

УДК 655.42(571)
ББК 76.18
DOI 10.20913/1815-3186-2018-3-51-57

КНИГОТОРГОВЫЕ СЕТИ В СИБИРИ И НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ: ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ (ЧАСТЬ 1)

© О. Н. Альшевская, 2018

*Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук, Новосибирск, Россия; e-mail: alshevsk@yandex.ru*

Книжные сети занимают значительную долю в современной структуре книжного рынка, являются вторым по величине после независимых книжных магазинов элементом российского книгораспространения. В статье приводятся основные признаки, определение книготорговой сети; раскрываются преимущества сетевой торговли. Рассматриваются история возникновения и ключевые характеристики деятельности в сибирско-дальневосточном регионе федеральных сетей «Топ-книга» (1995–2011) и «Читай-город» – «Буквоед» (1997); региональных сетей «Приморский торговый Дом книги» (1926), «Сибверк» (1991), «Мирс» (1992), «ПродаЛитЪ» (1996), «Аристотель» (2010); собственных сетей издательско-книготорговых холдингов; местных сетевых формирований. Выявляются тенденции развития региональной сетевой книжной торговли.

Ключевые слова: книготорговая сеть, федеральные сети, региональные сети, локальные (местные) сети, Сибирь, Дальний Восток

Для цитирования: Альшевская О. Н. Книготорговые сети в Сибири и на Дальнем Востоке: история возникновения, современное состояние и тенденции развития (Часть 1) // Библиосфера. 2018. № 3. С. 51–57. DOI: 10.20913/1815-3186-2018-3-51-57.

Book-trade networks in Siberia and the Far East: the initiation history, present state and development trends (part 1)

O. N. Alshevskaya

State Public Scientific Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Novosibirsk, Russia; e-mail: alshevsk@yandex.ru

Based on the analysis of publications of scholars and book practitioners the author formulates main features and definition of the bookselling network as a set of wholesale, wholesale-retail and retail bookselling enterprises under common management (a single management center and unified management principles), which sell the similar book and accompanying assortment of goods and services for personal and public (library) consumption to get profit.

The world largest, having no analogues to date, national bookselling network was the unified state centralized system of the USSR State Printing Committee, which included 3,763 stores in 1988. After its disintegration in 1996–2000, the federal, regional and local bookselling networks started forming both in the center of Russia and in regions on other principles and in other ways.

The phenomenon of the Russian book market at the turn of the XX and XXI centuries was a wholesale and retail book-selling company «Top-book» (1995–2011). The company built a system of logistics centers, developed and implemented various formats of the retail distribution network. By 2010, the «Top-Book» had over 500 stores in more than 230 Russian cities and sold above 3 million books a month. At the same time, the company's unprecedented pace of development required organizational changes: improving manageability, optimizing the budget expenditure part by reducing costs. The impossibility to solve the problems led the company to bankruptcy in 2011.

The largest federal bookstore network enterprise in Russia by 2017 is the integrated retail network «Chitai-gorod» – «Bukvoed» over 528 enterprises in 167 cities of Russia. There are 55 stores in 21 cities of Siberia and the Far East. But the most significant for the regional book market is the activity of bookselling associations established in Siberia and the Far East. Mostly there are networks created by booksellers in the region, but publishing and book-selling holdings («Bichik», «Апex», «Novaya kniga», etc.) form networks to sale their own printed products as well.

Keywords: bookselling network, federal networks, regional networks, local networks, Siberia, Far East

Citation: Alshevskaya O. N. Book-trade networks in Siberia and the Far East: the initiation history, present state and development trends (part 1) // *Bibliosphere*. 2018. № 3. P. 51–57. DOI: 10.20913/1815-3186-2018-3-51-57.

Сети магазинов – один из феноменов розничной торговли, получивший интенсивное развитие во многих ее видах в XX в. в условиях усиливающейся конкуренции. Как мировой, так и рос-

сийский опыт подтверждает, что создание сети способствует эффективному развитию розничной торговли, в том числе и книжной. История и современное состояние сетевой книжной торговли являются

предметом исследования зарубежных и российских ученых и практиков.

