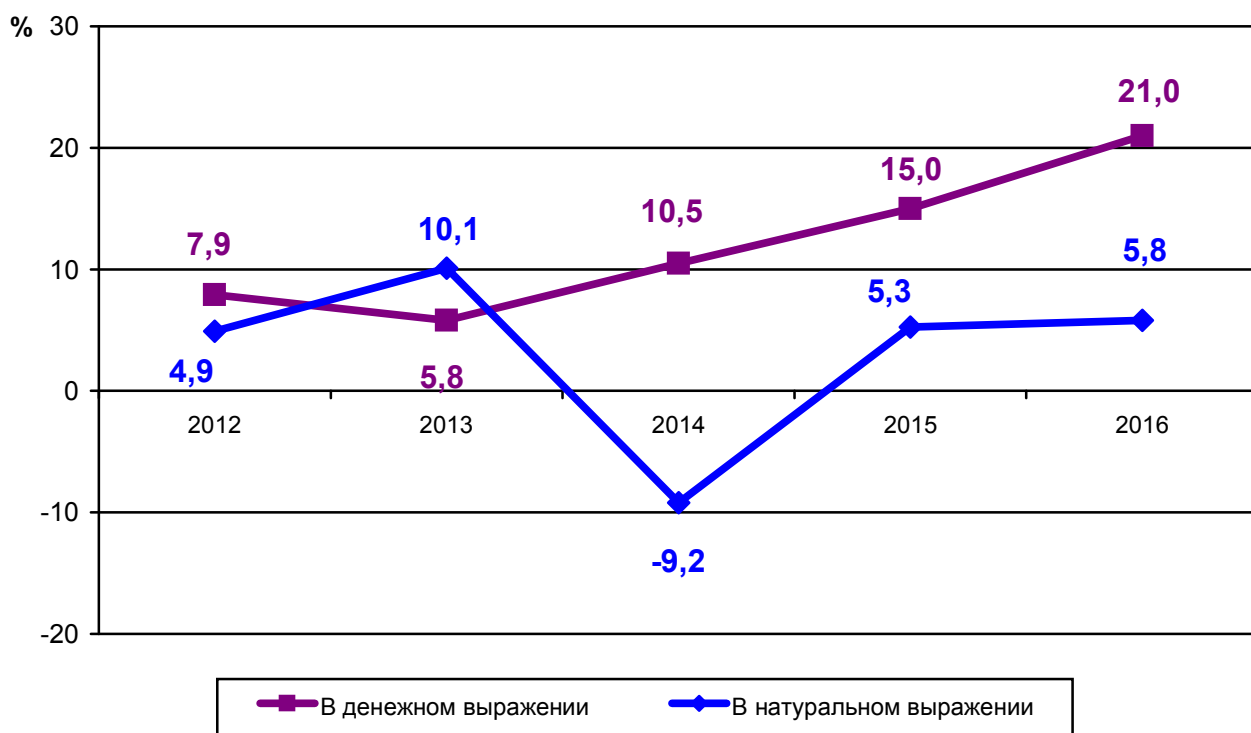
Источник: журнал «Книжная индустрия».

Самым динамично развивающимся сегментом розничного рынка в России в условиях кризиса остаётся рынок интернет-торговли. Согласно данным журнала «Книжная индустрия», в 2016 г. на долю интернет-канала приходилось 17,2% продаж бумажных книг в структуре рыночных каналов сбыта (в 2015 г. – 15,4%, в 2014 г. – 13,7%), или 9,6 млрд. рублей.

По состоянию на 2016 г., все издательства использовали интернет-канал в качестве одного из направлений сбытовой политики, но далеко не все сотрудничают со специализированными дистрибуторами, ограничиваясь возможностями собственного сайта. У большинства крупных и средних издательств с внушительными оборотами интернет-продажи не превышают в среднем 9-20% объема реализации («Росмэн» – 9%, «Эксмо» – 17,7%, «АСТ» – 11%, «РИПОЛ Классик» – 15%, ИГ «Азбука-Аттикус» – 20%, «Питер» – 20%, «Вече» – 12%). Для небольших креативных команд (например, «Самокат», «Альпина», «Клевер») доля интернет-магазинов в совокупном обороте издательства может достигать до 40-60%, для издателей учебно-методического «шлейфа» («Вако», «Легион»), напротив, – опускаться до 6-7%. Серьезные игроки учебного рынка школьных учебников («Просвещение», «Вентана-Граф», «Дрофа» и др.) в целом мало ориентируются на продажи через этот канал – на уровне 0,4-2,5% от объема реализации.

Рис. 35.

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



Источник: аналитика журнала «Книжная индустрия».

По данным исследования журнала «Книжная индустрия», за последние пять лет интернет-канал только в 2014 г. показал отрицательное значение по динамике экземплярных продаж, что во многом было обусловлено серьёзным ростом (+21%) средней цены печатной книги. Отчасти это связано и с внутренними проблемами канала – достижением точки насыщения в быстро растущем и наименее затратном Московском регионе и переключением на

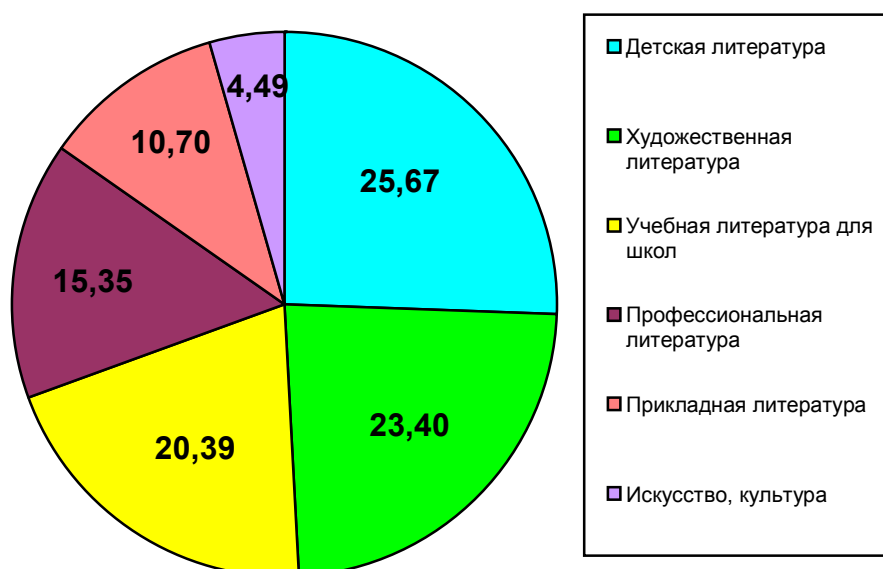
работу с консервативной региональной аудиторией. Однако в 2015-2016 гг. ситуация стабилизировалась – продажи книг росли и в денежном, и в натуральном выражении.

При этом следует отметить, что в 2016 г. оборот интернет-магазинов увеличился преимущественно за счет роста средней цены реализации, и хотя динамика экземплярных продаж остается в области положительных значений (+5,8%), темпы их прироста остались на уровне 2015 г.

В ассортиментной карте интернет-канала преобладают тематические блоки детской литературы (26%), художественной литературы (23%), а также учебной литературы для школ (20%) (см. рис. 36).

Рис. 36.

Ассортиментная карта книжного предложения интернет-канала в 2016 г., (доля раздела,%)



Источник: экспертный опрос (данные READ.ru, OZON.ru, Книга.ру, My-shop.ru, Labirint.ru), сентябрь 2016 г.

Основными трендами развития книжного интернет-канала в 2016 г. являлись:

- снижение темпов прироста клиентской базы (в пределах 3 процентных пунктов к 2015 г.);
- высокое абсолютное значение среднего чека (1264 руб.) с темпом среднегодового прироста на уровне 5,1%;
- увеличение дисконтных программ и клиентских сервисов (адресный мейлинг, дни издательств, контекстная реклама, работа с блогами и социальными сетями).

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

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

В табл. 18 представлены ведущие книжные интернет-магазины в Рунете.

Табл. 18.

Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете

Название магазина	Адрес в Интернете	Число наименований книг в ассортименте							Владелец	Год создания	
		2011	2012	Январь 2013	Январь 2014	Февраль 2015	Февраль 2016	Февраль 2017			
Books.ru	www.books.ru	128 906	3 508 036	4 779 189	5 224 144	5 273 887	5 348 315	5 397 842	ООО «Символ-Плюс»	1996	
OZON.ru	www.ozon.ru	790 000	1 800 000	1 800 000	2 000 000	2 300 000	2 500 000	3 200 000	Baring Vostok Private Equity Fund	1998	
Book24* (Read.ru)	www.book24.ru	более 200 000	337 587	2 609 781	3 022 206	2 181 556	1 500 000	207 733	ООО «Торговый Дом «Эксмо»	2009	
My-shop.ru	www.my-shop.ru	н/д	н/д	н/д	1 203 480	739 735	695 036	700 458	н/д	2003	
«Книга.ру»	www.kniga.ru	н/д	н/д	н/д	444 180	371 140	513 285	более 500 000	н/д	2008	
«Библио-Глобус»	www.bgshop.ru	250 000							Холдинг «Библио-Глобус»	2000	
«Библион»	www.biblion.ru	220 000	ок. 250 000							ЗАО «Библион – Русская книга»	1999
Московский дом книги	www.mdk-arbat.ru	в среднем 179 000							Московский дом книги	2009	
«Лабиринт»	www.labirint-shop.ru	84 090	117 070	119 813	137 822	139 534	150 816	147 510	ООО «Лабиринт»	2005	
ТДК «Москва»	www.moscowbooks.ru	-	38000	38300	более 40 000	более 40 000	более 40 000	около 36 000	ООО ТДК «Москва»	2012	

*Сайт интернет-магазина Read.ru переехал на домен интернет-магазина book24.ru, находящегося под управлением ООО «Торговый Дом «Эксмо».

Источники: данные компаний, РБК, экспертные оценки.

Согласно экспертной оценке, ещё в 2015 г. канал интернет-продаж сменил лидера. Многолетнее первенство «OZON.ru» перешло к «Лабиринту», который на протяжении последних трёх лет динамично рос, в то время как «OZON.ru» сместил фокус с книг на мультитоварный ассортимент и недостаточно учитывал интересы читателей, а также современные тенденции работы с социальными сетями. Впрочем, по данным самого «OZON.ru» его доля на рынке книжной электронной коммерции России в январе 2017 г. составляет 25%.

Однако и в работе интернет-магазина «Лабиринт» в начале 2017 г. возникли сложности. По информации газеты «Коммерсантъ», издательские группы «Альпина Паблишер» и «Азбука-Аттикус» в феврале 2017 г.

прекратили поставки книг в данный интернет-магазин. Издатели жалуются на жесткие условия сотрудничества, которые приводили их к низкой маржинальности. В самом интернет-магазине отказались комментировать сложившуюся ситуацию.

По словам совладельца ИГ «Альпина Паблишер» Александра Лиманского, издательство работало с «Лабиринтом» более десяти лет, но решило прекратить сотрудничество из-за неприемлемых условий: издатели должны предоставлять «Лабиринту» существенные скидки и бонусы, а также делать запасы книг на складе магазина на шесть месяцев продаж. Что, по словам А.Лиманского, приводило к крайне низкой маржинальности за счёт низкой цены поставки и потерь в замороженных товарных остатках и оборотных средствах. На «Лабиринт» приходилось около 8% всего оборота ИГ «Альпина Паблишер». По словам А.Лиманского, после отказа от работы с «Лабиринтом» доход ИГ «Альпина Паблишер» существенно вырос: продажи в других интернет-магазинах увеличились от 20% до 50%. В целом онлайн-продажи дают 50-60% оборота ИГ «Альпина Паблишер».

Генеральный директор ИГ «Азбука-Аттикус» Леонид Шкурович не исключает, что поставки в «Лабиринт» возобновятся. Сейчас стороны находятся в процессе переговоров. Пока поставки прекращены для всех четырех издательств группы – «Азбуки», «Иностранки», «Колибри» и «Махаона». Долю «Лабиринта» в продажах «Азбуки-Аттикус» Л.Шкурович не раскрывает. Однако совокупно на онлайн-продажи приходится около 25% оборота ИГ «Азбука-Аттикус».

Говоря об интернет-торговле, нельзя не отметить и тот факт, что в конце 2016 г. издательский холдинг «Эксмо-АСТ» выкупил домен одного из крупнейших российских книжных интернет-магазинов – «Read.ru». Стоимость сделки не разглашается.

В настоящее время посетители «Read.ru» перенаправляются в собственный интернет-магазин ИГ «Эксмо-АСТ» – «Book24». Ранее «Read.ru» принадлежал группе «Логос», специализирующейся на дистрибуции периодических изданий и основанной президентом Ассоциации распространителей печатной продукции Дмитрием Мартыновым.

Домен «Read.ru» был зарегистрирован на ООО «Финанс-Медиа», а управляла магазином компания ООО «Логос-Интернет», которую в ноябре 2016 г. потребовали признать банкротом кредиторы, среди которых, помимо других компаний группы «Логос» («Логос-Финанс», «Финанс-Медиа», «Пресса Москвы» и др.), также были ТД «Лабиринт», издательская группа «Азбука-Аттикус», продавец косметики «Бьюти Сизонс».

Интернет-магазин «Read.ru» был основан в 2009 г. и помимо книг также реализовывал периодические издания, игрушки, канцтовары, товары для хобби, косметику. Аудитория интернет-магазина «Read.ru» до начала проблем в его работе достигала 1,2 млн пользователей (данные компании «SimilarWeb» за октябрь 2016 г.). Посещаемость «Book24» ИГ «Эксмо-АСТ» в январе 2017 г. составила 1,1 млн пользователей. На переходы с партнерских доменов

приходится около трети этого трафика, из которой 47% составляет трафик с «Read.ru».

Важную роль в продаже книг играют непрофильные для книжников каналы сбыта – торговые площадки FMCG-сетей (включая сетевой ритейл товаров для детей и товаров для хобби), предлагающие книги в качестве сопутствующего товара. В 2016 г. непрофильный ритейл показал снижение пропускной способности до 9,62% оборота книжного рынка или 5,38 млрд. руб. (в 2015 г. – 5,47 млрд. руб.).

По итогам 2016 г. экземплярные продажи книг в обороте канала FMCG-сетей упали на 16,7%, и даже значительный рост цен не позволил обороту выйти в область положительных значений, остановившись на уровне минус 1,69% к 2015 г. Из укрупненных тематических групп книжного ассортимента в непрофильных каналах сбыта растут только продажи детской литературы. Несмотря на то, что в 2016 г. в структуре реализации крупных издательств (ИГ «Азбука-Аттикус», ИГ «Эксмо-АСТ») доля FMCG-канала составляла в среднем 12%, тем не менее, в перспективе на 2017-2018 гг. многие издательства планируют сократить объемы продажи книг через этот канал сбыта, сосредоточившись на классических книжных и интернет-магазинах.

Табл. 19.

Средняя цена реализации книжного издания в FMCG-сетях в 2014-2016 гг., руб.

Сегмент литературы	«Ашан»			«Metro»			«О'КЕЙ»		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Общественно-политическая литература	101,77	61,88	92,02	264,18	211,37	136,94	33,80	85,94	78,40
Детская литература	121,91	118,52	144,69	119,74	107,88	160,69	81,09	113,00	136,27
Прикладная литература (дом-быт-досуг, кулинария, психология, медицина, эзотерика)	151,18	142,23	190,49	212,20	236,75	231,04	178,27	170,02	177,29
Образование (школа, вуз, научно-популярные издания, словари)	126,07	299,81	238,30	171,15	286,07	168,75	73,52	106,80	124,22
Художественная литература	112,50	118,97	130,63	117,82	125,68	128,26	102,19	118,61	118,97

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

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

Среди основных партнеров книжных издательств в этом канале в 2016 г. можно отметить «Ашан», «Metro», «О'КЕЙ», «Лента», «Магнит», «Глобус». Указанные сети характеризуются следующими показателями:

«Ашан» – 100 площадок в России (в 2016 г. открылось 37 магазинов), сеть расширила свое присутствие в Центральном, Сибирском и Уральском федеральных округах.

«Metro Cash & Carry» – 89 площадок в 50 регионах РФ.

«Магнит» – 14 059 площадок, в т.ч. 237 гипермаркетов с присутствием печатной продукции в торговом зале с преимущественным размещением в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском федеральных округах.

«ОКЕЙ» – 164 площадки, в т.ч. 110 гипермаркетов и супермаркетов с присутствием книг в торговом зале.

«Детский мир» – 480 магазинов (в 2016 г. открылось 100 магазинов) в 178 городах России и Казахстана.

«Буду мамой» – 120 магазинов в 65 городах РФ.

«Детки» – 30 магазинов Москве и Санкт-Петербурге.

«Дикси» – 2 594 магазина в России.

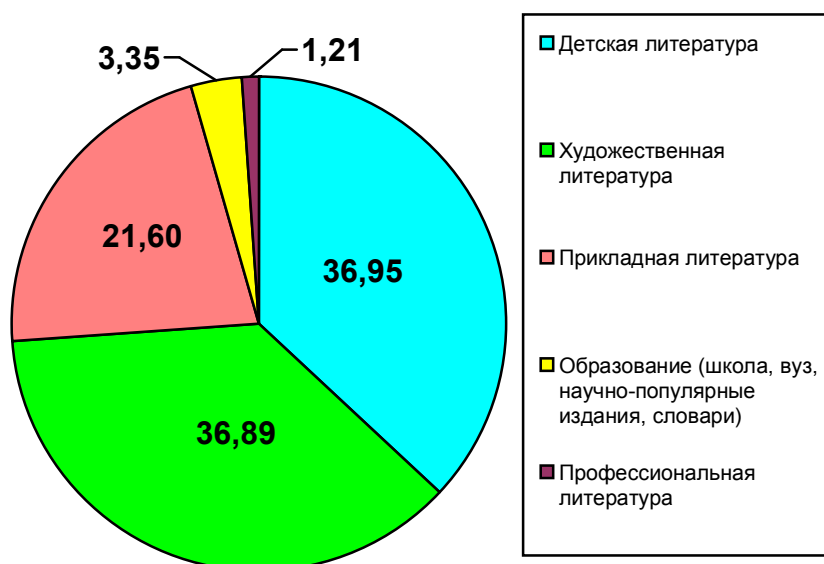
«Седьмой континент», сеть супермаркетов – 112 магазинов в Москве, Ростове-на-Дону, Перми, Ярославле

«Лента» – 190 гипермаркетов в 77 городах России (в т.ч. 50 в Москве).

Доля укрупнённых тематических групп в обороте FMCG-сетей в 2016 г. представлена на рис. 37.

Рис. 37.

Доля укрупнённых тематических групп в обороте FMCG сетей в 2016 г., %



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

Менее значимы в структуре реализации российских книжных издательств киосковые сети. По итогам 2016 г., доля киосков в структуре рыночных каналов сбыта книжной продукции составляет лишь 1,5% (в 2014 г. – 4,2%; в 2015 г. – 2,2%) или 0,813 млрд. руб. Далеко не все издатели работают с этим каналом, пропускная способность которого предположительно будет только снижаться в силу сокращения численности киосковых сетей и требований безусловной готовности поставщика к снижению маржинальности бизнеса из-за низкой границы средней цены продукта, реализуемого через киосковую сеть.

Среди основных партнеров книжных издательств в этом канале в 2016 г. – «АРИА-АиФ», «Метропресс-Первая полоса», «Желдорпресс-ГП», «Хорошие новости», ТД «Роспечать» и пр.

Для сравнения приведём данные Ассоциации американских издателей по продажам книг в США в 2016 г.

Согласно данным исследования Ассоциации американских издателей, куда поступают данные о продажах более чем 1 200 издательств, в первом квартале 2016 г. по сравнению с аналогичным периодом в 2015 г. падение дохода от продажи книг составило 2,7%.

На протяжении первых трёх месяцев 2016 г. сократились продажи книг в следующих сегментах:

- литература для взрослых – на 10,3%;
- детская литература – на 2,1%;
- электронные книги – на 21,8%;
- книги в твёрдом переплёте – на 8,5%.

Положительная динамика наблюдается в сегменте книг в переплёте, реализация которых повысилась на 6,1%. Рост продаж аудиокниг (на 35,3%) свидетельствует о том, что в настоящий момент это самая устойчивая категория товаров.

В 2015 г. большой рост прибыли для издателей и книготорговцев обеспечили раскраски для взрослых, предназначенные для развлечения. В 2015 г. в США было продано около 12 млн раскрасок по сравнению с 1 млн в 2014 г. В 2016 г. спрос на эту категорию ассортимента начал падать. В настоящий момент наблюдается новая тенденция: всё больше людей слушают книги, а не читают их. Эта тенденция спровоцировала отток покупателей книг в переплёте и электронных книг и, соответственно, падение продаж в этих категориях товаров. В свою очередь, в сегменте скачиваемых аудиокниг произошел резкий скачок прибыли.

Одним из самых значительных факторов на рынке, который вряд ли исчезнет в ближайшее время, является снижение продаж электронных книг, что, несомненно, будет сказываться на издательских доходах. Несмотря на то, что издатели когда-то опасались влияния электронных книг на продажи в более прибыльных категориях (например, книги в твёрдом переплёте), сейчас они обнаруживают, что электронные книги являются решающим двигателем прибыли, потому что они практически ничего не стоят при их производстве и совершенно ничего при транспортировке. При этом, они, к тому же, не могут быть возвращены розничными торговцами как нераспроданный товар. Тем не менее, в течение нескольких месяцев продажи электронных книг резко упали, отчасти, из-за роста цен, которые после переговоров с Amazon устанавливают издатели.

Падение продаж электронных книг и стабилизация на рынке печатных книг привели к тому, что увеличился возврат нераспроданных книг от розничных книготорговцев и вследствие этого снизился доход издательств. Хотя некоторые покупатели могут обменивать электронные книги на их печатные аналоги, приобретая их у издательств, другие же могут купить более дешёвый самиздат электронных книг на Amazon.

