

## РОССИЙСКИЙ КНИЖНЫЙ БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

© 2008 В.В.Глинский

Новосибирский государственный университет экономики и управления – «НИНХ»

E-mail: [sodl@mail.cis.ru](mailto:sodl@mail.cis.ru)

*В статье представлен подробный анализ современного состояния и тенденций развития одной из важных отраслей экономики России – книгоиздания и книготорговли. Рассмотрены основные составляющие внешней среды (политика, экономика, социология, технология). Дана оценка структурной привлекательности книжной отрасли. Проведены расчеты емкости внутреннего книжного рынка России для отдельных субъектов Сибирского федерального округа. Сделаны выводы и предложения, могущие повлиять на сдвиг негативных процессов, доминирующих в рассмотренной отрасли.*

*В качестве информационной базы исследования автором использованы данные отраслевой статистики, материалы территориальных органов ФСГС в части выборочных обследований домашних хозяйств, результаты собственных исследований по предприятиям издательской отрасли и малому бизнесу.*

Ключевые слова: издательская деятельность, книжный бизнес, книжный рынок

Издательская отрасль – небольшой в масштабах страны сегмент экономики. Емкость рынка невелика, численность занятых незначительна, вклад в ВВП измеряется долями процента, активы нулевые. Тем не менее, вследствие того, что книгоиздание непосредственным образом обеспечивает уровень образования, воспитания, науки и культуры, ее вполне обоснованно относят к стратегическим отраслям, определяющим национальную безопасность.

Развитие любой отрасли не бывает беспроблемным, однако, по-всей вероятности общий объем негативных тенденций, наблюдаемых в последние несколько лет в издательской деятельности, перешел свою критическую отметку. В итоге книгоиздание и соответственно книготорговля в России примерно с осени 2005 года вступили в полосу системного кризиса.

Данный вывод можно подтвердить с помощью анализа внешней среды функционирования книжной отрасли. Проведем характеристику современного состояния внешней среды 2 по методу PEST-анализа (политика, экономика, социология, технология), а также внешней среды 1 – отрасль.

**1. В настоящий момент по всем элементам PEST сложилась ситуация доминирования рисков над шансами предпринимательской деятельности в книжной отрасли.**

Политика. В течение 90-х годов государство слишком легко ушло из управления книгоизданием (издательское дело на 90% – частный бизнес, в книготорговле государственный сектор вообще не представлен), легкомысленно передав отрасль в руки людей с психологией мелких лавочников, могущих решать лишь временные тактические задачи. Игнорирование стратегических целей привело, в конечном счете, к угрозе национальной безопасности страны.

Экономика.

А) Общая неблагоприятная динамика численности населения усугубляется в настоящий момент отрицательным воздействием понижающей составляющей очередной демографической волны (Табл.1). Снижение численности населения естественным образом уменьшает численность читающего населения. Эта ситуация усугубляется еще и тем обстоятельством, что естественный уход старших читающих поколений не компенсируется новыми, в большей степени ориентирующимся уже на Интернет и видео.

Таблица 1

## Динамика численности населения России (тыс. чел.)

	2002 г. (рез-ты Переписи)	01.01.2005 г.	01.01.2006 г.
Российская Федерация	145200,0	143474,0	142800,0
Новосибирская область	2692,3	2662,3	2649,9
Омская область	2079,2	2046,6	2034,6
Республика Хакассия	546,1	541,0	538,2

Б) Книга традиционно является товаром отложенного спроса, расходы на книги (исключая, разве что школьные учебники) всегда находятся за пределами потребительской корзины, и, если, население по каким-то причинам начинает испытывать проблемы с потреблением, то в первую очередь, как правило, страдает потребление книг.