Функционированию сетевых предприятий в книжной торговле посвящен сборник «Исторические сети в книжной торговле» [1]. В эссе, составляющих сборник, рассматриваются многие аспекты истории развития местных, региональных, национальных и международных книготорговых сетей в течение нескольких столетий. Отдельным аспектам деятельности сетевых формирований в книжной торговле различных стран посвящены статьи: «Объединенная Европа» [2], «Интернет и физические магазины: сравнение продаж книг во Франции» [3], «Не упустить возможность (Канада)» [4], «Уроки по персонализации книжного магазина Bigbox» [5], «Пилотные схемы в поддержку книжных магазинов (Великобритания)» [6], «Создание масштабируемых бизнес-моделей» [7] и др.

Существует несколько определений книготорговых сетей. «Толковый словарь-справочник по книжному бизнесу» определяет книготорговую сеть как совокупность книготорговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории и находящихся под общим управлением [8]. В. Д. Синянский понимает под книготорговой сетью интегрированную систему, состоящую из многих десятков и даже сотен магазинов, складов (распределительных центров) и центральной управляющей структуры, работающих под одним названием и принадлежащих одному владельцу [9]. В справочнике «Предпринимательство в книжном деле» отмечается, что сеть – это прежде всего единый центр управления, который так или иначе разрабатывает стратегию развития для всей группы входящих в нее магазинов [10, с. 174]. Детальный анализ понятия, признаков и классификация розничных торговых сетей представлены в статье Т. А. Никулиной [11], предлагающей считать корпоративной торговой сетью торговую фирму, состоящую из двух и более торговых объектов, осуществляющих торговлю аналогичным ассортиментом товаров и услуг для личного, семейного потребления с целью получения прибыли. Результативность функционирования розничной торговой сети, по мнению Никулиной, достигается за счет эффекта синергизма.

Основными признаками книготорговых сетевых формирований являются следующие:

- наличие единого центра управления с едиными принципами управления (общее управление);
- организация централизованных потоков информации;
- наличие общего названия (единой торговой марки);
- наличие общей маркетинговой стратегии; общей службы закупок и сбыта; общей логистики;
- предложение аналогичного ассортимента товаров и услуг;
- использование современных подходов к управлению ассортиментом (общий товарный классификатор и общая система аналитики продаж / товарных запасов, оборачиваемости и пр.);
- наличие единых стандартов обслуживания;
- предложение широкого спектра услуг [11].

Обобщая приведенные определения и основные признаки сетей, дадим свою интерпретацию. Книготорговая сеть – совокупность оптовых, оптово-розничных и розничных книготорговых предприятий, находящихся под общим управлением (единый центр управления и единые принципы управления), осуществляющих торговлю аналогичным книжным и сопутствующим ассортиментом товаров и услуг для личного и общественного (библиотеки) потребления с целью получения прибыли.

«Авторами» книготорговых сетей были братья Бордерс (США), которые в 1976 г. реализовали свою идею компьютерного учета книг на протяжении всего цикла торговли ими. Созданная ими компьютерная технология учета в торговле обеспечила успешную работу первых книжных магазинов в Детройте. Через некоторое время они основали специальную компанию по продвижению новой технологии в магазины других независимых книготорговцев. Многие магазины подключились к их системе. Прорыв произошел в 1991 г., когда фирма стала тиражировать собственный опыт в других городах США, а потом и в странах мира, объединив их в книготорговую систему – сеть. К началу XXI в. в сети «Бордерс» только в США работало 300 книжных магазинов. Компании принадлежало также 900 книжных магазинов «Уолден букс», расположенных в основном в крупных торговых центрах во всех штатах США, и сеть зарубежных магазинов «Букс этсетера». Всего в сети имелось около 2000 книжных магазинов [12].

Крупнейшей в мире, не имеющей аналогов на сегодняшний день книготорговой сетью, с нашей точки зрения, являлась единая государственная централизованная система Госкомиздата СССР, которую представляли развитые организационные структуры книготоргов с подчиненными им книжными магазинами. Областные, краевые и республиканские книготорги были основным управленческим звеном книжной торговли на местах и находились в непосредственном подчинении у соответствующих местных органов власти. Управление и координация книгораспространения в масштабах страны были возложены на Всесоюзное государственное объединение (ВГО) «Союзкнига» [13].

