

АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ КАРТОГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ

М.Ю. Орлов (ППК «Роскадастр»)

В 1985 г. окончил Московский полиграфический институт (Московская академия печати) по специальности «инженер-технолог полиграфического производства», а в 2004 г. — Академию народного хозяйства при Правительстве РФ по специальности «маркетинг». С 1989 г. работал в ПКО Картография, с 2004 по 2017 г. заместителем генерального директора. С 2018 г. — заместитель начальника управления ФГБУ «Центр геодезии и картографии и ИПД». С 2023 г. по настоящее время работает в ППК «Роскадастр». Кандидат технических наук. Автор более 30 научных работ и учебного пособия «Маркетинг в картографии».

Анализ выпуска картографической продукции в России [1] позволил выявить основные тенденции развития рынка, отследить изменения потребительской активности по различным его сегментам, дать оценку новым направлениям развития картографии. В представленной статье рассматриваются методы и каналы реализации картографической продукции. Наиболее растущим сегментом продаж является торговля через Интернет. Проведенные исследования интернет-магазинов, реализующих карты и атласы, выявили основных игроков и лидеров данного направления. Также приводятся показатели продаж карт и атласов через ведущие маркетплейсы, которые демонстрируют развитие рынка в данном направлении и интерес издательств к этому каналу реализации.

Мировой опыт продаж бумажных печатных карт и атласов позволяет констатировать, что в 2023 г. основными мировыми производителями атласов и контурных карт, в том числе для учебных заведений, стали страны (в тыс. долл. США):

— по экспорту — Италия (19 239), США (18 807), Испания (17 604), Великобритания (12 292), Германия (8878), Индия (8438), Китай (6813);

— по импорту — США (19 002), Франция (14 114), Великобритания (9979), Германия (8780), Нидерланды (5528).

Динамика всего мирового экспорта и импорта товарной

группы 4905 «Карты географические или аналогичные карты всех видов, включая атласы, настенные карты, топографические планы и глобусы, отпечатанные» не имеет тенденции

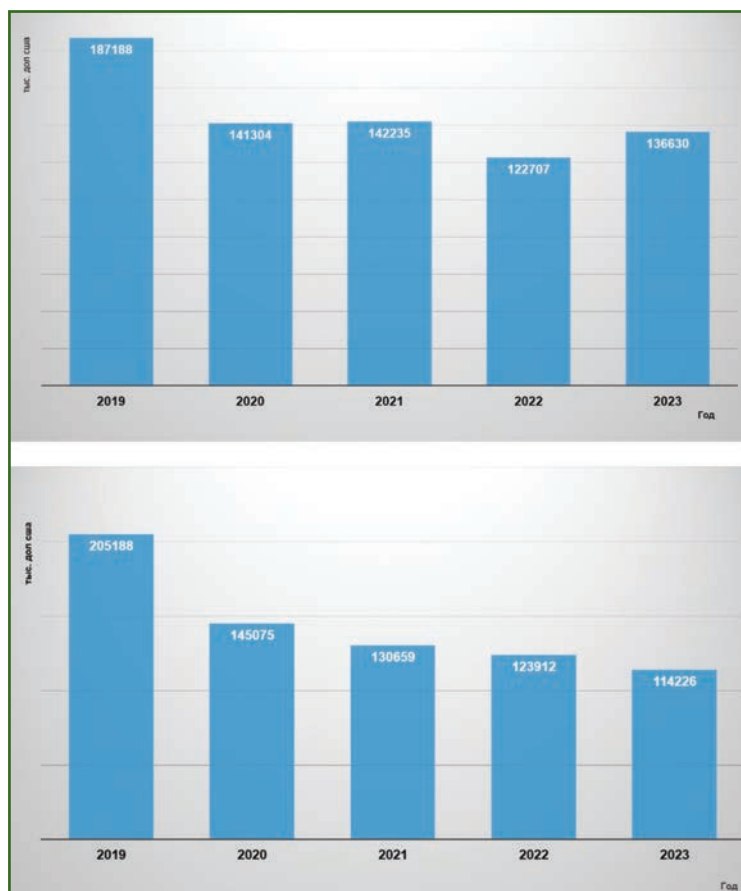


Рис. 1

Динамика мирового экспорта (вверху) / импорта (внизу) картографической продукции с 2019 по 2023 гг. (в тыс. долл. США)

