

УДК: 339.133+7.075
JEL: D120; Z11

Н. А. Кочкина, Е. А. Шенкман, А. С. Гордиенко

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА НА КНИГИ: ИССЛЕДОВАНИЕ КНИЖНОГО РЫНКА СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Пермь,
Российская Федерация, 614070, Пермь, ул. Студенческая, 38

Книжный рынок художественной литературы в России является одним из крупнейших в мире по количеству новых названий, появляющихся в печати. Однако изучен он недостаточно. В статье предпринята попытка установить, эластичен ли спрос на книги по ценам и доходу и, исходя из полученных результатов, разработать рекомендации для управленцев книжного бизнеса. С этой целью построены модель спроса на художественную литературу в целом и модели спроса на книги отдельных жанров. Особенность моделей спроса на художественную литературу — включение в детерминанты спроса таких показателей качества содержания книги, как число человек, оценивших книгу, и ее рейтинг, рассчитанный на основании этих оценок. Оценка модели осуществлялась на данных одной из книжных розничных сетей Северо-Западного федерального округа. Расчеты показали, что спрос на книги не эластичен по цене и книги являются товаром роскоши. Однако при оценке модели на подвыборках жанров товарами роскоши оказались только русская и зарубежная проза, зарубежная фантастика и поэзия. Результаты исследования функции спроса представляют интерес как для розничных сетей, так и для издательств.

Ключевые слова: книжный рынок, функция спроса, эластичность спроса по цене, эластичность спроса по доходу, товар роскоши.

THE ELASTICITY OF DEMAND FOR BOOKS: THE RESEARCH OF THE NORTH-WESTERN FEDERAL DISTRICT BOOK MARKET

N. A. Kochkina, E. A. Shenkman, A. S. Gordienko

National Research University «Higher School of Economics», Perm, 38, ul. Studencheskaya, Perm,
614070, Russian Federation

Russian book market is one of the largest in the world in terms of new titles in print. However, this market is underexplored. There is no research dealing with an empirical demand or supply function estimation for this market. The purpose of this paper is to analyze the book demand function and to check whether this kind of demand is price and income elastic. On the basis of results retrieved, managerial recommendations are to be offered. For this purpose, the demand

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2018

function for books is built and estimated both on the total sample and for particular literature genres. The peculiarity of the demand model estimation is the introduction in the model covariates indicating the book content quality such as the amount of people who gave rating on the website, average rating of the book from the website and the combined effect of these two variables. An empirical estimation of these factors influence has not been considered in the previous research yet. Model estimation was based on the data of one North-Western Federal District book retail chain. According to the estimation results, book demand is price inelastic; moreover, books are estimated to be luxury goods. The analysis of demand functions for separate genres suggests that the demand for each genre is price-insensitive. Only Russian and foreign prose, foreign fiction and poetry are luxury goods among all the genres analyzed. A foreign detective, Russian fiction and sentimental novel are normal goods, whereas Russian detective is an inferior goods. The results of the research might be of a particular interest for books retail chains and publishers.

Keywords: book market, demand function, price elasticity, income elasticity, luxury goods.

ВВЕДЕНИЕ

Для общества книги как товар представляют не только экономическую, но и культурную ценность. Художественная литература¹ приобретает для разных целей: отдыха, приятного времяпрепровождения или саморазвития, в качестве подарка или для пополнения домашней библиотеки. От цели покупки зависит функция спроса на книги. Кроме того, книга — это «экспериментальный товар» (experienced good), поскольку до покупки потребитель не может в полной мере измерить качество конкретной книги и оценивает ее полезность только после прочтения [Canoy, Van Ours, Van der Ploeg, 2006]. Такой тип товара характеризуется случайным спросом, что создает определенные трудности для издателей и продавцов книг при прогнозировании будущих объемов продаж. В связи с указанными особенностями книг как товара спрос на них сложно моделировать, и поэтому книжные рынки всех стран, в том числе России, изучены недостаточно.

Согласно исследованию книжного рынка России, время, отводимое гражданами РФ на чтение книг, уменьшается [Григорьев, 2017]. В такой ситуации розничные сети заинтересованы в том, чтобы иметь представление о структуре спроса на разные книги и выстраивать эффективную ассортиментную и рекламную политику. Однако опираться на результаты опубликованных зарубежных работ, посвященных исследованию книжного рынка других стран (см., напр.: [Canoy, Van Ours, Van der Ploeg, 2006; Clerides, 2002; Schmidt-Stölting, Blömeke, Clement, 2011]), и предлагать на их основе рекомендации российским книжным сетям не представляется возможным в силу больших межстрановых различий в предпочтениях потребителей относительно того, какие книги покупать. Отсюда вытекает необходимость изучения российского книжного рынка.

Цель настоящей работы — оценка эластичностей спроса на книги по цене и доходу и разработка на этой основе рекомендаций для управленцев российско-

¹ Далее для краткости в статье вместо термина «художественная литература» используется термин «книги».

го книжного розничного бизнеса. Для ее достижения построена эконометрическая модель спроса на художественную литературу и проведена оценка модели на базе данных одной из розничных сетей Северо-Западного федерального округа России. Исходя из полученных результатов, проанализировано влияние дохода и цены на спрос как ключевых детерминантов функции спроса на книги. Именно эти факторы представляют особый интерес, поскольку позволяют сформулировать конкретные рекомендации.

Практическая значимость дохода как детерминанты спроса хорошо объяснена в работе [Ringstad, Løyland, 2006]. Авторы утверждают, что чувствительный к доходу спрос на книги, наряду с восходящим трендом доходов населения, обеспечивает рост рынка книг в будущем. Это может послужить сигналом для расширения сети магазинов. Кроме того, оценка эластичности спроса по доходу позволяет установить, к какому типу благ относятся книги (нормальному, роскоши² или малоценному), и в соответствии с этим выработать рекомендации для розничных сетей.

Еще один важный фактор, определяющий спрос на книги, — цена. Анализ оценки эластичности спроса на книги по цене дает возможность выяснить, насколько чувствителен спрос к изменению цены, а также установить, являются ли книги товаром Веблена. Например, в [Clerides, 2002] эмпирически выявлена положительная взаимосвязь спроса и цены, что дает основания считать книги товаром Веблена [Veblen, Vanta, 2009]. Следовательно, розничная сеть может увеличить цены на книги, не опасаясь, что это приведет к падению спроса на них.