В 1988 г. на территории Российской Федерации насчитывалось 8478 книжных магазинов, из которых чуть меньше половины – 3763 – относились к системе Госкомиздата СССР. Большинство предприятий других систем (4715), так же функционировавших как гигантские книготорговые сети, относились к потребкооперации (около 4300), остальные принадлежали «Союзпечати», «Военкниге», «Академкниге», «Транспортной книге», Издательству стандартов и некоторым другим системам. Состояние и структура книжной торговли Сибири и Дальнего Востока соответствовали общесоюзной ситуации. К началу 90-х гг. XX в. в регионах функционировали 2 краевых, 7 областных, 3 республиканских книготорга [14].

После разрушения советской централизованной и монопольной системы книгораспространения, базировавшейся на строгих идеологических и жестких плановых принципах и предполагавшей регламенти-

рованное движение книги из сферы производства в сферу реализации, постепенно и на других принципах начала складываться новая структура книгораспространения, в том числе и в сибирско-дальневосточном регионе [15, с. 39–70]. 1996–2000 гг. были временем начала образования книготорговых сетей как в центре России, так и в регионах. В центре это были в основном издательские проекты: издательства искали пути и способы распространения своей продукции. В регионах сети образовывали преимущественно книготорговые предприятия. Вторая половина 1990-х гг. стала временем создания сетей центральных издательств: «Новый книжный» («Эксмо», 1994), «Буква» («АСТ», 1997), «Снарк» («Азбука», 1998), «Библиосфера» («Инфра-М», 2000), «Буквоед» («Эксмо», 2000), – а также региональных книгопродавцов: «Мирс» (1992), «Мила» (1995), «Топ-книга» (1995), «Литэкс» (1996), «ПродаЛитЪ» (1999) и некоторых других.

По широте охвата розничные сети, торгующие книжной продукцией, можно разделить на следующие:

- федеральные торговые сети – магазины представлены в трех и более федеральных округах;
- региональные торговые сети – магазины представлены в нескольких городах округа или области;
- локальные торговые сети – магазины сети работают в одном городе или нескольких городах одного субъекта федерации¹.

По способу образования сети могут быть созданы издательствами, книготорговыми фирмами и другими предприятиями. Кроме того, для нашей географически обширной страны имеет значение место образования сети: столица или регион, провинция.

Феноменом книжного рынка России рубежа XX–XXI вв. можно назвать оптово-розничную книготорговую компанию «Топ-книга» (1995–2011 гг.). Примечательно, что крупнейшая национальная книготорговая система была построена не на основе столичных сетей торговли печатью, а создавалась из регионального центра – Новосибирска.

Основана «Топ-книга» была в 1995 г. бывшими научными сотрудниками новосибирского Академгородка². Начав развиваться как оптовая книготорговая компания, к концу 1995 г. она имела первых 100 оптовых клиентов. В 2001 г. доля оптовых продаж достигала 96%. Затем приоритетом для компании стало развитие розничной сети магазинов, доля которой к 2007 г. составила 79%³.

К 2005 г. «Топ-книгой» была создана система современных логистических центров, объединившая 6 оптово-распределительных центров в Новосибирске, Тюмени, Москве, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге и Самаре. Существенным достижением «Топ-книги»

стала разработка и внедрение в книготорговую практику различных форматов розничной сбытовой сети (фирменных книжных магазинов «Книгомир», книжно-канцелярских супермаркетов (cash and carry) «Литера», книжных гипермаркетов «Лас-Книгас», книжно-канцелярских магазинов «Пиши-Читай» и магазинов прессы «Сорока»), организация торговли печатной продукцией в розничных некнижных сетях, работа с магазинами-партнерами по типу франчайзинга. «Топ-книга» одной из первых в России открыла интернет-магазин. Краткие характеристики и количество розничных торговых точек разных форматов, действовавших в 2008 г., представлены в таблице 1.

Общая торговая площадь магазинов компании превышала 100 000 кв. м. Рынок сбыта охватывал большинство регионов Российской Федерации, наиболее крупные продажи осуществлялись в Новосибирской области (27% от всех продаж), на Урале (20%), в Москве и Московской области (15%), в Сибири и на Дальнем Востоке (14%), в Поволжье (9%), на северо-западе и в центре России (12%)⁴. К 2010 г. «Топ-книга» имела свыше 500 магазинов в более чем 230 городах России (в Сибири и на Дальнем Востоке находилось около 300 магазинов) и продавала более 3 млн книг в месяц. Выручка компании в 2008 г. – 9 млн 359 тыс. рублей, что составляло более 10% объема розничного книжного рынка России⁵.