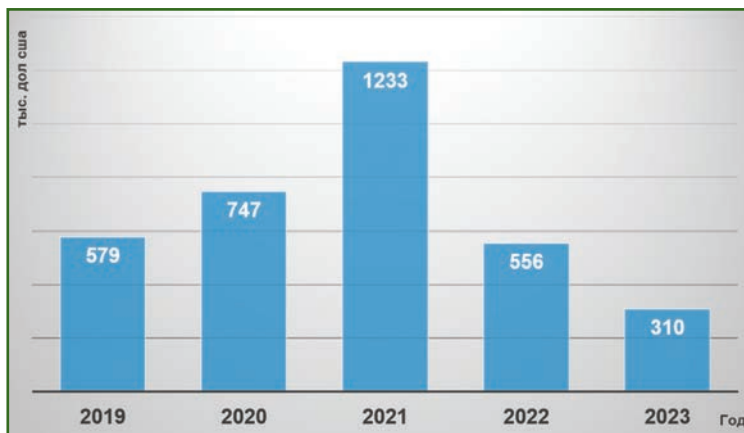


Рис. 2
Динамика экспорта картографической продукции российских производителей с 2019 по 2023 гг. (в тыс. долл. США)

резкого роста или стагнации (рис. 1). В данную товарную группу включены все отпечатанные глобусы, карты, схемы и планы с изображениями природных или искусственных особенностей стран, городов, морей, карты звездного неба и географические карты (включая секторы для глобусов), настенные карты, атласы.

Анализ графиков, приведенных на рис. 1, позволяет сделать вывод о снижении общих показателей продаж печатной картографической продукции. Также видно, что эпидемиологический фактор Covid-19 существенно не повлиял на мировую реализацию печатных карт и атласов. Все данные исследований получены по результатам обработки статистической информации [2].

В России объемы торговли на внешнем рынке картографической продукции существенно отличаются от мировых.

Кроме того, в связи с санкционными ограничениями, с одной стороны, произошло резкое сокращение импорта зарубежной картографической продукции в Российскую Федерацию, а с другой — у отечественных производителей появились конкурентные преимущества и возможность сохранения экспорта российской картографической продукции (рис. 2) за счет появления новых рынков сбыта (Индия, Казахстан, Беларусь).

Рассмотрев динамику мирового экспорта и импорта картографической продукции, перейдем к вопросу, связанному со сбытом картографической про-

дукции в России. Реализация аналоговой и цифровой картографической продукции осуществляется следующими способами (методами) различными организациями:

1. Картографическими предприятиями (оптовая и розничная продажа через службы маркетинга, в том числе через собственные интернет-магазины).

2. Коммерческими компаниями, специализирующимися на продаже картографической продукции различных издательств (в том числе через интернет-магазины).

3. Книжными магазинами (для увеличения ассортимента) и федеральными книготорговыми сетями.

4. Крупнейшими электронными торговыми площадками (маркетплейсами).

В таблице представлены Интернет-ресурсы основных организаций, выпускающих картографическую продукцию, способы ее реализации, а также место в рейтинге по количеству посетителей пользователями (с января по август 2024 г.).

Если проводить аналогию с книжным рынком (бумажные карты и атласы являются его небольшим сегментом), то каналами реализации картографической продукции являются онлайн и офлайн продажи. К первой группе относятся продажи через интернет-магазины и маркетплейсы, ко второй можно отнести продажи через федеральные книготорговые сети, книжные магазины и товары повседневного спроса (FMCG).

Динамика продаж книжной продукции по каналам сбыта на основе данных Минцифры России представлена на рис. 3. По оценке экспертов этого рынка, в 2023 г. общий оборот книжной продукции в денежном выражении (печатная + электронная книга) составил 120,35 млрд руб., что на 9,6% выше уровня 2022 г. (109,78 млрд руб.). Совокупный оборот рынка печатных книг (без продаж за бюджетные сред-