Поскольку книги являются дифференцированным товаром, можно ожидать различной реакции спроса на изменение его детерминант, в первую очередь средней цены на книги разных жанров и дохода покупателей. Для того чтобы выработать более конкретные рекомендации с учетом жанров, в настоящей статье наряду с моделью спроса на всю художественную литературу построены модели спроса на ее отдельные жанры.

В ходе исследования мы не встречали отечественных работ, в которых была бы построена агрегированная модель спроса на книги и проведена ее эмпирическая оценка. Следовательно, анализ результатов оценки функции спроса на реальных данных позволяет получить первое представление о структуре функции спроса, понять специфику товара и поведение потребителей на российском рынке и, соответственно, выбрать рекомендации для издателей и продавцов.

Статья имеет следующую структуру. В первой части проводится обзор существующих научных подходов в рамках рассматриваемой тематики. Во второй — описываются данные, на основе которых осуществляется эмпирическая оценка моделей спроса. В третьей — представлена спецификация модели спроса на книги на всей выборке, модели спроса на книги отдельно взятого жанра и на бестселле-

² Здесь и далее «товар роскоши» — это экономический термин, обозначающий благо, спрос на которое растет в большей степени, чем доход [Вэриан, 1997, с. 121].

ры. Результаты оценивания модели, их интерпретация и анализ изложены в четвертой части. В заключении описываются возможности применения полученных выводов для книжных торговых сетей и издательств.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ И ФОРМУЛИРОВАНИЕ ГИПОТЕЗ

Исследования, посвященные изучению книжного рынка, условно можно разделить на три группы в соответствии с предметом анализа: 1) эластичность спроса по цене; 2) эластичность спроса по доходу; 3) другие факторы, определяющие спрос на книги.

Исследования эластичности спроса по цене. Эластичность спроса на книги по цене вызывает огромный интерес со стороны розничных сетей, издателей и органов государственного управления. Для розничных сетей она служит показателем того, как формировать ценовую политику на книги, издателям позволяет оценить, нужно ли увеличивать или сокращать тираж тех или иных наименований. Для государства эластичность спроса по цене — показатель необходимости субсидирования продавцов на рынке.

Необходимо отметить, что результаты исследований книжного рынка неоднозначны. Так, в [Appelman, Sanoу, 2002] на данных по Нидерландам за 1977–1994 гг. было установлено, что спрос не эластичен по цене, поскольку уровень эластичности по цене составил $-0,9$. По расчетам [Schmidt-Stölting, Blömeke, Clement, 2011] на основе данных о продажах художественной литературы в Германии за 2003–2006 гг. переменная «цена» в модели оказалась незначимой на 10%-м уровне для книг как в твердой, так и в мягкой обложке. Авторы объясняют это тем, что в Германии, во-первых, проводится политика поддержания розничной цены³, из-за чего цены на книги практически не меняются; во-вторых, издатели, как правило, устанавливают цены на основе себестоимости: более дорогие книги предполагают наличие большего количества страниц. Следовательно, высокая цена обусловлена большим объемом издания, чем и объясняется нечувствительность спроса к цене. В исследовании [Asai, 2016] на данных о продажах книг-бестселлеров в мягкой обложке в Японии за 2010–2013 гг. уровень эластичности составил $-0,42$. Следовательно, и в данном случае спрос не эластичен по цене.

Однако в ряде других работ неэластичность спроса не подтверждается. Так, в [Bittlingmayer, 1992] на данных о продажах профессиональных книг в Германии за 1984–1986 гг. была выявлена ценовая эластичность от -2 до -3 . Но поскольку выборка в этом исследовании представлена только профессиональными изданиями, то, возможно, результаты анализа неточно отражают закономерности рынка книг в целом. В [Hjorth-Andersen, 2000] предложена модель агрегированного спроса на рынке книг Дании на выборке 1973–1991 гг., в которой эластичность по цене

³ Поддержание розничной цены в Германии (resale price maintenance system): издатель устанавливает цену на книгу и может менять ее дважды в магазине-распространителе. Цены обычно повышаются, изредка — понижаются [Bittlingmayer, 1992, p. 592].

оказалась равной $-1,4$. Таким образом, агрегированный спрос менее эластичен по цене, чем спрос на каждое отдельное издание.

Автор работы [Jaén-García, 2012, p. 168] объясняет это тем, что увеличение цены на книгу приводит к снижению спроса на нее, но повышает спрос на другие издания, что обуславливает меньшее воздействие на совокупный спрос. В [Clerides, 2002] по результатам моделирования спроса на каждую отдельную книгу на основе данных о продажах 1 108 наименований книг в США за 1980–1990 гг. ценовая эластичность спроса на книги в мягкой обложке оказалась отрицательной, а в твердой — положительной. Автор объясняет такой результат проблемой селективности данных. В [Prieto-Rodríguez, Romero-Jordán, Sanz-Sanz, 2005] моделируется спрос на 19 разных групп товаров на данных опросов домохозяйств в Испании за 1985–1995 гг. Эластичность спроса по цене на группу товаров — книги-журналы-газеты — составила $-1,65$. Кроме того, спрос эластичен и на другие культурные товары: для группы кино-театры-музеи эластичность по цене была равна $-1,23$.

В исследовании [Ringstad, Løyland, 2006] важность цены как детерминанты спроса объясняется следующим образом. Во-первых, на рынке книг имеет место монополистическая конкуренция из-за большого числа соперничающих фирм и высоких цен, поэтому ценовая эластичность спроса должна быть ниже -1 . Во-вторых, эффекты государственной политики в области литературы в значительной степени зависят от величины коэффициента эластичности спроса по цене. Если спрос чувствителен к цене, то субсидии — возможный эффективный способ увеличить число покупаемых книг. Наконец, расходы на социальные нужды в странах с фиксированными ценами зависят от эластичности спроса. На основе данных о домохозяйствах Норвегии за 1986–1999 гг., собранных с помощью опросов, авторы оценили ценовую эластичность на книги (за исключением изданий учебного характера) от $-1,59$ до $-2,91$. Подобный подход применен и в [Jaén-García, 2012], где на данных Испании за 2006–2008 гг. показано, что спрос на книги также эластичен по цене (коэффициент эластичности составил около -1). Автор объясняет такой результат (спрос менее чувствителен к цене) невозможностью дезагрегировать данные (здесь цена — коэффициент потребительских цен для каждой из рассмотренных испанских провинций). В статье [Barrot et al., 2015] на данных о продажах художественной литературы в Германии за 2003–2006 гг. с поправкой на эндогенность эластичность спроса по цене на каждую отдельную книгу в твердой обложке составила $-3,7$, а в мягкой — достигла $-4,3$.