В то же время беспрецедентные темпы развития компании (рост числа магазинов, увеличившиеся объемы продаж) требовали организационных изменений. Перед компанией вставали задачи повышения управляемости, оптимизации расходной части бюджета за счет сокращения издержек. Планируемый выход компании на инвестиционный рынок делал необходимым обеспечение полной прозрачности бизнеса. В 2006 г. «Топ-книга» дебютировала на долгом рынке с облигационным займом на 700 млн рублей. С 2009 г. «Топ-книга» стала финансово убыточной. Дальнейшая невозможность решения возникших проблем привела к тому, что в мае 2011 г. ООО «Топ-книга» подала заявление о банкротстве, а 11 ноября 2011 г. арбитражный суд Новосибирской области признал компанию банкротом.

Значительно и неоднозначно влияние сети на развитие сибирско-дальневосточного книжного рынка. Ставшая федеральной книготорговая сеть была уникальным в постсоветской России опытом создания «с нуля» мегапредприятия торговли печатной продукцией; на пике своего развития (2008 г.) «Топ-книга» была его главным игроком. Но внутренние проблемы (основная из них – неэффективность менеджмента – как во всей компании, так и в отдельных подразделениях), а также внешние обстоятельства (финансовый кризис, падение рынка бумажной книги) и неблагоприятное состояние книжного рынка в целом

¹ Рынок книг и розничные сети по продаже книжной продукции в России : анализ. обзор. Москва : РБК, 2010. С. 31.

² В 1992 г. Георгий Лямин, Татьяна Воронова, Аркадий Калмык, Константин Калмык, Михаил Трифонов организовали книготорговую фирму «Тесса», предтечу «Топ-книги».

³ Инвестиционный меморандум к выпуску облигаций ООО «Топ-книга»: ноябрь 2006. URL: http://www.topkniga.ru/downloads/memorandum_2.pdf (дата обращения: 20.05.2011).

⁴ Лямин Г. А. Книжный рынок Сибири и НСО в сравнении с другими регионами России : материалы выездного Правления Рос. кн. союза, стенограмма. Новосибирск, 2005. С. 8. Арх. автора.

⁵ Информация для инвесторов. Финансовая отчетность ООО «ТОП-КНИГА» за 2009 год. URL: <http://www.topkniga.ru/> (дата обращения: 20.10.2011).

Форматы и количество розничных торговых точек «Топ-книги» (2008 г.)*

Table 1

Formats and number of retail outlets «Top-book» (2008)

Формат розничной торговой точки	Краткая характеристика	Количество торговых точек, 2008 г.
Лас-Книгас	Гипермаркет (от 1000 кв. м)	15
Литера	Книжно-канцелярский супермаркет cash and carry (500–2000 кв. м)	26
Книгомир	Книжный магазин среднего формата (200–500 кв. м)	386
Пиши-Читай	Книжно-канцелярский магазин малого формата (около 70 кв. м)	44
Городская сорока	Магазин прессы (от 20 кв. м)	16
Главный герой	Магазин медиапродукции (от 70 кв. м)	1
Книгомир-эконом	Книжный дискаунтер (от 100 кв. м)	8
Вookeap	Книжный интернет-магазин	1
Итого магазинов		497
Магазины-партнеры		60
Точки в супермаркетах		186

* Лямин Г. А. Зачем Топ-книге SCM, или Как мы хотим работать с поставщиками? : презентация докл. Москва, 2008.

привели компанию к такому исходу. По мнению руководителя сети «ПродаЛитЪ» В. Ю. Перевозникова, «проблемы “Топ-книги” были порождены ее бизнес-моделью. Стратегия компании на завоевание российского рынка путем захода во все регионы оказалась неудачной... Неэффективность – одна из важнейших причин краха торговой компании... Сильные региональщики – это те команды, которые всегда умели считать свои деньги и никогда не страдали излишней амбициозностью» [16].

