

УДК 655.4/.5(571)  
ББК 76.17+76.18  
DOI 10.20913/1815-3186-2017-2-79-93

## НЕСТОЛИЧНЫЕ ИСТОРИИ: КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ В ИЗДАТЕЛЬСТВАХ СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

© О. Н. Альшевская, 2017

Государственная публичная научно-техническая библиотека  
Сибирского отделения Российской академии наук, Новосибирск, Россия; e-mail: kniga@spsl.nsc.ru

В статье характеризуется книгораспространение в региональных издательствах Сибири и Дальнего Востока. Констатируется значительное различие моделей книгораспространения в центральных и региональных издательствах. Выявлены основные направления книгораспространения: книгораспределение и книжная торговля.

**Ключевые слова:** региональные издательства, книгораспространение, книжная торговля, книготорговая сеть, интернет-торговля, Сибирь, Дальний Восток.

**Для цитирования:** Альшевская О. Н. Нестоличные истории: книгораспространение в издательствах Сибири и Дальнего Востока // Библиосфера. 2017. № 2. С. 79–83. DOI: 10.20913/1815-3186-2017-2-79-83.

### Non-capital histories: book distribution in publishing houses of Siberia and the Far East

O. N. Alshevskaya

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

The article characterizes book distribution of regional publishers evidently for Siberia and the Far East. It states the significant difference in the patterns of book distribution of central and regional publishing houses; identifies key directions of book distribution: book assignment and book trade.

University book publishing as the most important player of the regional book market distributes its products without applying book trade to provide the education process. Book assignment is typical for publishers working «under the order».

Regional publishers use the traditional book trade in two ways: by creating own book-selling enterprises (chain stores, newsstands; small book-selling objects (stands, trays), Internet shopping), and by using the existing book-selling infrastructure (traditional and Internet book-stores, libraries, fairs).

Overall, production marketing is the main problem of regional publishing business, and gaining a prosperous experience of book distribution determines the viability and success of the book business enterprises.

**Keywords:** regional publishing houses, book distribution, book trade, bookselling network, Internet commerce, Siberia, Far East.

**Citation:** Alshevskaya O. N. Non-capital histories: book distribution in publishing houses of Siberia and the Far East // *Bibliosphere*. 2017. № 2. P. 79–83. DOI: 10.20913/1815-3186-2017-2-79-83.

Российский книжный бизнес делится на столичный и региональный. И, несмотря на то, что концентрация отечественного книгоиздания постепенно перераспределяется в пользу регионов: «за последние 5 лет доля Москвы в числе выпускаемых названий уменьшилась на 5%, (с 61% до 56%), а в тиражах на 3% (с 84% до 81%), в российской столице по-прежнему расположено более половины всех издательств страны и практически все крупнейшие издательства» [6, с. 29].

В России более 660 региональных книжных издательств. Их книги часто становятся победителями престижных конкурсов, но путь региональной книги до читателя непрост и значительно отличается от книгораспространения в центральных издательствах. Сопоставление обобщенных моделей распространения продукции центральных и региональных издательств приводится в докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям [7].

Говоря о книгораспространении центральных издательств (см. табл. 1), следует отметить, что их продукция чаще всего реализуется в традиционных точках книжной торговли – независимых (32%) или сетевых книжных магазинах (29%) и интернет-магазинах (11%).

Схема распространения продукции в региональных издательствах значительно отличается от центральных: треть выпускаемых ими книг направляется в библиотеки, примерно столько же продается в собственных магазинах издательства. Обычные книжные магазины и супермаркеты предпочитают не работать с книгами местных издательств (табл. 1).