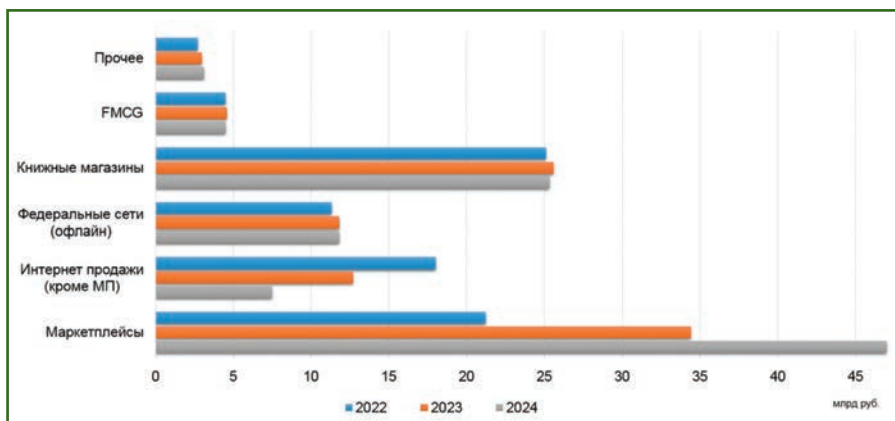


Рис. 3
Динамика продаж книжной продукции по каналам сбыта в период 2022–2024 гг. (млрд руб.) [3]

Интернет-ресурсы организаций по предоставлению услуг и реализации картографической продукции

Наименование ресурса	Наименование ЮЛ	Среднее количество визитов в месяц	Место в рейтинге	Виды картографической продукции	Способ реализации
<i>Государственные предприятия (предоставление услуг и продажа)</i>					
https://kadastr.ru	ППК «Роскадастр»	280 000	1	Картографические данные. Цифровые карты: ЕЭКО, планы городов, ЦПГ, ЦТК ОП, ЦТК масштабов 1:10 000–1:200 000 и др.	Предоставление услуг через порталы. Изготовление карт по требованию.
https://redstarprint.ru/catalog	АО «Красная Звезда»	10 500	11	Цифровые карты. Печатные карты: специальные атласы и карты для ВС РФ, топографические карты масштабов 1:25 000–1:100 000	Фирменный магазин. Служба реализации интернет-магазина
<i>Коммерческие компании (продажа)</i>					
https://www.globusoff.ru	ИП Нестерова А.И.	36 000	2	Глобусы. Картографические сувениры (канцелярия), рельефные и настенные карты	Интернет-магазин
https://allmaps.ru	ООО «АГТ Геоцентр»	35 100	3	Цифровые карты. Печатные карты: планы городов, настенные географические и политико-административные карты, сувенирные карты	Индивидуальные продажи. Оптовая торговля. Интернет-магазин
https://www.karty.ru	ИП Мещанинец М.Ю.	33 000	4	Атласы. Печатные карты: настенные и сувенирные	Интернет-магазин
https://atlas-print.ru/product/	ООО «Атлас Принт»	32 200	5	Цифровые карты. Печатные карты: атласы городов, настенные географические и политико-административные карты, сувенирные карты	Индивидуальные продажи. Оптовая торговля. Интернет-магазин
https://geodom.online/catalog/kartografiya/	ООО «ГеоДом»	27 700	6	Цифровые карты. Печатные карты: планы городов, настенные географические и политико-административные карты, сувенирные карты	Индивидуальные продажи. Оптовая торговля. Интернет-магазин
https://gisinfo.ru/price/price_map.htm	ООО «КБ Панорама»	23 000	7	Цифровые карты: ЦТК ОП, ЦТК, масштабов 1:10 000–1:200 000	По заказам
https://www.globen-shop.ru	ИП Нестерова А.И.	18 000	8	Глобусы. Печатные карты: настенные карты, карты с дополненной реальностью	Интернет-магазин
https://mapprint.ru	Компания Mapprint	16 300	9	Настенные и рельефные карты	Интернет-магазин. Изготовление карт по требованию
http://www.karta-td.ru	ООО «Карта ТД»	12 000	10	Атласы. Печатные карты: планы городов, географические и политико-административные настенные и сувенирные карты	Интернет-магазин
https://ruzcoltd.ru	ООО «Руз Ко»	9700	12	Цифровые карты. Атласы. Печатные карты: планы городов, географические и политико-административные настенные карты, сувенирные карты	Интернет-магазин
https://otrok.su	Самозанятый Цуканов Д.А.	2900	13	Атласы. Печатные карты: планы городов	
http://www.3dekart.ru	ООО «Декарт»	604	14	Настенные и рельефные карты	Интернет-магазин. Изготовление карт по требованию

Примечания. ЕЭКО — Единая электронная картографическая основа. ЦПГ — цифровые планы городов. ЦТК — цифровые топографические карты. ЦТК ОП — цифровые топографические карты открытого пользования.