К 2017 г. крупнейшим федеральным книготорговым сетевым предприятием в России становится объединенная розничная сеть «Читай-город» – «Буквоярд»⁶, основанная в 1994 г. издательством «Эксмо». Развитие компании интенсивно: ежегодно открывается 60–70 магазинов. К 2017 г. сеть насчитывала более 528 предприятий в 167 городах России (в 2016 – 439; в 2015 – 360; в 2014 – 286; в 2010 – 167). Еще в 2015 г. сеть ассимилировала большую часть магазинов последнего конкурента – сети «Буква». Товарооборот компании в 2017 г. составил 16,45% от продаж бумажных книг в структуре рыночных каналов сбыта (в 2016 – 15,25%; в 2015 – 13,94%), или порядка 9,5 млрд рублей.

Магазины сети «Читай-город» представляют собой полиформатные торговые точки – от небольших,

площадью менее 200 кв. м, до книжных супермаркетов с торговой площадью 2000 кв. м. Магазины сети отличает широкий ассортимент книг по любой тематике (120 тыс. названий); подготовленный персонал; система самообслуживания; грамотная организация торгового пространства; удобная навигация; яркое современное оформление (в основу которого положен белый цвет); интересные программы продвижения книг и других продуктов.

Книжные магазины «Читай-город» позиционируются не только как место для покупки книг, но и как культурно-досуговые центры. За 2015 г. в магазинах сети было проведено более 700 мероприятий, в том числе мастер-классы для детей и взрослых, различные семинары и тренинги, презентации новых изданий, встречи с популярными писателями. Открывая новые магазины в регионах, сеть «Читай-город» активно участвует в жизни каждого города: устраивает благотворительные акции, помогает в организации общегородских мероприятий, выступает в качестве партнера различных проектов. Флешмоб «Читает весь город, читает вся страна» объединил более 1200 любителей чтения от Белгорода до Иркутска, которые пришли в магазины «Читай-город», чтобы почитать вслух любимые книги. Более 1600 участников проекта «Мы любим книги, мы выбираем чтение», в 2016 г. приуроченного ко Дню России, поделились впечатлениями от прочитанного и высказали свои рекомендации. «Читай-город» является партнером ежегодной образовательной акции «Тотальный диктант», для которой компания предоставляет в подарок победителям

⁶ В 2017 г. сеть занимает третье место в европейском рейтинге ведущих книжных операторов по количеству магазинов (1 место – британская сеть «WH-Smith» с общим числом торговых точек более 1300; 2 место – итальянская сеть «Mondadori» (600 магазинов)).

книги и всем участникам акции – скидки на покупку книг в магазинах сети. «Читай-город» – партнер Всероссийского чемпионата по чтению вслух «Открой рот». Компания предоставляла книги для проведения Чемпионата, который в 2015 г. охватил более 4000 участников в 50 городах России, а в 2016–2017 гг. стал международным⁷.

Компания пришла на книжный рынок Сибири в 2009 г., во Владивосток – в 2015. К 2017 г. в 21 городе этих регионов было расположено 55 книжных магазинов компании, что составляет около 10,4% сети по количеству магазинов (табл. 2).

Другие федеральные книоторговые сети в сибирско-дальневосточном регионе не представлены. Таким образом, несмотря на присутствие федеральных сетей, приходится констатировать незначительность их влияния. Тем значимее для регионального книжного рынка деятельность книоторговых объединений Сибири и Дальнего Востока. В основном в регионе действуют сети, созданные книоторговцами, но собственные книоторговые сети образуют и издательско-книоторговые холдинги. Таких предприятий в сибирско-дальневосточном регионе немного («Бичик», «Апекс», «Новая книга» и др.), но они являются примерами успешного развития книжного бизнеса.

Успешный продолжительный опыт по реализации собственными силами своей печатной продукции имеет Национальное издательство Республики Саха (Якутия) «Бичик» им. Новгородцева. В первой половине 1990-х гг. издательство распространяло свою продукцию посредством «книжных лавок на колесах» в близлежащих районах, в г. Якутске был открыт магазин-киоск «Бичик». В 1998 г. по договоренности с главой администрации Амгинского улуса решено было провести в улусе Дни «Бичика» с выездной продажей литературы. На двух автомобилях УАЗ, предоставленных главой администрации, в села привезли книги, которые, по словам А. В. Егорова (директор издательства), возглавившего экспедиции в улус, «разошлись мгновенно» – настолько население «глубинки» изголодалось по духовной пище [17]. Нащупав главную линию собственной книоторговой политики, издательство в дальнейшем регулярно проводило Дни «Бичика» в 20 улусах, получая неизменную признательность от потребителей, делая себе имя и немало зарабатывая.