Эти причины частично объясняют, почему отдельные данные статистического агентства «Nielsen», которое отслеживает только продажи печатных книг, так сильно отличаются от данных, предоставляемых

издательствами. В частности, аналитик книжной индустрии и создатель профессионального сервиса «Publishers Marketplace» Михаэль Кадер отмечает, что статистика «Nielsen» за первую половину 2016 г. демонстрирует рост продаж печатных книг на 16,4 млн экземпляров.

Некоторые аналитики книжного рынка полагают, что медленное падение продаж (которое, вероятно, продолжится), повлияло на слабые результаты первого квартала 2016 г.. Майк Шацкин, основатель и исполнительный директор аналитической компании «Idea Logical», считает, что следует ожидать медленного сокращения бизнеса, поскольку всё больше и больше людей читают на многофункциональных устройствах, в которых есть все виды развлечений, отвлекающих от чтения книг.

Некоторые исследования показывают, что в США чтение литературы во время досуга находится в состоянии упадка. Опрос, проведённый федеральным агентством «The National Endowment» в августе 2015 г., показал, что в предшествующем (2014) году только 43% взрослых американцев прочли произведение литературы ради удовольствия. В аналогичном исследовании 1982 г. этот показатель составлял 57%.

Ниже традиционно приводим данные об объёмах российского экспорта и импорта печатной продукции (в табл. 20-21).

Табл. 20.

Российский экспорт печатной продукции в 2015 и 2016 гг.

№ п/п	2015	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США	№ п/п	2016	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США
Печатные книги, брошюры, листовки и аналогичные печатные материалы				Печатные книги, брошюры, листовки и аналогичные печатные материалы			
1.	Нидерланды	2 501	130 423 273	1.	Индия	10 322	70 480 260
2.	Индия	12 016	80 876 271	2.	Китай	12 042	22 841 510
3.	Бангладеш	3 117	37 135 738	3.	Иран	2 514	17 028 711
4.	Китай	10 584	36 743 766	4.	США	203 740	13 993 472
5.	Иран	2 042	9 342 024	5.	Венесуэла	905	10 441 011
6.	Казахстан	1 683 058	9 291 213	6.	Казахстан	1 859 192	9 689 523
7.	США	217 837	6 339 678	7.	Финляндия	5 725	7 383 719
8.	Вьетнам	1 775	5 615 239	8.	Мьянма	313	5 344 167
9.	Беларусь	938 370	5 436 403	9.	Беларусь	960 343	4 908 322
10.	Болгария	8 539	4 724 718	10.	Алжир	965	4 585 676
Газеты, журналы и прочие периодические издания				Газеты, журналы и прочие периодические издания			
1.	Беларусь	4 160 869	20 817 962	1.	Беларусь	2 900 169	12 169 445
2.	Казахстан	1 079 104	5 321 909	2.	Казахстан	680 377	3 049 211
3.	Латвия	425 791	1 473 138	3.	Латвия	394 747	1 381 107
4.	Азербайджан	163 282	1 266 659	4.	Украина	281 385	1 148 785
5.	Германия	103 255	1 190 059	5.	Азербайджан	107 042	1 019 899
6.	Украина	346 084	1 101 384	6.	Германия	81 526	954 662
7.	Китай	11 263	1 064 339	7.	Китай	9 091	827 698
8.	США	34 958	1 035 889	8.	США	23 068	806 211
9.	Эстония	237 484	848 035	9.	Эстония	219 246	798 392
10.	Австрия	14 172	808 039	10.	Молдова	145 779	743 197
Книги-картинки, книги для рисования или раскрашивания, детские				Книги-картинки, книги для рисования или раскрашивания, детские			
1.	Беларусь	161 071	962 659	1.	Казахстан	176 842	1 196 299
2.	Казахстан	135 198	805 758	2.	Беларусь	165 068	1 077 626
3.	Латвия	32 142	221 239	3.	США	40 162	264 855
4.	США	33 288	214 003	4.	Латвия	18 312	139 932
5.	Украина	18 897	88 051	5.	Украина	29 105	128 749
6.	Литва	5 394	86 323	6.	Литва	6 765	89 897

№ п/п	2015	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США	№ п/п	2016	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США
7.	Молдова	20 682	84 900	7.	Молдова	14 741	86 622
8.	Узбекистан	6 473	52 035	8.	Израиль	12 061	69 163
9.	Израиль	6 389	50 088	9.	Узбекистан	9 968	58 756
10.	Эстония	5 159	36 388	10.	Таджикистан	51 416	56 040

Источник: Федеральная таможенная служба России.

Табл. 21.

Российский импорт печатной продукции в 2015 и 2016 гг.

№ п/п	2015	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США	№ п/п	2016	Вес нетто, кг.	Стат. стоимость, долл. США
Печатные книги, брошюры, листовки и аналогичные печатные материалы				Печатные книги, брошюры, листовки и аналогичные печатные материалы			
1.	Китай	4 300 253	25 104 336	1.	Китай	1 838 912	21 187 779
2.	Италия	574 848	18 236 954	2.	Италия	304 310	15 674 297
3.	Финляндия	596 696	9 647 791	3.	Великобритания	662 418	11 506 092
4.	Великобритания	503 024	9 248 299	4.	Германия	203 407	11 193 937
5.	Германия	328 878	8 388 166	5.	США	61 269	6 423 191
6.	США	55 740	7 325 379	6.	Венгрия	233 784	6 144 368
7.	Латвия	2 561 672	6 789 774	7.	Латвия	2 201 361	6 004 074
8.	Украина	2 314 472	5 560 581	8.	Нидерланды	22 950	5 222 676
9.	Нидерланды	32 689	4 253 184	9.	Эстония	306 533	4 534 776
10.	Эстония	236 996	4 107 497	10.	Украина	1 233 374	3 458 230
Газеты, журналы и прочие периодические издания				Газеты, журналы и прочие периодические издания			
1.	Украина	4 573 702	27 234 190	1.	Украина	3 558 452	20 892 965
2.	Финляндия	8 388 424	12 954 898	2.	Финляндия	6 560 611	8 763 639
3.	Польша	6 750 373	12 420 159	3.	Польша	4 982 746	8 331 086
4.	Франция	726 841	10 164 797	4.	Франция	383 276	3 897 565
5.	Чехия	5 436 842	9 514 761	5.	Беларусь	641 100	2 892 813
6.	Беларусь	967 330	5 830 219	6.	Чехия	1 889 872	2 438 246
7.	Германия	1 728 340	2 588 443	7.	Эстония	924 331	1 943 843
8.	Литва	1 118 449	2 263 547	8.	Германия	1 363 714	1 828 075
9.	Италия	1 148 091	2 195 178	9.	Литва	606 663	1 226 307
10.	Эстония	857 109	2 028 982	10.	США	123 885	1 193 838
Книги-картинки, книги для рисования или раскрашивания, детские				Книги-картинки, книги для рисования или раскрашивания, детские			
1.	Китай	2 035 977	6 503 866	1.	Китай	1 518 487	5 405 457
2.	Украина	262 348	1 074 543	2.	Тайвань	328 510	691 223
3.	Малайзия	108 459	515 001	3.	Гонконг	199 619	668 803
4.	Гонконг	111 492	505 087	4.	Украина	145 358	667 653
5.	Польша	72 455	320 843	5.	Латвия	116 961	327 399
6.	Латвия	93 240	260 840	6.	Польша	35 616	224 372
7.	Тайвань	132 399	254 221	7.	Малайзия	48 618	203 313
8.	Индия	43 003	237 996	8.	Беларусь	52 245	152 123
9.	Венгрия	22 720	127 614	9.	Италия	26 539	102 785
10.	Словакия	31 200	104 684	10.	Индия	28 709	88 800

Источник: Федеральная таможенная служба России.

Как видно из приведённых таблиц, в российском экспорте книг и брошюр в 2016 г. лидировали Индия (с объёмом поставок более 70 млн долл. США) и Китай (более 22 млн долл. США). В российском импорте книжной продукции первые места занимают Китай (21,2 млн долл. США) и Италия (15,7 млн долл. США).

Как видно из табл. 16 начиная с 2015 г. из числа стран, в которые на протяжении многих лет в большом объёме экспортировалась российская книжная продукция, исчезла Украина. Если в 2013 году, по данным ФТС России, объём российского экспорта всей печатной продукции на Украину

составил 34,6 млн долл. США, то в 2015 г. – уже только 4,7 млн долл. США. 8 декабря 2016 г. на Украине был принят закон № 1780-VIII «О внесении изменений в некоторые законы Украины относительно ограничения доступа на украинский рынок иностранной печатной продукции антиукраинского содержания», который препятствует ввозу с территории Российской Федерации печатной продукции и, тем самым, существенно ограничивает право русскоязычного населения Украины на получение объективной информации на родном языке, наносит ущерб российским издательствам, традиционно экспортирующим свою продукцию на Украину. Есть опасения, что в результате действия вышеуказанного закона объём экспорта российской печатной продукции на Украину может сократиться до ничтожных величин.

2.2. Показатели деятельности книоторговых предприятий в России

В январе 2017 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям провело анкетное исследование основных характеристик деятельности книоторговых предприятий в кризисные годы. Исследование строилось на анализе показателей федеральных и региональных книоторговых сетей, а также ряда независимых книжных магазинов. В числе компаний, согласившихся принять участие в проводимом Роспечатью опросе, были: Торговый Дом «Библио-Глобус», Торговый Дом Книги «Медведково», Дом книги «Молодая гвардия», Дом книги «Москва» книжный магазин «Фаланстер». Среди книоторговых сетей – объединённая розничная сеть «Новый книжный – Читай-город – Буквоед» (439 магазинов), книоторговая сеть «Амитель» (г. Воронеж, 36 магазинов), книоторговая сеть «Барс» (г. Рязань, 5 магазинов), сеть книжных магазинов «Магистр» (г. Ростов-на-Дону, 25 магазинов), книоторговая сеть «Пегас» (г. Казань, 49 магазинов), книоторговая группа «ПродаЛитЪ» (г. Иркутск, 51 магазин), торговая сеть «Ростовкнига» (г. Ростов-на-Дону, 14 магазинов). Данные, приводимые ниже, основаны на результатах опроса указанных книоторговых предприятий.

В табл. 22 представлен состав ведущих книоторговых сетей России, а в табл. 23 – состав ведущих книжных оптовиков и библиотечных коллекторов России.

Табл. 22.

Ведущие книоторговые сети России по количеству книжных магазинов

№ п/п	Компания (владелец)	Название (торговая марка)	Кол-во магазинов								
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012	Январь 2013	Апрель 2014	Февраль 2015	Февраль 2016	Февраль 2017
1.	Эксмо	ОРС «Новый книжный – Читай-город – Буквоед», в т.ч.	132	162	167	220	212	244	295	359	439
		«Новый книжный»	66	63	61	54	49	44	33	19	12
		«Буквоед»	35	43	47	51	55	65	75	91	116

Город	Название	Деятельность	Ассортимент, наименований								
			Апрель 2009	Апрель 2010	Апрель 2011	Апрель 2012	Январь 2013	Январь 2014	Февраль 2015	Февраль 2016	Февраль 2017
	«Омега-Л»	Опт, библиотечный, интернет-магазин	48594*	56744* 68462**	129035*	155293*	155277*	190441*	203237*	200568*	196054*
	«Гранд-Фаир»	Библиотечный	40000***	ок. 30000**	100000- 150000**	ок. 170000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**
	«Библиотечный»	Библиотечный	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**	более 100000**
	«Абрис»	Опт	30000***	30000**	более 25000*	более 25000*	более 25000*	более 25000*	более 25000*	более 25000**	более 30000*
	«Юрайт»*	Опт	15070*	42178*	40898*	более 50000*	более 50000*	более 50000**	более 50000**	более 50000**	н/д
Санкт-Петербург	«Бизнес-Пресса»	Опт, розница, библиотечный	80000***	ок. 80000**	ок. 80000*	ок. 80000*	ок. 120000*	более 120000*	н/д	595261*	595261*
Архангельск	«АВФ-книга»	Опт	80000***	ок. 80000**	ок. 80000**	более 80000*	более 80000*	более 80000**	более 80000**	более 80000**	более 80000**
Ростов-на-Дону	«Ростовкнига»	Опт	75000**	62000**	53000**	53000**	56000**	60000**	63000**	55000**	55000**
	«Магистр»	Розница	96063**	97451**	98046**	97840**	99227**	98000**	95000**	79339**	92003**
Воронеж	«Амита»	Розница, опт	81700**	78800**	80000**	78200**	75800**	72800**	70500**	61369**	62947**
Самара	«Киви» («Чакана»)	Розница, опт	80000***	357576*	394881*	263759*	41291*	39346*	25982**	191445**	184710*
	«Метид»	Розница, опт	54278*	ок. 80000**	ок. 80000**	ок. 70000**	ок. 70000**	ок. 70000**	ок. 70000**	83851*	363059*
Челябинск	«Интерсервис»	Розница, опт	55791*	ок. 60000**	ок. 60000**	ок. 100000**	ок. 100000**	120000**	132000**	52020*	45967*
Екатеринбург	«Люмна»	Розница, опт	60000***	34152*	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	ок. 100000**	75000**	37397*
Новосибирск	«Экор-книга»	Розница, опт	54832*	52048*	более 50000*	более 50000*	более 50000*	более 50000*	более 50000*	более 50000**	н/д
Иркутск	«ПродаЛитЪ»	Розница, опт	90000***	150000** (в розн.) 200000** (в опте)	150000*	150000*	230000**	235000**	200000*	более 200000*	более 200000*
Хабаровск	«Мирс»	Розница, опт	30000***	35000***	36000**	40000**	40000**	40000**	40000**	282355*	357313*
Петропавловск-Камчатский	ЧП «Кожан С.П.»	Розница, опт	60000**	60000**	60000**	63000**	59000**	54000- 55000**	более 50000**	н/д	н/д

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

** – собственная оценка компаний;

*** – экспертная оценка специалистов;

Источники: данные компаний, экспертная оценка.

Анализ деятельности книоторговых компаний за 2008-2016 гг. показал, что на фоне банкротства отдельных книоторговых сетей и закрытия целого ряда магазинов, устоявшие на ногах предприятия в кризисные годы вынуждены были оперативно приспосабливаться к меняющимся обстоятельствам, выбрали стратегию сокращения площадей, отведённых под книжную продукцию и, соответственно, снижения числа книг, представленных в торговых залах, за счёт увеличения ассортимента не книжных товаров.

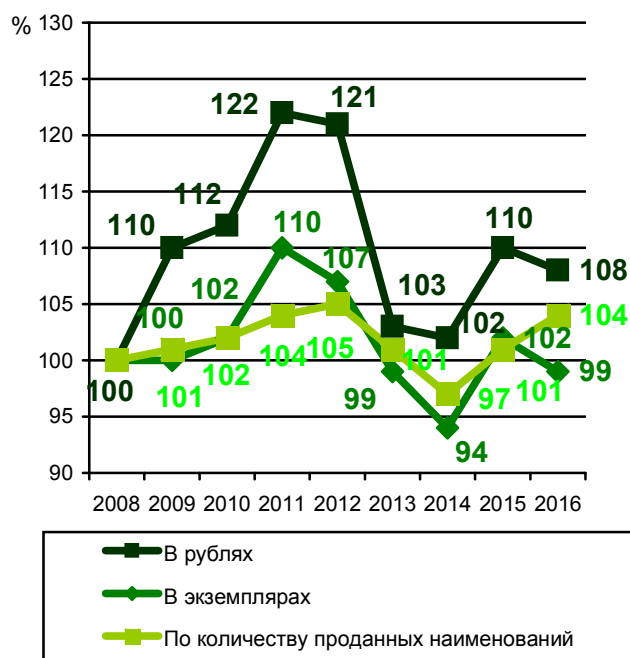
Любопытная картина складывается при анализе динамики числа покупателей центральных и региональных книоторговых предприятий. Если с 2009 по 2011 гг. наблюдался рост числа покупателей в книжных магазинах, то в последние годы наблюдается их отток (см. рис. 38).

Анализ динамики продаж книжной продукции на предприятиях книжной торговли в 2008-2016 гг. в целом повторяет динамику покупательских потоков: рост продаж в рублях и экземплярах вплоть до 2011 г., а по числу наименований – до 2012 г., и снижение продаж в последние годы (за исключением 2015 г., когда был отмечен рост книжных продаж) (см. рис. 39).

Рис. 38.
Динамика числа покупателей в книжных магазинах в 2008-2016 гг., %



Рис. 39.
Динамика книжных продаж в 2008-2016 гг., %



Источник: данные компаний.

Данные анкетного опроса книоторговых компаний, проведенного Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям в январе 2017 г., свидетельствуют, что в последние годы стоимость среднего чека в столичных книоторговых предприятиях росла. Так, если в 2008 г. стоимость среднего чека в книоторговых предприятиях Москвы и Санкт-Петербурга была 313 руб., то в 2016 г. его стоимость составила 663 руб. В региональных книоторговых предприятиях стоимость среднего чека в последние годы также демонстрировала устойчивый рост. Так, если в 2008 г. стоимость среднего чека в региональных книоторговых предприятиях была 193 руб., то в 2016 г. его стоимость составила 365 руб. (см. рис. 40). Стоит отметить, что показатели числа позиций в чеке книоторговых предприятий Москвы и Санкт-Петербурга по итогам 2016 г. вышли на докризисный уровень 2008 г. Что касается региональных книоторговых предприятий, то здесь показатель числа позиций в чеке даже превысил докризисный уровень 2008 г. (см. рис. 41).

Несколько иные данные по стоимости среднего чека были получены в ходе исследования, проведенного журналом «Книжная индустрия». По данным журнала, средний чек в 2016 г. составил 986,00 руб. в книжных магазинах Москвы и 371,19 руб. в магазинах других регионов (см. рис. 42).

Рис. 40.

Средний чек в 2008-2016 гг., руб.

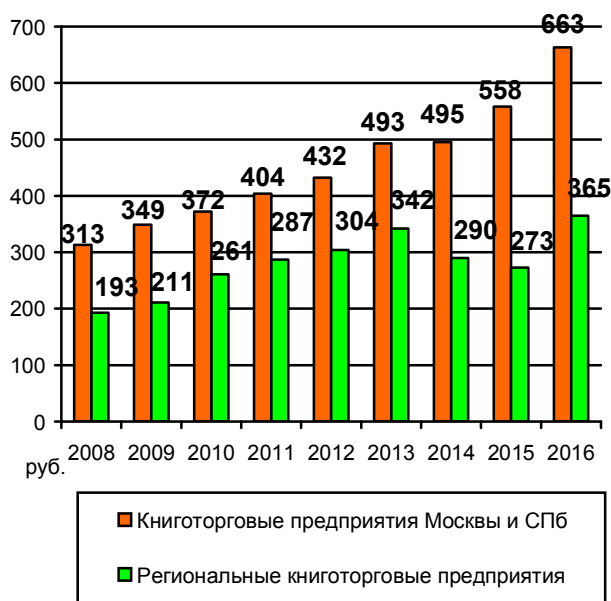
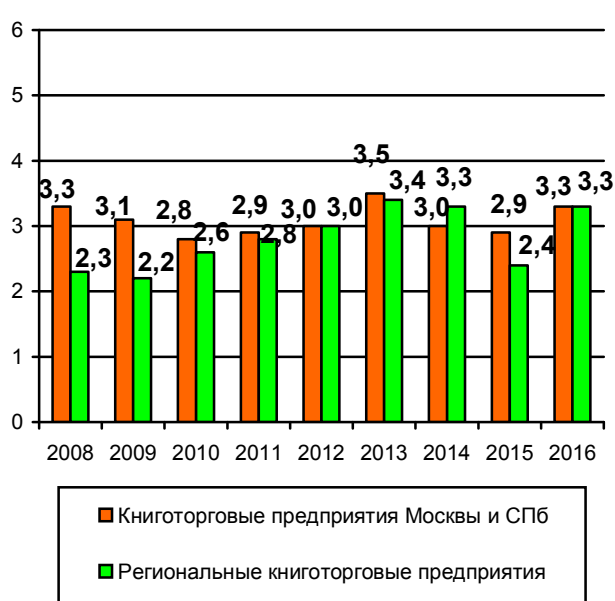


Рис. 41.

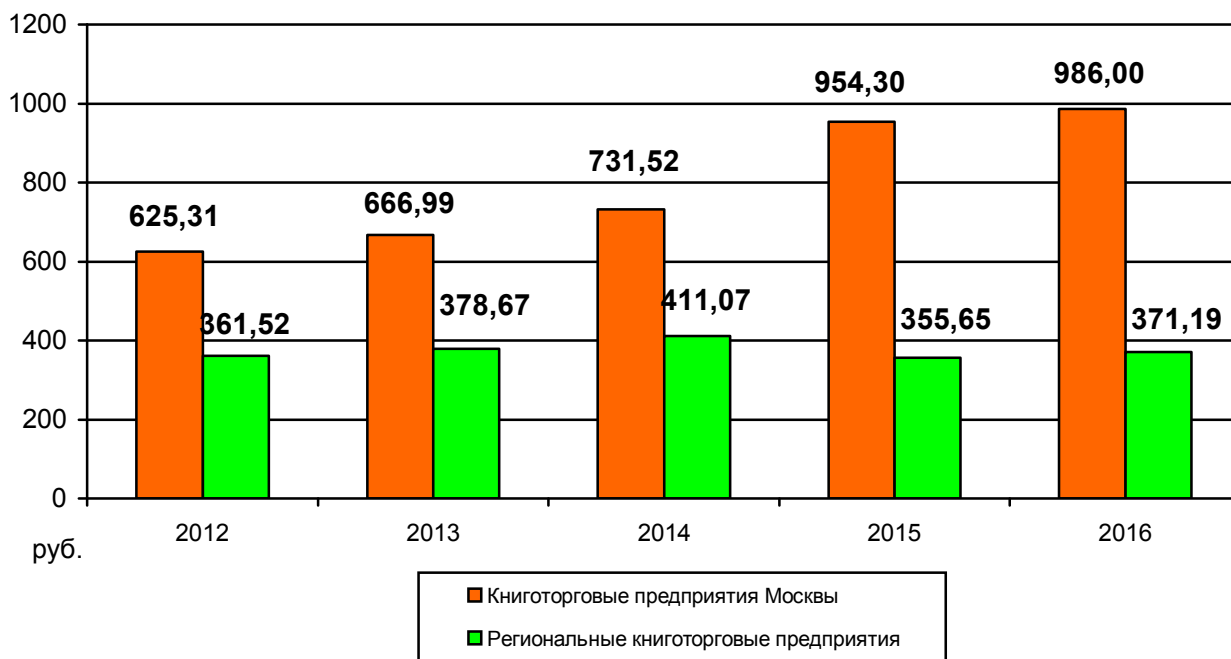
Среднее число позиций в чеке в 2008-2016 гг.