Таким образом, коэффициент эластичности спроса по цене на книги сильно варьируется: нет четкого представления, чувствителен ли спрос на книги к цене и насколько. На основе проведенного анализа опубликованных работ можно выдвинуть следующую гипотезу относительно объекта исследования настоящей статьи — книжного рынка Северо-Западного федерального округа России.

Гипотеза H1. Спрос на художественную литературу в Северо-Западном федеральном округе России не эластичен по цене.

Исследования эластичности спроса по доходу. Авторы сравнительно небольшого числа публикаций исследуют, является ли книга товаром роскоши с экономической точки зрения. Для этого оценивается показатель эластичности спроса по доходу. Под предметом роскоши понимается товар, для которого эластичность спроса по доходу больше единицы, т. е. спрос на такие товары растет быстрее дохода. В статье [Canoy, Van Ours, Van der Ploeg, 2006] отмечается, что художественная литература не является товаром роскоши, особенно в сравнении с другим культурным благом — театром. Авторы объясняют это наличием библиотек. Однако в других эмпирических исследованиях такой вывод не подтверждается. Так, согласно агрегированным данным по Дании за 1973–1991 гг. эластичность спроса по доходу на книги, включая художественную литературу, составила 1,97 [Hjorth-Andersen, 2000]. Моделируя спрос на 19 групп товаров, авторы работы [Prieto-Rodríguez, Romero-Jordán, Sanz-Sanz, 2005] выявили эластичный спрос по доходу на такую группу, как книги–журналы–газеты (коэффициент эластичности спроса по доходу равен 1,37). На другие культурные блага — кино–театры–музеи — эластичность по доходу еще выше — 1,75. Исследуя эластичность по доходу на данных опросов домохозяйств Норвегии за 1986–1999 гг. [Ringstad, Løyland, 2006], авторы отмечают значимость дохода для потребителей при покупке книг, которая в сочетании с общим ростом доходов покупателей является решающим фактором размера рынка книжной продукции. Чем выше эластичность по доходу, тем выше вероятность того, что со временем рынок будет занимать все большую долю в ВВП страны. Эластичность спроса по доходу на книги (за исключением учебных изданий), согласно выводам этого исследования, равна 1,3. Аналогичный подход применен и в работе [Jaén-García, 2012] при изучении данных Испании за 2006–2008 гг. Однако коэффициент эластичности спроса по доходу оказался ниже и составил 0,8.

На основании анализа литературы нами сформулирована гипотеза относительно эластичности спроса по доходу на книжном рынке Северо-Западного федерального округа.

Гипотеза Н2. Художественная литература в Северо-Западном федеральном округе России является товаром роскоши.

Исследования других факторов, определяющих спрос на книги. Особенно сильно как культурного блага является то, что спрос на них в незначительной степени определяется ценой или доходами населения. Поэтому исследователи пытаются установить наличие других факторов, оказывающих влияние на спрос на книги. В их числе: 1) «физические» характеристики книг; 2) способы продвижения; 3) показатели, отражающие качество содержания книги.

Среди «физических» факторов, определяющих спрос на книги, выделяются: а) тип обложки (мягкая, твердая); б) количество страниц [Clerides, 2002; Barrot et al., 2015]; в) дизайн обложки [D'Astous, Colbert, Mbarek, 2006; Bowers, 2015]. В исследованиях [Clerides, 2002; Schmidt-Stölting, Blömeke, Clement, 2011; Barrot et al., 2015] от-

мечается, что покупатели приобретают книги в мягкой и твердой обложке для разных целей. Поэтому спрос на книги в разных обложках изучался по отдельности.

К числу способов продвижения, которые оказывают значительное и положительное влияние на спрос, относятся: а) реклама [Sorensen, 2007; Shehu et al., 2013]; б) эффект «сарафанного радио» [Schmidt-Stölting, Blömeke, Clement, 2011]; в) удачная экранизация [Asai, 2016].

Как уже отмечалось, книги относятся к товарам, полезность которых можно оценить только после их потребления (в случае книг — прочтения). Обычно одним из сигналов качества товара служит его цена, однако для культурных благ это не так. В соответствии с классификацией, представленной в работе [Karpic, 2010], в книжной индустрии к сигналам качества можно отнести, во-первых, репутацию авторов и издательств [D'Astous, Colbert, Mbarek, 2006; Schmidt-Stölting, Blömeke, Clement, 2011; Barrot et al., 2015]; во-вторых, экспертные оценки книг, в том числе литературные премии [Ashworth, Heyndels, Werck, 2010; Schmidt-Stölting, Blömeke, Clement, 2011; Barrot et al., 2015]; в-третьих, общественное мнение, которое может быть отражено с помощью листа бестселлера [Sorrenson, 2007] и рейтингов — среднего числа звезд книги. Рейтинги книг на веб-сайтах влияют как на магазинные, так и на онлайн-продажи. В работах [Chevalier, Mayzlin, 2006; Schmidt-Stölting, Blömeke, Clement, 2011; Barrot et al., 2015] выявлен положительный эффект рейтинга, взятого с сайта amazon.com (от 1 до 5, где 1 — «плохо», 5 — «отлично»), на продажи книг: спрос выше на те книги, которые имеют в Интернете высокий рейтинг.

Таким образом, изучение спроса на книги требует рассмотрения не только его основных детерминантов — цены и дохода, но и других факторов, которые учитывают специфику книжного рынка.

ФОРМИРОВАНИЕ ВЫБОРКИ, ОПИСАНИЕ ПЕРЕМЕННЫХ И ЭКОНОМЕТРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ

Формирование выборки и описание переменных. Для эмпирической оценки модели одной из крупных розничных книжных сетей Северо-Западного федерального округа были предоставлены данные о продажах книг за 2015 г. В исходной базе содержались факты покупок во всех магазинах сети за год. При этом о каждой купленной книге приводилась следующая информация: название, автор, жанр, дата покупки, цена и номер магазина, где была совершена покупка⁴. В соответствии с целью анализа данные были агрегированы таким образом, что по каждой книге имеются сведения о том, сколько копий было приобретено в 2015 г. по всем магазинам сети. Ввиду того что в течение года цены изменялись, для каждой книги цена рассчитывалась как средняя за год путем деления суммы общей выручки от продажи книги на количество проданных копий по всей сети.