Рис. 4

Доли каналов сбыта книжной продукции в России (по данным «Эксмо») [4]



Рис. 5

Распределение продаж картографической продукции по способам реализации в 2013 г. и 2023 г.

ства) составил 91,28 млрд руб., что на 9,0% выше уровня 2022 г. Доля интернет-магазинов в общем объеме печатных изданий впервые превысила половину и составила 50,1% (без продаж за бюджетные средства и электронных книг). Оборот данного канала сбыта в 2023 г. составил 45,72 млрд руб., он вырос на 25,3%.

Основной рост интернет-площадок как канала сбыта произошел за счет увеличения продаж на маркетплейсах [3]. Последние исследования рынка показали, что именно 2024 г. можно назвать годом роста и развития маркетплейсов. Так, по данным издательской группы «Эксмо» [4], рост продаж на маркетплейсах за 8 месяцев текущего года составил 34% к аналогичному периоду 2023 г., а на книжном рынке их доля (рис. 4) составляет уже 47% (каждая вторая книга в России продается на маркетплейсах), всего же через Интернет реализуется 55% книжной продукции [5].

Традиционные способы распространения книг начинают уступать свои позиции новым каналам сбыта. По данным проведенного мониторинга [6], федеральная сеть книжных магазинов «Читай-город» подтверждает свое звание самой крупной сети в стране, в настоящее время в ней насчитывается около 553 книжных магазина. На втором месте следует розничная сеть «Буквоед» со 150 книжными магазинами. В пятерку лидеров по количеству книжных магазинов на начало 2024 г. также входили: торговая сеть «Книжный Лабиринт» (79 магазинов), торговая сеть «Пегас» — магазины «Дом книги» и «Книга+» (52 книжных магазина), торговая сеть «ПродаЛитЪ» (45 магазинов).

Анализ наличия картографической продукции в федеральных книжоторговых сетях показал, что в основном это учебные атласы и контурные карты, а также настенные (листовые)

карты мира и России. Большое значение при этом имеет оформление мест продаж, так как карты, особенно настенные, требуют специальных условий складирования и размещения в торговом зале.

Главным преимуществом офлайн продаж является знание покупателя и его потребностей (клиентоориентированность), наличие программ лояльности, персонализация, возможность продвижения новой картографической продукции. Однако бурно растущий онлайн сегмент создает серьезную конкуренцию традиционным продажам. Согласно исследованиям [7] в 2022 г. — начале 2024 г., традиционные книжные магазины не выдерживают конкуренции с маркетплейсами и другими интернет-магазинами, и на фоне роста операционных затрат и снижения выручки продолжают закрываться. Суммарно (с учетом открывшихся книжоторговых точек) за этот период в стране были закрыты 86 книжных магазинов. Наибольшее количество закрытых книжных магазинов подтвердили: книжоторговая компания «Мирс» (Хабаровск) — 14, сеть «Книжная лавка» (Калининград) — 11, сеть «Читайна» (Нижний Новгород) — 10. К сожалению, некоторые региональные книжоторговые сети планируют дальнейшее закрытие книжных магазинов до конца 2024 г. [8]. Таким образом, интернет-магазины вышли в лидеры среди каналов розничной дистрибуции бумажных книг, опередив книжные магазины (с учетом объединенной розничной сети «Читай-город — Буквоед»).

В 2019 г., согласно данным Минцифры России, на книжные магазины приходилось 67,3% продаж бумажных книг, а на интернет-магазины — 22,9%. В 2020 г. соотношение между книжными магазинами и интернет-магазинами было 56,9% и 33%, соответственно, в 2021 г. — 52,3% и 40,4%, в 2022 г. — 47,7% и 43,6%. В 2023 г. продажи в

книжных магазинах составили только 41,7% от всего объема дистрибуции, или 38 млрд руб. Остальные каналы сбыта в совокупности достигли лишь 8,2% в структуре продаж бумажных книг в 2023 г. В их числе — некнижный ритейл (5%, или 4,6 млрд руб.), неструктурированные продажи (2,8%, или 2,6 млрд руб.), а также киосковые сети (0,4%, 0,4 млрд руб.) [3]. Маркетплейсы выступают одним из драйверов книжного рынка, однако увеличение роста продаж на этих площадках ударяет по книжным розничным магазинам, которые из-за высоких арендных ставок и наличия больших издержек не могут держать сопоставимые цены.