Таблица 2

Динамика потребления книг в регионах Сибири<sup>1</sup>

	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.
<b>Новосибирская область</b>					
Расходы на покупку книг в среднем на одного человека в год, руб.	49,19	66,37	98,30	116,13	107,75
В т.ч.:					
В городской местности	64,14	78,58	110,51	127,21	122,88
В сельской местности	15,46	31,69	63,52	82,65	62,21
<b>Омская область</b>					
Расходы на покупку книг в среднем на одного человека в год, руб.	31,50	45,70	81,60	55,60	58,70
В т.ч.:					
В городской местности	35,90	53,70	104,10	70,30	61,60
В сельской местности	22,70	29,20	35,40	23,10	52,30
<b>Республика Хакассия</b>					
Расходы на покупку книг в среднем на одного человека в год, руб.	-	77,47	137,59	164,78	154,55
В т.ч.:					
В городской местности	-	-	143,08	157,70	137,29
В сельской местности	-	-	124,36	182,06	196,81

В этой связи выделим, по крайней мере, три удара по объему книжного потребления в последние несколько лет:

- реформа ЖКХ резко увеличила платежи населения за коммунальные услуги, увеличились затраты на тепло и электроэнергию;
- монетизация льгот привела к росту расходов на лечение и лекарства;
- потребительские кредиты и ипотека связали не только настоящие, но и будущие доходы населения.

Социология. Меняется ментальность населения. Образование, культура отходят на второй план. Изменилась структура потребностей. Книга как лучший подарок, книга для

<sup>1</sup> Источниками данных табл.2, 3, 6 послужили материалы выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств России, проводимого территориальными органами Федеральной службы государственной статистики, именно – Новосибирскстата, Омскстата, Хакасстата.

личной библиотеки – в прошлом. Данные сезонности потребления книг (таблица 3) показывают, что население в основном приобретает учебники, покупки которых приходится на 3 квартал года.

Таблица 3

**Сезонность потребления книг в Новосибирской области в 2005 г.**

Расходы на книги в среднем на 1 человека в квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Новосибирская область: В рублях	11,76	11,65	63,23	21,11
В % к итогу	10,9	10,8	58,7	19,6

В отраслевых изданиях часто встречается тезис, что «СССР самая читающая страна в мире» – это уже миф. Это подтверждается исследованиями, которые показывают, что население современной России отказывается от чтения книг (см. табл. 4).

Таблица 4

**Не–читатели в Российской Федерации (в %)<sup>2</sup>**

Годы	1994	1997	1998	2000	2005*
Не читают книг в % к опрошенным	23	35	31	34	37

Технологии. Интернет резко сокращает реальную численность читателей книги, сейчас по этой причине сегменты научной литературы, учебников для ВУЗов, фантастики становятся занятием, рискованным для издателя. В будущем число таких сегментов будет только увеличиваться, интернет также забирает свободное время, соответственно представляя «угрозу» для чтения вообще.

**2. Признаки снижения структурной привлекательности книгоиздания как отрасли.**

В стратегическом менеджменте принято определять уровень привлекательности отрасли следующими моментами:

- темпами роста рынка,
- отраслевой рентабельностью,
- величиной входных и выходных барьеров,
- уровнем переговорных сил поставщиков и клиентов,
- возможностью конкуренции,
- влиянием продуктов заменителей на отраслевой потенциал прибыли.

Остановимся несколько подробнее на перечисленных выше факторах.

Темпы роста книжного рынка. Бесспорно это наиболее важный фактор привлекательности любой отрасли. Положительные темпы роста рынка означают расширение

<sup>2</sup> Источник: Общественное мнение. – М.: ВЦИОМ, 2002,

\* Результаты исследования, проведенного аналитическим центром Юрия Левады. Опубликовано в: Российская газета от 27 июля 2005

совокупного спроса на отраслевой продукт со всеми вытекающими отсюда последствиями, вплоть до внешних инвестиций в отрасль. Трудно представить себе инвестора вкладывающего средства в стагнирующую отрасль. Отсюда становится понятным, сколь важно для развития отрасли наличие объективной статистики, позволяющей своевременно и точно оценивать объем и тенденции рынка. Надежного учета результатов книжной отрасли сейчас просто нет. ФСГС учитывает итоги деятельности государственных издательских предприятий, в реальности – это одно издательство («Просвещение»), в основном книжный бизнес – частный, и насколько нам известно, многие крупные издательства даже отказываются представлять информацию о произведенных тиражах книг в Книжную палату, ссылаясь на коммерческую тайну.