⁴ Соглашение о конфиденциальности с фирмой не позволяет разглашать более детальную информацию и выкладывать данные в открытом доступе.

Рассматриваются продажи только художественной литературы. Для анализа выбраны книги на русском языке, так как цели покупки литературы на иностранном и русском языке отличаются. Поскольку наборы факторов, определяющих спрос, различны для книг на разных языках, то неодинаковы и функции спроса на них. Таким образом, в выборке содержится 27 541 книга. В работе используется классификация книг по жанрам, принятая в сети магазинов, которая предоставила сведения, и нашедшая соответствующее отражение в исходной базе данных. Каждая книга может быть отнесена к одному из восьми жанров: 1) отечественная проза; 2) зарубежная проза; 3) отечественный детектив; 4) зарубежный детектив; 5) отечественная фантастика; 6) зарубежная фантастика; 7) сентиментальный роман; 8) поэзия. Чуть меньше половины выборки (47%) составляют книги зарубежной и отечественной прозы.

В исходных данных не содержалось никаких характеристик книг, помимо перечисленных ранее, поэтому дополнительно с сайтов крупнейших магазинов России — «Буквоед» (www.bookvoed.ru), «OZON.ru» (www.ozon.ru), «Лабиринт» (www.labirint.ru) — была собрана информация о «физических» показателях книг: тип обложки — твердая (65% в нашей выборке) или мягкая (35%), а также формат — малый (24%), средний (75%) и большой (1%)⁵.

Помимо «физических» характеристик по каждой книге выборки была собрана следующая информация: количество человек, оценивших книгу (N_i), и ее рейтинг (среднее значение всех оценок книги) ($Rate_i$). Данные по этим показателям получены с сайта рецензий книг «Лайвлиб» (www.livelib.ru), где каждому пользователю предоставляется возможность оценить книгу по шкале от 1 (книга абсолютно не понравилась) до 5 (книга очень понравилась). $Rate_i$ формируется как среднее значение таких оценок по всем пользователям, представившим балл по данной книге.

Наконец, была сконструирована переменная, отражающая средний доход людей, покупающих ту или иную книгу. С этой целью с сайта Федеральной службы государственной статистики (www.gks.ru) по всем муниципальным образованиям Северо-Западного федерального округа были собраны данные о среднемесечном уровне заработной платы работников организаций ($Wage_j$) за 2015 г. и для каждого магазина розничной сети определена его принадлежность к муниципальному району.

По каждой книге (i) была рассчитана доля продаж в каждом магазине, а далее — доля продаж (η_{ij}) в муниципальном районе (j) относительно всех продаж этой книги. Показатель, отражающий доход $Income$, сконструирован следующим образом:

$$Income_i = \sum_{j=1} \eta_{ij} Wage_j.$$

⁵ Данные о формате книги первоначально были собраны в соответствии с ГОСТ 5773–76, а затем по классификации магазина «OZON.ru» (www.ozon.ru) приведены к текущему виду.

Эконометрическая модель. Для проверки сформулированных гипотез и проведения анализа в работе построена эконометрическая модель спроса на художественную литературу на всей выборке.

$$\ln(Q_i) = \beta_0 + \beta_1 \ln(\text{Price}_i) + \beta_2 \ln(\text{Income}_i) + \beta_3 \ln(N_i) + \beta_4 (\text{Rate}_i) + \sum_{j=1}^6 \gamma_j D_j + \varepsilon_i, \quad i = \overline{1, 27529}, \quad (1)$$

где: i — индекс книги; $\ln(Q_i)$ — логарифм объема продаж книги i по всей сети в штуках; $\ln(\text{Price}_i)$ — логарифм средней цены книги i ; $\ln(\text{Income}_i)$ — логарифм показателя, отражающего доход; $\ln(N_i)$ — логарифм количества человек, оценивших книгу i ; Rate_i — средний рейтинг книги i ; D_j — индикаторные переменные на жанры книг; $j = \overline{1, 6}$.

Переменные Q_i , Price_i , Income_i включены в модель в логарифмах, что позволяет интерпретировать коэффициенты при цене и доходе как эластичности спроса по цене и доходу соответственно. Переменная Rate_i принимает значения от 1 до 5 и является основным показателем качества книги. Показатель $\ln(N_i)$ — контрольная переменная, которая позволяет снизить общее оцененное качество книги в ситуации с высоким рейтингом, но малым количеством человек, оценивших книгу. Жанры добавлены в модель в виде фиктивных переменных D_j , $j = \overline{1, 6}$. За базовый уровень принят жанр «поэзия» как наименее представленный в выборке.

В модели (1) предполагается, что спрос объясняется ценой на книги, доходом покупателей, а также показателями качества книги. Кроме того, предполагается, что причиной различия спроса на книги является преимущественно разница в характеристиках книг, и поэтому оценки показателей эластичности будут одинаковыми для всех книг. Как представляется, данное предположение не является достоверным, поскольку книги сильно дифференцированный товар. Один из источников гетерогенности книг — жанр. На книги разных жанров спрос неодинаков, более того, различается функциональная форма модели спроса. В этой связи в работе построено восемь моделей спроса на книги каждого жанра со следующей спецификацией:

$$\ln(Q_i) = \beta_0 + \beta_1 \ln(\text{Price}_i) + \beta_2 \ln(\text{Income}_i) + \beta_3 \ln(N_i) + \beta_4 \text{Rate}_i + \varepsilon_i. \quad (2)$$

Еще один источник гетерогенности обусловлен тем, считается книга бестселлером или нет. Спрос на бестселлеры может существенно отличаться от спроса на все остальные книги. Для этого спецификация (2) дополнительно оценивается по отдельности для бестселлеров и для книг, не являющихся таковыми.

В предложенных спецификациях (1) и (2) возникает проблема эндогенности переменной «цена на книгу», поскольку некоторые переменные, которые влияют как на цену книги, так и на объем продаж, в модели не учтены (например, ре-

путация автора). Для преодоления этой проблемы в исследовании применяется метод инструментальных переменных. Необходимо найти инструменты, т. е. факторы, объясняющие вариацию цены на книги, но не коррелированные с объемом продаж книги. В качестве инструментов выбраны переменные «физических» характеристик книги (по аналогии с [Clerides, 2002; Barrot et al., 2015]): количество страниц в книге, тип обложки, размер книги и совместный эффект типа обложки и количества страниц⁶. При определении цены на книгу издательство ориентируется на издержки ее печати, а следовательно, на эти показатели. Однако прямого статистически значимого эффекта количество страниц, размер книги, тип обложки на объем продаж книг не оказывают.

