

Рынок прессы России и Украины. Различия и схожие тренды

Подготовил: Сергей Чернявский
ГИПП, Москва, июнь 2013

Существующая ситуация на рынке газет в России и Украине – ежедневные газеты

Количество наименований	2008	2009	2010	2011	2012		2012/2008	2012/2011
Все газеты Россия (ежедневные+еженедельные)	28 043	28 593	25 677	25 413	28 347		1,1%	11,5%
Все газеты Украина (ежедневные+еженедельные)	2 652	2 517	2 347	2 266	2 343		-11,7%	3,4%
Количество жителей Россия, млн. человек	142,009	141,904	142,856	142,865	143,056		100,74%	100,13%
Количество жителей Украина, млн. человек	46,749	46,465	46,192	45,964	45,783		97,93%	99,61%
1 наименование на количество жителей, Россия	5 064	4 963	5 564	5 622	5 047		99,66%	89,77%
1 наименование на количество жителей, Украина	17 628	18 460	19 681	20 284	19 540		110,85%	96,33%

По данным : Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям России ((далее Роспечать) и Украинской ассоциации издателей периодической прессы для отчета WAN/IFRA (далее УАИПП)

Существующая ситуация на рынке газет в России и Украине – ежедневные газеты

Количество жителей на 1 газету в Украине в 4 раза больше, чем в России.

Причины:

1. Больше государственных республиканских/областных/городских/районных газет
2. Больше инвестиций в прессу

Существующая ситуация на рынке газет в России и Украине – ежедневные газеты

Количество наименований	2008	2009	2010	2011	2012		2012/2008	2012/2011
Ежедневные газеты Россия (платные+бесплатные)	533	582	572	572	546		2,4	-4,5
Ежедневные газеты Украина (платные+бесплатные)	61	43	38	35	31		-49,2	-11,4
Ежедневные газеты Россия (национальные и региональные)	495	541	532	530	495		0,0	-6,6
Ежедневные газеты Украина (национальные и региональные)	56	41	38	35	31		-44,6	-11,4

В России выходит 51 бесплатная ежедневная газета. На Украине с 2010 до 2013 года не издавалось ни одной

По данным: Роспечати и УАИПП

Существующая ситуация на рынке газет в России и Украине – ежедневные газеты

Количество наименований	2008	2009	2010	2011	2012		2012/2008	2012/2011
Ежедневные газеты (национальные), Россия	25	24	24	24	24		-4,0	0,0
Ежедневные газеты (национальные), Украина	41	30	28	25	21		-48,8	-16,0
Ежедневные газеты (региональные), Россия	470	517	508	506	471		0,2	-6,9
Ежедневные газеты (региональные), Украина	15	11	10	10	10		-33,3	0,0

Количество национальных ежедневных газет почти в России и в Украине минимально разное

Но, при этом в России 4,7 раза больше местных ежедневных газет, чем на Украине

По данным: Роспечати и УАИПП

Существующая ситуация на рынке газет в России и Украине – ежедневные газеты

Тенденции 2008-2012

- Количество ежедневных газет в Украине сократилось за 5 лет почти на 50%. Из 61 газеты, выходит только 31 газета. В России даже увеличилось? При этом стало больше бесплатных ежедневных газет
- Большинство из 30 ежедневных газет прекратили выходы - Газета 24, Блик, Новая, Известия, Газета по-киевски и т.д. **В России громких закрытий не было**
- Часть газет в Украине сократила количество выходов в неделю - вместо 4, стали выходить от 3 до 1 раза в неделю - 20 минут, Днепр вечерний и т.д.
- Полностью перестали в Украине выходить бесплатные ежедневные газеты – 15 минут, Обзор, Пульс Киева и т.д.
- Закрылись печатные версии и перешли в он-лайн - две из трех ежедневных деловых газеты Украины – Экономические известия, Дело. Остался только «Коммерсант Украина» – но он является убыточным проектом

Положительные тенденции:

В 2012-2013 году в Украине вышло три ежедневные газеты. Газета «Взгляд», деловая газета «Капитал», и «Вести» – бесплатная газета.

