

Россияне экономят на книгах

Александра Ходонова

- 7 мая 2009 года, 07:33

BFM.RU



Посетители столичного Дома Книги.

Фото: ИТАР-ТАСС

По итогам I квартала продажи книг упали в среднем на 20%, а покупательский спрос сместился в сторону более дешевой продукции. В этих условиях книготорговцы переформируют магазины в «дискаунтеры», сокращают их площади, или вовсе уходят с рынка.

По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), в I квартале текущего года производство книг упало 38,9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Причем, падение книжной полиграфии оказалось больше, чем спад в производстве газет (-18,4%) или журналов (-27,6%). Впрочем, падение продаж по итогам первых трех месяцев года приостановилось, говорит BFM.ru руководитель отдела инициативных исследований компаний **Step by Step Мария Маттис**.

По словам PR-директора компании «Топ-книга» (управляет сетью из 549 магазинов под брендами BookLexica, «Лас-Книгас», «Книгомир», «Литера» и др) Вячеслава Ухова, падение продаж по всей сети в зависимости от региона составило до 20%. «Это лучше наших ожиданий, ранее мы планировали снижение на 25%», — уточняет он в интервью BFM.ru.

В торговом доме «Библио-глобус» резкого снижения продаж не наблюдают. «По отношению к прошлому году количество покупок снижается на доли процентов», — рассказала BFM.ru руководитель отдела рекламы и маркетинга этой компании Лариса Веденьева.

По словам PR-менеджера петербургской книжной сети «Буквоед» Анастасии Киселевой, в связи с экономическими проблемами у граждан, определенные колебания в продажах присутствуют. Спрос на книги за январь-февраль в среднем по стране упал на 20%, подсчитали в Российской книжной палате.

По словам Ларисы Веденьевой из «Библио-глобуса», наибольший спад продаж наблюдается в сегменте деловой литературы: снизились продажи в сегменте экономической промышленности, технической литературы и т.п. Зато вырос спрос на учебную и художественную литературу, книги по философии, психологии, эзотерике.

Опрошенные BFM.ru участники рынка отмечают перераспределение спроса в сторону среднего и низкого ценового сегмента. Стоимость продукции в высоком ценовом сегменте составляет более 700 рублей за книгу, в среднем — 300-700 рублей, в низком — менее 300 рублей. По оценкам **Марии Маттис**, сумма среднего чека в книжных магазинах сейчас составляет 200-400 рублей, хотя она существенно зависит от формата магазина и региона, в котором он находится.

По словам Вячеслава Ухова, сумма среднего чека в магазинах «Топ-книги» упала, но незначительно. По оценкам Ларисы Веденьевой, по сравнению с прошлым годом максимальное снижение данного показателя составило около 7%.

С учетом этой тенденции «Топ-книга» реформатирует ряд магазинов, входящих в сеть, в дискаунтеры. Всего их будет запущено в 14 регионах около двадцати. Два первых магазина уже открыты в Новосибирске. «Изначально цена за книгу в дискаунтере будет снижена на 50%, затем скидка достигает 70%, — поясняет Вячеслав Ухов. — После этого стоимость может быть снижена до 10-20 рублей за экземпляр, если книга не продается по этой цене, то она утилизируется».

«Что касается формата дискаунтеров, то он на данный момент перспективен во всем ритейле, но продавцам (в том числе и книг) не стоит забывать о том, что покупатель, желает приобретать товар по более низкой стоимости, не отказываясь от привычного ему уровня сервиса и качества товара», — считает **Мария Маттис**.

Другие ритейлеры также запускают магазины, преимущественно большой площади. В конце апреля группа «Логос» открыла в Москве гипермаркет «Букбастер» площадью более 1 тысячи кв. м. До конца года будет открыто еще около 5-7 книжных магазинов под этим брендом. «Мы пока не планируем уменьшения количества точек, наоборот, открываем новые, — рассказала BFM.ru Анастасия Киселева. — 16 мая состоится открытие самого крупного в Санкт-Петербурге магазина «Буквоед» площадью 1,6 тысяч кв. м».

Приостановили запуск малых форматов и в «Топ-книге». «До конца года мы хотим сохранить количество существующих магазинов, но сократим общую площадь сети», — говорит Ухов. На начало года общая площадь всех магазинов сети составляла около 120 тысяч кв. м. Ранее было объявлено, что компания может закрыть примерно 50 объектов.

По прогнозам Института глобализации и социальных отношений (ИГСО), в 2009 году в России закроется 30–45% книжных магазинов и торговых палаток. Примеры ухода с рынка уже есть: в начале марта сеть «Букбери» подала ходатайство в суд о банкротстве. За ней последовала небольшая столичная сеть «Книжная поляна»: иск о несостоятельности компании поступил в Арбитражный суд от инспекции ФНС № 9 по городу Москве. На момент закрытия сеть «Книжной поляны» состояла из пяти магазинов, а товарооборот составлял 1,5 млн рублей в месяц, сообщает издание «Книжное дело».

По данным ИГСО, за 2008 год объем книжного рынка вырос до 2,5–3 млрд долларов (2 млрд — в 2007 году). При этом за первое полугодие 2008 года, по данным Российской книжной палаты, было выпущено 58,7 тысяч книжных наименований тиражом 341,7

тысяч экземпляров. «Что касается прогнозов на весь 2009 год, то по оптимистичному сценарию рынок покажет результат на уровне прошлого года. Впрочем, это произойдет лишь в том случае, если книготорговцы удержат рост цен на свою продукцию», — говорит **Мария Матис**. По оценкам Ларисы Веденьевой, рост стоимости книжной продукции с начала 2008 года составил 3-5%.

Для того, чтобы выжить в кризис, книжным ритейлерам придется расширить свой бизнес за счет дополнительных товаров и услуг, считает **Мария Матис**. В последнее время серьезно обострилась проблема отказа от полиграфической продукции в пользу интернет-изданий, особенно это касается периодических изданий — газет и журналов. «На книжном рынке эта тенденция связана с бумом продаж так называемых электронных книг (карманных ПК)», — отмечает эксперт.

Более устойчивые позиции у традиционной книжной продукции сохраняются в регионах. Связано это как с меньшим распространением электронных книг, так и с минусами работы интернет-магазинов, где стоимость самой продукции в среднем на 30-40% дешевле, но сроки доставки не выдерживают никакой критики. «Повсеместно распространенная практика одного тарифа на доставку заказа любой цены серьезно снижает привлекательность интернет-ритейла», — уточняет **Мария Матис**.