Для проверки релевантности инструментов была построена регрессионная модель, в которой зависимая переменная — цена книги — объясняется набором экзогенных переменных (инструментов). Коэффициенты перед всеми инструментами оказались статистически значимыми, а знаки перед ними — ожидаемыми. Кроме того, инструменты объясняли более 50% вариации цены. Таким образом, решением проблемы эндогенности в модели является использование четырех вышеуказанных инструментов.

ОПИСАТЕЛЬНАЯ СТАТИСТИКА

Описательная статистика объемов продаж, цен на книги и доходов в соответствии с жанрами приведена в табл. 1.

Анализ средней цены книги каждого жанра позволяет сделать вывод о том, что наиболее дорогими являются книги «отечественной прозы», «зарубежной прозы» и «зарубежной фантастики». Самый дорогостоящий жанр — зарубежная фантастика. Вместе с тем книги данных жанров приобретались наиболее часто, несмотря на их сравнительно высокую стоимость. Сентиментальный роман, напротив, является самым доступным по цене, однако книги такого жанра характеризуются наименьшим средним объемом продаж. Уже на данном этапе можно предположить различную реакцию спроса на изменение цен на книги в зависимости от их жанра.

Необходимо отметить высокое стандартное отклонение цены по всем жанрам. Это позволяет вести речь о том, что в магазине покупатели имеют возможность широкого выбора книг в зависимости от их стоимости.

Наконец, не наблюдается явных закономерностей на основе среднего «дохода»: значения статистически не различаются для книг разных жанров. Предварительно можно предположить, что реакция спроса на изменения дохода не должна сильно варьироваться по жанрам.

⁶ Совместный эффект типа обложки и количества страниц в книге позволяет выделить число книг с большим количеством страниц в мягкой обложке среди книг с малым количеством страниц в твердой обложке, а также другие варианты. Для каждого такого типа книг издатели устанавливают отдельные цены, в связи с чем данный показатель может являться инструментом для цены.

Таблица 1. Описательная статистика объемов продаж книжной продукции, цен на книги и доходов в соответствии с жанром, 2015 г.

Жанр	Средний спрос, шт.	Средняя цена книги, руб.	Средний доход покупателей книг, руб.	Количество наблюдений
Жанр 1	70,82 (248,59)	297,49 (222,01)	47 709,11 (6 670,15)	5 646
Жанр 2	104,80 (427,73)	307,06 (232,55)	47 975,28 (6 771,61)	7 479
Жанр 3	45,97 (286,64)	172,38 (136,50)	46 742,49 (6 439,07)	3 669
Жанр 4	51,44 (152,05)	270,35 (169,36)	47 264,19 (5 888,88)	1 920
Жанр 5	32,20 (137,24)	255,85 (138,37)	46 062,72 (6 533,30)	4 848
Жанр 6	109,59 (364,85)	380,43 (219,38)	45 732,91 (5 981,44)	1 811
Жанр 7	18,56 (40,99)	146,70 (90,24)	45 506,97 (7 803,76)	1 197
Жанр 8	60,96 (182,67)	366,92 (299,11)	48 011,66 (6 655,35)	971

Примечание: к жанрам 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 отнесены соответственно: отечественная проза, зарубежная проза, отечественный детектив, зарубежный детектив, отечественная фантастика, зарубежная фантастика, сентиментальный роман и поэзия; в скобках представлены стандартные отклонения.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Анализ и интерпретация результатов оценки модели на всей выборке. Оценки параметров моделей (1) и (2) рассчитаны с помощью обобщенного метода моментов. Результаты оценивания модели (1) представлены в столбце (1) табл. 2. Эластичность по цене в модели, оцененной на всей выборке книг, составила $-0,296$. Отрицательный знак означает, что увеличение цены на книгу приводит к снижению общего объема ее продаж, что соответствует закону спроса. Абсолютная величина эластичности меньше единицы, следовательно, изменение цены на 1% ведет к уменьшению спроса на 0,294%, спрос является неэластичным. Таким образом, гипотеза $H1$ не опровергается.

Оценка коэффициента при факторе дохода в уравнении оцененной функции регрессии положительна и равна 1,216. Данный коэффициент можно интерпре-

тировать как эластичность спроса по доходу. Во-первых, он положителен, а значит, с ростом дохода люди покупают больше книг. Одним из объяснений этого может быть демонстративное поведение [Veblen, Vanta, 2009] или мода [Аскарова, 2012]. Во-вторых, значение коэффициента больше единицы, следовательно, книги являются товаром роскоши. Гипотеза *H2* не опровергается.

В соответствии с оценками модели значимое и положительное влияние на спрос оказывают переменные, характеризующие «качество содержания» книги: рейтинг книги и количество людей, ее оценивших. Действительно, увеличение на 1% количества людей, поставивших оценку, приводит к увеличению общих продаж на 0,32%. В свою очередь, изменение рейтинга на 1 балл приводит к увеличению общих продаж на 12,5%. Необходимо отметить, что коэффициенты при вышеуказанных переменных являются совместно значимыми на уровне 1%.

Анализ и интерпретация результатов оценки моделей в соответствии с жанром книги. Спрос на книги разных жанров может существенно отличаться, поэтому общие продажи книг были разделены на восемь подвыборок в соответствии с жанрами. Знание модели спроса для того или иного жанра позволит сети разрабатывать ценовую политику отдельно для каждого из них. На каждой подвыборке с помощью обобщенного метода моментов была оценена спецификация (2). Результаты оценки модели для разных жанров представлены в табл. 2 в столбцах (2.1)–(2.8).

Оценки параметров перед переменной «эластичность спроса по цене» — $\ln(\text{Price})$ — значимы для всех жанров, кроме русской и зарубежной фантастики и поэзии. При этом все коэффициенты эластичности в моделях (2.1)–(2.4) и (2.7), во-первых, отрицательны, во-вторых, больше -1 . Это свидетельствует о том, что в среднем при прочих равных с ростом цены на русскую и зарубежную прозу, русский и зарубежный детектив и сентиментальный роман объем продаж книг перечисленных жанров будет снижаться, что соответствует результатам оценки модели на всей выборке.