В этой связи возникает вопрос – кто и как считает книжный рынок в России?

Это делает прежде всего Книжная Палата. В основе ее расчетов лежат объемы предложения (тиражи, указанные издательствами). Изначально это некорректная оценка. Оставим даже без внимания то обстоятельство сколь точно указывают тираж сами издательства.

Приведем собственный пример – издательство «Мангазея» пропало с книжной карты России примерно с 2001 года, после того как перевело основную часть заказов из «Советской Сибири», которая делала обязательную рассылку выпущенных изданий в «Полиграфкомбинат», который такую рассылку проводит нерегулярно. Мелкие типографии вообще рассылки не делают, в итоге справочники Книжной палаты указывают примерно треть наших тиражей. Но даже не это главное – считать объем рынка через оценку предложения продавца на «рынке покупателя» – это экономический нонсенс.

Надо сказать, что таковыми расчетами занимаются и другие институты – в частности, «Топ-книга» имеет собственную статистику продаж. Ведет свои расчеты также отраслевой журнал «Книжный бизнес», и проч. Так или иначе, ведомственная статистика, в лице «Книжного бизнеса» показывает рост емкости книжного рынка (Табл. 5)

Таблица 5

Емкость книжного рынка России (млрд. долл.)<sup>3</sup>

	2003 г.	2004 г.	2005 г.
Российская Федерация	1,48	1,52	1,68

Очевидно, что теоретически книжный рынок точнее определять через объем конечного потребления. Мы попытались оценить емкость внутреннего книжного рынка (ЕВКР) следующим образом:

$$ЕВКР = ПРН + КП,$$

где ПРН – потребительские расходы населения России на книги за год;

КП – годовой объем корпоративного потребления книг.

Корпоративное потребление книг включает спецлитературу для фирм, расходы библиотек, госзаказ и проч. К сожалению, эту составляющую емкости книжного рынка при современном состоянии учета оценить крайне сложно, да и не она сейчас определяет динамику рынка. Первую же составляющую мы рассчитали для ряда регионов – Новосибирская область, Омская область, Хакасия (оценки представлены в Таблице 6).

<sup>3</sup> Источник: «Книжный бизнес», 2006, №1.

**Общий объем потребления книг в отдельных регионах Сибири  
в 2004-2005гг. (млн. руб.)<sup>4</sup>**

<b>Общий объем потребления книг, млн.руб.</b>	<b>2004 г.</b>	<b>2005 г.</b>	<b>Абсолютное изменение</b>
Новосибирская область	309,2	285,5	-23,7
Омская область	113,8	119,4	+5,6*
Республика Хакассия	89,1	83,2	-5,9

Аналогичные расчеты нами были проведены по другим субъектам Сибирского федерального округа., Кемеровская и Томской областям, Алтайскому краю, наблюдается примерно одинаковая картина.

*Конечное потребление книг (и соответственно внутренний книжный рынок) в 2005 году упало катастрофически по сравнению с предыдущими годами, и эта же тенденция по нашим расчетам сохранилась для 2006 года*

Отраслевая рентабельность. Этот параметр, с одной стороны, один из решающих для оценки привлекательности отрасли, с другой стороны, точно его рассчитать практически невозможно, объективной информации нет, да и, собственно быть не может. Всякий бизнес, скажем так, «управляет» процессом обмена информацией о результатах своей деятельности с внешней средой (инвесторы, собственники, банки, налоговые инспекции и т.п.). В этих условиях экспертная оценка может быть точнее данных официальной отчетности. В качестве такой оценки мы предлагаем посмотреть динамику изменения фактической рентабельности одного из новосибирских издательств «Мангазея» (рис.1). Пик эффективности издательской отрасли в современной России приходится на 1992-1993 годы. Для этих лет характерен рынок «продавца», затем происходил достаточно быстрый переход к следующему типу рыночных отношений (рынок покупателя), сопровождавшийся снижением отраслевой рентабельности.