Судить о развитии рынка реализации карт и атласов можно по изменению доли продаж картографической продукции по способам реализации (рис. 5). Так, в 2013 г. основными каналами сбыта были книжные магазины и издательства, выпускающие карты и атласы. По исследованиям автора в 2023 г. первенство взяли картографические интернет-магазины, реализующие порядка 55% атласов и карт,

включая продажи через маркетплейсы (очень быстро растущий сегмент), существенно сократилось количество специализированных магазинов и магазинов при издательствах, что связано с реорганизацией отрасли, падением спроса на основную картографическую продукцию и возростанием онлайн-продаж. Эти данные не противоречат показателям развития книжного рынка, рассмотренным ранее. Анализ интернет-магазинов, реализующих карты и атласы, позволяет показать основных игроков и лидеров данного сегмента (см. таблицу).

Показатели ведущих маркетплейсов по продажам карт и атласов (рис. 6) отражают развитие рынка в данном направлении и интерес издательств к этому каналу реализации.

▼ Особенности продаж картографической продукции на маркетплейсах

Атласы и учебные карты — одна из развивающихся категорий картографической продукции на маркетплейсах. На торговых онлайн-площадках между собой конкурируют не только сайты издательств, но и продав-

цы, имеющие своих поставщиков. Как и другие категории товаров, картографическая продукция имеет свою специфику. Каждая торговая площадка выдвигает собственные требования к карточкам товара и упаковке, которые необходимо соблюдать, чтобы не попасть под штрафы и санкции.

Основное преимущество маркетплейсов — огромный охват аудитории, ценовое превосходство над другими каналами продаж и высокая оборачиваемость. На увеличение продаж на маркетплейсах влияет и низкая стоимость доставки. Среди других причин роста выделяют следующие: широкий ассортимент продукции, а также большое количество пунктов выдачи заказов и их наличие даже в самых отдаленных регионах РФ. Это позволяет картографическим издательствам существенно увеличивать объемы реализации своей продукции.

Однако недостатком маркетплейсов можно считать «безадресность» продаж, отсутствие возможности продвижения новой продукции и, как следствие, лишение издательств обратной связи с потребителями. Также возникают проблемы с возвращаемыми картами и атласами и потерей товарного вида продукции, из-за чего увеличиваются издержки предприятия.

Наступило время малых предприятий и индивидуальных предпринимателей, которые легко заходят на рынок маркетплейсов. Для небольших картографических издательств появился шанс без большой цепочки посредников реализовывать свою продукцию.

Очень важным моментом, который нужно помнить, является обязательная сертификация книжных изделий, предназначенных для детской аудитории. Это касается прежде всего настенных карт для детей и подростков. Также играет существенную роль показ новых территорий и правильное отображение

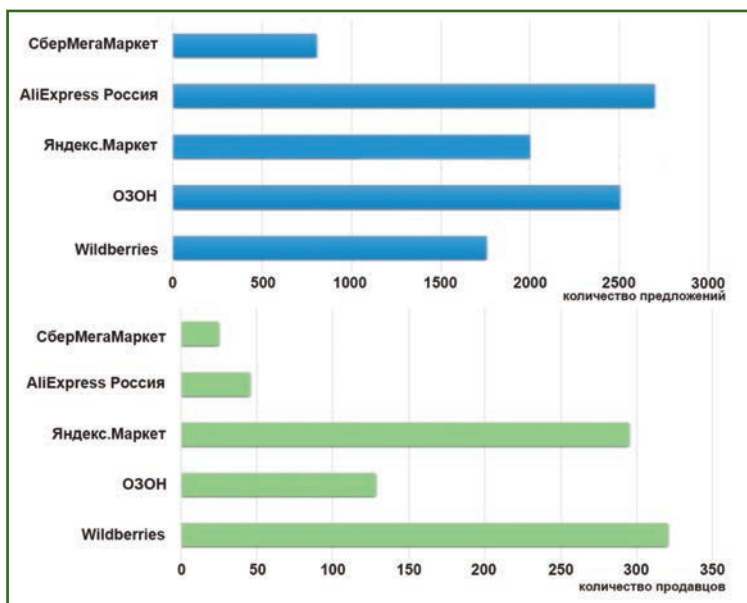


Рис. 6 Показатели маркетплейсов по продажам карт и атласов (усредненные данные за I полугодие 2024 г.): количество предложений (вверху); количество продавцов (внизу)

границы России на картах мира [9]. 4 октября 2022 г. Президент РФ В.В. Путин подписал Федеральные конституционные законы о включении в состав РФ четырех новых субъектов — ДНР, ЛНР, а также Запорожской и Херсонской областей [10]. Следует отметить, что некоторые маркетплейсы и торговые сети отказываются принимать картографическую продукцию без ссылки в выходных данных карт на эти законы.