Такова обобщенная модель реализации книжной продукции в региональных издательствах, но функционирование книгоиздательского бизнеса вне столичных агломераций, несмотря на скромные валовые показатели, очень разнообразно и по принципам формирования ассортимента, и по инвестиционным

Таблица 1

Доли различных каналов книгораспространения в общем объеме розничной реализации книг издательств в 2013 г., %

Table 1

Shares of various channels of book distribution in the total volume of retail sales of books publishers in 2013, %

Каналы книгораспространения	Центральные издательства	Региональные издательства
Независимые книжные магазины	32	19
Книготорговые сети	29	9
Интернет-магазины	11	5
Библиотеки и вузы	10	31
Собственная реализация	7	29
Книга-почтой, книжные клубы	5	4
Супермаркеты	4	–
Прочие	6	3

схемам, и по моделям дистрибуции. Среди региональных издательств можно выделить несколько групп, определенным образом выстраивающих свои дистрибьюторские/дистрибуционные схемы. Значительная часть региональных книгоиздателей *распределяет* свою продукцию и распространяет ее, минуя книготорговые предприятия. Уже при формировании тиража известно, что напечатанные книги будут переданы заказчику.

Наиболее развитым сегментом регионального книгоиздания является вузовское, имеющее большое количество наименований, но малые тиражи и не имеющее потенциала коммерциализации. В список «100 издательств, выпустивших наибольшее количество книг и брошюр в 2015 г.» вошли 10 издательств Сибирско-Дальневосточного региона, и почти все они университетские (кроме якутского издательства «Бичик») (табл. 2). Схема книгораспространения у вузовских издательств рассчитана на потребление в собственных целях: на обеспечение учебного процесса. Эти книги не представлены в книжных магазинах. Можно сказать, что книгораспространение вузовского издательства – это в большей мере книгораспределение.

Подобный тип – книгораспределение – демонстрируют и издательства, работающие за счет средств заказчика. Это могут быть государственные учреждения (органы Госкомстата РФ в республиках, краях, областях и др.); организации, для которых издание книг является одним из направлений их деятельности (Научно-производственный центр по сохранению культурного наследия Новосибирской области, Областной дом народного творчества), а также издательства, выпускающие книги по заказу организаций и частных лиц. Многие из них делают менее 12 книг в год, приглашая редактора, верстальщика только на

Таблица 2

Крупнейшие издательства Сибирско-Дальневосточного региона, включенные в список «100 издательств, выпустивших наибольшее количество книг и брошюр в 2015 г.» [12]

Table 2

The largest publishing houses of the Siberian-Far Eastern region included in the list of «100 publishing houses that issued the greatest number of books and pamphlets in 2015» [12]

Издательство	Количество названий	Тираж (тыс. экз.)
Новосибирский государственный технический университет	311	49,2
Забайкальский государственный университет	267	41,7
«Бичик» (Республика Саха (Якутия))	237	569,8
Иркутский государственный университет	234	31,7
Тихоокеанский государственный университет	233	29,4
Северо-Восточный федеральный университет	212	45,8
Алтайский государственный университет	193	26,3
Дальневосточный федеральный университет	182	54,2
Омский государственный технический университет	182	40,0
Новосибирский государственный педагогический университет	169	46,3

конкретный проект; иногда такими издателями становятся типографии. Распространение изданий, выпущенных подобным образом, также идет помимо книжной торговли и представляет собой по большей части распределение изданий в соответствии с указаниями заказчика.

Другая группа издательств использует книжную торговлю и делает это двумя способами:

- создавая собственные книготорговые предприятия (магазины, киоски, лотки, книгоноши);
- пытаясь передать свои книги для реализации в существующие книготорговые предприятия.

Собственную книготорговую сеть создают издательско-книготорговые холдинги. Таких предприятий в Сибирско-Дальневосточном регионе немного («Бичик», «Апекс», «Новая книга»), но именно они дают примеры наиболее успешного развития книжного бизнеса.