В середине «нулевых» годов продукцию издательства «Бичик» продавали около 100 частных книоторговых агентов в селах республики (в основном из энтузиастов книги – пенсионеров, лучшим из которых по итогам года вручались призы по трем номинациям), магазины, 19 улусных и сельских потребительских обществ системы «Холбос», отделения 10 почтамтов Якутского филиала ФГУП «Почта России», 16 центральных, сельских и школьных библиотек, редакции улусных газет, местные музеи. Благодаря деятельности отдела сбыта книжные новинки

«Бичика» были представлены и во всех городских книоторговых фирмах Якутска, Нерюнгри, Мирного. В издательстве с удовлетворением отмечали, что их книги более или менее системно распространялись на 80% территории Якутии [18]. Исключение составляли труднодоступные северные районы. В Доме печати Якутска действовал единственный магазин-киоск издательства «Бичик», открытый в 2000 г.⁸ В 2015 г. «Бичик» имел 11 фирменных магазинов в 7 населенных пунктах республики [19].

С 1996 г. в Петропавловске-Камчатском действует издательско-книоторговый холдинг «Новая книга», в состав которого входит сеть магазинов и киосков, оптовая база, библиотечный коллектор и собственное издательство. К 2015 г. книоторговая сеть объединила 16 магазинов, 14 из которых расположены в Петропавловске-Камчатском: «Библио Глобус», «Канц-Офис», «Книжная лавка студента», «Книжный мир», «Новая книга-1», «Новая книга-2», «Новая книга-3», «Новая школа», «Просвещение», «УчМаркет», «Факел», «Школьная книжная ярмарка», Дом книги «Центральный», «Мир детства». По одному магазину имеется в районных центрах Вилючинске («Знания») и Елизове («На память о Камчатке»). «Новая книга» профилирована на поставках учебной литературы, хотя параллельно предлагает много детских, художественных и специальных изданий, комплектует библиотеки края и осуществляет оптовые поставки канцелярских товаров во все населенные пункты Камчатки. Общий книжный ассортимент компании составляет более 50 000 наименований. В компании трудятся более 100 сотрудников⁹.

Успешное сочетание издательской и книоторговой деятельности демонстрирует и самое северное в России и единственное в Норильске книжное издательство «Апекс», занимающееся книжной торговлей с 1991 г. За прошедшие более чем 20 лет были периоды, когда киоски «Апекса» являлись единственной книоторговой сетью Норильска. Количество торговых точек в сети нестабильно, обычно около 10–12. Постоянные киоски и павильоны (3–4) расположены в основном в торговых центрах «Гостиный двор» и «Диско», универмаге «Талнах», остальные находятся в постоянном движении (закрываются, открываются, переезжают). Суммарный ассортимент сети насчитывает более 30 тыс. названий; средний ассортимент каждой из торговых точек – около 5 тыс. названий, формируется он в результате прямой и опосредованной работы с более чем 30 издательствами¹⁰. На сайте издательства (norkniga.ru) сформирован каталог, демонстрирующий новинки и книги прошлых лет издания и предоставляющий возможность сделать заказ.

⁸ [Книжный киоск Национального книжного издательства «Бичик»] // Вся Якутия. 2000. 14 апр. С. 8.

⁹ ООО холдинговая компания «Новая книга». URL: <http://www.novkniga.ru/> (дата обращения: 20.05.2016).

¹⁰ Интервью с директором издательства «Апекс» Л. Н. Стрючковой 20 нояб. 2014 г. // Арх. автора.

⁷ Компания года. Книоторговая сеть года. «Читай-город» сеть книжных магазинов. URL: <http://www.bookind.ru/revizor/2016/kompaniya-goda-knigotorgovaya-set.php> (дата обращения: 14.05.2017).