В 1998 году рентабельность книгоиздания снизилась скачкообразно – за счет вынужденного перехода (дефолт плюс монополия основных поставщиков) на мировые цены на бумагу и остальные компоненты производства книг. Сейчас процесс снижения отраслевой рентабельности определяется другими факторами (арендная плата<sup>5</sup>, энерготарифы, транспортные затраты, плата за вход в розничные сети и т.д.). Основной фактор снижения рентабельности производства книг в настоящий момент – замедление оборачиваемости

<sup>4</sup> Данные приведены в фактических ценах потребления. Если учесть то обстоятельство, что цены на книжную продукцию растут примерно на 10-15 % в год, следует признать, что потребление книжной продукции в натуральном измерении упало еще более существенно. В Омской области фолдирование емкости книжного рынка произошло в 2004 году (см. табл. 2).

<sup>5</sup> Арендная плата становится одним из решающих барьеров развития малого предпринимательства. В течение последних лет мы проводим исследования малого бизнеса по заказу мэрии г. Новосибирска. Общий объем выборочной совокупности – более 500 предприятий различных отраслей. Круг изучаемых проблем достаточно широк – динамика, факторы, условия, налоги, безопасность, отношения с контролирующими органами и т.п. Относительно арендной платы складывается следующая ситуация. Подавляющая часть субъектов малого бизнеса (более 80%) не имеют собственных производственных помещений, соответственно арендуют площади для ведения бизнеса. В последние два-три года аренда выросла настолько, что целые сектора малого предпринимательства вынуждены прекращать свою деятельность.

Интересно то, что собственники помещений также сворачивают активный бизнес, часто выгодней сдать площади в аренду, чем вести самостоятельную деятельность. Ни одно из новосибирских книжных издательств не имеет собственных производственных площадей.

продаж. За десять лет уровень рентабельности книгоиздания снизился в десятки раз. «Звезда» превратилась в «голодную собаку».