Удачный и продолжительный опыт по реализации печатной продукции собственными силами имеет Национальное книжное издательство «Бичик» Республики Саха (Якутия) им. С. А. Новгородова. В первой половине 1990-х гг. издательство распространяло

свою продукцию через «книжные лавки на колесах» в близлежащих районах, а в Якутске был открыт магазин-киоск «Бичик». В 1998 г. по договоренности с главой администрации Амгинского улуса решено было провести Дни «Бичика» с выездной продажей литературы. На двух автомобилях УАЗ, предоставленных главой администрации, в села были привезены книги, которые, по словам директора издательства А. В. Егорова, «разошлись мгновенно – настолько население глубинки» изголодалось по духовной пище [2]. Насупав главную линию собственной книготорговой политики, издательство в дальнейшем регулярно проводило Дни «Бичика» в 20 улусах, встречая неизменное признание потребителей, делая себе имя и получая немалую прибыль.

Закрепляя успех, отдел сбыта «Бичика» заключал с администрациями улусов соглашения о постоянных книготорговых связях. В ряд улусов книги стали поступать по договорам издательства с республиканским Министерством образования. Уже в середине «нулевых» годов продукцию издательства продавали около 100 частных книготорговых агентов в селах республики (в основном энтузиасты – пенсионеры, лучшим из которых вручались призы по трем номинациям), магазины, 19 улусных и сельских потребительских обществ системы «Холбос», отделения 10 почтамов 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 книготорговых фирмах Якутска, Нерюнгри, Мирного. В издательстве с удовлетворением отмечали, что книги более или менее систематически распространялись на 80% территории Якутии [8]. Исключение составляли труднодоступные северные районы. В Доме печати Якутска действовал единственный магазин-киоск издательства, открытый в 2000 г. [5]. В 2015 г. «Бичик» имел 11 фирменных магазинов в 7 населенных пунктах республики [9].

В Петропавловске-Камчатском с 1996 г. действует издательско-книготорговый холдинг «Новая книга», в состав которого входят сеть магазинов и киосков, оптовая база, библиотечный коллектор и издательство. К 2015 г. книготорговая сеть объединила 16 магазинов, 14 из которых расположены в Петропавловске-Камчатском: «Библио-Глобус», «КанцОфис», «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» профилируется на поставках учебной литературы, хотя предлагает также 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 сотрудников [10]. Для реализации собственной продук-

ции в других регионах и в центре России холдингом в 2006 г. была создана небольшая инфраструктура в Москве и запущена рекламная компания.

Успешное сочетание издательской и книготорговой деятельности демонстрирует и самое северное в России и единственное в Норильске книжное издательство «Апекс». Книжной торговлей оно занимается с 1991 г., после открытия киоска в помещении бывшего опорного пункта ДНД (добровольной народной дружины). Были периоды, когда киоски «Апекса» являлись единственной книготорговой сетью Норильска. Количество книготорговых точек в сети нестабильно, обычно около 10–12. Постоянные киоски и павильоны (3–4) расположены в основном в торговых центрах («Гостиный двор», универмаг «Талнах», торговый центр «Диско»); 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 издательствами [4]. На сайте издательства ([norkniga.ru](http://norkniga.ru)) [1] сформирован каталог, представляющий новинки и книги прошлых лет издания и предоставляющий возможность сделать заказ.

Постоянными клиентами «Апекса» являются оптовая компания «ИВИС» (Москва), Красноярский библиотечный коллектор, Государственная универсальная научная библиотека Красноярского края, Центральная библиотека Диксона, Централизованная библиотечная система Дудинки. Активно представляет свою продукцию «Апекс» на книжных выставках-ярмарках. С первого года проведения (2007) компания являлась постоянным участником Красноярской ярмарки книжной культуры.

Таким образом, структура книгораспространения издательства «Апекс» идет по следующим каналам: собственная сеть книготорговых точек – 95,99%; розничные и оптовые книготорговые организации других регионов – 0,01%; книга-почтой – 1%; книжные выставки-ярмарки – 2%; продажа на презентациях – 1%.