Города присутствия и годы открытия книжных магазинов компании «Читай-город» в Сибирском и Дальневосточном регионах

Table 2

Cities of presence and dates of bookstores opening of «Read-city» Co's in Siberian and Far Eastern regions

№ п/п	Город	2009	2010	2011	2012	2015	2016	2017	Итого магазинов
1	Ангарск	-	-	-	-	-	1	-	1
2	Барнаул	-	-	-	-	1	3	3	7
3	Бийск	-	-	-	-	-	1	-	1
4	Братск	-	-	-	-	1	-	-	1
5	Владивосток	-	-	-	-	1	-	-	1
6	Иркутск	-	-	-	1	-	1	-	2
7	Канск	-	-	-	-	-	1	-	1
8	Кемерово	-	-	-	-	1	1	2	4
9	Новоалтайск	-	-	-	-	-	-	1	1
10	Новокузнецк	-	-	-	-	-	-	1	1
11	Новосибирск	-	8	1	-	-	-	2	11
12	Красноярск	-	-	-	2	2	1	1	6
13	Куйбышев (НСО)	-	-	-	-	-	1	-	1
14	Омск	3	-	-	-	1	1	1	6
15	Осинники	-	-	-	-	-	-	1	1
16	Томск	1	1	1	-	-	-	1	4
17	Тулун (ИО)	-	-	-	-	1	-	-	1
18	Улан-Удэ	-	-	-	-	-	-	2	2
19	Усолье-Сибирское	-	-	-	-	1	-	-	1
20	Усть-Кут	-	-	-	-	1	-	-	1
21	Чита	-	-	-	-	-	-	1	1
	Итого магазинов	4	9	2	3	10	11	16	55

Список источников

1. Historical networks in the book trade / ed. by J. Hinks, C. Feely. London : Routledge, 2017. VI, 205 p. (The history of the book ; 14).
2. Sieg A. A. Unified Europe // Bookseller. 2013. № 5597. P. 18–19.
3. Bounie D., Eang B., Waelbroeck P. Internet and physical stores: comparison of book sales in France // Revue d'Economie Politique. 2010. Vol. 120, № 1. P. 141–162. DOI: 10.3917/redp.201.0141.
4. Williams L. A. Opportunity knocks // Publishers Weekly. 2013. Vol. 260, № 38. P. 4–7, 10–15.
5. Cramer T. Lessons on personalization from a Big-Box bookstore // EContent. 2016. URL: <http://www.econtentmag.com/Articles/Column/T.0/Lessons-on-Personalization-From-a-Big-Box-Bookstore-109368.htm> (accessed 28.06.2018).
6. Campbell L., Farrington J. Pilot schemes back high street // Bookseller. 2013. № 5593. P. 4–5.
7. Nielsen C., Lund M. Building scalable business models // MIT Sloan Management Review. 2018. Vol. 59, iss. 2. P. 65–69.
8. Есенькин Б. С., Майсурадзе Ю. Ф. Толковый словарь-справочник по книжному бизнесу. Москва : ООО ТД «БИБЛИО-ГЛОБУС», 2006. 232 с.
9. Синянский В. Д. Принципы создания и функционирования сети магазина // Книжный мир сегодня и завтра : тез. докл. Десятой Междунар. науч. конф. по проблемам книговедения. Москва, 2002. С. 344–347.
10. Предпринимательство в книжном деле : справочник / под ред. Ю. Ф. Майсурадзе. Москва : МГУП, 2003. 273 с.
11. Никулина Т. А. Понятие, признаки и классификация розничных торговых сетей // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. №5. С 115–125.
12. Есенькин Б. С., Майсурадзе Ю. Ф. Книжный рынок России: 1990–2000 годы. Динамика, экономика, организация. Москва : МГУП, 2001. 190 с.

