

## Почта России — ЗА СОХРАНЕНИЕ ПЕЧАТНОЙ ПРЕССЫ

Непростая экономическая ситуация сложилась в настоящее время в России во многих отраслях. Однако несмотря на кризисные явления совместными усилиями заинтересованных сторон может быть достигнут положительный результат. Примером такого партнерства можно назвать деятельность Почты России на рынке распространения печатных средств массовой информации. Почтовый

оператор работает по нескольким каналам распространения прессы. И в последнее время с удовлетворением можно заметить позитивные изменения в данной сфере. О том, как Почта России способствует развитию подписки и розничного распространения прессы нашему журналу рассказала заместитель генерального директора ФГУП «Почта России» Инесса Галактионова.

### Подписка

Почта России оказывает серьезную поддержку институту подписки, направляя на эти цели более 1 млрд. руб. Данная сумма — совокупный объем скидок, предоставляемых почтовым оператором федеральным, региональным и местным изданиям.

Почта является самым большим каналом распространения печати по подписке. Ежегодно почтовики доставляют более 1 млрд. экземпляров газет и журналов 20 млн. подписчикам по всей стране. Оформить подписку можно во всех 42 тыс. отделениях почтовой связи, а с 2015 г. еще и в режиме онлайн на портале [podpiska.pochta.ru](http://podpiska.pochta.ru).

Как известно, в 2008 г. цены на доставку подписных изданий были заморожены с целью стабилизации подписки. Тем не менее, тиражи продолжали снижаться (рис. 1). Отчасти это связано с тем, что подписка остается прерогативой старшего поколения, на молодежную аудиторию так или иначе влияет Интернет, поэтому новых подписчиков появляется не так уж и много. Тем более что в последние годы постоянная целенаправленная работа в учебных заведениях не проводилась, т. е. особого внимания потенциальным подписчикам не оказывалось.

В 2014 г. субсидии, выделяемые Почте России на доставку подпис-

ных изданий, были отменены. В результате стоимость доставки была повышена, что сказалось на уровне тиражей. При этом почтовый оператор каждую подписную кампанию старается максимально сдерживать рост тарифов и сохраняет все скидки для издателей и населения.

Кроме этого большая работа проводилась с сотрудниками Почты России, в частности, была усилена мотивация и заинтересованность работников в увеличении подписных тиражей. Результаты стали видны уже по итогам последней подписной кампании на первое полугодие 2016 г. (рис. 1). Впервые за несколько последних подписных периодов наметился рост тиражей (+4,2%). И в

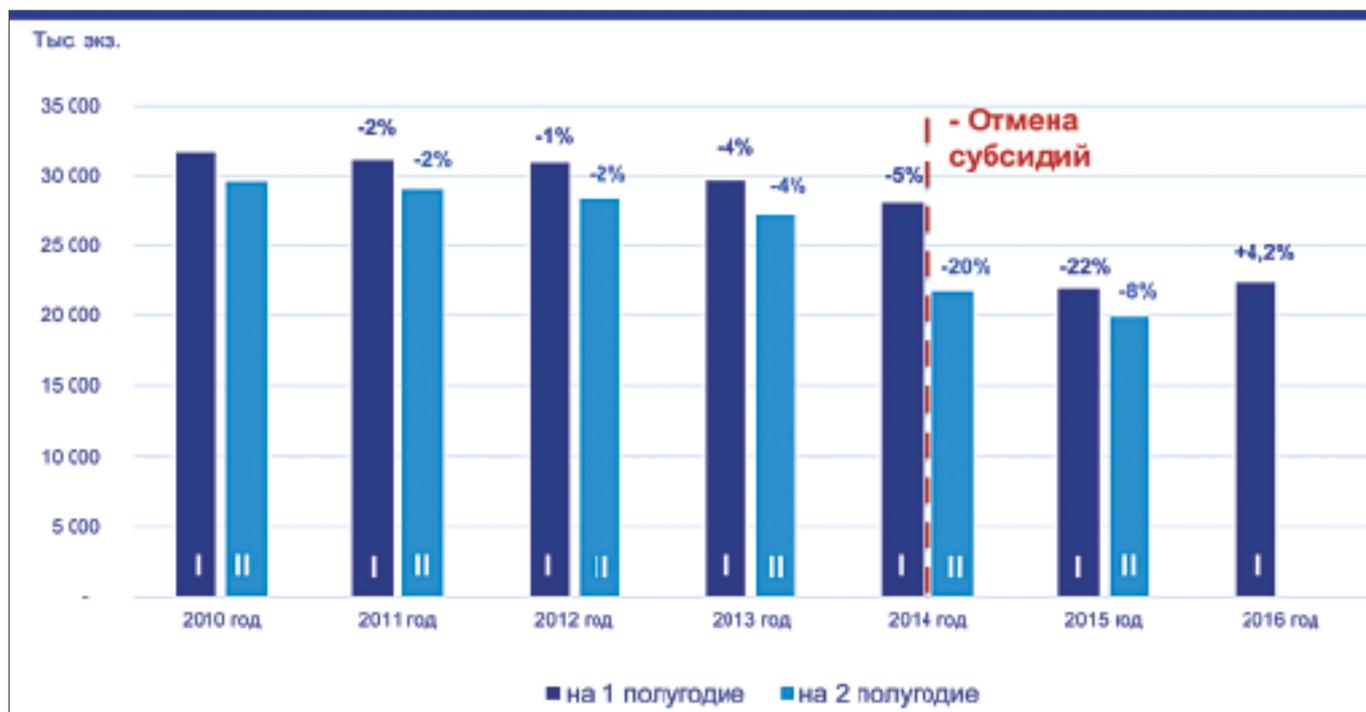


Рис. 1. Объемы подписных тиражей, 2010 — 2016 гг.