

Подписка и розница в условиях кризиса

В апреле т.г. в Нячанге (Вьетнам) прошла медиаконференция Ассоциации распространителей печатной продукции (АРПП) “Рынок печатных СМИ в условиях глобального экономического кризиса. Пути спасения и развития медиабизнеса”.

Второй день мероприятия был посвящен распространению печатных СМИ по подписке и в розницу. Открыл его председатель Координационного совета Альянса в поддержку института подписки на газеты и журналы, член правления АРПП **В.В. Керов**. В видеоинтервью для участников конференции он остановился на проблемах распространения печатной продукции на отечественном рынке прессы.

В период кризиса, отметил он, когда падают продажи прессы, сокращается киосковая база, разоряются дистрибьюторы, уменьшается численность подписчиков, падает интерес к чтению, рынок требует от издателей более активной работы с населением. Обобщая опыт работы издательских домов с этой точки зрения, в Альянсе в поддержку института подписки на газеты и журналы пришли к выводу, что не все издатели проявляют в этом деле необходимую инициативу. Лишь немногие применяют нестандартные инструменты, формы и методы работы с подписчиками, творчески подходят к сохранению подписной аудитории.

В.В. Керов отметил конструктивную деятельность Экспертного совета по региональным печатным СМИ при Минкомсвязи РФ и меры, осуществляемые государством по поддержке социально значимых изданий. Он также указал на положительные результаты выполнения программы ФГУП “Почта России” по реализации периодической печатной продукции в отделениях связи.

Советник Президента РФ, председатель Совета при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека **М.А. Федотов** поднял в своем обращении к участникам конференции проблему социальной значимости деятельности по производству и распространению СМИ.

Совет при Президенте РФ, сказал он, на базе опроса порядка 80 субъектов Федерации изучил практику государственной поддержки СМИ, особенно региональных и местных. Вывод таков: поддерживаются, в основном, СМИ с государственным участием, независимые же издания, которые являются основой информационной безопасности, такой поддержки не имеют.

Вопрос о придании СМИ социально значимого статуса, а услуге по их распространению — социально значимой услуги давно стоит на повестке дня. Решение данной проблемы необходимо, поскольку в 2004 г. был принят закон, который признавал утратившим силу прежний закон о поддержке СМИ и книгоиздания.

Еще в середине 2000-х годов Президент РФ В.В. Путин предлагал подумать о поддержке СМИ с тем, чтобы у них была собственная экономическая база, так как экономическая независимость порождает редакционную независимость. Это поручение главы государства до сих пор не выполнено из-за инертности государственного аппарата.

М.А. Федотов сообщил, что на специальном мартовском заседании Совета подготовлены рекомендации по поддержке СМИ. В частности предлагается:

снизить НДС на производство, выпуск и распространение средств массовой информации;

сократить страховые взносы в социальные фонды;

отменить земельный налог на участки, на которых устанавливаются киоски прессы;

вернуть дотации Почте России.

С докладом “Диверсификация бизнеса распространения печатной продукции ГК “Столичная пресса” в Московском регионе в условиях кризиса” выступил генеральный директор ООО “Холдинговая компания “Сегодня-Пресс” **А.В. Федотов**. Он на опыте своей компании продемонстрировал верность тезиса, согласно которому на проседающем рынке распространения печатной продукции, чтобы выжить, необходимо иметь несколько направлений в бизнесе, активно диверсифицировать его.

Но диверсификация, как известно, требует определенных ресурсов, в первую очередь — свободных средств. Именно к решению этой задачи — поиску свободных финансовых ресурсов — руководство холдинга приступило в 2013 г. Пойти на такой шаг пришлось, поскольку обанкротившееся к тому времени головное предприятие ЗАО “Наша пресса” оставило после себя многомиллионные долги, киосковые сети и обветшалое здание.

Столь плачевная ситуация продиктовала необходимость направления всех поступлений от киосковой деятельности на ремонт здания для его капитализации. Денежные средства, вырученные от сдачи в аренду свободных помещений здания в 2014 г., позволили начать новые направления бизнеса: издание журнала “Москва-Ерушалаим” и проект “Экслибрис”, что дало возможность сохранить в столице одного из ведущих операторов рынка прессы.

Опытом создания успешного канала дистрибуции подписки в Интернете на примере своего предприятия поделился руководитель службы по