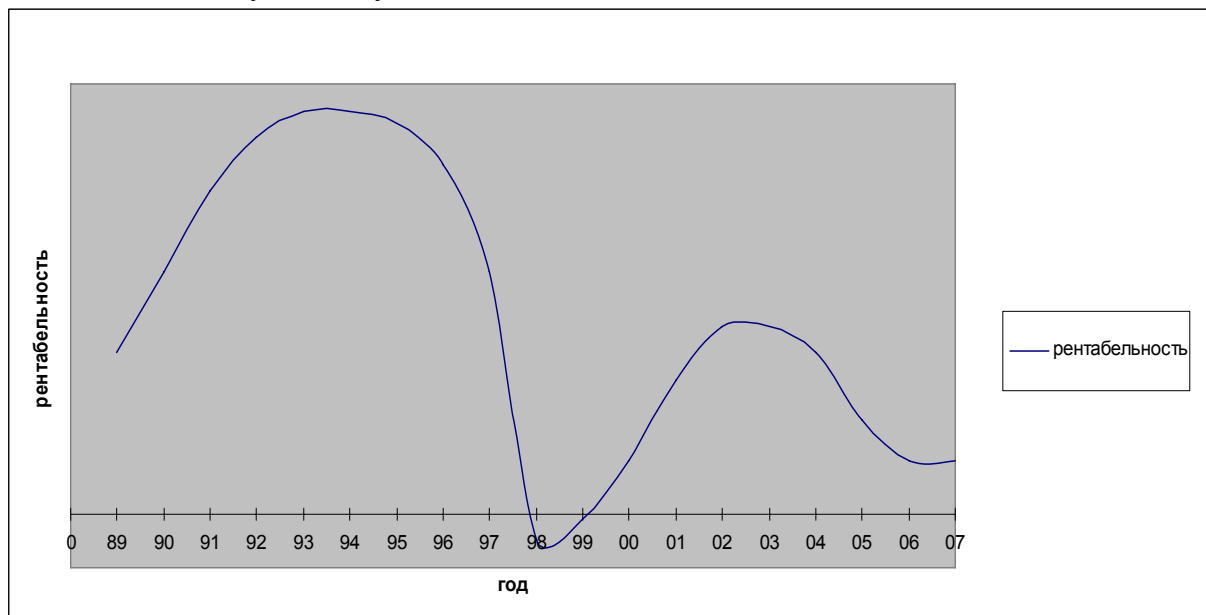


Рис.1. Динамика рентабельности издательства «Мангазея» (основано в 1989 году).

Входные и выходные барьеры. Традиционно считается, что книгоиздание – отрасль с низкими входными барьерами. Более того, на первый взгляд представляется, что в последние годы эти барьеры еще более снизились, так как отменено лицензирование издательской деятельности. Однако это не совсем так. Сейчас действительно стало легче осуществить разовое издание, однако начать профессионально издательскую деятельность, особенно в провинции, практически невозможно как раз по причине высоких входных барьеров – монополизировано владение авторскими правами (например, на современных популярных детских авторов), необходимы очень большие вложения на раскрутку новых авторов, местные типографии в большинстве своем утратили навыки коммерческого книгоиздания. Омск, Иркутск, Кемерово и многие другие достаточно крупные города и регионы как раз по этой причине ушли постепенно с издательской сцены.

Растут и выходные барьеры. Если еще 10 лет назад можно было достаточно быстро уйти из книжного бизнеса практически без потерь, распродав хотя бы складские остатки с прибылью, то сейчас такая ситуация не реальна. Продать же гудвилл издательской фирмы, а тем более книготорговой организации, в случае необходимости удастся видимо только первой десятке издательств, и то не всем, а в книготорговле таких организаций вообще единицы: «Топ-книга», «Библиоглобус».

Уровень переговорных сил поставщиков и клиентов. Поставщики бумаги традиционно имели более выгодные позиции в переговорах с издательствами, прежде всего за счет концентрации своей отрасли (в России пять целлюлозно-бумажных комбинатов и тысячи издательств). Сейчас ситуация для издательств еще усложнилась в этом отношении. Иностранцы владельцы российских комбинатов доведя качество продукции до мировых стандартов стали менее зависимы от внутреннего потребителя, это, во-первых, во-вторых, для этих же комбинатов сейчас предпочтительны более стабильные потребители – газеты, глянцевого журналы.

Аналогична ситуация взаимоотношений с полиграфией, зачастую будущий тираж определяется не спросом, а требованиями максимальной загрузки полиграфических мощностей, соответственно переговорными силами типографий.

Теперь, что касается клиентов, для издательств дорога к конечному потребителю – читателю, лежит чаще всего через системы разнообразных посредников (оптовые

книготорговые организации, прямые розничные сети, отдельные книжные магазины, почтовые организации). Очень сложно оценить соотношение переговорных сил издательств и книготорговых фирм. Видимо, лучше всего это сделать, определив вектор нерыночных отношений между этими субъектами. Еще 10 лет назад нерыночные предложения (например, эксклюзивные права на продажи в регионе и проч.) шли от продавца к издателю, и, следовательно, издательства имели более сильные позиции в переговорах. Что наблюдаем сейчас – откаты, плата за вход в розничную сеть и проч. Вектор поменялся с точностью до наоборот. Соответственно, переговорные силы поменялись (возможно, за исключением лишь отдельных сегментов, таких как, например, школьные учебники), и к сожалению, далеко не всегда, эти позиции эквивалентны реальному спросу.