Существующая ситуация на рынке газет в России и Украине – выводы

1. Кризис 2008 года пресса России перенесла лучше, чем украинские издания
2. Значительная поддержка государство печатных сми в России
3. Количество газет в России в 12 раз больше чем в Украине,
4. В то же время доходы прессы от рекламы в России, всего в 3,9 раза больше, чем в Украине.

Существующая ситуация на рынке газет в России и Украине – выводы

По данным Акар Россия	2008 г	2009 г	2010 г	2011 г	2012 г	2012/2008	2012/2011	Доля рынка
Телевидение	117,7	96,4	110,8	131	143,2	121,67%	109,31%	42,23%
Радио	13,1	9,2	10,3	11,8	14,6	111,45%	123,73%	4,31%
Пресса	63,8	35,6	38	40,4	41,2	64,58%	101,98%	12,15%
вкл. газеты	11,1	7,3	8,2	8,8	9,5	85,59%	107,95%	2,80%
журналы	29,7	17,1	18,3	19,8	20,1	67,68%	101,52%	5,93%
рекламные издания	23	11,2	11,4	11,8	11,6	50,43%	98,31%	3,42%
Наружная реклама	45	25,2	29,7	34,3	37,7	83,78%	109,91%	11,12%
Интернет	14,9	17,8	26,8	41,8	56,3	377,85%	134,69%	16,60%
Прочие	2,7	2,2	3,1	4,1	4,9	181,48%	119,51%	1,45%
ИТОГО по рынку	257,2	186,4	218,6	303,8	339,1	131,84%	111,62%	100,00%
у.е. пресса млрд.					1,2677			

Существующая ситуация на рынке газет в России и Украине – выводы

По данным ВРК Украина	2008 г	2009 г	2010 г	2011 г	2012 г	2012/2008	2012/2011	Доля рынка
Телевидение	2700	2000	2680	3521	3867	143,22%	109,83%	40,80%
Радио	160	120	200	271	312	195,00%	115,13%	3,29%
Пресса	2052	1892	2210	2436,4	2646,8	128,99%	108,64%	27,93%
вкл. газеты	460	513	582	689,4	755,3	164,20%	109,56%	7,97%
журналы	1035	706	825	874,3	923,82	89,26%	105,66%	9,75%
рекламные издания	557	673	803	872,7	967,68	173,73%	110,88%	10,21%
Наружная реклама	1035	650	800	1000	1200	115,94%	120,00%	12,66%
Интернет	100	145	280	590	680	680,00%	115,25%	7,17%
Прочие	736	473	565	823,6	772,2	104,92%	93,76%	8,15%
ИТОГО по рынку	6783	5280	6735	8642	9478	139,73%	109,67%	100,00%
у.е. пресса, млн	410,4				324,76			

Рынок рекламы– выводы

1. Фактически украинская пресса имеют долю рынка сми по доходам рекламы в 2,25 раза больше, чем российские коллеги
2. Причина в мониторинге доходов от рекламы региональной прессы
3. На момент презентации нет объективных систем мониторинга объемов рекламы в интернете. В большинстве случаев - это экспертный опрос.
4. Возможно реклама в интернете посчитана дважды. Т.е. заработав 1000 руб. на банерной рекламе, сайт их заплатит поисковику за контекстную рекламу.
5. Более 70% доходов от рекламы принадлежит поисковым системам

Существующая ситуация на рынке прессы в России и Украине – доходы по продажам, подписке и рекламе