Источник: данные компаний.

Рис. 42.

Средний чек в 2012-2016 гг., руб.

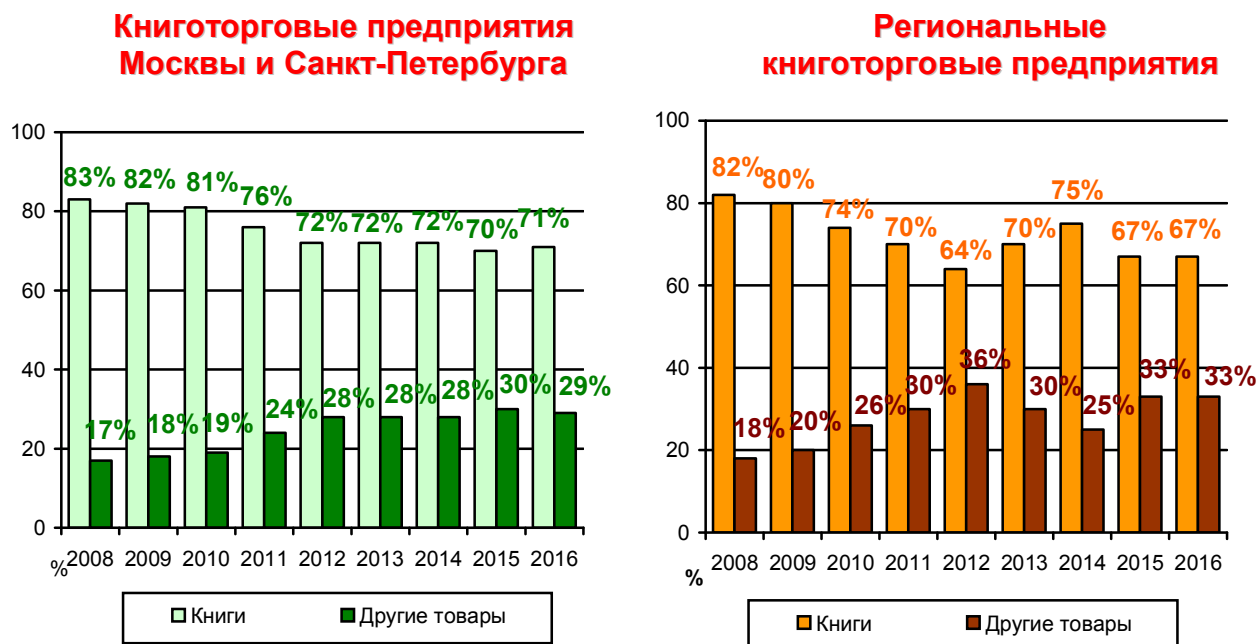


Источник: журнал «Книжная индустрия».

На протяжении последних семи лет росла доля некнижных товаров и в общем объеме продаж (см. рис. 43). Если до начала кризиса соотношение выручки от книжной и некнижной продукции составляло в центральных независимых книоторговых предприятиях и федеральных книоторговых сетях примерно 83/17, а в региональных сетях – 82/18, то сегодня эти соотношения выглядят соответственно 71/29 и 67/33.

Рис. 43.

Динамика изменения долей книжной и некнижной продукции в общем объёме продаж, %

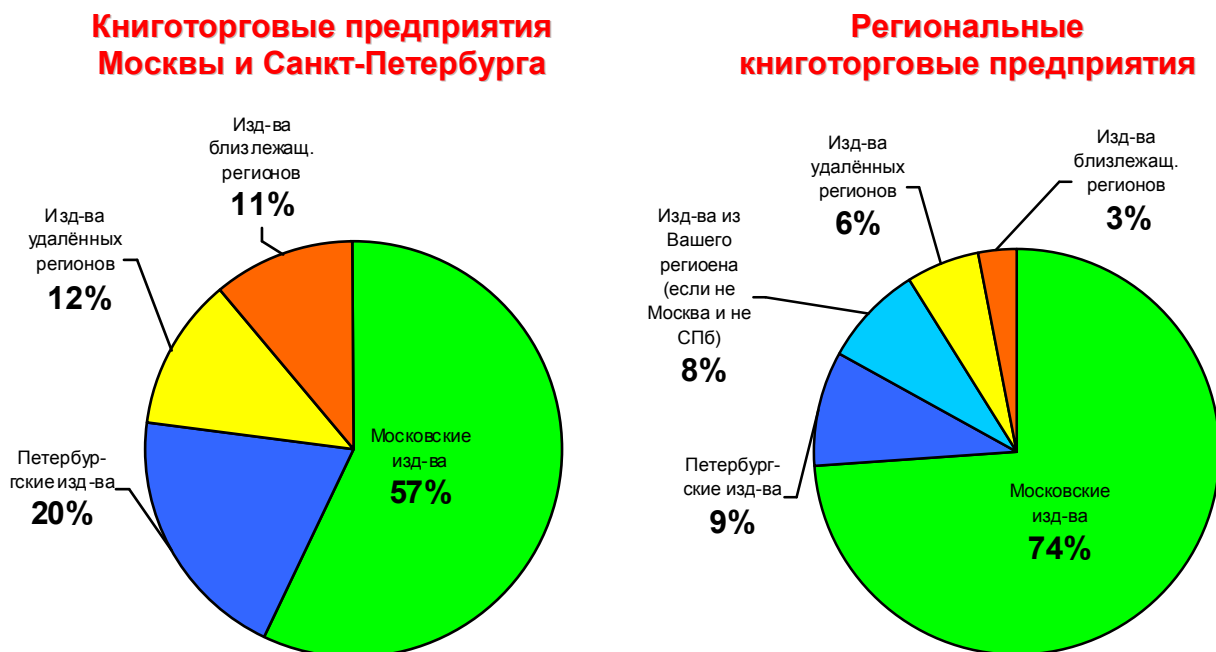


Источник: данные компаний.

Исследование показало, что как в столичных книоторговых предприятиях, так и в региональных подавляющую долю ассортимента занимает продукция московских издателей (см. рис. 44).

Рис. 44.

Доля продукции издательств различных регионов в ассортименте книоторговых предприятий в 2016 г.



Источник: данные компаний.

Интересно взглянуть на изменение соотношения изданий различных ценовых сегментов в ассортименте и в продажах столичных и региональных книоторговых предприятий. Как видно из рис. 45 и 47, доля изданий низшего ценового диапазона (до 300 руб.), составлявшая в 2008 г. более 70% ассортимента и около 60% продаж московских и петербургских книоторговых предприятий, к 2016 г. сократилась до 34% в ассортименте и до 22% в продажах. Доля изданий среднего ценового диапазона (от 301 до 500 руб.) за период с 2008 г. по 2016 г. в столичных книоторговых предприятиях увеличилась с 21% до 24% в ассортименте и с 14% до 26% в продажах.

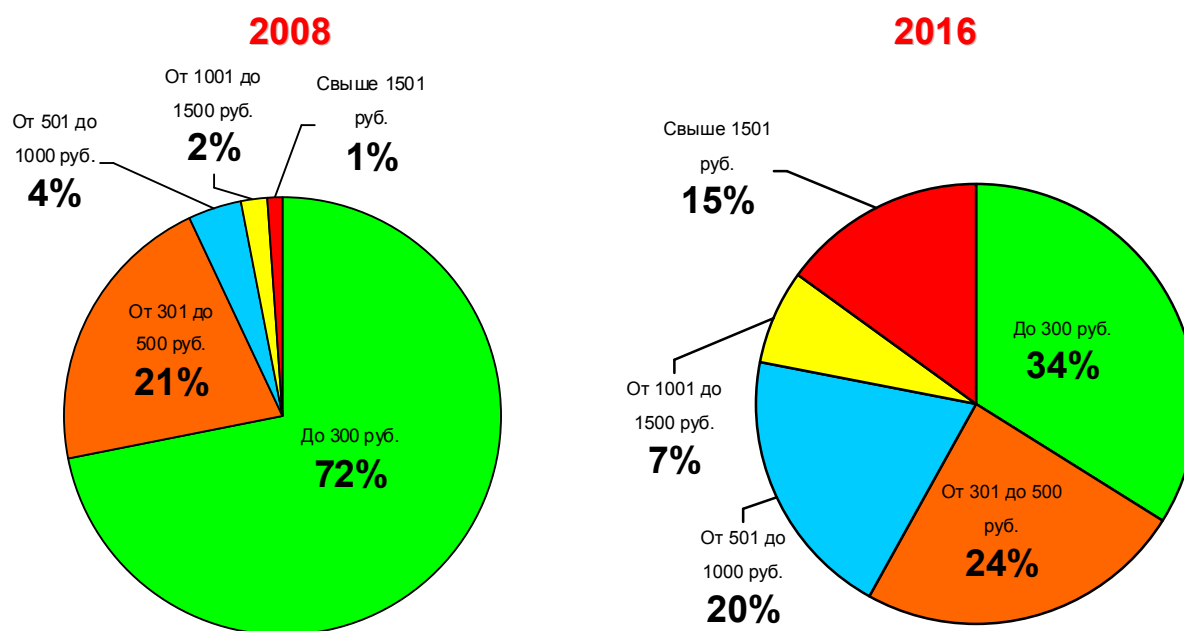
Также заметные сдвиги ассортимента в сторону более дорогих изданий произошли и в высоком сегменте ценового диапазона (от 501 до 1000 руб.). Если в 2008 г. эти издания занимали в независимых московских и петербургских книжных магазинах, а также магазинах федеральных книоторговых сетей только 4% наличного ассортимента и 12% продаж, то в 2016 г. – уже 20% и 29% соответственно.

В региональных книоторговых сетях изменения ценовой структуры ассортимента и продаж за 2008-2016 гг. менее существенны. Как видно из рис. 46 и 48, доля изданий низшего ценового диапазона (до 300 руб.), составлявшая в 2008 г. более 70% ассортимента и более 60% продаж региональных книоторговых предприятий, к 2016 г. сократилась до 51% в ассортименте и 54% в продажах.

Изменения в ассортименте и в продажах книг других ценовых сегментов у региональных книоторговых предприятий менее заметны, чем в федеральных книоторговых сетях и независимых магазинах двух столиц.

Рис. 45.

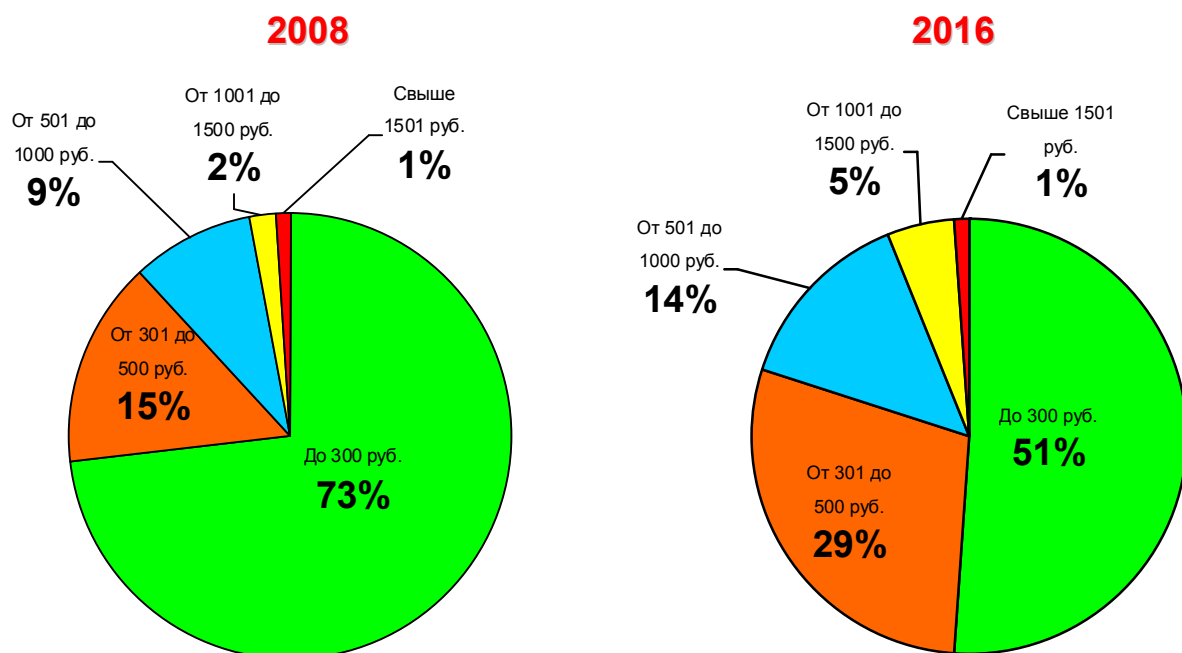
Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте магазинов Москвы и СПб, %



Источник: данные компаний.

Рис. 46.

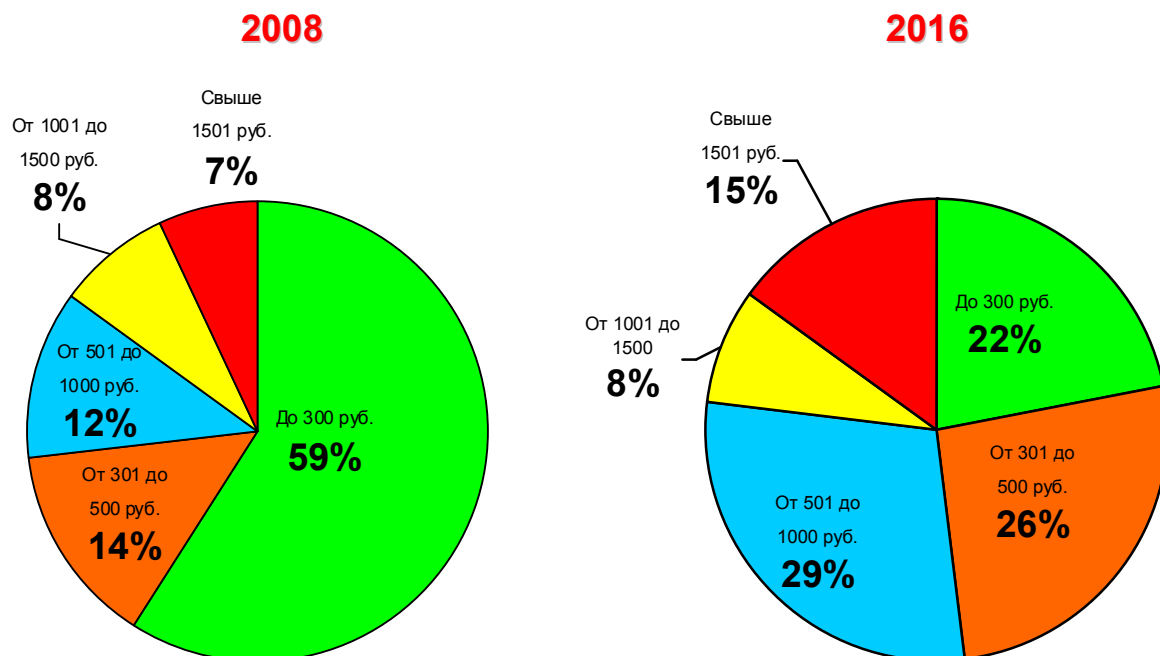
Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте региональных книоторговых предприятий, %



Источник: данные компаний.

Рис. 47.

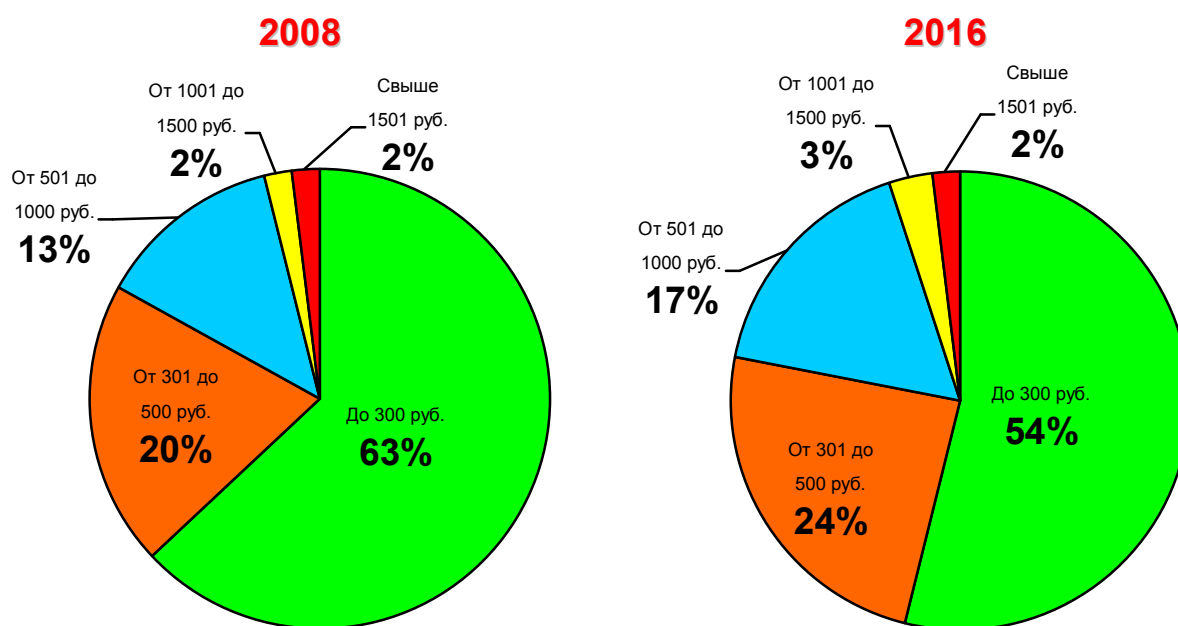
Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах магазинов Москвы и СПб, %



Источник: данные компаний.

Рис. 48.

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

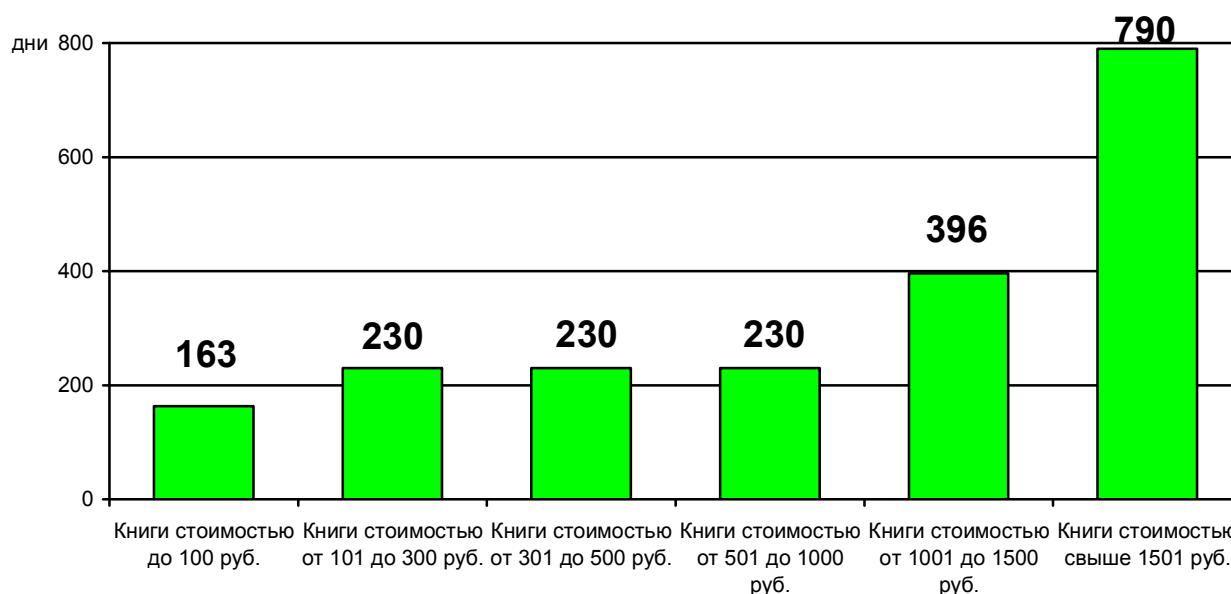


Источник: данные компаний.

На рис. 49 представлены сроки реализации книжной продукции различных ценовых сегментов на примере федеральных книготорговых сетей «Новый книжный» и «Читай-город» (323 магазина).

Рис. 49.