**Не исключено, что смена направления этого вектора и является наиболее ярким индикатором системного кризиса книжной отрасли в России.**

Возможность конкуренции. Внешне в издательской отрасли есть все условия для нормальной конкуренции, и, соответственно, поступательного развития, структурно книгоиздание выглядит как полиполия. Однако, реальность далека от видимости. Иностранные рынки в силу естественной специфики книги как товара в целом закрыты<sup>6</sup> для российских книгоиздателей, внутренний рынок стагнирует, что ведет к дополнительной заинтересованности ведущих игроков рынка к снижению уровня конкуренции. Как следствие – отсутствие институционального развития, непрозрачность финансовых потоков, закрытость рынка России для внешних инвестиций. Современный российский книжный рынок постепенно становится рынком связей. Структура, основанная на личных связях, не предполагает, как правило, новых компаний, во всяком случае, у новых фирм практически нет шансов, в условиях ограниченной информации, отсутствия собственных каналов дистрибуции прорваться к читателю, о получении же финансирования на новый проект, каким бы оригинальным он не был, не может быть и речи.

Нетрудно увидеть, что, по крайней мере, последние пять лет первая пятерка, а то и десятка издательств не меняется, не появляются новые крупные игроки на издательском рынке, общее число издательств с каждым годом сокращается, доля первой четверки превышает 75% рынка (департамент юстиции США в такой ситуации ограничивает, например, дальнейшие слияния фирм).

Можно отметить, что российский издательский рынок монополизирован, особенно это проявляется по отдельным сегментам:

- детективная и приключенческая литература – «ЭКСМО»;
- детская литература – «Росмэн»;
- экономическая и юридическая – «ИНФРА-М»;
- учебники для школ – «Просвещение» и «Дрофа» и т.д.

То же самое в книжной торговле. Новых игроков не пребывает, зато старые – один за другим уходят из книжного рынка, причем, если для малого бизнеса это естественный процесс, для среднего – это аномалия. Упомянем в этой связи – «Литекс», «36`б», «Мастер-книга».

В качестве примера приведем ситуацию в Новосибирске. В начале 90-х годов в Новосибирске издательской деятельностью занималось более 100 фирм. В настоящий момент собственно в рынке остались «Мангазея» и «Риф +», остальные либо канули в лету, либо перешли на ту или иную форму бюджетирования.

Новосибирск был и остается вотчиной среднего и крупного бизнеса в части книготорговли. В середине 90-х в городе достаточно успешно вели бизнес «Топ-книга», «Санги», «Эксмар», «Сибверк», «Джи-ви», «Новосибирсккнига», «Модус», «Урфин Джюс».

---

<sup>6</sup> Исключение составляют русскоязычные страны – Украина, Белоруссия, Казахстан, в меньшей степени бывшие прибалтийские республики, Израиль, Германия. Кстати говоря, как раз за счет этих стран пока удается, если верить «Книжному бизнесу» (см. табл.5) компенсировать потери емкости на внутреннем рынке.

Этот список сейчас можно сократить более чем в половину (либо обанкротились, либо сменили прописку на московскую, либо сначала сменили прописку, а потом прекратили сколь-нибудь заметную деятельность), а добавить в список кого-нибудь нового, да собственно и некого.

Влияние продуктов-заменителей на отраслевой потенциал прибыли. Книжная отрасль одна из немногих на российском рынке, которая не только не борется за карман потребителя с товарами-заменителями, но и делает все или почти все, чтобы эти товары вытеснили книги из потребления. Примеров этому множество, например – продажа DVD дисков в книжных магазинах (книги и DVD закрывают одну и ту же потребность клиента – свободное время, книга стоит 100 руб. DVD столько же, соотношение цены – качества у DVD в несколько раз больше), экранизация художественных произведений и т.д.