Спрос на книги всех жанров, кроме книг русской и зарубежной фантастики и поэзии, оказался неэластичным по цене так же, как и для всей выборки в целом. Для указанных трех жанров цена не оказывает значимого влияния на спрос. Гипотеза *H1* не опровергается для оцененных моделей спроса на русскую и зарубежную прозу, русский и зарубежный детектив и сентиментальный роман.

Эластичность спроса по доходу статистически значима для всех жанров. Доход оказывает влияние на спрос для любого жанра книг. При этом для русской и зарубежной прозы, зарубежной фантастики и поэзии эластичность спроса по доходу положительна и больше единицы. Это позволяет сделать вывод о том, что книги этих жанров являются товаром роскоши. Для них гипотеза *H2* не опровергается. Эластичность спроса по доходу для зарубежного детектива, русской фантастики и сентиментального романа также положительна, но меньше единицы, т. е. с ростом дохода люди покупают большее количество книг, но спрос растет меньшими темпами, нежели доход.

Таблица 2. Эмпирические результаты оценивания спроса на художественную литературу

Переменные	Результаты оценки								
	(1) Все жанры	(2.1) Жанр 1	(2.2) Жанр 2	(2.3) Жанр 3	(2.4) Жанр 4	(2.5) Жанр 5	(2.6) Жанр 6	(2.7) Жанр 7	(2.8) Жанр 8
$\ln(Price)$	-0,294 ^{***} (0,029)	-0,349 ^{***} (0,056)	-0,302 ^{***} (0,053)	-0,482 ^{***} (0,076)	-0,423 ^{***} (0,077)	-0,143 (0,121)	0,036 (0,134)	-0,442 ^{***} (0,133)	0,037 (0,118)
$\ln(Income)$	1,216 ^{***} (0,073)	1,800 ^{***} (0,156)	1,615 ^{***} (0,141)	-0,448 ^{***} (0,238)	0,977 ^{***} (0,333)	0,672 ^{***} (0,165)	2,577 ^{***} (0,325)	0,794 ^{***} (0,214)	1,876 ^{***} (0,367)
$\ln(N)$	0,320 ^{***} (0,006)	0,276 ^{***} (0,011)	0,388 ^{***} (0,010)	0,304 ^{***} (0,018)	0,288 ^{***} (0,024)	0,277 ^{***} (0,015)	0,367 ^{***} (0,022)	0,358 ^{***} (0,043)	0,212 ^{***} (0,027)
$Rate$	0,125 ^{***} (0,019)	0,230 ^{***} (0,042)	0,263 ^{***} (0,053)	0,021 (0,040)	0,152 [*] (0,087)	-0,031 (0,036)	0,715 ^{***} (0,108)	-0,111 (0,073)	0,436 ^{***} (0,096)
Контрольные переменные	Жанры книг, константа	Константа	Константа	Константа	Константа	Константа	Константа	Константа	Константа
R^2	0,108	0,094	0,171	0,010	0,046	0,059	0,243	0,001	0,089
F-статистика	277,628 ^{***}	117,054 ^{***}	308,048 ^{***}	7,400 ^{***}	18,429 ^{***}	60,705 ^{***}	115,818 ^{***}	0,238 ^{***}	18,855 ^{***}
Количество наблюдений	27 541	5 646	7 479	3 669	1 920	4 848	1 811	1 197	971

Примечания: в скобках представлены стандартные ошибки; *, **, *** — уровень значимости 10%, 5%, 1% соответственно.

Таким образом, книги этих жанров можно отнести к нормальному благу. Следует также подчеркнуть, что эластичность спроса по доходу для русского детектива отрицательна, т. е. при прочих равных с ростом дохода люди будут отказываться от покупки книг этого жанра.

Рейтинг книги и количество человек, оценивших книги на веб-сайте, являются совместно статистически значимыми факторами, формирующими спрос на книги всех жанров, кроме русской фантастики и сентиментального романа. Для последних значимо только количество человек, оценивших книги.

Анализ и интерпретация результатов оценки модели для бестселлеров и остальных книг. Спрос на бестселлеры может существенно отличаться от спроса на все остальные книги. Для того чтобы проанализировать спрос на бестселлеры, вся выборка была разделена на две подвыборки. В первую попали книги, объем продаж которых в 2015 г. составил 400 экземпляров и более. Объем продаж был выбран опытным путем так, чтобы количество наблюдений было достаточным для состоятельной оценки модели. Общее количество книг-бестселлеров в выборке составило 3% от всех книг художественной литературы. Спецификация (2) оценивается отдельно для каждой подвыборки, результаты оценки модели спроса для бестселлеров (2.9) и обычных книг (2.10) представлены в табл. 3 в соответствующих колонках.

Таблица 3. Эмпирические результаты оценивания спроса на бестселлеры и остальные книги

Переменные	Результаты оценки	
	(2.9) Бестселлер	(2.10) Остальные книги
$\ln(\text{Price})$	0,223*** (0,064)	-0,247*** (0,027)
$\ln(\text{Income})$	-0,833 (0,542)	1,080*** (0,069)
$\ln(N)$	0,109*** (0,010)	0,245*** (0,005)
<i>Rate</i>	-0,045 (0,062)	0,119*** (0,018)
Контрольные переменные	Жанры книг, константа	Жанры книг, константа
R^2	0,120	0,058
F-статистика	16,023***	133,943***
Количество наблюдений	1 423	26 118

Примечания: в скобках представлены стандартные ошибки; *, **, *** — уровень значимости: 10%, 5%, 1% соответственно.

Эластичность спроса на бестселлеры по цене составила 0,223. Положительный коэффициент эластичности позволяет сделать вывод о том, что бестселлеры являются товаром Веблена. Рост цен на бестселлеры не приводит к падению спроса. Мода и демонстративное потребление выступают основными драйверами покупки указанных книг. Эластичность спроса по цене для книг, не являющихся бестселлерами, составила $-0,247$, следовательно, увеличение цен на эти книги на 1% приведет к снижению спроса на 0,247%. Эластичность спроса по доходу для книг, не являющихся бестселлерами, положительная и больше единицы: спрос на них будет расти быстрее, чем растут доходы населения.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Оценки эластичности спроса на книги могут служить ориентиром в издательском и книготорговом бизнесе при принятии решений об объемах выпуска и закупки, установлении цен, а также для государственных чиновников относительно политики регулирования книжного рынка. На основе результатов, полученных при оценивании моделей, менеджмент розничных сетей может формировать текущую политику продаж, ассортимента, ценообразования, планировать маркетинговые кампании и т. п. Данное знание может представлять ценность и для специалистов по стратегическому менеджменту при разработке бизнес-моделей.