13. Солоненко В. К. Книжный рынок России: подходы к количественной оценке // Книга. Исследования и материалы. Москва, 2008. Сб. 88, ч. 2. С. 15–31.
14. Распространение книги в Сибири и на Дальнем Востоке. Советский период / отв. ред.: Л. Ф. Казаринова, С. А. Паичадзе. Новосибирск, 1989. 160 с.
15. Альшевская О. Н. Книготорговая отрасль Сибири в контексте российских социальных трансформаций рубежа XX–XXI вв. / науч. ред. И. В. Лизунова. Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2011. 242 с.
16. Страсти по Топ-книге : комментарии экспертов // Книжная индустрия. 2011. № 5. С. 42–45.
17. Борисова А. А. Дороги, которые нас выбирают // На новом этапе развития. Якутск, 2006. С. 119–123.
18. Лукина К. К. Благодарны за сотрудничество // На новом этапе развития. Якутск, 2006. С. 285–287.
19. Литературная карта регионов: издательский потенциал // Книжная индустрия. 2015. № 5. С. 12–14.
8. Esen'kin B. S., Maisuradze Yu. F. Tolkovyy slovar'-spravochnik po knizhnomu biznesu [Explanatory dictionary-guide to book business]. Moscow, BIBLIO-GLOBUS, 2006. 232 p. (In Russ.).
9. Sinyanskii V. D. Principles of creation and functioning of the store network. *Knizhnyy mir segodnya i zavtra : tez. dokl. Desyatoi Mezhdunar. nauch. konf. po problemam knigovedeniya*. Moscow, 2002, 344–347. (In Russ.).
10. Maisuradze Yu. F. (ed.). *Predprinimatel'stvo v knizhnom dele : spravochnik* [Entrepreneurship in book business: reference book]. Moscow, MGUP, 2003. 273 p. (In Russ.).
11. Nikulina T. A. The concept, signs and classification of retail chains. *Marketing v Rossii i zarubezhom*, 2011, 5, 115–125. (In Russ.).
12. Esen'kin B. S., Maisuradze Yu. F. *Knizhnyy rynek Rossii: 1990–2000 gody. Dinamika, ekonomika, organizatsiya* [The book market of Russia: 1990–2000. Dynamics, economics, organization]. Moscow, MGUP, 2001. 190 p. (In Russ.).
13. Solonenko V. K. Book market of Russia: approaches to quantitative assessment. *Kniga. Issledovaniya i materialy*, 2008, 88 (2), 15–31. (In Russ.).
14. Kazarinova L. F., Paichadze S. A. (eds.). *Rasprostranenie knigi v Sibiri i na Dal'nem Vostoke. Sovetskii period* [Distribution of the book in Siberia and the Far East. The Soviet period]. Novosibirsk, 1989. 160 p. (In Russ.).
15. Al'shevskaya O. N. *Knigotorgovaya otrasl' Sibiri v kontekste rossiiskikh sotsial'nykh transformatsii rubezha XX–XXI vv.* [Bookselling branch of Siberia in the context of Russian social transformations at the turn of the XX–XXI centuries]. Novosibirsk, SPSTL SB RAS, 2011. 242 p. (In Russ.).
16. Passions for the Top-Book. Expert comments. *Knizhnaya industriya*, 2011, 5, 42–45. (In Russ.).
17. Borisova A. A. Roads that choose us. *Na novom etape razvitiya*. Yakutsk, 2006, 119–123. (In Russ.).
18. Lukina K. K. We are grateful for cooperation. *Na novom etape razvitiya*. Yakutsk, 2006, 285–287. (In Russ.).
19. Literary map of the regions: publishing potential. *Knizhnaya industriya*, 2015, 5, 12–14. (In Russ.).

References

1. Hinks J., Feely C. (eds.). *Historical networks in the book trade*. London, Routledge, 2017. VI, 205 p. (The history of the book ; 14).
2. Sieg A. A. Unified Europe. *Bookseller*, 2013, 5597, 18–19.
3. Bounie D., Eang B., Waelbroeck P. Internet and physical stores: comparison of book sales in France. *Revue d'Economie Politique*, 2010, 120 (1), 141–162. DOI: 10.3917/redp.201.0141.
4. Williams L. A. Opportunity knocks. *Publishers Weekly*, 2013, 260 (38), 4–7, 10–15.
5. Cramer T. Lessons on personalization from a Big-Box bookstore. *EContent*, 2016. URL: <http://www.econtentmag.com/Articles/Column/T.0/Lessons-on-Personalization-From-a-Big-Box-Bookstore-109368.htm> (accessed 28.06.2018).
6. Campbell L., Farrington J. Pilot schemes back high street. *Bookseller*, 2013, 5593, 4–5.
7. Nielsen C., Lund M. Building scalable business models. *MIT Sloan Management Review*, 2018, 59 (2), 65–69.

Продолжение следует.

Материал поступил в редакцию 05.07.2018 г.

Сведения об авторе: Альшевская Ольга Николаевна – кандидат исторических наук, ведущий научный сотрудник лаборатории книговедения ГПНТБ СО РАН