Для реализации собственной продукции издательства Сибирско-Дальневосточного региона часто организуют торговые точки на своей территории или за ее пределами. Продажа может осуществляться в разных условиях:

- в оборудованной комнате со всеми атрибутами книготоргового предприятия (киоска);
- в витрине в фойе или в другом посещаемом месте организации или учреждения;
- при наделении определенного сотрудника полномочиями продавца; он имеет бумажный или электронный каталог продукции и знакомит с ним потенциальных покупателей.

В Республике Тыва практически все издательства и издающие организации применяют подобный способ книгораспространения. В исследовании, проведенном Н. М. Очур, выделены учреждения и организации, издательства, занимающиеся сбытом своей печатной продукции: государственные – Тувинское книжное издательство им. Ю. Ш. Кюнзегеша, ОАО «Тываполиграф»; частные – издательство «Новости Тувы»,

типография Кызылского центра образования «Анык», Тувинское подразделение компаний «ПТ», ООО «Полиграфсервис», Издательский дом «Алтын-Сай», минитипография Р. К. Ооржак и др. [11].

Тувинское книжное издательство не имеет отдельного книжного магазина. Постоянную реализацию своей продукции оно осуществляет через киоск, находящийся в самом издательстве. Киоск Тувинского книжного издательства на сегодняшний день является единственной книготорговой точкой Тывы, где представлен большой ассортимент местной продукции (около 200 наименований). Здесь приобретают книги библиотеки столицы и кожуунов (муниципальных районов); киоск посещают иностранные туристы и приезжие. Во время проведения крупных мероприятий в столице и кожуунах издательство организует выездную торговлю.

В регионах чаще представлены небольшие издательства, не имеющие собственных книгораспространительских структур. Подобные издательства, являющиеся юридическими лицами, выпускают разную литературу, в том числе научную, художественную, краеведческую. Количество выпускаемых ими изданий невелико, но каждое издательство можно рассматривать как часть культурного потенциала региона.

Новосибирское издательство «Свиньин и сыновья» было организовано в 2003 г. Подводя некоторые итоги своей деятельности, издатели делают вывод, что «главной проблемой малых издательств остается, безусловно, сбыт» [13]. Анализ реализации книжной продукции первых лет деятельности показал, что основные объемы продаж издательства приходились на Москву и Санкт-Петербург. Сбыт через торговую сеть в Новосибирске был на порядок менее успешен, хотя для организации продаж прикладывались значительные усилия. Главной сложностью оказалась слабая заинтересованность книготорговых фирм в продаже серьезной, интеллектуальной литературы. Не лучшим образом складывались отношения издательства с «Топ-книгой», устанавливающей на книги издательства 200–300% наценку и большей частью представлявшей ассортимент издательства только в своих прайс-листах. (В. Ф. Свиньин даже придумал главному (2000–2008) книготорговцу страны прозвище «Стоп-книга».) Немногим эффективней было взаимодействие и с преемницей Новосибирского облкниготорга – «Новосибирсккнигой».

К концу первого десятилетия XXI в. на книжном рынке Новосибирска появились новые игроки и отношения с ними сложились весьма успешно: книги издательства продавались в литературном магазине «КапиталЪ», магазинах сети «Аристотель» и сети «Читай-город». Причем книга «Мифосибирск», ставшая бестселлером, не единожды занимала первые места в рейтингах продаж этих книжных магазинов.

Значимой стороной деятельности издательства стало участие в различных книжных выставках-ярмарках: национальной ярмарке «Книги России» (Москва, март), Санкт-Петербургском книжном салоне (май), Московской международной книжной выставке-ярмарке (сентябрь), «Сибирской книге» (Новосибирск, сентябрь), Красноярской ярмарке книжной культуры

(ноябрь). Ярмарочному календарю подчинен график выпуска новинок. Участие в ярмарках позволило издателям установить контакты с различными оптовыми организациями: Московским историко-литературным обществом «Возвращение», «Берроунз», «Крафт+», «Любимой книгой» (Москва); торговым домом «Гуманитарная академия», «Дмитрием Буланиным» (Санкт-Петербург); Красноярским бибколлектором и др. [14].