Средний срок реализации книжной продукции различных ценовых сегментов в 2016 г., дней

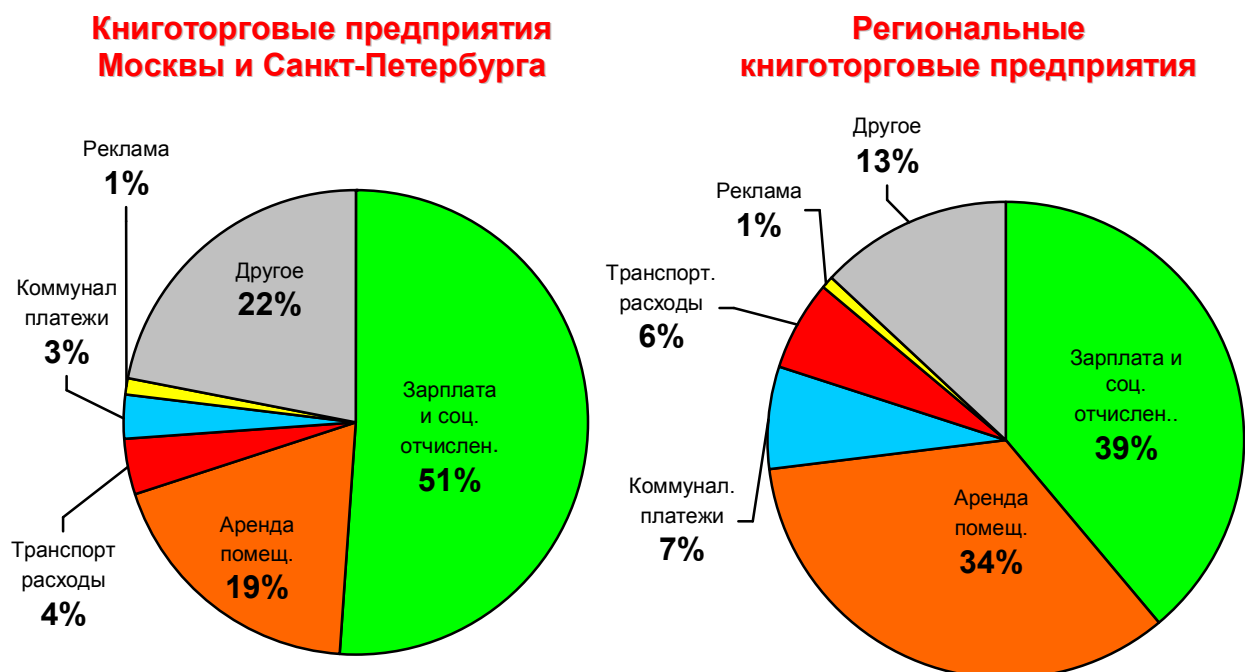


Источники: книготорговые сети «Новый книжный» и «Читай-город».

Примечательно, что разрыв в сроках реализации между книгами самого дешёвого и самого дорогого ценового сегмента составляет почти 2 года. При этом разницы сроков реализации книг в средних ценовых диапазонах нет.

Рис. 50.

Доля различных расходов в издержках предприятия в 2016 г., %



Источник: данные компаний.

Что касается штатного расписания, то за период с 2009 по 2017 гг. крупные книготорговые компании Москвы и Санкт-Петербурга увеличили общий штат своих сотрудников и продавцов в среднем на 9%. Региональные книготорговые компании, напротив, сократили – общий штат примерно на 20%, а штат продавцов – на 21%.

Как показано на рис. 50, среди затрат книготорговых предприятий наибольший удельный вес приходится на зарплату и социальные отчисления, а также на аренду помещений.

В табл. 24-27 представлен рейтинг российских бестселлеров в различных разделах ассортимента литературы, составленный порталом Pro-books по результатам 2016 г.

Табл. 24.

Топ-10 бестселлеров отечественной художественной литературы за 2016 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
1.	Яхина Г.	Зулейха открывает глаза	АСТ, Редакция Елены Шубиной	1484
2.	Улицкая Л.	Лестница Якова	АСТ, Редакция Елены Шубиной	1123
3.	Акунин Б.	Вдовый плат	АСТ	828

Табл. 25.

Топ-10 бестселлеров зарубежной художественной литературы за 2016 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
1.	Робертс Г.Д	Шантарам. В 2 томах (комплект из 2 книг)	Азбука, Азбука-Аттикус	3384
2.	Мойес Д.	До встречи с тобой	Азбука-Аттикус	2126
3.	Робертс Г.Д	Тень горы	Азбука-Аттикус	1789

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*	№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
4.	Водолазкин Е.	Авиатор	АСТ, Редакция Елены Шубиной	602	4.	Мойес Д.	После тебя	Азбука- Аттикус, Иностранка	1309
5.	Прилепин З.	Семь жизней	АСТ, Редакция Елены Шубиной	594	5.	Ли Х.	Убить пересмешника	АСТ, Neoclassic	1119
6.	Аксенов В.	Таинственная страсть. Роман о шестидесятниках	ИП Бирюкова Оксана Анатольевна	520	6.	Хокинс П.	Девушка в поезде	АСТ	748
7.	Акунин Б.	Планета Вода	Захаров	504	7.	Сэлнджер Д.Д.	Над пропастью во ржи	Эксмо	673
8.	Устинова Т.	Вселенский заговор	Эксмо	465	8.	Шпигельман А.	Маус	АСТ, Corpus	671
9.	Водолазкин Е.	Лавр	АСТ, Редакция Елены Шубиной	384	9.	Гэлбрейт Р.	На службе зла	Азбука- Аттикус, Иностранка	647
10.	Булгаков М.	Мастер и Маргарита	Азбука, Азбука- Аттикус	382	10.	Оруэлл Дж.	1984	АСТ, Neoclassic	636

* Примечание: баллы, присваиваемые по количеству проданных экземпляров книги в течение года.

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

Табл. 26.
Топ-10 бестселлеров в сегменте non-fiction за 2016 г.

Табл. 27.
Топ-10 бестселлеров детской литературы за 2016 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*	№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
1.	Зыгарь М.	Вся кремлевская рать. Краткая история современной России	Альпина Паблишер, Интеллектуальная Литература	2376	1.	Жукова Н.	Букварь	Эксмо	1667
2.	Акунин Б.	История Российского Государства. От Ивана III до Бориса Годунова. Между Азией и Европой	АСТ	1456	2.	Петерсон Л., Кочемасова Е.	Игралочка. Математика для детей 4-5 лет. Часть 2	Ювента	670
3.	Кондо М.	Магическая уборка. Японское искусство наведения порядка дома и в жизни	Эксмо	1104	3.	Сапгир Г.	Приключения Кубарика и Томатика, или Веселая математика	Розовый жираф	596
4.	Эндерс Д.	Очаровательный кишечник. Как самый могущественный орган управляет нами	Эксмо	1018	4.	Янсон Т.М.	Все о муми- троллях	Азбука- классика	571

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*	№ п/п	Автор	Название книги	Издательство	Рейтинг*
5.	Хинштейн А., Серов И.	Записки из чемодана. Тайные дневники председателя КГБ, найденные через 25 лет после его смерти	Олма Медиа Групп	783	5.	Киплинг Р.	Маугли	Рипол Классик	509
6.	Рэнд А., Карнавал П.	Атлант расправил плечи (комплект из 3 книг)	Альпина Паблишер	622	6.	Петерсон Л., Холина Н.	Раз – ступенька, два – ступенька. Математика для детей 5-6 лет. Часть 1	Ювента	494
7.	Харари Ю.Н.	Sapiens. Краткая история человечества	Синдбад	568	7.	Батяева С., Савостьянова Е.	Альбом по развитию речи для самых маленьких	Росмэн-Пресс	449
8.	Роуз Д.	Будущее вещей. Как сказка и фантастика становятся реальностью	Альпина нон-фикш	555	8.	Глиори Д.	Что бы ни случилось	Поляндрия Принт	395
9.	Прикен М.	Гейзер в голове	Дитон	532	9.	Роулинг Дж.	Гарри Поттер и Философский камень (+ эксклюзивная стерео-варио открытка)	Machaon	385
10.	Казанцева А.	В интернете кто-то неправ! Научные исследования спорных вопросов	АСТ, Corpus	493	10.	Роулинг Дж., Тиффани Д., Торн Д.	Гарри Поттер и проклятое дитя. Части 1 и 2. Специальное репетиционное издание сценария	Machaon	335

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

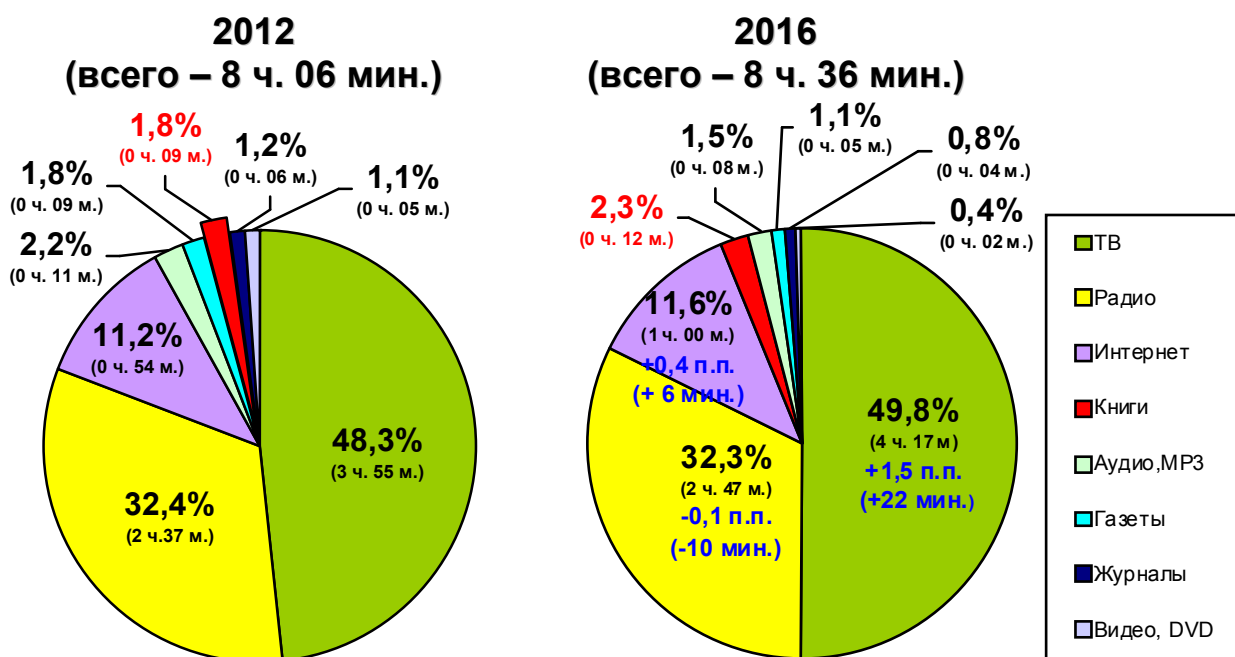
III. МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И ЭЛЕКТРОННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ

3.1. Медиапотребление и чтение в России и за рубежом

По данным исследовательской компании Mediascope, общее медиапотребление российских граждан в возрасте старше 16 лет в 2016 г. составляло 8 часов 36 минут в сутки и выросло за 4 года на 30 мин., т.е. на 6,2%. Из них чтению книг в общем объеме медиапотребления отводится 2,3% (12 мин. в сутки), чтению газет – 1,1% (5 мин. в сутки), а чтению журналов – и того меньше: 0,8% (4 мин. в сутки). Сопоставление этих данных с результатами аналогичного исследования 2012 г. показывает, что за последние годы доля времени, отводимого среднестатистическим гражданином России на чтение всех видов печатных изданий, в общем объеме медиапотребления снизилась на 0,6 п.п., в т. ч. газет – на 0,7 п.п., журналов – на 0,4 п.п. При этом доля книг возросла на 0,5 п.п. (см. рис. 51).

Рис. 51.

Структура медиапотребления россиян, %



Источник: Mediascope.

Драйверами роста медиапотребления в России остаются Интернет, электронные книги и видеоигры. Рост онлайн-активности произошел за счет старших возрастных групп, а также за счет пользования смартфонами, отмечается в исследовании, проведенном компанией «Deloitte». Владельцы последних стали проводить на 18 минут больше времени в Интернете в день, в то время как пользование Интернетом с ноутбуков и стационарных компьютеров снизилось на 13 и 14 минут соответственно.

По данным исследования Deloitte, лучшая динамика в Интернете у социальной сети «ВКонтакте». Активность в Facebook в целом падала, но росла среди тех, кто чаще пользуется иностранными источниками новостей, чем российскими, указывают в Deloitte.

Продолжает снижаться потребление оффлайн-медиа. При этом если в 2015 г. потребление печатных СМИ снизилось на 17%, то в 2016 г. падение составило уже 24%. На 16% меньше стали читать печатные книги, тогда как в 2015 году снижение составляло 9%. Потребление телевидения уменьшилось на 8%, радио – на 4%. Для телевидения снижение составило семь минут в день, при этом респонденты стали меньше смотреть ТВ только в рабочие дни. Просмотр телевидения чаще происходит спонтанно: только 25% респондентов заранее планируют, какую программу хотят смотреть.

Из числа опрошенных Deloitte респондентов 50% покупают печатные СМИ, около 25% предпочитают бесплатные издания. Примерно, 10% подписались на газеты или журналы, еще 17% опрошенных читают СМИ, которые покупают их друзья или родственники. Впрочем, среди тех, кто покупает печатные СМИ, только 30% делают это регулярно.

Для сравнения приведём данные исследования компании Nielsen по объёму медиапотребления в США. Несмотря на мнение американских аналитиков о том, что рынок средств массовой информации в стране приблизился к порогу насыщения, за первый квартал 2016 г. общий объем потребления СМИ среди взрослого населения вырос на 10% по сравнению с тем же периодом прошлого года.

Согласно данным компании Nielsen, среднее время ежедневного потребления медиа-контента увеличилось на 1 час и составляет 10 часов 39 минут. Однако если сравнивать эти показатели за два предшествующих года, разница не была столь существенной – 9 часов 39 минут в 2015 г. и 9 часов 32 минуты в 2014 г.

Таким стремительным ростом потребительского интереса СМИ в первую очередь обязаны смартфонам, благодаря которым время потребления медиа-контента выросло на 37 минут, что на 60% больше, чем за тот же период годом ранее. Сегодня американцы проводят в своих мобильных устройствах в среднем на 39 минут больше, чем в прошлом – 1 час 39 минут. Таким образом, mobile стал третьим по объёму потребления медиа каналом.

А вот самый главный медиаканал – телевидение – потерял 1% потребительского внимания. Сегодня американцы тратят на просмотр ТВ на 3 минуты меньше, а именно 4 часа 31 минуту. Радио – второй по популярности медиаканал – напротив, «отвоевало» 1 минуту. Среднее время потребления для радио составляет 1 час 52 минуты. По другим цифровым каналам также отмечается рост, хотя и не такой существенный, трафик СМИ на десктопах вырос на 10 минут (21%) и составляет 58 минут в день, планшет прибавил 13 минут (63%) – 31 минута в день.

По данным исследования компании eMarketer, в 2016 г. взрослые пользователи Интернета Великобритании проводят в своих мобильных устройствах больше времени, чем за компьютерами и ноутбуками. На

взаимодействие с мобильными устройствами (исключая голосовой вызов) уходит более четверти времени медиапотребления, или 2 часа 29 минут ежедневно – это на 11,8% больше, чем в 2015-м году.

Традиционное ТВ, напротив, сдает свои позиции. Просмотр телепередач теперь отнимает у жителей Великобритании чуть меньше трети общего времени медиапотребления. И прогнозируется, что к 2018 г. мобильный контент будет пользоваться такой же популярностью как и ТВ, уступая лишь десятые доли процента (29,5%). По прогнозам компании eMarketer, начиная с 2017 г. доля цифровых медиа в общем объеме медиапотребления в Великобритании будет составлять более 50%.

Безусловно, рекламная индустрия пристально следит за тенденциями пользовательского поведения. С ростом мобильного трафика растут и рекламные бюджеты на mobile. По оценкам eMarketer, к 2018 г. мобильная реклама оттянет на себя 44,5% от общего объема рекламных расходов.

Высокий уровень распространения смартфонов и планшетов на рынках Азиатско-Тихоокеанского региона кардинально изменил характер потребления информации в таких странах, как Китай, Япония, Южная Корея и Индия. По данным исследования eMarketer, сегодня в этих странах отмечается стремительный рост медиапотребления – в первую очередь, это происходит за счёт цифровых каналов, которые постепенно вытесняют традиционные медиа. Согласно данным исследования, в 2016 г. средний взрослый японец посвящает средствам массовой информации 6 часов 58 минут, житель Южной Кореи – 6 часов 51 минуту, в Китае время ежедневного медиапотребления составляет 6 часов 9 минут, в Индии – 3 часа 36 минут. При этом, по сравнению с 2013 г. доля потребления мобильного контента среди пользователей, представляющих эти крупнейшие рынки региона, выросла на 12 процентных пунктов, достигнув 39% в Китае, 32,1% в Южной Корее, 26,4% в Японии и 24,8% в Индии.

Тем не менее, многие рекламодатели ещё не успели пересмотреть рекламные бюджеты и по-прежнему делают ставку на традиционные медиа. И только в Китае маркетологи пошли по пути превентивных инвестиций. В то время как в трех других странах финансирование сегмента отстаёт более чем на 10 процентных пунктов.

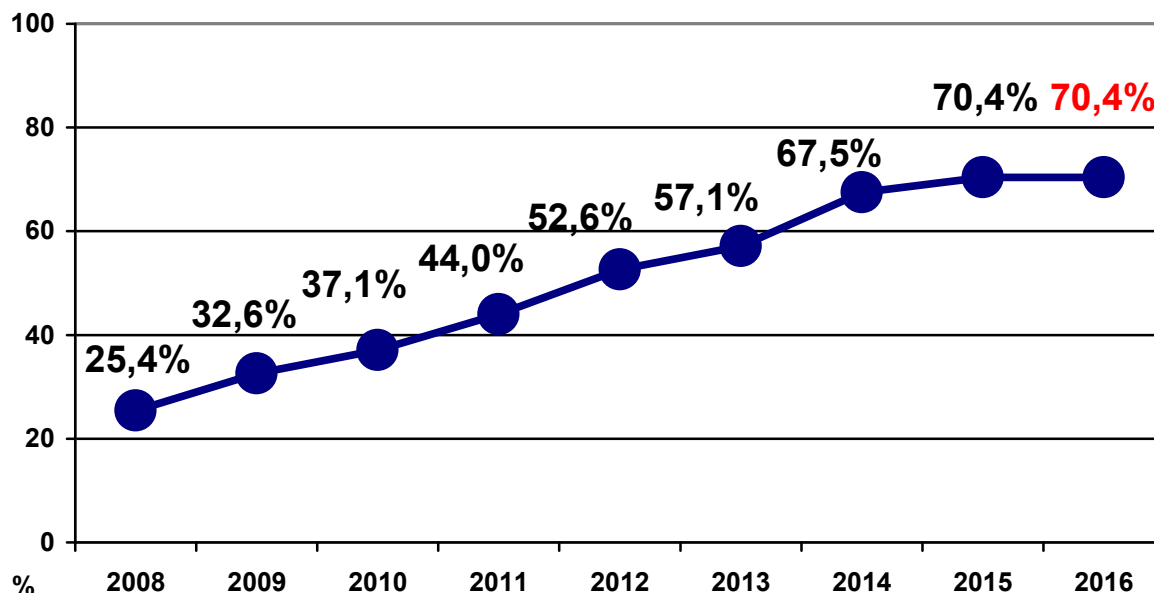
Несмотря на снижение популярности, печатным СМИ по-прежнему удаётся оттягивать на себя внушительную долю рекламных расходов. Так, по данным исследования eMarketer, в Индии на печать приходится 40% рекламного бюджета, при том что доля сегмента в общем объёме медиапотребления составляет лишь 7,5%. В Японии, которая представляет собой гораздо более развитый медиарынок, почти такое же соотношение показателей: 22,6% против 4,9%.

По данным исследовательской компании GfK Rus (дочерняя компания немецкой компании GfK – одного из крупнейших мировых исследовательских центров), в 2016 г. аудитория интернет-пользователей в России в возрасте от 16 лет и старше осталась на уровне 2015 г. – 70,4%, что составляет порядка 84 млн. человек (см. рис. 52).

Практически единственной зоной роста на российском рынке цифровой техники в 2016 г. были смартфоны, и за счет этого увеличилась аудитория мобильного Интернета. Также сказалась активность операторов связи, которые сделали уверенный рывок в продвижении «мобильных» пакетов в 2015-2016 гг.

Рис. 52.

Уровень проникновения Интернета в России в 2008 – 2016 гг. (16+, %)



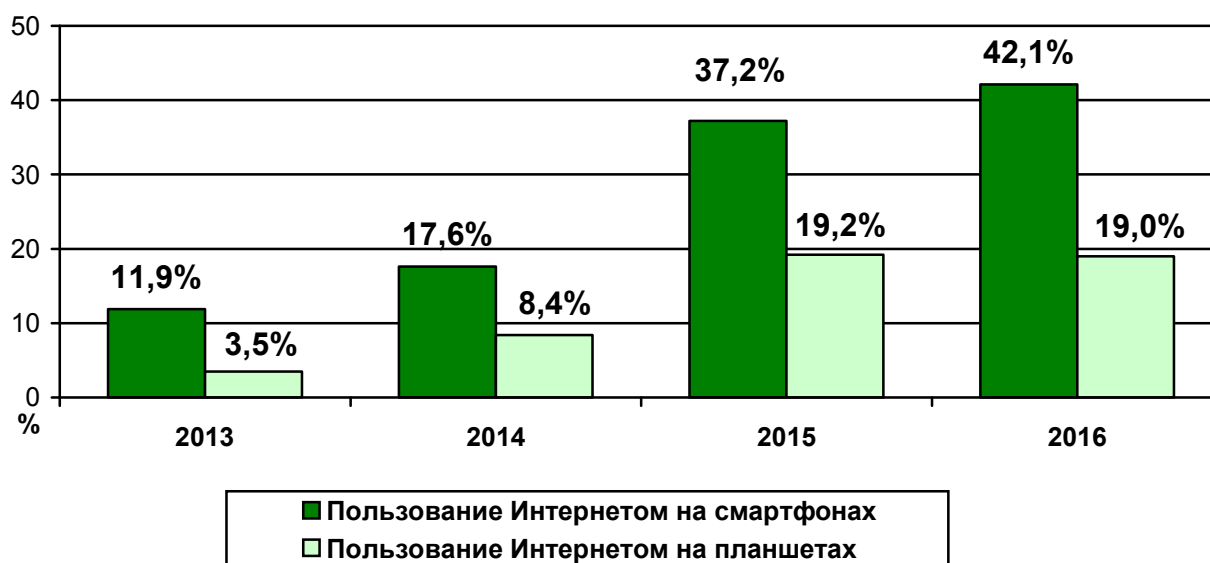
Источник: компания GfK Rus.