Нами был сделан вывод о нечувствительности спроса к цене. Это верно как для всей выборки, так и для отдельных жанров и свидетельствует о том, что посетители магазинов неохотно отказываются от покупки книг при росте цен. Результат весьма перспективен для торговой сети с точки зрения максимизации прибыли или выручки, поскольку при росте цены спрос не будет быстро падать. Результаты оценки модели спроса отдельно для каждого жанра позволяют разделить книги на три типа: 1) нормальные товары (зарубежный детектив, русская фантастика и сентиментальный роман); 2) товары роскоши (русская и зарубежная проза, зарубежная фантастика, поэзия); 3) малоценные товары (русский детектив).

Спрос на нормальные товары менее чувствителен к изменению доходов населения, поэтому он является относительно стабильным. С ростом доходов покупки таких книг, как зарубежный детектив, русская фантастика и сентиментальный роман, будут расти, хотя и медленнее, чем доход. При снижении доходов спрос также будет сокращаться, но в меньшей степени, чем доход. В этой связи данный тип книг можно назвать ядром ассортиментной линейки, обеспечивающим стабильный спрос. В случае оптимизации ширины ассортимента фирме лучше не уменьшать, а, напротив, расширять ассортимент книг этих трех жанров за счет сокращения других. Кроме того, поскольку спрос не эластичен по цене, то на книги данного типа можно незначительно повысить цены.

Спрос на товары роскоши очень чувствителен к изменению дохода потребителя: при увеличении дохода спрос растет значительно быстрее, и наоборот. В этом смысле спрос на книги таких жанров, как русская и зарубежная проза,

зарубежная фантастика и поэзия, не характеризуется стабильностью. Если экономическая ситуация в регионе ухудшается, что приводит к снижению доходов, то магазинам сети рекомендуется использовать инструменты поддержки спроса, например рекламу. Если же доходы населения растут, то цены на книги можно увеличить. Однако вопрос о том, на сколько можно повысить цену, остается открытым, так как построенная модель не позволяет на него ответить. Следует также отметить, что основным драйвером покупки товаров роскоши является демонстративное потребление. Следовательно, книги данной категории лучше продавать в дорогих, подарочных обложках твердого типа.

К малоценным товарам относится только отечественный детектив. Во-первых, книги данного типа характеризуются низкой ценой. Во-вторых, с ростом дохода их перестают покупать. Можно рекомендовать розничным сетям продавать более дешевые издания (например, в мягкой обложке и напечатанные на дешевой бумаге). При этом цену можно поднять, но книги жанра русский детектив все равно должны оставаться одними из самых дешевых, чтобы потребители, которые любят этот жанр, не отказывались от покупки.

Тот факт, что книги с высоким средним рейтингом в интернет-ресурсах более востребованы, также имеет практическую значимость: книжная сеть может активно рекламировать книги с высоким рейтингом, указывая среднее число звезд на листовках/ценниках внутри магазина. Кроме того, с целью увеличения спроса на эти книги их следует располагать в торговом зале на самых лучших местах в соответствии с принципами мерчендайзинга. Можно также выделить наиболее высоко оцененные книги в отдельную категорию. При наличии у розничной сети онлайн-продаж на интернет-сайте следует указывать на высокий рейтинг книги, что может стимулировать спрос на нее.

Наконец, была установлена положительная эластичность спроса по цене для бестселлеров. Эти книги будут приобретаться даже в случае роста цен, что выгодно для розничных магазинов. Следовательно, данная категория товара является самой привлекательной с точки зрения получения прибыли. Торговая сеть может разрабатывать ценовую политику отдельно для бестселлеров, учитывая вышеописанную особенность таких книг как товара.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящая работа посвящена оценке эластичности спроса на художественную литературу по цене и доходу и разработке рекомендаций для российского книжного розничного бизнеса. С этой целью построены эконометрические модели спроса на книги для всей выборки и для отдельно взятых жанров. Данное исследование позволило получить представление о функции спроса на книги в одном из регионов России — Северо-Западном федеральном округе.

Всего в работе исследуется 11 моделей спроса. Базовая модель — спрос на художественную литературу в целом — была оценена на всей выборке, остальные

10 — на подвыборках. На основании базовой модели можно сделать вывод о том, что спрос на книги в целом неэластичен по цене. Этот результат подтверждается в рамках моделей, оцененных на подвыборках жанров — русская и зарубежная проза, отечественный и зарубежный детектив, русская и зарубежная фантастика, сентиментальный роман и поэзия.

В рамках базовой модели также показано, что в экономическом смысле книги являются товаром роскоши. Однако этот вывод подтверждается не для всех жанров. К товарам роскоши относятся издания русской и зарубежной прозы, зарубежная фантастика и поэзия — для них эластичность спроса по доходу больше единицы. Зарубежный детектив, русская фантастика и сентиментальный роман являются нормальным благом и составляют ядро ассортиментной линейки, обеспечивая стабильный спрос. И только книги, принадлежащие к жанру отечественного детектива, представляют собой малоценный товар. Поскольку спрос на эти издания неэластичен, цены на них можно повысить.

В заключение проведена оценка модели спроса отдельно для бестселлеров и всех остальных книг. Установлено, что эластичность спроса по цене для бестселлеров положительна, что объясняется эффектом моды. Рост цен на них не приведет к снижению спроса. Скорее, спрос будет продолжать расти, поэтому для бестселлеров можно разработать отдельную ценовую политику.

Особенностью настоящего исследования по сравнению с рассмотренными нами работами, представленными в обзоре литературы, является включение в модель спроса на книги показателей, отражающих качество содержания книги. Как показали расчеты, данные показатели значимо и положительно влияют на спрос. Следовательно, при моделировании спроса на книги их необходимо учитывать.