Более 15% в реализации продукции издательства составляют заказы иногородних покупателей – частных лиц, а также библиотек, научных и учебных заведений России: «Пушкинской библиотеки», Сибирского научно-аналитического центра (Тюмень), Тюменского государственного университета и многих других. Доставка книг осуществляется посредством системы «Книга-почтой».

Существенную часть (10%) составляет реализация через крупные интернет-магазины «Все книги России» (knigirossii.ru), «Озон» (ozon.ru). Собственный сайт издательства (isvis.ru) подробно информирует читателей о книгах, авторах, опубликованных рецензиях, предоставляет возможность заказа. В последнее время для продвижения новых книг все больше используются интернет-ресурсы: сайт «Интерпретации» (raspopin.den-za-dnem.ru), сайт «Московский книжный журнал» (morebo.ru), портал «Новосибирские новости» (nsknews.info), социальные сети и пр.

К 2015 г. общую структуру каналов реализации своей продукции издательства составили: новосибирские книжные магазины и библиотеки (38%); розничные и оптовые книготорговые организации других регионов (22%); «Книга-почтой» (15%); интернет-магазины (10%); книжные выставки-ярмарки (12%), презентации (2%); социальные сети (1%).

За годы деятельности, к большому сожалению издателей, так и не удалось отладить работу с отделами комплектования библиотек. Хотя из многочисленных презентаций и выступлений очевиден встречный интерес библиотечного сообщества (в том числе в районах области, где часто библиотека дает читателям единственную возможность познакомиться с новыми книгами), встроиться в механизм комплектования, регулируемый федеральными законами, государственными и муниципальными органами управления культурой, издательству удается редко.

Другой участник регионального книжного рынка наладил отношения с библиотеками – именно они стали основными покупателями книг издательства «Буква Статейнова» (Красноярск), созданного в 2000 г. Издательство ежегодно выпускает более 40 названий книг общим тиражом около 50 000 экземпляров в год [3].

Для обеспечения продвижения продукции издательства создан отдел продаж. За годы деятельности издательству удалось наладить сотрудничество с 232 библиотеками Красноярского края и России. К 2015 г. сложилась следующая структура каналов реализации издательства: публичные библиотеки России – 30%; библиотеки высших учебных заведений, институтов Российской академии наук – 10%; зарубежные библиотеки – 15% (реализация зарубежным

библиотекам ежегодно растет); интернет-магазин издательства – 10%; книжные магазины – около 35%. Издательство не сотрудничает с другими интернет-магазинами.

Итак, можно сделать вывод, что региональное книгоиздание использует для реализации собственной продукции как книгораспределение, так и книжную торговлю. Значительная часть напечатанной в регионах продукции распределяется. К такому способу прибегают наиболее значимые на региональном книжном рынке (как по количеству выпущенных названий, так и по тиражу) университетские издательства, а также издательства, работающие на заказ.

Традиционную книжную торговлю региональные издательства используют двояко: создавая собственные книоторговые предприятия и пытаясь сотрудничать с уже существующими книоторговыми предприятиями. Опыт создания издательствами соб-

ственных книоторговых предприятий представлен на региональном рынке, как созданием крупных издательско-книоторговых холдингов («Бичик», «Апекс», «Новая книга»), так и организацией издательством небольшого книоторгового предприятия (магазина, киоска, лотка, книгоноши), интернет-магазина.

Другая часть региональных издательств, не имеющая собственного книгораспространения, использует более или менее успешно существующую книоторговую инфраструктуру: реализует свою продукцию через традиционные и интернет-магазины; пытается выстроить отношения с библиотеками, активно использует федеральные и местные книжные выставки-ярмарки.

Сбыт продукции является главной проблемой регионального книгоиздания, и обретение успешного опыта книгораспространения определяет жизнеспособность предприятия книжного бизнеса.