Прирост российской аудитории пользователей Интернет на мобильных устройствах в 2016 г. составил 6 млн. человек. Сегодня 56 млн. россиян в возрасте от 16 лет пользуются Интернетом на мобильных устройствах – смартфонах и планшетах. При этом рост аудитории наблюдался только на смартфонах – с 37,2% в 2015 г. до 42,1% в 2016 г., а на планшетах практически не изменился (см. рис. 53).

По прогнозам компании GfK Rus, в 2017 г. рост аудитории мобильного Интернета продолжится, поскольку, как ожидается, в 2017 г. вырастут и продажи смартфонов – в среднем на 5% (в штуках).

В пользу того, что для многих россиян смартфон становится устройством регулярного доступа в Интернет, говорят и технические характеристики покупаемых устройств. Почти половина всех проданных устройств в прошлом году имеют размер экрана 5 и более дюймов. Люди также выбирают технологичный процессор (почти 80% – 4-х ядерные устройства). Более половины смартфонов, проданных в 2016 году, – это поддерживающие LTE девайсы.

Рис. 53.

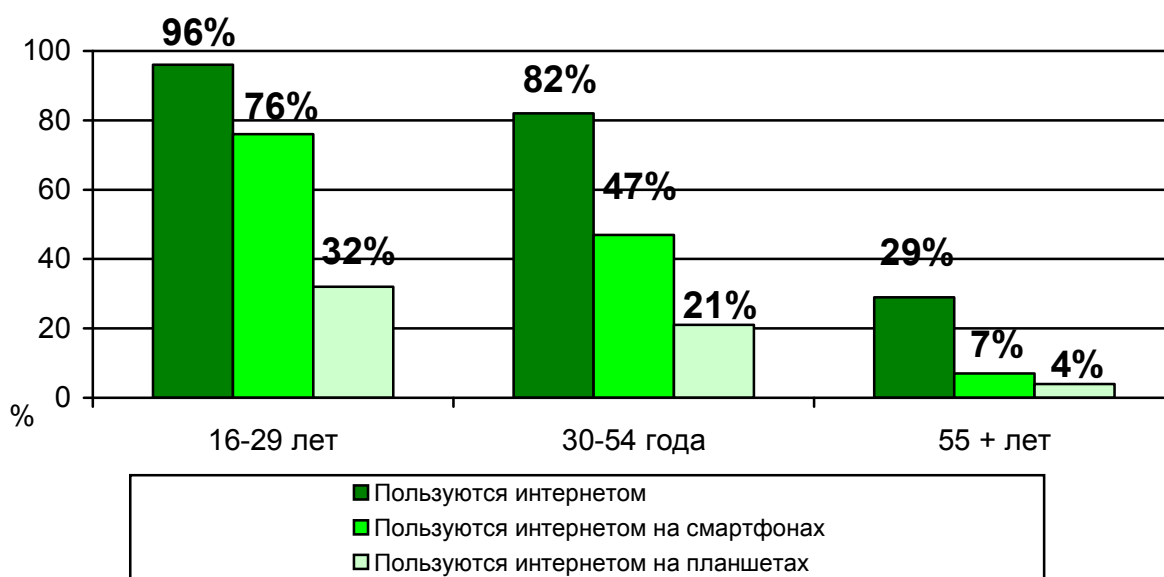
Пользование Интернетом на мобильных устройствах

Источник: компания GfK Rus.

Проникновение Интернета в среду молодых россиян (16-29 лет) достигло предельных значений ещё в предыдущие годы и, по данным компании GfK Rus, составляет сейчас 96% (см. рис. 54). В 2016 г. молодые люди активно осваивали Интернет с мобильных устройств. Среди аудитории 16-29 лет самая высокая доля пользователей Интернета со смартфонов (76%) и планшетов (32%).

Если смотреть на географию распространения Интернета в России, то как видно из рис. 55, наибольший процент его проникновения отмечается в Москве (84%), где 60% от общего числа пользователей выходят в Интернет при помощи смартфонов, а 36% – при помощи планшетных устройств.

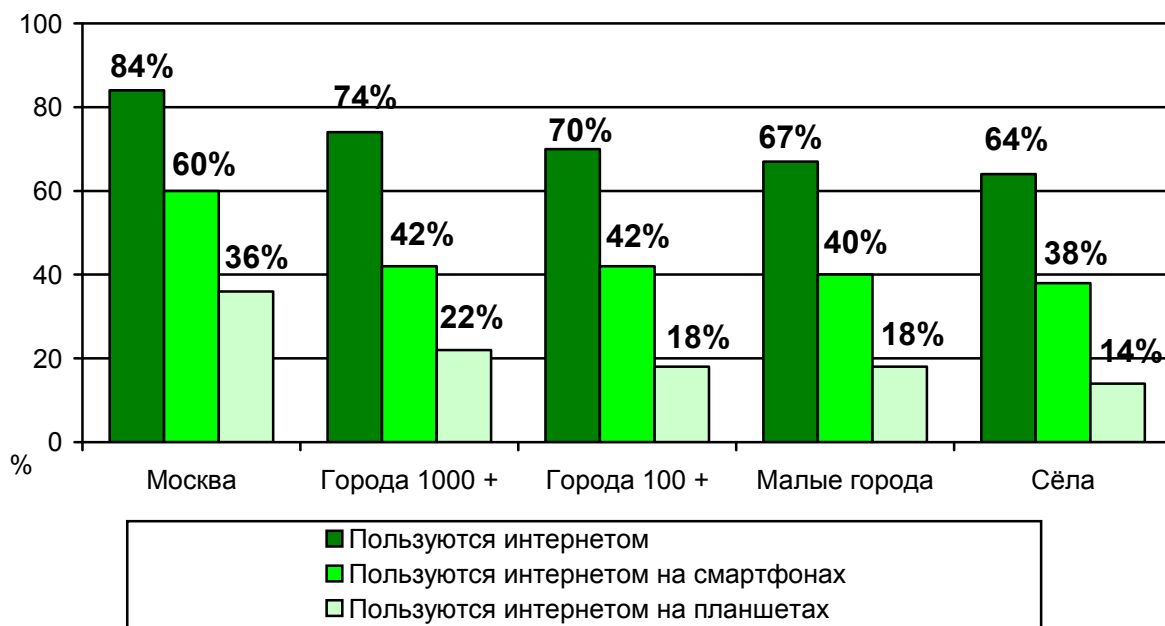
Рис. 54.

Профиль пользователей Интернета

Источник: компания GfK Rus.

Рис. 55.

География российского Интернета



Источник: компания GfK Rus.

По данным ПАО «МГТС», объем книжного трафика в Москве в январе – сентябре 2016 г. увеличился в семь раз по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. Объем трафика на книжные сайты и специализированные мобильные приложения превысил 135 Тбайт, что сопоставимо с 2,5 млн электронных книг. Самыми посещаемыми книжными порталами стали интернет-библиотеки «Альдебаран», thelib.ru и litres.ru.

На рост книжного трафика влияет несколько факторов: все большее проникновение электронных устройств для чтения с выходом в Интернет, увеличение популярности мобильных приложений, в том числе книжных, а также проекты по переводу библиотечных собраний в цифровой формат со свободных доступом.

С начала 2016 г. вдвое выросла популярность аудиокниг, а их доля в общем объеме книжного трафика достигла 15%.

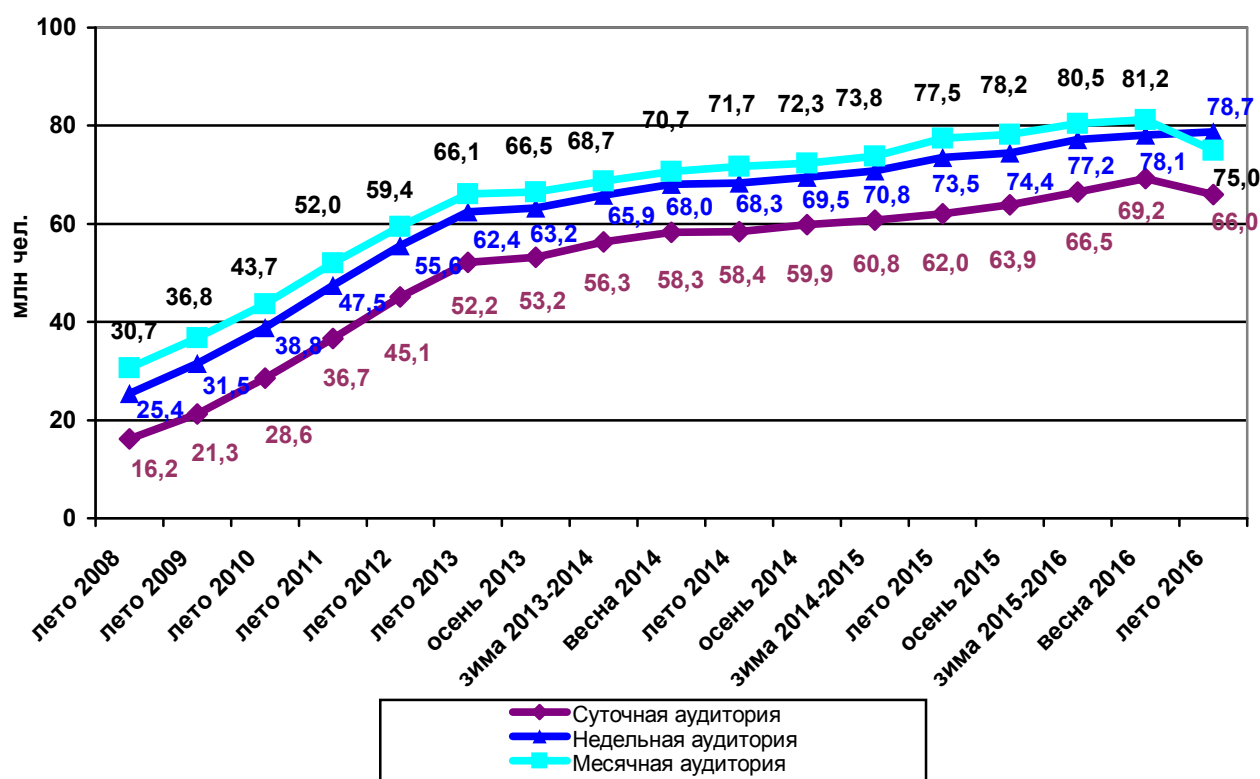
Книжные приложения без встроенной библиотеки (iBookstore, Google Play Книги), наоборот, потеряли популярность – их доля уменьшилась на пять процентных пунктов – до 10%.

Несколько иную картину интернет-проникновения в России демонстрирует Фонд «Общественное мнение» (ФОМ). Согласно данным Фонда, уровень проникновения Интернета в России в 2016 г. составил порядка 64-79% населения, что по-прежнему отстает от аналогичных показателей стран Европы (Великобритания – 90%, Германия – 86%, Франция – 83%). Но тем не менее, Рунету есть куда расти, и в абсолютном значении данного показателя потенциальная аудитория потребителей электронных книг в России существенно превышает возможности европейских стран. По данным ФОМ, доля активной аудитории – выходящих в Сеть хотя бы 1 раз в сутки – летом 2016 г. составила 66,0 млн россиян (см. рис.56) и, таким образом, только за

последние два года выросла на 13,8%, или почти 8 млн пользователей в возрасте 18 лет и старше.

Рис. 56.

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



Источник: Фонд «Общественное мнение».

По данным ФОМ, сегодня прирост интернет-пользователей в России осуществляется преимущественно за счет регионов – прежде всего, Дальневосточного, Южного и Приволжского федеральных округов. В Москве и Санкт-Петербурге – как наиболее обеспеченных Интернетом рынках – динамика прироста незначительна и составила с 2013 г. лишь 3-4 пункта (см. рис. 57).

По данным Международного союза электросвязи (МСЭ), количество пользователей Интернета в мире составляет 3,5 млрд человек. Большинство пользователей теперь приходится на развивающиеся страны – в них насчитывается 2,5 млрд пользователей, а в развитых странах – 1 миллиард.

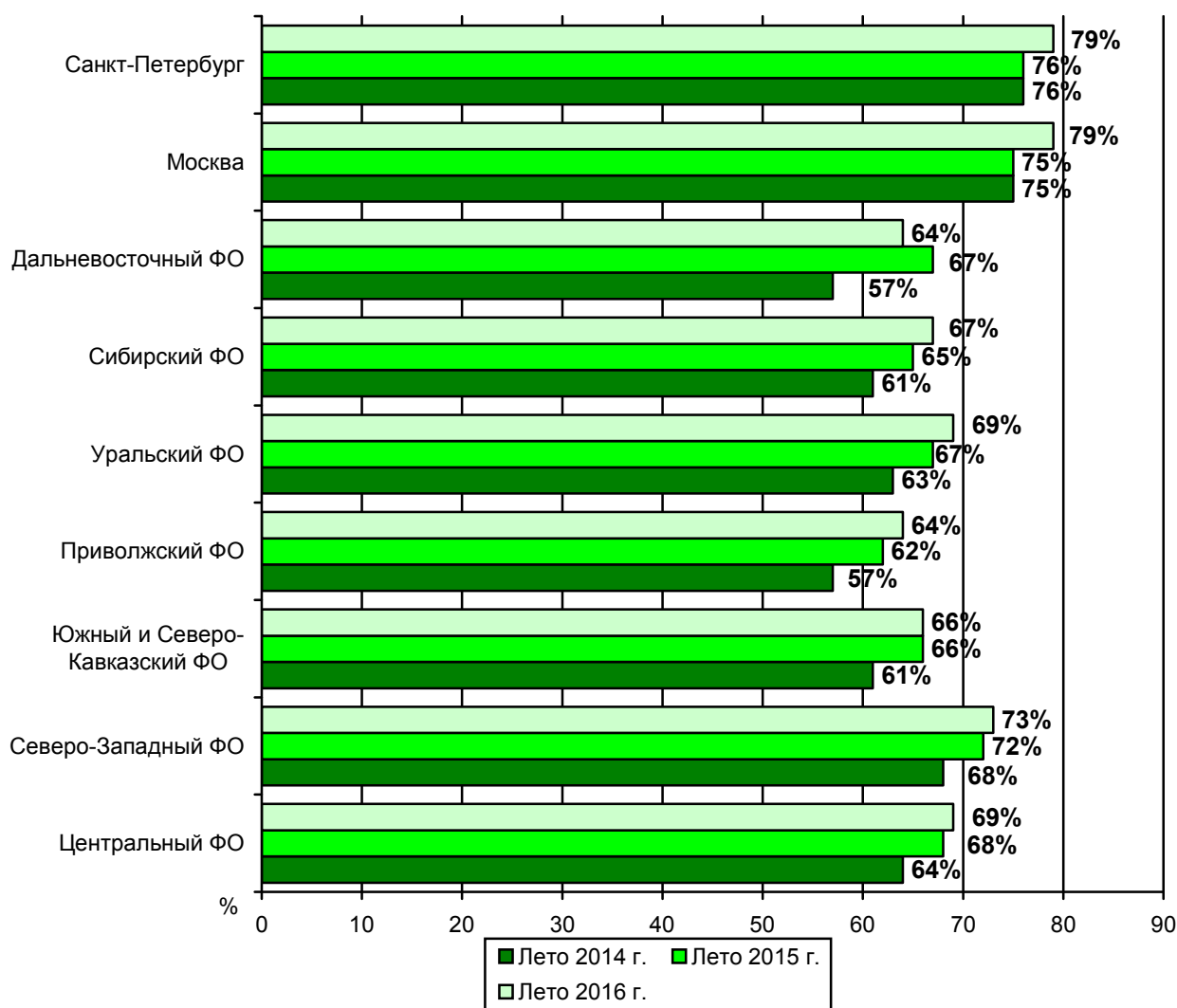
В процентном отношении, наибольшее проникновение Интернета остаётся в развитых странах – 81%, по сравнению с 40% в развивающихся странах и 15% в наименее развитых странах.

В период с 2000 по 2015 год удельный вес пользователей Интернета увеличился почти в семь раз – с 6,5% до 43% мирового населения.

Первенство в мире по численности интернет-аудитории уже пять лет занимает Китай. По состоянию на декабрь 2016 г., количество интернет-пользователей в Китае составило 731 млн чел. (всё население КНР – 1 285 млн чел.).

Рис. 57.

Динамика уровня интернет-покрытия в федеральных округах России в 2014–2016 гг.
(месячная интернет-аудитория, % от населения 18+)



Источник: Фонд «Общественное мнение».

Топ – 10 стран по числу пользователей Интернета:

1. Китай – 731 млн чел. (по данным Информационного центра сети Интернет Китая (CNNIC));
2. Индия – 350 млн чел. (по данным Internet and Mobile Association of India и KPMG);
3. США – 277 млн чел. (по данным Internetworldstats.com);
4. Япония – 110 млн чел. (по данным Internetworldstats.com);
5. Бразилия – 110 млн чел. (по данным Internetworldstats.com);
6. Россия – 87,5 млн чел. (по данным Internetworldstats.com);
7. Германия – 72 млн чел. (по данным Internetworldstats.com);
8. Индонезия – 71 млн чел. (по данным Internetworldstats.com);
9. Нигерия – 70 млн чел. (по данным Internetworldstats.com);
10. Мексика – 59 млн чел. (по данным Internetworldstats.com);

Согласно исследованию МСЭ, проникновение Интернета в Европе достигло 75% – самого высокого уровня в мире, в Северной и Южной Америке – 66%, в странах Азиатско-Тихоокеанского региона – 45%, в Африке – почти 20%.

В январе 2017 г. на специальной сессии в Давосе (Швейцария), МСЭ представил документ для обсуждения, направленный на повышение уровня информированности о том, кто будет тем следующим подключенным к Сети миллиардом и где эти люди проживают.

Проведенное МСЭ исследование выявило, что, судя по нынешним тенденциям в области народонаселения и установления соединений, следующий миллиард, который присоединится к онлайн-деятельности к 2020 г., скорее всего будет представлять городское население из Азиатско-Тихоокеанского региона и региона Северной и Южной Америки, проживающее в областях, которые уже находятся в пределах досягаемости беспроводной и проводной инфраструктуры, и это не будут представители беднейших слоев населения.

По-прежнему имеются различия в высокоскоростном широкополосном доступе в Интернет. Лучшие показатели с точки зрения скоростей доступа отмечаются в Республике Корея, Гонконге (Китай) и Японии, наряду с некоторыми неожиданно результативными странами Европы, включающими Болгарию, Исландию и Португалию. В Африке менее чем в 10% контрактов на фиксированную широкополосную связь предоставляются скорости не ниже 2 Мбит/с. Такая же ситуация наблюдается и в некоторых странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Северной и Южной Америки и Арабского региона.

Исследование компании Gemius, опубликованное Gazeta Wyborcza, показало, что самая молодая интернет-аудитория в Европе живет в Боснии, где 40% пользователей находится в возрастной группе 15-24 лет. Молодежь этого возраста также преобладает среди интернет-пользователей Хорватии (34%), Беларуси, Словакии и Украины (по 31%), Болгарии и Литвы (по 26%), Чешской Республики (24%).

Пользователи Интернета в группе от 25 до 34 лет доминируют в России (31%), Сербии (27%), Венгрии (26%), Польше (26%), Латвии (24%) и Эстонии (23%).

Наибольший удельный вес пользователей более старшего возраста отмечен в Дании – 26% в возрасте от 55 лет и старше и в Словении – 20% в возрасте 35-44 лет.

Любопытные данные по чтению приводит исследовательская компания GfK. По данным исследования GfK, Россия наряду с Китаем и Испанией вошла в тройку самых читающих стран мира, заняв второе место в мировом рейтинге. Почти 60% россиян заявили, что читают ежедневно или хотя бы раз в неделю. В Китае доля читающей публики составляет 70%, в Испании – 57%. В целом по миру доля тех, кто открывает книгу раз в неделю, составляет 50,7%. В ходе исследования было опрошено 22 тыс. человек в 17 странах мира, в том числе в США, Великобритании, Германии, Франции, России.

Согласно данным исследования GfK, доля россиян, которые берут в руки книгу хотя бы раз в неделю, неуклонно растёт. Для сравнения, в 2010 г. таких было 47,3% от опрошенных (из них 20% читали «ежедневно или почти каждый день»). По данным GfK, в 2016 г. о привычке читать ежедневно заявили уже 30% россиян, раз в месяц в России читают 17% опрошенных, вообще не читают всего 6% респондентов.

По данным исследования GfK среди стран, где книги непопулярны, выделяются Нидерланды и Южная Корея. По 16% их жителей заявили, что вообще не читают книг. Также высока доля нечитающих респондентов в Бельгии (14%), Канаде, Франции и Японии (по 11% в каждой).

Согласно данным исследования GfK, чаще к книгам обращаются люди с более высоким доходом: о привычке читать еженедельно заявили 67% состоятельных респондентов в мире и 48% с низким доходом. Кроме того, оказалось, что в целом женщин, которые читают хотя бы раз в неделю, больше, чем мужчин: 60% против 57% соответственно. Сильнее всего гендерный разрыв в Нидерландах – постоянно там читают 51% женщин и 33% мужчин – и Испании (65 и 50% соответственно). В России разница невелика: ежедневно или почти ежедневно читают 61% женщин и 56% мужчин.

3.2. Тенденции развития рынка электронных книг

Согласно данным исследования журнала «Книжная индустрия», объём **В2С-сегмента** рынка электронных книг в России в 2016 г. составил 2,2 млрд. руб. (плюс 52% к 2015 г.). Аналогичные темпы роста прогнозируются экспертами журнала и на 2017 г., по итогам которого объём В2С-сегмента рынка электронных книг в России может достичь объема в 2,7 млрд. руб. (см. рис. 58).