Предложенная модель является лишь первым шагом на пути детального исследования рынка книг. Во-первых, используемая нами выборка ограничена: рассмотрена лишь одна книжная розничная сеть. Соответственно, результаты не могут быть обобщены для российского рынка в целом. Во-вторых, в условиях все большего распространения электронных книг рассмотрение только печатных изданий, вероятно, не отражает всей ситуации на книжном рынке. В этой связи изучение особенностей спроса на книги в бумажном и цифровом форматах представляет несомненный интерес. Кроме того, одно из возможных направлений развития настоящего исследования заключается в использовании в ходе анализа менее агрегированных данных.

Литература

- Аскарлова В. Я. 2012. Развитие взглядов на моду в чтении: от эстетико-педагогического подхода к междисциплинарному. *Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств* 2 (30): 74–82.
- Вэриан Х. Р. 1997. *Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход*. М.: ЮНИТИ.

- Григорьев В. В. (ред.). 2017. *Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад*. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. URL: <http://www.farpmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/bookmarket/main/custom/0/0/file.pdf> (дата обращения: 15.02.2017).
- Appelman M. D., Canoy M. F. M. 2002. Horses for courses: Why Europe should not harmonise its book policies. *De Economist* **150** (5): 583–600.
- Asai S. 2016. Determinants of demand and price for best-selling novels in paperback in Japan. *Journal of Cultural Economics* **40** (4): 375–392.
- Ashworth J., Heyndels B., Werck K. 2010. Expert judgments and the demand for novels in Flanders. *Journal of Cultural Economics* **34** (3): 197–218.
- Barrot C., Becker J. U., Clement M., Papies D. 2015. Price elasticities for hardcover and paperback fiction book. *Schmalenbach Business Review* **67** (1): 73–91.
- Bittlingmayer G. 1992. The elasticity of demand for books, resale price maintenance and the Lerner Index. *Journal of Institutional and Theoretical Economics* **148** (4): 588–606.
- Bowers S. D. 2015. *Judge a Book by Its Cover: An Exploration of Book Marketing in the Young Adult*. University of Arizona.
- Canoy M., Van Ours J. C., Van der Ploeg F. 2006. The economics of books. In: V. A. Ginsburgh, D. Throsby (eds.) *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Amsterdam: North Holland; 721–761.
- Clerides S. K. 2002. Book value: Intertemporal pricing and quality discrimination in the US market for books. *International Journal of Industrial Organization* **20** (10): 1385–1408.
- Chevalier J. A., Mayzlin D. 2006. The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of Marketing Research* **43** (3): 345–354.
- D'Astous A., Colbert F., Mbarek I. 2006. Factors influencing readers' interest in new books release: An experimental study. *Poetics* **34** (2): 134–147.
- Hjorth-Andersen C. 2000. A model of the Danish book market. *Journal of Cultural Economics* **24** (1): 27–43.
- Jaén-García M. 2012. The demand for books and other periodic publications in Spain. *Revista Nacional de Administración* **3** (1): 167–182.
- Karpik L., Scott N. 2010. *Valuing the Unique. The Economics of Singularities*. Princeton: Princeton University Press.
- Prieto-Rodríguez J, Romero-Jordán D., Sanz-Sanz J. 2005. Is a tax cut on cultural goods consumption actually desirable? A microsimulation analysis applied to Spain. *Fiscal Studies* **26** (4): 549–575.
- Ringstad V., Løyland K. 2006. The demand for books estimated by means of consumer survey data. *Journal of Cultural Economics* **30** (2): 141–155.
- Schmidt-Stölting C., Blömeke E., Clement M. 2011. Success drivers of fiction books: An empirical analysis of hardcover and paperback editions in Germany. *Journal of Media Economics* **24** (1): 24–47.
- Shehu E., Prostka T., Schmidt-Stölting C., Clement M., Blömeke E. 2013. The influence of book advertising on sales in the German fiction book market. *Journal of Cultural Economics* **38** (2): 109–130.
- Sorensen A. T. 2007. Bestseller lists and product variety. *Journal of Industrial Economics* **55** (4): 715–738.
- Veblen T., Banta M. 2009. *The Theory of the Leisure Class*. Oxford: Oxford University Press.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

- Askarova V. Y. 2012. Razvitie vzglyadov na modu v chtenii: ot estetiko-pedagogicheskogo podkhoda k mezhdistsiplinarnomu [Views development on fashion in reading: From the aesthetic and pedagogical to interdisciplinary approach]. *Vestnik Chelyabinskoy gosudarstvennoy akademii kul'turi i iskusstv* **2** (30): 74–82.

Эластичность спроса на книги: исследование книжного рынка Северо-Западного федерального округа

- Varian H. R. 1997. *Mikroekonomika. Promezhtochnyi uroven'. Sovremennyyi podkhod*. [Microeconomics. Intermediate Level. Modern Approach]. Moscow: IuNITI.
- Grigor'ev V. V. (red.). 2017. *Knizhnyi rynek Rossii. Sostoianie, tendentsii i perspektivy razvitiia* [Russian Book Market: Current State, Tendencies and Perspectives of Development]. Otrasevoi doklad. Moscow: Federal'noe agentstvo po pechati i massovym kommunikatsiiam. URL: <http://www.farpmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/bookmarket/main/custom/0/0/file.pdf> (accessed: 15.02.2017).

Для цитирования: Кочкина Н. А., Шенкман Е. А., Гордиенко А. С. Эластичность спроса на книги: исследование книжного рынка Северо-Западного федерального округа // Вестник СПбГУ. Менеджмент. 2018. Т. 17. Вып. 1. С. 99–117. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2018.105>.

For citation: Kochkina N. A., Shenkman E. A., Gordienko A. S. The Elasticity of Demand for Books: The Research of the North-Western Federal District Book Market. *Vestnik of Saint Petersburg University. Management*, 2018, vol. 17, issue 1, pp. 99–117. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2018.105>.

Статья поступила в редакцию 7 февраля 2017 г.; принята к печати 26 февраля 2018 г.

Контактная информация

Кочкина Наталья Андреевна — соискатель, младший научный сотрудник; nakochkina@hse.ru

Шенкман Евгения Андреевна — соискатель, преподаватель; eropova@hse.ru

Гордиенко Анастасия Сергеевна — студент бакалавриата; anastasiagordienko2@gmail.com

Kochkina Nataliya A. — PhD Student, Junior Research Fellow; nakochkina@hse.ru

Shenkman Evgeniya A. — PhD Student, Lecturer; eropova@hse.ru

Gordienko Anastasiya S. — Student, Bachelor Program; anastasiagordienko2@gmail.com