#### Список источников

1. АПЕКС. URL: <http://www.norkniga.ru/> (дата обращения: 24.03.2016).
2. Борисова А. А. Дороги, которые нас выбирают // На новом этапе развития. Якутск, 2006. С. 119–123.
3. Издательство «Буква Статейнова». URL: <http://www.krasbukva.ru/> (дата обращения: 24.03.2016).
4. Интервью с директором издательства «Апекс» Л. Н. Стречковой 20 нояб. 2014 г. // Архив автора.
5. Книжный киоск Национального книжного издательства «Бичик» // Вся Якутия. 2000. 14 апр. С. 8.
6. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой докл. Москва, 2014. 92 с.
7. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой докл. Москва, 2015. 107 с.
8. Лукина К. К. Благодарны за сотрудничество // На новом этапе развития. Якутск, 2006. С. 285–287.
9. Литературная карта регионов: издательский потенциал // Книжная индустрия. 2015. № 5. С. 12–14.
10. ООО холдинговая компания «Новая книга». URL: <http://www.novkniga.ru/> (дата обращения: 20.05.2016).
11. Очур Н. М. Современное состояние книжной торговли в Туве (1995–2014 гг.). История науки и техники. 2015. № 8. С. 79–83.
12. Янушевич М. В. Пути развития и повышения конкурентоспособности современного издательского дела в регионах России : докл. на науч.-практ. конф. АСКИ (12–15 февр. 2007 г.). // Архив автора.
13. Янушевич М. Когда мы продавали продукцию через «Топ-книгу», наши книги не доходили до книжных полок // PRO : проф. прил. к газ. «Кн. обозрение». 2010. № 324. С. 4.

#### References

1. APEX. URL: <http://www.norkniga.ru/> (accessed 24.03.2016). (In Russ.).
2. Borisova A. A. Roads that we choose. *Na novom etape razvitiya*. Yakutsk, 2006, 119–123. (In Russ.).
3. *Izdatel'stvo «Bukva Stateinova»* [Publishing house «Stateinov's Letter». URL: <http://www.krasbukva.ru/> (accessed 24.03.2016). (In Russ.).
4. Interview with the Director of the Publishing House «Apex» L. N. Struchkova, Nov. 20, 2014. *Author's Archive*. (In Russ.).
5. The bookstore of the National Publishing House «Bichik». *Vsya Yakutiya*, 2000, 14 Apr., 8. (In Russ.).
6. *Knizhnyi rynek Rossii. Sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya : otraslevoi dokl.* [The book market of Russia. Status, trends and prospects of development : a branch rep.]. Moscow, 2014. 92 p. (In Russ.).
7. *Knizhnyi rynek Rossii. Sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya : otraslevoi dokl.* [The book market of Russia. Status, trends and prospects of development : a branch rep.]. Moscow, 2015. 107 p. (In Russ.).
8. Lukina K. K. Are grateful for the collaboration. *Na novom etape razvitiya*. Yakutsk, 2006, 285–287. (In Russ.).
9. The literary map of regions: publishing potential. *Knizhnaya industriya*, 2015, 5, 12–14. (In Russ.).
10. *OOO kholdingovaya kompaniya «Novaya kniga»* [JSC holding company «New book»]. URL: <http://www.novkniga.ru/> (accessed 20.05.2016). (In Russ.).
11. Ochur N. M. The current state of the book trade in Tuva (1995–2014). *Istoriya nauki i tekhniki*, 2015, 8, 79–83. (In Russ.).
12. Yanushevich M. V. Ways of competitiveness development and improvement of the modern publishing industry in regions of Russia : rep. on sci.-pract. conf. of the ASCI (12–15 Febr., 2007). *Author's Archive*. (In Russ.).
13. Yanushevich M. When we sold the products through a «Top-book», our books had never reached bookshelves. *PRO : prof. pril. k gaz. «Kn. obozrenie»*, 2010, 324, 4. (In Russ.).

Материал поступил в редакцию 13.02.2017 г.