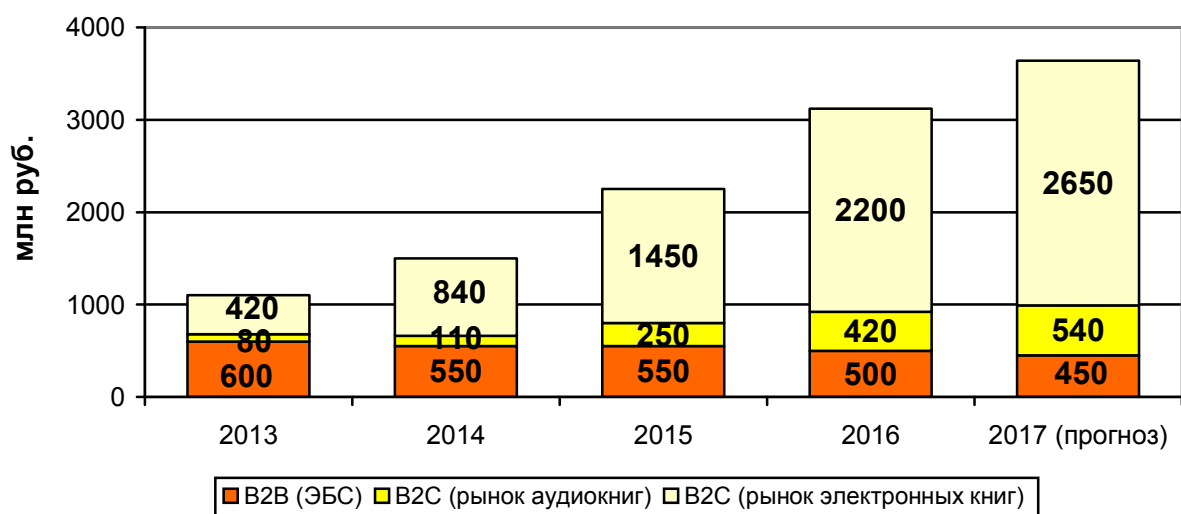
Внушительными темпами в 2016 г. прирастал и **В2С-сегмент** рынка аудиокниг – эксперты отмечают положительную динамику на уровне 68% к уровню 2015 г. Однако абсолютные суммы оборота рынка аудиокниг в России пока не превышают 420-450 млн. рублей, т.е. 20% от продаж текстового контента.

Период стагнации переживает сейчас и **В2В-сегмент** электронно-библиотечных систем в России. Несмотря на инфляцию, продажи вузам и библиотекам ЭБС в 2016 г. снизились на 10% по сравнению с 2015 г. Фактически сегодня В2В-сегмент рынка электронных книг (ЭБС) сжимается, теряя и игроков, и клиентов.

По данным исследования журнала «Книжная индустрия», объём рынка электронных книг в России в 2016 г. составил 3,12 млрд. руб. что составляет 4,3% к обороту книжной отрасли по печатной книге (см. рис. 59). Согласно прогнозам журнала «Книжная индустрия», объём рынка электронных книг в России по итогам 2017 г. составит 3,64 млрд. руб.

Рис. 58.

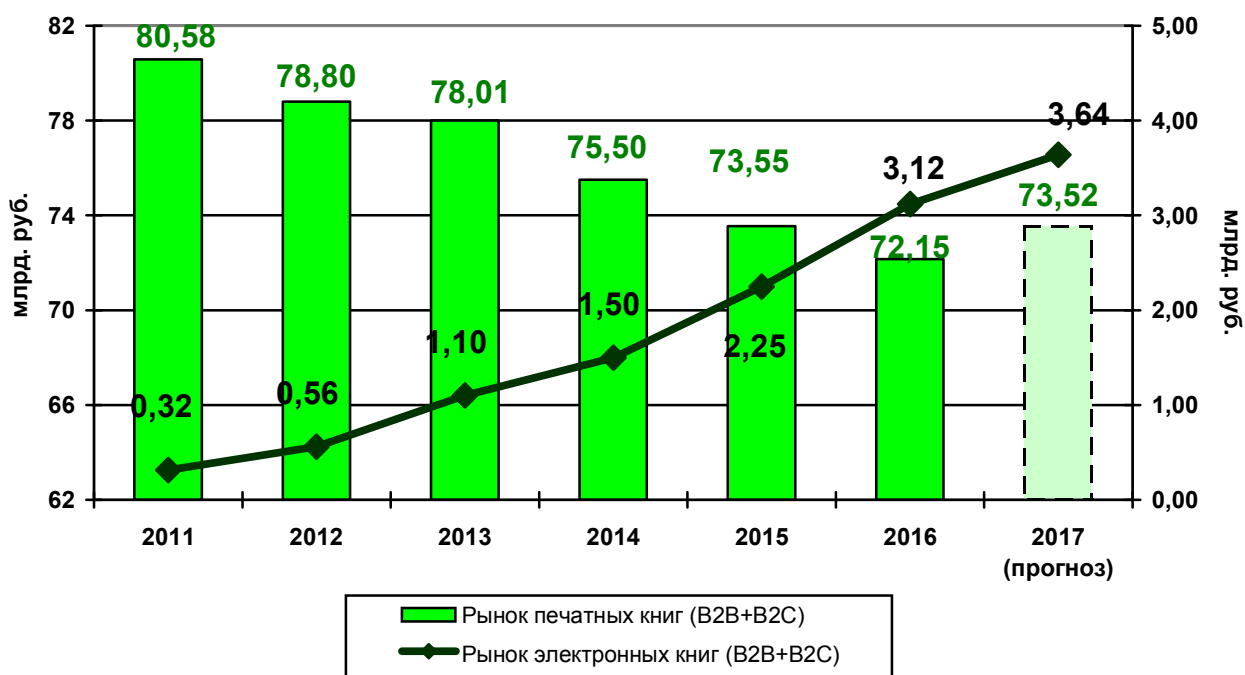
Динамика роста легального рынка электронных книг в России в 2013-2017 гг., млн руб.



Источник: журнал «Книжная индустрия».

Рис. 59.

Динамика рынка традиционных и электронных книг в 2011-2017 гг.

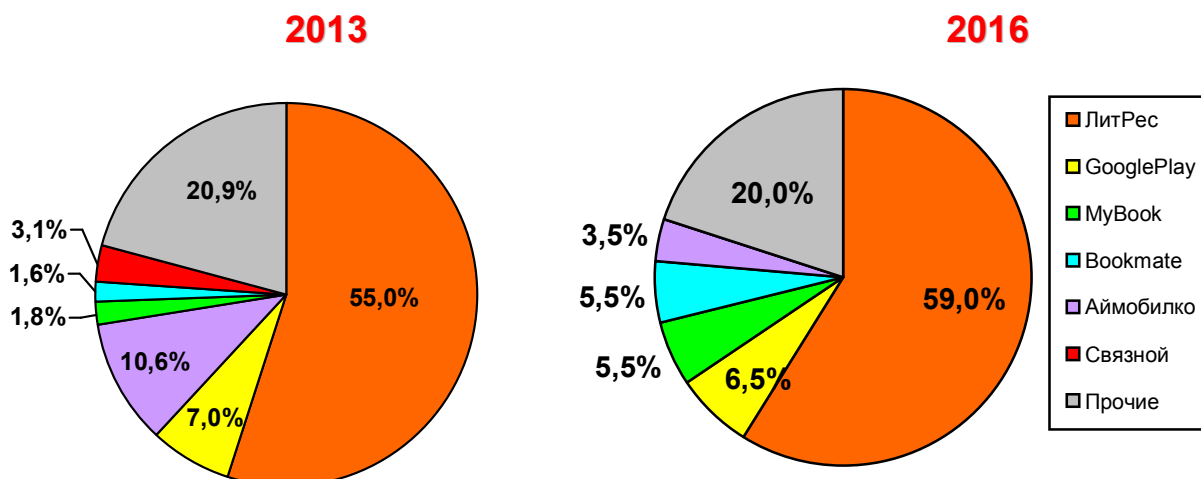


Источник: аналитика журнала «Книжная индустрия».

Согласно данным компании «ЛитРес», ключевыми игроками на рынке электронной книги в России по итогам 2016 г. стали «ЛитРес» (59%) и «GooglePlay» (6,5%) (см. рис. 60).

Рис. 60.

Распределение долей игроков на рынке электронной книги России в 2013-2016 гг.

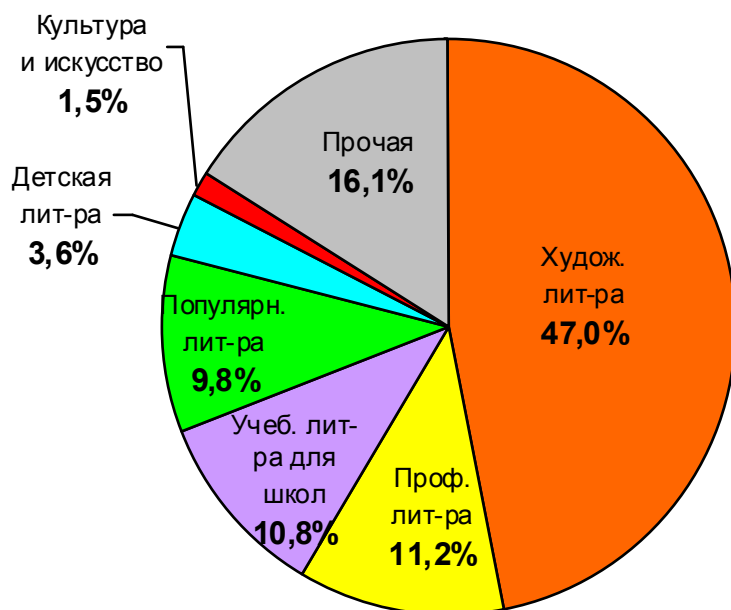


Источник: компания «ЛитРес».

Каталог электронных книг «ЛитРес» насчитывает 1 500 000 названий, в том числе 15% – книги на русском языке. Основу каталога компании составляет художественная литература (47%). Ежемесячное количество скачиваний в 2016 г. – 375 000 (+8% к 2015 г.). Наиболее востребованная тематика – фантастика, любовные романы, детективы, боевики. Среди предпочитаемых сервисов – Приложения «Читай!» и «Слушай!» (для iOS и Android), сайт www.litres.ru (онлайн чтение, скачивание книг на ридер), приложение для Android «Читай! Бесплатно», приложение MyBook с подпиской на книги.

Рис. 61.

Ассортиментная карта компании «ЛитРес», июль 2016 г.



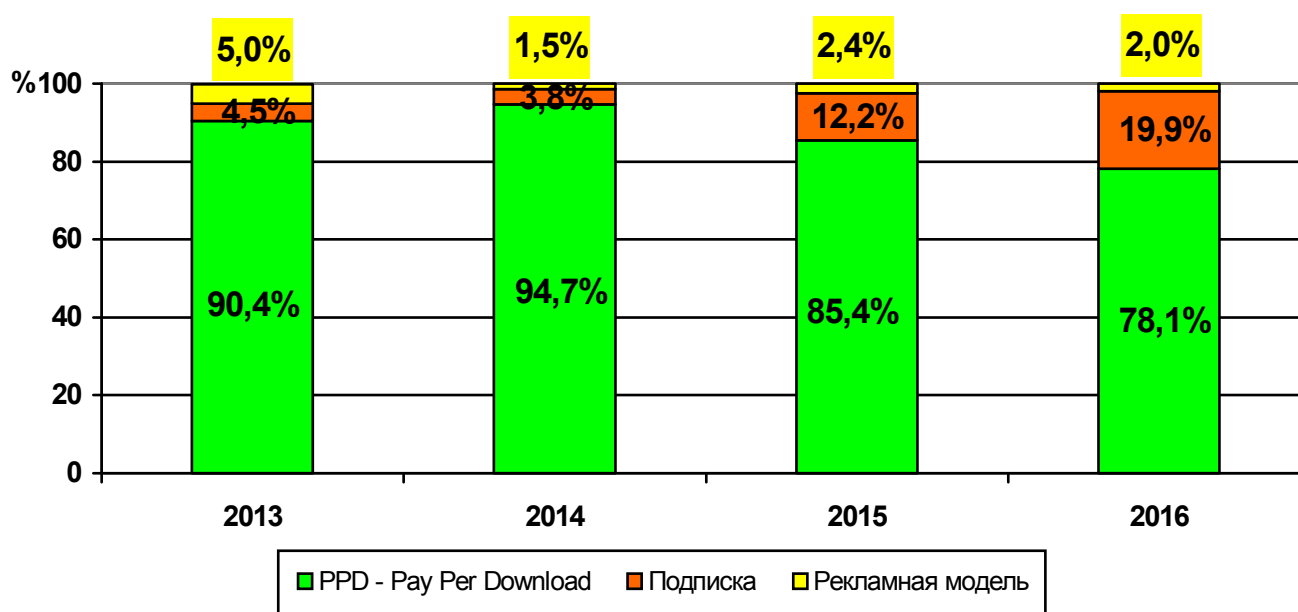
Источник: компания «ЛитРес».

В 2016 г. на рынке электронной книги в России не появилось новых проектов, его инвестиционная привлекательность снижается. Данная тенденция связана с макроэкономическими проблемами и неустойчивостью валютного курса.

На данный момент в России представлены три бизнес-модели, которые позволяют монетизировать электронные книги. Это плата за скачивание (pay-per-download), потребление книг по подписке и рекламная модель. Основной моделью монетизации в России остается «плата за скачивание» (PPD), на неё приходится 78% рынка. Тем не менее, с 2015 г. на российском рынке электронных книг отмечается рост предложений подписной модели (MyBook, Bookmate). Доля этой бизнес-модели становится всё более заметной, составляя в 2016 г. по оценке «ЛитРес», почти 20% контентного рынка России. Рекламная модель с точки зрения экспертов слабо монетизируется, тем не менее, доля этой модели на рынке электронных книг сохраняется на уровне 2% (см. рис. 62).

Рис. 62.

Распределение долей между различными моделями монетизации электронных книг в РФ в 2013-2016 гг.



Источник: компания «ЛитРес».

На большинстве крупных рынков Западной Европы издатели устанавливают фиксированные цены на электронные книги, и поставщикам контента разрешено применять лишь максимальный процент скидки. Более того, в большинстве западноевропейских стран налоговые правила устанавливают максимальный НДС на электронные тексты – в отличие от сниженного уровня НДС для печатных изданий.

В России на протяжении пяти лет средняя цена на электронные книги меньше цены бумажного аналога. По данным «ЛитРес», в 2016 г. она составила 113,9 руб.

Средний чек покупателя электронного контента в России в 2016 г. демонстрирует широкий диапазон значений в зависимости от дистрибьютора

или тематики контента – от 160 до 220 рублей (средневзвешенный показатель на уровне – 185,30 руб. с динамикой – плюс 15% к данным 2015 г.).

В табл. 28 представлена средняя цена бумажной и электронной книги в России в 2011–2016 гг.

Табл. 28.

Средняя цена бумажной и электронной книги в России в 2011–2016 гг.

Годы	Средняя цена бумажной книги в прайсе издателя, руб.	Средняя цена реализации бумажной книги в ритейле, руб.	Средняя цена электронной книги, руб.*	Сопоставление (бумажный ритейл к цифровой дистрибуции),%
2011	101,70	158,71	72,46	219
2012	104,21	160,83	78,60	205
2013	107,73	164,84	92,68	178
2014	124,43	191,09	97,65	177
2015	157,40	217,18	99,00	219
2016	189,58	256,87	113,90	225

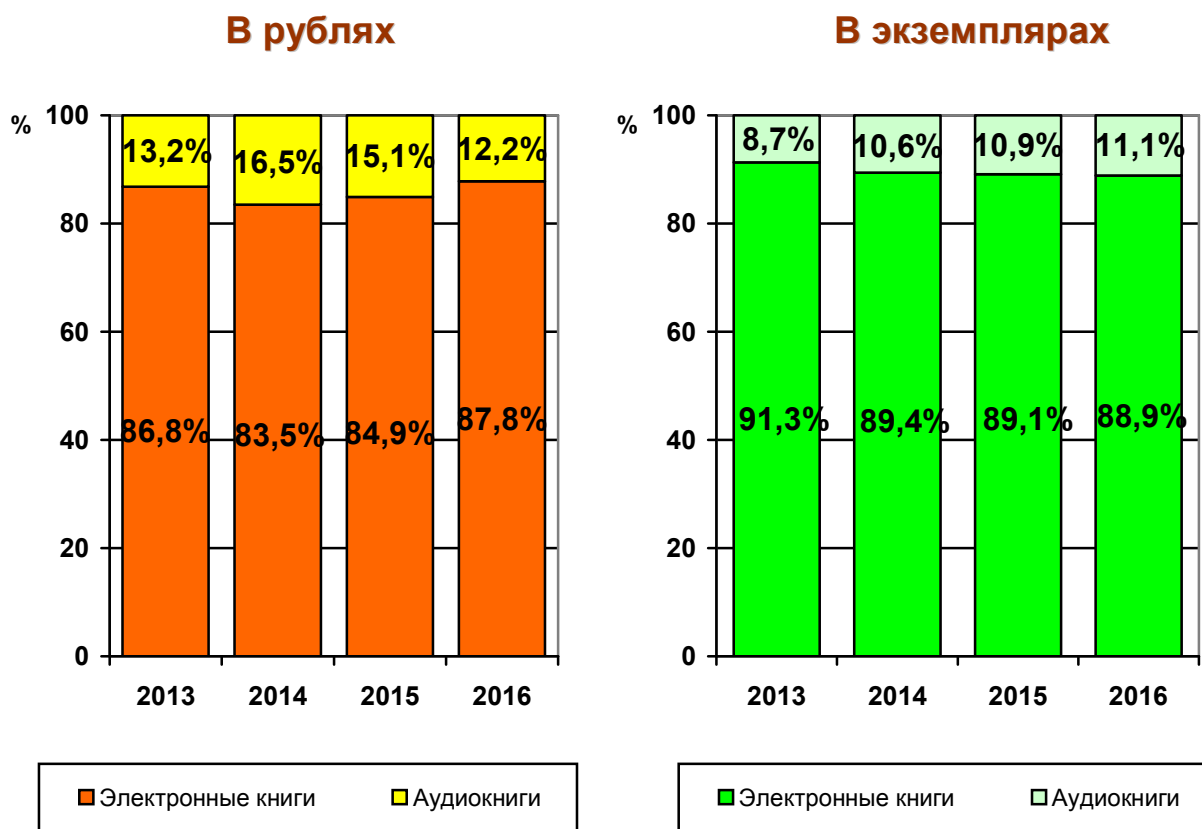
*до 2014 г. средневзвешанный показатель по данным компаний «ЛитРес», «Google Play».

Источники: данные проекта «Книжный рынок России – 2010–2020», экспертный опрос (январь 2012/2013/2014/2015/2016/2017 года), аналитика журнала «Книжная индустрия».

Распределение выручки на примере компании «ЛитРес» и партнёров между электронными и аудиокнигами в 2013–2016 гг. представлено на рис. 63.

Рис. 63.

Распределение выручки компании «ЛитРес» и партнёров между электронными и аудиокнигами в 2013–2016 гг.



Источник: компания «ЛитРес».

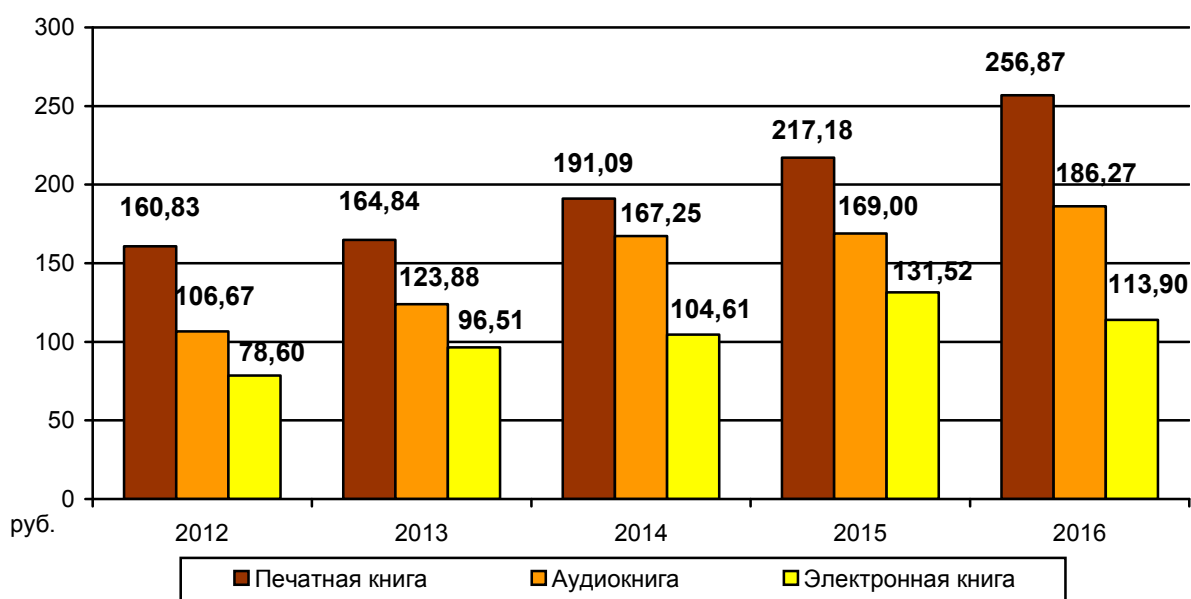
Агрегаторы электронного контента мотивированы, в первую очередь, на маркетинг именно электронных книг и продвижение самого процесса «электронного книгопотребления». Но, тем не менее, они достаточно активно участвуют в мероприятиях по поддержке и продвижению чтения, реализуют различные акции. Например, в рамках Года литературы был запущен совместный проект Российского книжного союза и компании «ЛитРес» «Мобильные библиотеки». Проект предполагает размещение в общественных местах конструкций с изображением книжных полок, где каждая книга сопровождается QR-кодом для бесплатного скачивания литературного произведения целиком.

В настоящее время проект реализуется РКС совместно с РЖД. На первом этапе сотрудничества РКС и РЖД в 2016 г. «Мобильные библиотеки» появились в тестовом режиме на трех железнодорожных вокзалах Москвы: Белорусском, Казанском и Павелецком, а также в аэропорту Шереметьево

На рис. 64 представлена динамика средней цены предложения в цифровом и бумажном сегменте книжного рынка России в 2012–2016 гг.