▼ Основные направления и рекомендации по развитию рынка

Основными тенденциями развития рынка производства и реализации картографической продукции, выявленными в процессе исследования, являются:

- резкое сокращение импорта зарубежной картографической продукции в Россию, связанное с санкционными ограничениями, давшее конкурентное преимущество отечественным производителям;

- возможное увеличение экспорта российской картографической продукции в связи с появлением новых рынков сбыта (Индия, Казахстан, Беларусь);

- комбинированное производство цифровой, печатной и веб-картографии;

- увеличение спроса потребителей на обновленную настенную картографическую продукцию;

- переход предприятий на издание картографической продукции «по требованию» с использованием картографической базы данных;

- изменение структуры дохода картографических издательств, получение прибыли за счет рекламных и спонсорских источников;

- сокращение издержек и переход картографических издательств на политику «бережливого производства»;

- применение новых форм продвижения продукции и методов PR-активности;

- изменение политики продвижения продукции, концентрация на индивидуальных продажах;

- создание временных проектных (творческих) коллективов для разработки фундаментальных картографических произведений из-за дефицита картографов и редакторов высокой квалификации;

- приоритет в продвижении и маркетинге картографической продукции, а не в производстве карт и предоставлении услуг;

- создание фундаментальных картографических произведений за счет грантов научных сообществ;

- увеличение продаж собственной продукции картографическими издательствами через маркетплейсы, перестройка внутренней логистики и соблюдение требований под каждую интернет-площадку;

- создание групп или отделов по мониторингу заказов и участию в торгах по производству картографической продукции.

В результате проведенных автором исследований, представленных в [1] и данной статье, изучен рынок издания и реализации картографической продукции в России, его изменения и тенденции дальнейшего развития.

Достаточно подробно рассмотрены способы реализации картографической продукции (в аналоговом и электронном виде), представлены предприятия, выпускающие карты и атласы, проанализированы их каналы сбыта. Выявлено существенное изменение в ассортименте издаваемой продукции и отмечен переход основных продаж в онлайн-среду. Приведены данные по развитию книжного рынка, сегментом которого является рынок картографической продукции. Изучены особенности развития маркетплейсов по продаже карт и атласов, поскольку они в будущем будут определять политику издательств и пред-

приятый по ассортименту и объемам выпуска картографической продукции.

▼ Список литературы

1. Орлов М.Ю. Анализ выпуска картографической продукции в России // Геопрофи. — 2024. — № 5. — С. 18–23.

2. Торговая статистика для развития международного бизнеса. Ежемесячные, ежеквартальные и ежегодные данные о торговле. Стоимость и объемы импорта и экспорта, темпы роста, доли рынка. — https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c4905%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c.

3. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. Выпуск XVI / Минцифры России. — <https://bookunion.ru/upload/news/Bookmarket-2023.pdf>.

4. Капьев Е. Книжный рынок России — 2024: ключевые вызовы и факторы роста // ММКЯ-2024. Конференция «Книжный рынок России — 2024».

5. «Индустрия устоялась»: РКС совместно с Минцифры обсудили проблемы книгоиздания. — <https://rg.ru/2024/09/09/industria-ustoialas-rks-sovmestno-s-min-cifry-obsudili-problemy-knigoizdaniia.html>.

6. Книжные и электронные ресурсы в России: тенденции и перспективы развития. — <https://www.unkniga.ru/bookrinyok/knizhnye-i-elektronnye-resursy-v-rossii-tendentsii-i-perspektivy-razvitiia.html>.

7. Зорина С. Книжная розница в I полугодии 2024 г.: главные вызовы и необходимые меры поддержки // ММКЯ-2024. Конференция «Книжный рынок России — 2024».

8. Статистика продаж брендов на маркетплейсах. — <https://mon-euplace.io/brand-analytics>.

9. Федеральный закон «О внесении изменений в статью 41 Закона РФ «О Государственной границе РФ» и статью 27 Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» от 30.12.2021 г. № 457-ФЗ.

10. Федеральные конституционные законы от 04.10.2022 г. № 5-ФКЗ, № 6-ФКЗ, № 7-ФКЗ и № 8-ФКЗ.