Почему это происходит – объяснить непросто. Основная причина видимо, заключается в том, что в отрасли не были своевременно объективированы стратегические цели, предприятия решали и решают сиюминутные тактические проблемы, задачи собственного выживания.

В итоге создается впечатление, **что крупные книгоиздатели начинают осознавать свои стратегические задачи в тот момент, когда ситуация вошла в коллапс.**

### 3. Проблемные перспективы

В растущих отраслях предприятия как правило используют либо в чистом виде либо в сочетаниях три основные стратегии развития – тотальное управление затратами (использование кривой опыта), дифференциации и фокуса. Книжная отрасль очень близка к использованию стратегии пата – безвыигрышная стратегия управления, когда предприятия работают в условиях минимального и снижающегося уровня рентабельности, и пытаются получить тактические конкурентные преимущества за счет каких-нибудь нерыночных действий (преференции, субсидии, кредиты, госзаказ и т.п.). В этом смысле характерны усилия Российского книжного союза (РКС) по лоббированию «Национальной программы чтения», уж очень много в обосновании этого проекта проглядывается не стратегических государственных и отраслевых интересов, а личных и корпоративных. Эти же интересы явно наблюдаются даже в организационной структуре недавно созданного «РКС – Сибирь»<sup>7</sup>. Положительный момент в создании таких структур пока один – попытка договориться, выработать подобие общей стратегии (особенно если вспомнить недавние скандалы и «войны» между крупными игроками по поводу авторских прав, отдельных сегментов рынка, целевых групп клиентов и проч.). Реально же улучшить ситуацию в отрасли эти структуры и им подобные вряд ли смогут. И время упущено, и сломить негативные тенденции факторов среды предлагаемыми средствами невозможно.

Нам представляется, что государство должно понять: коммерческое книгоиздание и книготорговля не могут в принципе решать задачи, обеспечивающие национальную безопасность страны – образование, наука, культура, язык.

Не исключено, что такие сегменты книжного бизнеса, как детская литература, проза и поэзия, учебная и научная литература и т.п. должны быть национализированы.

Книга – уникальный продукт цивилизации, с другой стороны, книга – товар, и как всякий товар имеет свой жизненный цикл. Своими неумными действиями мы (книжники),

---

<sup>7</sup> Российский книжный союз изначально создавался как сообщество крупных издателей, из числа книготорговцев в него была приглашена «Топ-книга». В современной структуре РКС также подавляющее большинство составляют издатели (примерно такое же соотношение сил в Московском и Санкт-Петербургском филиалах РКС). Оргструктуру «РКС-Сибирь» можно приводить в качестве «образца» обратной интеграции – два основных учредителя («Топ-книга», что собственно не может вызвать никаких возражений, и типография «Советская Сибирь»), а также «электорат» - в лице издателей (они все мелкие) и мелких книготорговцев (средние приглашены не были, как впрочем и средние типографии). Соответственно, даже в намерениях, не говоря уже о планах и действиях, интересы сибирских издателей представлены, так скажем, фрагментарно.



ускоряем окончание жизненного цикла книги на территории России. Может лучше ничего не делать, спокойно «умереть», страна отдохнет от Рубинки и Донцовых и начнет читать?

**Литература**

1. Есенькина Б. Российский книжный рынок на качелях истории. // Полиграфист и издатель. – 2004. – №8.
2. Зингалис Л., Раджан Р. Спасение капитализма от капиталистов. – М.: ТЕИС, 2004.
3. Павлов И.Г. Книжный бизнес России: итоги 2004 года. // Книжный бизнес. – 2005. – №1.
4. Патрушев В.Д. Жизнь горожанина (1965-1998). – М.: Akademia, 2001.
5. Степашин С.В. О национальной программе чтения / 5 съезд РКС. 29 июня 2006 г. – М., 2006.