Рис. 64.

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



Источник: журнал «Книжная индустрия».

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

- рост популярности электронной книги
- рост тиражности продаваемых в электронном виде наименований
- рост средней цены электронной книги вслед за бумажным аналогом
- продолжение роста в сегменте аудиокниги
- рост модели подписки как в сегменте электронной так и аудио- книги
- развитие самиздата

- рост проникновения цифровой книги в библиотечную сферу
- вступившие в силу с 1 мая 2015 года новые поправки к «антипиратскому» закону. Эффективное использование принятых норм должно позволить рынку электронной книги сохранить высокие темпы роста в 2016-2017 гг.

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

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

В табл. 29 приведён топ-10 книжных бестселлеров рынка электронных книг за 2016 г., рассчитанный по совокупности ряда факторов российским отраслевым информационно-аналитическим интернет-порталом Pro-Books на основе продаж в магазинах Ozon и Litres.

Табл. 29.

Топ-10 книжных бестселлеров рынка электронных книг за 2016 г.

№ п/п	Автор	Название книги	Издательство
1.	Робертс Г.Д.	Шантарам	Азбука-Аттикус
2.	Мойес Д.	До встречи с тобой	Азбука-Аттикус
3.	Талеб Н.Н.	Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса	Азбука-Аттикус
4.	Акунин Б.	Планета Вода (сборник)	Abessa Global Inc
5.	Бикбаева Д.	Включите сердце и мозги. Как построить успешный творческий бизнес	Манн, Иванов и Фербер
6.	Батырев М. (Комбат)	45 татуировок менеджера. Правила российского руководителя	Манн, Иванов и Фербер
7.	Кови С.	Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности	Альпина Бизнес Букс
8.	Кауфман Д.	Сам себе MBA. Самообразование на 100%	Манн, Иванов и Фербер
9.	Янси Р.	Пятая волна	Азбука-Аттикус
10.	Вуйич Н.	Жизнь без границ. Путь к потрясающе счастливой жизни	Эксмо

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

В отличие от растущего потребительского сегмента рынка книжной цифровой дистрибуции, ниша *электронных библиотечных систем* (ЭБС) научного и образовательного контента переживает период стагнации и, по мнению некоторых аналитиков, достигла «потолка» развития.

По состоянию на 2016 г., рынок цифровых библиотек научного и образовательного контента обладает плотной конкурентной структурой с основными игроками:

1. Университетская библиотека онлайн (ООО Директ Медиа);
2. ZNANIUM.Com (издательство «ИНФРА-М»);
3. IPRbooks (ООО Ай Пи Эр Медиа);
4. eLibrary;
5. Электронная библиотека издательства «Лань».

В отличие от рынка печатной книги рынок ЭБС и цифровых издательских коллекций обладает сбалансированной географической структурой. На Москву приходится от 25% до 35% суммарного объема продаж владельца электронной коллекции (в т.ч. ЭБС), на вузы Санкт-Петербурга – от 10% до 15%, на другие регионы России – 50-75%. Иными словами, региональное высшее образование формирует большую часть доходов этого бизнеса. В 2016 г. стало очевидным перераспределение бюджетов в пользу столичных вузов. В списке наиболее активных подписчиков ЭБС в Московском регионе в ходе экспертного опроса (октябрь 2016) названы следующие вузы:

- Российский университет дружбы народов;
- Московский социально-педагогический институт;
- Российский государственный социальный университет;
- Московский государственный юридический университет им. О.Е. Кутафина;
- Московский социально-педагогический институт;
- Государственный университет управления;
- Университет Российской академии образования.

и библиотеки:

- Российская государственная библиотека (РГБ);
- Библиотека истории русской философии и культуры «Дом А.Ф.Лосева»;
- Российская государственная библиотека для молодежи;
- Библиотека иностранной литературы.

От 65% до 97% электронных ресурсов вузовских библиотек приходится на закупаемые у российских поставщиков ЭБС и издательские коллекции. Иными словами, российские агрегаторы образовательного и научного контента ограничены лишь внутренним конкурентным пространством и не испытывают давления со стороны зарубежных поставщиков.

На текущий момент доля закупаемых у зарубежных поставщиков ресурсов по количеству наименований не превышает 20% цифровых фондов вузов России, а по объему финансирования фактически в 3-4 раза меньше бюджета на пополнение фонда электронных изданий от российских агрегаторов контента.

Базовыми приоритетами библиотек при закупке электронного контента у сторонних поставщиков являются:

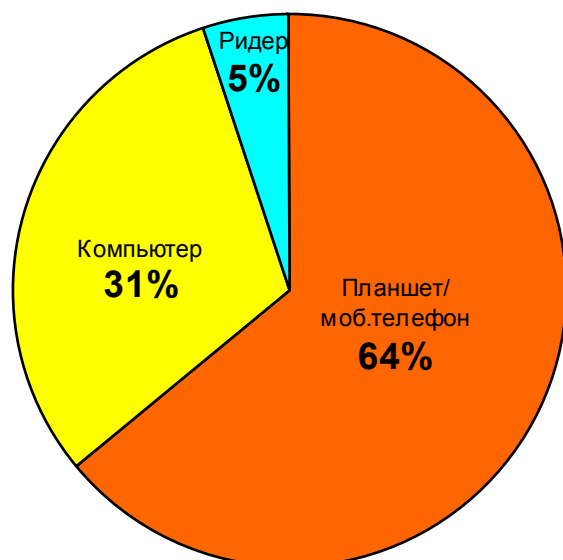
- востребованность тематики читателями библиотеки;
- лояльная ценовая политика (выгодные условия закупки).

Большое влияние на развитие рынка электронных книг оказывает развитие *рынка электронных читающих устройств*. На рис. 65 представлен уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания легального цифрового книжного контента в России в 2016 г.

По данным исследования журнала «Книжная индустрия», на рынке аудиокниг и в 2016 г. по-прежнему основные клиенты – владельцы iPad/iPhone (70% скачиваний), в то время как на устройства с OS Android приходится лишь 25% загрузок аудиофайлов.

Рис. 65.

Уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания легального цифрового книжного контента в России в 2016 г.



Источник: компания «ЛитРес».

Для сравнения приведём данные по рынку электронных книг США, полученные в ходе исследования компании «The Codex Group».

В апреле 2016 г. компания «The Codex Group» провела опрос покупателей в книжных магазинах. В опросе приняло участие 4 992 чел. Согласно данным опроса, доля продаж электронных книг в США в общем объёме книжных продаж составила 32,4%, что на 3,5% меньше, чем в апреле 2015 г. Опрос «The Codex Group» учитывал весь спектр электронных изданий, распространяемых по всем каналам и во всех категориях, в том числе электронные книги традиционных издательств и самиздат.

По мнению президента компании «The Codex Group» Питера Хайлдик-Смита, опыт цифровых продаж в издательской индустрии отличается от подобного опыта в сфере видео и музыки по двум причинам: во-первых, электронные устройства не обязательно используются для чтения книг, в

отличие от прослушивания музыки и просмотра видео; во-вторых, существующие модели электронных устройств для чтения книг, включая смартфоны, планшеты, ридеры, не превосходят того качества печатной книги, которое было выведено многовековым читательским опытом, даже несмотря на такие преимущества, как выгодная цена и удобство использования.

Ридеры Nook и Kindle, которые изначально были предназначены только для чтения, по-прежнему остаются главными устройствами, влияющими на чтение, продажи и потребление электронных книг.

Согласно данным опроса «The Codex Group», только 34% покупателей электронных книг владеют ридерами. На ридеры приходится 55% времени, потраченного на чтение электронных книг. По данным исследования, владельцы ридеров приобрели 59% электронных книг. В противоположность этому, 66% покупателей электронных книг владеют планшетами, при этом на планшеты приходится 28% времени, потраченного на чтение электронных книг, в то время как на смартфоны, которые характеризуются наибольшим проникновением на рынок с долей в 73%, приходится только 12% времени, потраченного на чтение.

Покупатели в последнее время стали реже использовать ридеры и поэтому, как отмечает Хайлдик-Смит, рынок электронных устройств, предназначенных сугубо для чтения, на протяжении последних трёх лет пребывал в периоде стагнации. В течение недели до проведения опроса только 50% ридеров были использованы респондентами для чтения электронных книг, а в предыдущий месяц покупка электронной книги была осуществлена с помощью менее трети этих устройств. С другой стороны, за неделю до опроса 52% планшетов и 26% смартфонов были использованы для чтения электронных книг. Это хорошие показатели для multifunctional устройств.

Исследование компании «The Codex Group» показало, что почти 25% покупателей книг, включая тех, кому от 18 до 24-х лет, а это 37%, хотят тратить меньше времени на электронные устройства, а также то, что в среднем они проводят 5 часов своего дневного времени за экраном. Поскольку потребители почти всегда имеют возможность приобрести книгу в её традиционной форме, наблюдается тенденция возвращения читателей к печатной книге.

Опрошенные от 18 до 24-х лет, а это 19% (самый большой процент среди всех возрастных категорий), констатировали, что стали читать меньше электронных книг по сравнению с тем временем, когда они только начинали читать в таком формате. При этом 14% от общего числа опрошенных присоединились к этому утверждению, а 59% отметили, что предпочитают печатную книгу электронной. Эти явления приводят в качестве доводов необходимости возвращения внимания издателей к печатной книге.

Самая большая доля продаж печатных книг была в категории заядлых пользователей электронных устройств, от 18 до 24-х лет, и составила 83% от общего рынка печатных книг, в то время как наименьшая доля продаж была среди категории покупателей от 55 до 64-х лет и составила 61%.

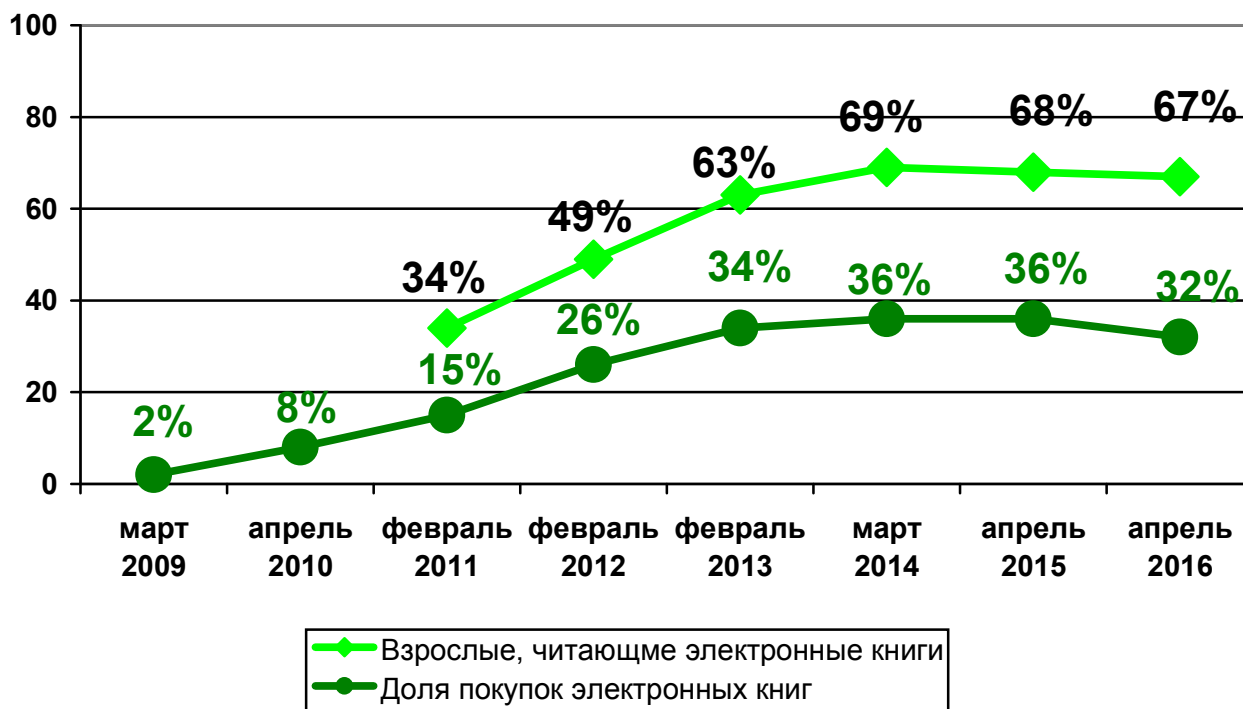
Хайлдик-Смит ожидает, что покупатели будут уставать от опыта пользования электронными устройствами, и это спровоцирует падение продаж

электронных книг, если не будут снижены цены и повышено качество цифровых продуктов.

Данные о динамике рынка электронных книг в США представлены на рис. 66

Рис. 66.

Динамика рынка электронных книг в США в 2009-2016 гг.



Источник: компания «The Codex Group».

IV. ПОДДЕРЖКА ЛИТЕРАТУРЫ, КНИГОИЗДАНИЯ И ЧТЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

4.1. Деятельность Оргкомитета по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в РФ

Проведение в Российской Федерации в 2015 г. Года литературы позволило вывести в плоскость публичного обсуждения ряд животрепещущих отраслевых проблем. В России по-прежнему остро стоят вопросы поддержки отечественного книгоиздания, обеспечения доступности книг для населения, формирования национальных электронных библиотечных ресурсов, развития литературного творчества, популяризации чтения как образа жизни среди детей и молодёжи.

В рамках одного Года литературы решить все эти проблемы было невозможно. В связи с этим, распоряжением Правительства России от 06.02.2016 г. № 173-р было решено преобразовать Организационный комитет Года литературы в ***Организационный комитет по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в Российской Федерации*** (далее – Оргкомитет), который возглавил председатель Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации VI созыва С.Е.Нарышкин.

Книжный фестиваль «Красная площадь».

Центральным и самым масштабным и ярким проектом, реализованным Оргкомитетом в 2016 г., стал ***Книжный фестиваль «Красная площадь»*** (3 – 6 июня 2016 г.), собравший почти 400 ведущих издательств из 50 российских регионов, которые представили около 100 тысяч наименований книг. Фестиваль был приурочен ко дню рождения А.С.Пушкина, Дню русского языка и объявленному в России в 2016 г. Году русского кино. Впервые в 2016 г. на фестиваль приехали издатели из Белоруссии.

Для участия в фестивале, наряду с выставкой-продажей книг, в т.ч. букинистических, были приглашены ведущие российские писатели и поэты, которые провели серию творческих вечеров под открытым небом для москвичей и гостей столицы. Ведущие театры страны представили на Главной сцене фестиваля свои лучшие постановки.

На четыре дня главная площадь страны стала одновременно литературным центром столицы, научным лекторием, сценой академического театра, библиотекой, мультимедиа-лабораторией, школой, детской площадкой и даже летним курортом – с красочными шезлонгами, качелями, мягкими креслами и пуфами. Фестиваль «Красная площадь» создал новое гостеприимное городское пространство, комфортное для человека читающего, привлекательное для современных активных жителей и гостей города. 6 июня, в завершающий день фестиваля, было положено начало новой традиции, которая, как планируется, продолжится и в 2017 г. Все читатели, которые приобрели 6 июня на Красной площади любую книгу, получили в подарок экслибрис фестиваля.

Помимо Главной сцены на фестивале 2016 года работали 6 площадок – «Детская и учебная литература», «Художественная литература», «Нон-фикшн», «Регионы России», «Москва – город книг», «Электронная книга / КНИГАБАЙТ». На всех площадках фестиваля без остановки проходили дискуссии, мастер-классы, презентации, лекции, концерты, творческие встречи, игры, флешмобы, конкурсы, автограф-сессии, – всего 400 различных мероприятий.

По оценке организаторов, в дни работы Фестиваля его посетили не менее 200 тысяч человек, а общая телеаудитория проекта составила более 100 млн человек. За четыре июньских дня посетители Фестиваля приобрели около 500 тысяч экземпляров книг.

Поддержка национальных литератур народов Российской Федерации.

Одним из важнейших направлений работы Оргкомитета является ***воссоздание в России школы перевода литературных произведений с языков народов России на русский язык*** и реализация ***комплекса мер по поддержке национальных литератур народов Российской Федерации.***

В России насчитывается более 80 языков, имеющих письменность. Примерно на 60 из них издаются книги, выходят газеты и журналы. Однако отсутствие переводов литературных произведений, созданных на языках народов Российской Федерации, на русский язык замыкает их в узконациональных рамках, ограничивает доступность и распространение. Поэтому комплекс мер по поддержке национальных литератур народов Российской Федерации предусматривает систему мероприятий по сохранению, поддержке и продвижению национальных литератур народов России, включая переводы лучших произведений национальных литератур на русский язык, подготовку и издание в 2016-2018 гг. антологий современной прозы, поэзии и детской литературы народов России, а также популяризацию лучших произведений, созданных на языках народов Российской Федерации.

В 2016 г. были созданы ***федеральный и региональные редакционные советы*** по подготовке указанных антологий. В апреле 2017 г. вышла в свет Антология современной поэзии народов России. В течение 2017-2018 гг. будут выпущены Антология современной детской литературы народов России и Антологии современной прозы народов России.

Концепция Национальной программы «Поддержка детского и юношеского чтения в Российской Федерации».

Приобщение детей к чтению, к письменной культуре есть необходимое условие формирования нового поколения российских граждан, которому предстоит на высоком интеллектуальном уровне ответить на вызовы современности, обеспечить устойчивое развитие России, обустроить и повысить престиж нашей страны в мировом сообществе в ситуации усиливающейся глобальной конкуренции в экономике, политике, образовании, науке, искусстве и других сферах.

Негативное влияние на ситуацию с чтением оказывает и современная информационная среда, в которой проблематика культуры, образования и просвещения вытеснена на периферию и отсутствует действенная система пропаганды книг и чтения. Снижение уровня филологической грамотности, читательской и речевой культуры взрослого населения также приводит к серьезным проблемам чтения российских детей.

В этой связи, в соответствии с решением Оргкомитета по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в 2016 г., а также во исполнение поручения Председателя Правительства Российской Федерации Д.А.Медведева от 11.06.2016 г. № ДМ-ПЗ9-3482 Роспечать с участием ведущих экспертов в области образования, культуры, литературы, издательского и библиотечного дела подготовила Концепцию Национальной программы поддержки детского и юношеского чтения в Российской Федерации (далее – Концепция).

Концепция представляет собой систему взглядов на основные проблемы в сфере детского, подросткового и юношеского чтения, а также базовые принципы, цели, задачи, основные направления формирования Национальной программы поддержки детского и юношеского чтения в Российской Федерации (далее – Программа) и этапы её реализации.

В фокусе Концепции находится подрастающее поколение читателей и факторы, оказывающие влияние на его становление в условиях современной России: психолого-педагогические, культурные, экономические и иные.

Концепция исходит из того, что приобщение детей и юношества к чтению, а шире – к письменной культуре, есть необходимое условие формирования нового поколения российских граждан, которому предстоит на высоком интеллектуальном уровне ответить на вызовы современности, обеспечить устойчивое духовное и экономическое развитие России, обустроить и повысить престиж нашей страны на мировой арене в ситуации усиливающейся глобальной конкуренции во всех сферах человеческой деятельности.

Концепция была подготовлена Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям в тесном взаимодействии с ведущими институтами в области поддержки литературы и чтения в России (МОО «Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества», НП «Российский книжный союз», МОО «Русская ассоциация чтения», ООО «Ассоциация школьных библиотекарей русского мира», ФГБУК «Российская государственная детская библиотека», ФГБУК «Российская государственная библиотека для молодежи», ФГБУК «Государственный литературный музей», ФГБОУ ВПО «Литературный институт им. А.М.Горького», НФ «Пушкинская библиотека» и др.), а также с ведущими российскими издателями и экспертами детской литературы, после чего была рассмотрена и одобрена на заседании Организационного комитета по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в Российской Федерации, состоявшемся 21 сентября 2016 года, и согласована с профильными органами исполнительной власти Российской Федерации (Минобрнауки России, Минкультуры России).

Концепция является основой для разработки Программы поддержки детского и юношеского чтения в Российской Федерации. Основная цель Программы – повышение статуса чтения, читательской активности и улучшение качества чтения, развитие культурной и читательской компетентности детей, подростков и юношества, формирование у подрастающего поколения высоких гражданских и духовно-нравственных ориентиров.

Основные цели Программы соотносятся с основными направлениями государственной культурной политики в области стратегического планирования и инновационного развития страны, культуры, образования, воспитания, семейной политики, информационной безопасности.

Стратегия государственной культурной политики до 2030 года.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 29.02.2016 г. № 326-р в России была утверждена Стратегия государственной культурной политики (далее – Стратегия). Стратегия была разработана во исполнение Основ государственной культурной политики, утверждённых Указом Президента Российской Федерации от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики», и направлена на реализацию их целей и задач.

Стратегия является документом стратегического планирования, разработанным в рамках целеполагания по межотраслевому принципу. Такой подход базируется на положениях Основ государственной культурной политики, согласно которым государственная культурная политика понимается как широкое межотраслевое явление, охватывающее такие сферы государственной и общественной жизни, как все виды культурной деятельности, гуманитарные науки, образование, межнациональные отношения, поддержка русской культуры за рубежом, международное гуманитарное и культурное сотрудничество, а также формирование информационного пространства страны. Одним из основных составляющих элементов отечественной культуры рассматривается книгоиздание и книгораспространение.

В число приоритетных целей и задач Стратегии входят:

- поддержка развития организаций в сфере книгоиздания и книготорговли (книгораспространения) и распространения печатных средств массовой информации;
- сохранение единого культурного пространства России, включая языковое, образовательное и информационное;
- государственная поддержка и защита культуры и языков народов Российской Федерации;
- усиление и расширение влияния российской культуры в иностранных государствах, включая обеспечение иностранным читателям широкого доступа к современной российской литературе и прессе.

В Целевые показатели реализации Стратегии государственной культурной политики входит увеличение по сравнению с 2014 г. объёма продажи книг в России на душу населения с 3 до 7, количества книжных магазинов на 1 млн. человек – с 14,5 до 38,2, а количества специализированных объектов розничной торговли периодической печатью – с 30,1 тыс. до 50,5 тыс. объектов.

Стратегию предполагается реализовать в 2 этапа. На первом этапе (2016 – 2020 годы) обеспечивается законодательная и межведомственная координация вопросов реализации государственной культурной политики, разрабатывается и внедряется система качественных и количественных показателей эффективности реализации Стратегии, создаются ресурсные и нормативно-правовые условия для развития креативной (творческой) индустрии.

На втором этапе (2021 – 2030 годы) принимаются меры законодательного и нормативно-правового характера, обеспечивающие существенное повышение ресурсной обеспеченности культуры, а также меры организационного и финансового характера, необходимые для достижения целей, задач и приоритетов Основ государственной культурной политики и Стратегии.

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать), являющееся федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим государственные функции в области электронных средств массовой информации, издательской и полиграфической деятельности, начало реализовывать цели, впоследствии заложенные в Стратегии, фактически с момента своего основания в 2004 г.

В 2006 г. Роспечатью совместно с Российским книжным союзом была подписана **Национальная программа поддержки и развития чтения**, в рамках которой были определены основные векторы пропаганды чтения и книги в нашей стране. На основе Национальной программы в ряде регионов, таких как Санкт-Петербург, Челябинск и ряд других, были созданы региональные программы поддержки чтения. За годы существования Национальной программы были проведены десятки всевозможных всероссийских и региональных мероприятий в поддержку чтения – книжные выставки-ярмарки, фестивали чтения и книг, книжные конкурсы, литературные премии и т.д.

Реализация основных приоритетных направлений, заложенных в Стратегии, ведётся Роспечатью в рамках её каждодневной деятельности.

4.2. Поддержка литературы, книгоиздания и чтения в рамках деятельности Роспечати

В целях реализации Стратегии государственной культурной политики Роспечать оказывает государственную поддержку социально значимым проектам в области электронных и печатных СМИ, а также книгоиздания.

Так, в 2016 г. в рамках реализации **федеральной целевой программы «Культура России (2012-2018 годы)»** Роспечатью было поддержано

650 социально значимых книгоиздательских проектов, в т.ч. 51 наименование литературы для детей и юношества, 26 наименований литературы республиканских издательств, 37 наименований литературы к знаменательным датам, 87 наименований литературы общественной тематики, 91 – литературы по культуре и искусству, 76 – научной и научно-технической литературы, 17 – справочно-энциклопедической литературы, 31 – учебной и учебно-методической литературы, 53 – художественной литературы. Поддержку получили 348 российских издательств из 53 регионов Российской Федерации.

В рамках государственной программы «Информационное общество (2011-2020 годы)» в 2016 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям оказало финансовую поддержку и содействие в подготовке и проведении 119 мероприятий по популяризации отечественной литературы и чтения, достижений в сфере периодической печати и полиграфии, в том числе: национальный книжный конкурс **«Книга года»**; XII Всероссийский конкурс региональной и краеведческой литературы **«Малая Родина»**; IX Всероссийский конкурс книжной иллюстрации **«Образ книги»**; XIII Международный конкурс государств-участников СНГ **«Искусство книги»**; Международный конкурс юных чтецов **«Живая классика»**; Всероссийский конкурс **«Самый читающий регион»**; организация премии за лучший перевод русской литературы на иностранные языки **«Читай Россию/Read Russia»**; Международный **Форум молодых писателей** России, стран СНГ и дальнего зарубежья, а также серия мероприятий по поддержке чтения и продвижению книжной культуры в рамках российских книжных выставок-ярмарок (**Санкт-Петербургский международный книжный салон, Московская международная книжная выставка ярмарка, Международная ярмарка интеллектуальной литературы «Non/fictio№»**) и др.

Как уже указывалось выше, одним из важнейших направлений реализации Стратегии государственной культурной политики является усиление и **расширение влияния российской культуры в иностранных государствах, и обеспечение иностранным читателям широкого доступа современной российской литературе.**

Как подчёркивается в Стратегии, перед вызовами новых глобальных трендов Россия должна активнее продвигать на международной арене свою стратегию защиты национальной культуры, к которой, как известно, относится и культура книжная. Работа по продвижению российской книги на зарубежные книжные рынки ведётся Роспечатью уже на протяжении более десяти лет. За эти годы были организованы полномасштабные презентации российской книги на всех ведущих книжных выставках-ярмарках мира, включая Франкфурт, Париж, Лондон, Нью-Йорк, Пекин и многих других. Благодаря этому, русская книга постепенно интегрируется в мировой издательский процесс, российские авторы становятся узнаваемыми среди читателей зарубежных стран, русская литература возвращает незаслуженно утраченный статус одной из ведущих мировых литератур.

Только в 2016 г. при поддержке Роспечати было организовано участие нашей страны **почти в 20 международных книжных выставках и ярмарках**, среди которых – Каирская международная книжная выставка-ярмарка (январь-февраль 2016 г.); Гаванская международная книжная ярмарка (февраль 2016 г.); Парижский книжный салон (март 2016 г.); Ярмарка детской книги в Болонье (март 2016 г.); Лондонская международная книжная ярмарка (апрель 2016 г.); Пекинская международная книжная ярмарка (август 2016 г.); Международная книжная ярмарка в Гётеборге (сентябрь 2016 г.); Международная книжная ярмарка «Либер» (октябрь 2016 г.); Франкфуртская книжная ярмарка (октябрь 2016 г.); Международная книжная ярмарка в Хельсинки (октябрь 2016 г.); Белградская книжная ярмарка (октябрь 2016 г.); Алжирский международный салон книги (октябрь-ноябрь 2016 г.) и др.

При этом на двух из книжных ярмарок – Международной книжной выставке-ярмарке в Салониках (май 2016 г.); и Тегеранской международной книжной выставке-ярмарке (май 2016 г.) Россия выступила в статусе Почётного гостя.

Кроме того, в 2016 г. Роспечатью было организовано российское участие в книжных ярмарках **стран ближнего зарубежья** – Минской международной книжной выставке-ярмарке (февраль 2016 г.), Ашхабадской международной книжной выставке-ярмарке «Книга – путь сотрудничества и прогресса» (сентябрь 2016 г.) и Евразийской международной книжной выставке-ярмарке «Eurasian Book Fair–2016» в Астане (ноябрь 2016 г.).

Долгое время работа продвижению российской книги на зарубежные книжные рынки ограничивалась участием России в зарубежных книжных выставках-ярмарках и точечной работой с крупными издательствами. Однако в настоящее время поддержка отечественной литературы на зарубежных книжных рынках стала более разносторонней, и одним из главных направлений этой работы становится **поддержка переводов**.

Так, на протяжении ряда лет Роспечать оказывает активную поддержку **организации переводов** произведений российских авторов на иностранные языки. Только в 2016 г. в рамках ФЦП «Культура России (2012-2018 годы)» Роспечать выделила субсидии организациям на перевод на иностранные языки **126 произведений**.

В 2016 г. были приняты важные для книжной, библиотечной и полиграфической отраслей документы, активное обсуждение которых продолжалось последние несколько лет.

Одним из наиболее принципиальных стал обновлённый **Федеральный закон «Об обязательном экземпляре документов»**, который вступил в действие с 1 января 2017 г. Документом предусмотрено введение обязательного экземпляра печатного издания в электронной форме и передача его в РГБ и РКП (филиал ИТАР-ТАСС).

Несмотря на вступление в действие закона, у профессионального сообщества до сих пор возникает немало вопросов по регламенту его исполнения. Спорным остаётся ряд тем, связанных с технологией и форматами предоставляемых обязательных электронных экземпляров, обеспечением

хранения, организации доступа и охраны произведений от незаконного копирования и распространения в веб-среде.

Предполагается, что эти нормы будут установлены дополнительными подзаконными актами, в частности, разрабатываемым Минкультуры России документом «Порядок доставки обязательного экземпляра печатного издания в электронной форме, порядок хранения и учета обязательного экземпляра печатного издания в электронной форме, меры защиты при доставке обязательного экземпляра печатного издания в электронной форме, порядок компьютерной обработки данных обязательного экземпляра печатного издания в электронной форме в целях их классификации и систематизации, а также требования к формату доставляемого файла обязательного экземпляра печатного издания в электронной форме разработанные в соответствии с пунктом 2.1 статьи 7 Федерального закона от 29.12.1994 г. № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов».

3 июня 2016 г., в день открытия Книжного фестиваля «Красная площадь» состоялась встреча председателя Правительства Российской Федерации Д.А.Медведева с представителями российской книжной отрасли, на которой, в частности, обсуждались вопросы, связанные с государственной поддержкой книжной торговли в России, в том числе, возможность отнесения субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих торговлю книгами и печатными СМИ в специализированных магазинах и павильонах, к субъектам социального предпринимательства. Этот и другие предложенные участниками встречи способы поддержки торговли книгами и печатными СМИ нашли отражение в **Комплексе мер по поддержке развития негосударственных организаций в сфере книготорговли** (книгораспространения) и распространения печатных средств массовой информации (в том числе через обеспечение условий для развития розничной сети распространения), подготовленном Роспечатью совместно с Минкомсвязи России и утверждённом распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2017 г. № 719-р.

В 2016 г. усилиями Роспечати совместно с Минкомсвязи России удалось добиться снижения **ввозных таможенных пошлин** на отдельные виды бумаг, картона и некоторых полиграфических материалов. В соответствии с решениями Коллегии Евразийского экономического союза от 16.05.2016 г. № 40 и от 31.01.2017 г. № 13 снижена до 5% ввозная таможенная пошлина в отношении отдельных видов бумаги и картона.

Таким образом, фактически вся деятельность Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, связанная с развитием книгоиздания и поддержки книжной культуры, органично вписывается в реализацию «Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года». Реализация задач, поставленных в Стратегии, позволит сформировать новую ценностно-ориентированную модель государственной культурной политики, основанную, в том числе, на повышении читательской компетенции российских граждан, поддержке отечественного книгоиздания, обеспечении доступности книг для всех слоёв населения, а также развитии литературного творчества, популяризации чтения как образа жизни среди детей и молодёжи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённый в докладе анализ состояния российского книгоиздания в 2016 г. показал достаточно обнадеживающие результаты. Ключевые количественные показатели отечественного книгоиздания, хотя ещё и не достигли докризисного уровня, тем не менее, уже второй год подряд демонстрируют либо рост (по числу выпускаемых названий), либо существенное замедление нисходящей тенденции (по совокупным тиражам).

Объём книжного рынка России в сегменте B2C, несмотря на общее снижение уровня потребления в стране, продемонстрировал положительную динамику, которая была, в основном, обеспечена за счёт прироста оборотов в каналах классических книжных и интернет-магазинов. Правда, оборот книжной отрасли по печатной книге в целом несколько сократился, однако общая отрицательная динамика рынка главным образом была вызвана секвестированием финансовых средств, выделенных бюджетным организациям на закупку книжной продукции. Продажи книг в цифровом формате по-прежнему не могут компенсировать уменьшение продаж традиционных изданий.

Среди позитивных факторов развития рынка электронной книги особое значение имеет активизация правоприменения вступивших в силу ещё в 2015 г. поправок к «антипиратскому» закону. В ходе этой работы было заблокировано более 200 ресурсов, содержащих «пиратский» книжный контент. В целом ситуация на рынке электронной книги за последние два года свидетельствует о расширении аудитории легальных ресурсов, налаживании диалога между издателями и распространителями, что создаёт основания ожидать серьёзного роста в сегменте продаж электронных изданий в будущем.

Большую роль в развитии отечественной литературы и книгоиздания играет деятельность Организационного комитета по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в Российской Федерации. Знаковым явлением для книжной отрасли стала разработка в 2016 г. Концепции Национальной программы «Поддержка детского и юношеского чтения в Российской Федерации», а также выпуск впервые в отечественной литературе Антологии современной поэзии народов России.

Поступательное развитие книжной отрасли предусмотрено в принятой в 2016 г. Стратегии государственной культурной политики до 2030 года. В число приоритетных целей и задач Стратегии входит поддержка развития организаций в сфере книгоиздания и книготорговли (книгораспространения) и распространения печатных средств массовой информации, среди которых важное место занимает воссоздание в России развитой и полноценной инфраструктуры чтения. Реализация Стратегии позволит сформировать новую ценностно-ориентированную модель государственной культурной политики, основанную, в том числе, на повышении читательской компетенции российских граждан, поддержке отечественного книгоиздания, обеспечении доступности книг для всех слоёв населения, включая национальные электронные библиотечные ресурсы, а также развитии литературного творчества, популяризации чтения как образа жизни среди детей и молодёжи.

Активная работа всего издательского сообщества в указанных направлениях призвана способствовать возрождению интереса российских граждан к литературе и чтению, воспитанию нового поколения образованных, грамотных и культурно развитых российских граждан.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Табл. 1. Основные показатели выпуска книг и брошюр в Российской Федерации в 2008-2016 гг.	8
Табл. 2. Изменения в распределении выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2008-2016 гг.	10
Табл. 3. Топ-10 писателей, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2008 и 2016 гг.	16
Табл. 4. Топ-10 детских писателей, произведения которых были изданы в России наибольшими тиражами в 2008 и 2016 гг.	17
Табл. 5. Лауреаты и финалисты литературной премии «Большая книга».....	17
Табл. 6. Лауреаты и финалисты литературной премии «Национальный бестселлер»	18
Табл. 7. Лауреаты и финалисты литературной премии «Русский Букер».....	18
Табл. 8. Лауреаты и финалисты литературной премии «Ясная Поляна»	19
Табл. 9. Лауреаты и финалисты премии «Просветитель»	20
Табл. 10. Топ-20 издательств по числу выпущенных названий и тиражам.....	21
Табл. 11. Рейтинг ведущих издательских домов мира.....	24
Табл. 12. Объем рынка, динамика, каналы	33
Табл. 13. Розничная продажа книг, газет, журналов, канцелярских и писчебумажных товаров.....	34
Табл. 14. Средняя цена реализованного издания на книжном рынке в 2011–2017 гг., руб.	35
Табл. 15. Средняя цена реализации в базовых тематических блоках и каналах книжного рынка в 2013–2016 гг., руб.....	36
Табл. 16. Доля укрупненных тематических групп в обороте книжного рынка России в 2013-2017 гг.,% (без бюджетных продаж и электронных изданий).....	38
Табл. 17. Динамика продаж в укрупнённых тематических разделах в 2011-2016 гг.	38
Табл. 18. Ведущие книжные интернет-магазины в Рунете.....	42
Табл. 19. Средняя цена реализации книжного издания в FMCG-сетях в 2014-2016 гг., руб.....	44
Табл. 20. Российский экспорт печатной продукции в 2015 и 2016 гг.	47
Табл. 21. Российский импорт печатной продукции в 2015 и 2016 гг.....	48
Табл. 22. Ведущие книготорговые сети России по количеству книжных магазинов	49
Табл. 23. Ведущие книжные оптовики и библиотечные коллекторы России по величине ассортимента.....	50
Табл. 24. Топ-10 бестселлеров отечественной художественной литературы за 2016 г.	58
Табл. 25. Топ-10 бестселлеров зарубежной художественной литературы за 2016 г.	58
Табл. 26. Топ-10 бестселлеров в сегменте non-fiction за 2016 г.....	59
Табл. 27. Топ-10 бестселлеров детской литературы за 2016 г.....	59
Табл. 28. Средняя цена бумажной и электронной книги в России в 2011–2016 гг.....	74
Табл. 29. Топ-10 книжных бестселлеров рынка электронных книг за 2016 г.....	76

СПИСОК РИСУНКОВ

Рис. 1. Число названий книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2016 гг.	7
Рис. 2. Совокупный тираж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2016 гг.....	7
Рис. 3. Совокупный листаж книг и брошюр, выпущенных в Российской Федерации в 2008-2016 гг.....	8
Рис. 4. Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в 2008-2016 гг.....	8
Рис. 5. Средние тиражи и средние объёмы книжной продукции в 2008-2016 гг., экз.	9
Рис. 6. Число действующих издательств в России в 2008-2016 гг.	9
Рис. 7. Выпуск научной литературы в 2008-2016 гг.	11
Рис. 8. Выпуск учебной литературы в 2008-2016 гг.....	11
Рис. 9. Выпуск художественной литературы в 2008-2016 гг.	11
Рис. 10. Выпуск литературы для детей и юношества в 2008-2016 гг.	11
Рис. 11. Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2016 г.,%	13
Рис. 12. Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008-2016 гг.,%	14
Рис. 13. Выпуск переводной литературы в России.....	15
Рис. 14. Выпуск книг и брошюр на языках народов России в 2016 г.	15
Рис. 15. Выпуск переводной литературы с языков народов России в 2016 г.	16
Рис. 16. Доли издательств – ключевых игроков книжного рынка в 2016 г. по суммарным (рублёвым) продажам.....	23
Рис. 17. Доли регионов в географии российского книгоиздания,%	23
Рис. 18. Оценка влияния кризиса на деятельность издательства (% отметивших издательств)	25
Рис. 19. География распространения издаваемых книг по федеральным округам России в 2016 г.,%	26
Рис. 20. Доли различных каналов книгораспространения в общем объёме розничной реализации книг издательств в 2016 г.,%	27
Рис. 21. Формы продвижения книг в Интернете, использовавшиеся издательствами в 2016 г. (% отметивших издательств)	28
Рис. 22. Социальные медиа, в которых издательства осуществляют PR-активность в 2016 г. (% отметивших издательств)	28
Рис. 23. Виды PR-активности издательств в социальных медиа в 2016 г. (% отметивших издательств).....	29
Рис. 24. Доля электронных книг в ассортименте российских издательств,% (среди опрошенных издательств, выпускающих электронные книги).....	30

Рис. 25. Доля электронных книг в рублёвых продажах российских издательств, % (среди опрошенных издательств, выпускающих электронные книги).....	30
Рис. 26. Доли различных каналов в общем объёме продаж электронных книг российских издательств конечному потребителю, % (среди издательств, выпускающих электронные книги).....	31
Рис. 27. Доли различных статей в издержках издательств в 2016 г., %.....	31
Рис. 28. Динамика книготоргового оборота России в 2011-2016 гг., млрд руб.	34
Рис. 29. Динамика книжного рынка России в натуральном и денежном выражении в 2011-2016 гг., %	35
Рис. 30. Средняя цена реализованного издания в разрезе основных тематик и каналов сбыта в 2016 г., руб.	36
Рис. 31. Индекс потребительских цен в основных тематических разделах книжного рынка в 2015-2016 гг., %	37
Рис. 32. Доля укрупнённых тематических групп в обороте книжного рынка России в 2016 г., % (без бюджетных продаж и электронных изданий).....	37
Рис. 33. Динамика продаж в укрупнённых тематических разделах в 2016 г., %	39
Рис. 34. Доля розничных каналов сбыта в 2016 г., % от оборота книжного рынка.....	39
Рис. 35. Интернет-канал: темпы роста/падения продаж печатной книги в 2012-2016 гг.	40
Рис. 36. Ассортиментная карта книжного предложения интернет-канала в 2016 г., (доля раздела, %)	41
Рис. 37. Доля укрупнённых тематических групп в обороте FMCG сетей в 2016 г., %	45
Рис. 38. Динамика числа покупателей в книжных магазинах в 2008-2016 гг., %	52
Рис. 39. Динамика книжных продаж в 2008-2016 гг., %	52
Рис. 40. Средний чек в 2008-2016 гг., руб.	53
Рис. 41. Среднее число позиций в чеке в 2008-2016 гг.	53
Рис. 42. Средний чек в 2012-2016 гг., руб.	53
Рис. 43. Динамика изменения долей книжной и некнижной продукции в общем объёме продаж, %	54
Рис. 44. Доля продукции издательств различных регионов в ассортименте книготорговых предприятий в 2016 г.	54
Рис. 45. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте магазинов Москвы и СПб, %	55
Рис. 46. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в ассортименте региональных книготорговых предприятий, %	56
Рис. 47. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах магазинов Москвы и СПб, %	56
Рис. 48. Доля книг различных сегментов ценового диапазона в продажах региональных книготорговых предприятий, %	57
Рис. 49. Средний срок реализации книжной продукции различных ценовых сегментов в 2016 г., дней.....	57
Рис. 50. Доля различных расходов в издержках предприятия в 2016 г., %	58
Рис. 51. Структура медиапотребления россиян, %	61
Рис. 52. Уровень проникновения Интернета в России в 2008 – 2016 гг. (16+, %)	64
Рис. 53. Пользование Интернетом на мобильных устройствах.....	65
Рис. 54. Профиль пользователей Интернета	65
Рис. 55. География российского Интернета	66
Рис. 56. Динамика численности интернет-пользователей в России (18+, млн чел.).....	67
Рис. 57. Динамика уровня интернет-покрытия в федеральных округах России в 2014–2016 гг. (месячная интернет-аудитория, % от населения 18+).....	68
Рис. 58. Динамика роста легального рынка электронных книг в России в 2013-2017 гг., млн руб.	71
Рис. 59. Динамика рынка традиционных и электронных книг в 2011-2017 гг.....	71
Рис. 60. Распределение долей игроков на рынке электронной книги России в 2013-2016 гг.....	72
Рис. 61. Ассортиментная карта компании «ЛитРес», июль 2016 г.	72
Рис. 62. Распределение долей между различными моделями монетизации электронных книг в РФ в 2013-2016 гг.	73
Рис. 63. Распределение выручки компании «ЛитРес» и партнёров между электронными и аудиокнигами в 2013–2016 гг.	74
Рис. 64. Динамика средней цены предложения в цифровом и бумажном сегменте книжного рынка России в 2012–2016 гг.	75
Рис. 65. Уровень популярности устройств/операционных систем для скачивания легального цифрового книжного контента в России в 2016 г.	78
Рис. 66. Динамика рынка электронных книг в США в 2009-2016 гг.....	80

K53

Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития.
Отраслевой доклад / Под общ. ред. В.В.Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям, 2017.
ISBN 978-5-904427-53-5

УДК 339.13:655.42(470)
ББК 65.422.5 + 76.18

ISBN 978-5-904427-53-5