млрд,руб Россия	2008	2009	2010	2011	2012	2012/2008	2012/2011
Доход от розничных продаж	40,30	44,30	44,50	44,90	47,60	118,11%	106,01%
Доход от подписки	16,76	19,10	18,70	20,20	21,20	126,49%	104,95%
Доход от рекламы	51,90	32,60	44,80	47,70	48,62	93,68%	101,93%
Итого, доходы прессы	108,96	96,00	108,00	112,80	117,42	107,76%	104,10%

млн,грн, Украина	2008	2009	2010	2011	2012	2012/2008	2012/2011
Доход от розничных продаж	1 463,40	1 445,50	1 550,00	1 426,00	1 178,30	80,52%	82,63%
Доход от подписки	1 219,80	1 391,40	1 538,70	1 693,70	1 828,70	149,92%	107,97%
Доход от рекламы	2 052,00	1 892,00	2 210,00	2 436,40	2 646,80	128,99%	108,64%
Итого, доходы прессы	4 735,20	4 728,90	5 298,70	5 556,10	5 653,80	119,40%	101,76%

Итоги 2008-2012

- Доходы от рекламы в Украине выросли в печатных сми за 5 лет, на 30%. В России наоборот упали почти на 7 %. В Украине, это стало возможным за счет включение данных от региональных сми
- В тоже время на 20% в Украине упали доходы от розничных продаж. В России выросли на 18%. При этом в Украине падение доходов изданий от розницы наблюдается последние два года.
- Доход от подписки выросли в Украине на 26, 5% за 5 лет, а в России почти на 50%. При этом стоимость доставки в Укрпочте не поднималась с 2009 года

Существующая ситуация на рынке прессы в Украине – розничные продажи

Отрицательные тенденции 2008-2012 - розничные продажи:

- Значительное снижение количества мест продажи прессы с 8160 до 7340 (на 10%). В России падение на 6%
- Сокращение доходов издателей от розничных продаж из-за высокой стоимости изданий в рознице для читателей. Переход на газеты с тв-программой, с низкой стоимостью.
- Часть доходов у газет собрали коллекционные издания
- Редакционной подписка в областных центрах социальных слоев населения. Например «Вечерняя Москва» тираж более 1,140 млн.экз и «Вечерний Киев» в Киеве – тираж более 300 тыс.экз. Подобное происходит и в других областных центрах.
- Российская почта и Укрпочта реализует небольшое количество тиража у региональных издателей. При этом количество мест продажи прессы в Укрпочте больше, чем во всей Украине.
- Отсутствие сортировки тиража по точкам у многих крупных реализаторов прессы.

Положительные тенденции 2008-2012 - розничные продажи:

- Оптимизация тиражей у издателей
- Покупатели менее болезненно реагируют на поднятие стоимости
- Снижение стоимости маркетинга (выкладка, вхождение) в большинстве сетей

Тенденции в реализации прессы

Издатели, требующие, что бы дистрибьюторы выкупали у них тираж по предоплате, имеют большее падение тиража чем те, которые дают возможность оплаты после реализации и допускают 20-30% списания.

Существующая ситуация на рынке прессы в Украине – подписка

Отрицательные тенденции 2008-2012 - подписка

- Сокращение населения Украины на 6,5% населения Украины с 2008 года по 201 год, включительно. Было 46,192млн. (2008 г.) стало 45,453 млн (2012). Почти на 740 тыс.человек
- Сохранение льгот по 9 статье для небольшой группы издателей (менее 5% изданий) по доставке. Убытки Укрпочты в 2012 году - 5 млн.у.е. При этом только 7,7% из этих изданий являются коммунальными или государственными.

Роспочта и Укрпочта:

Сокращение почтовых отделений. В Украине с 14,2 до 13,5 тысяч и сотрудников-почтальонов

- Кроме Днепропетровской области, сокращение кол-ва почтовых ящиков – более 25% разбито или отсутствует а/я (данные на 2010 год) На восстановление надо более 250 млн.грн.
- Увеличение сроков доставки периодических изданий на 1-3 дня
- Отсутствие системы мониторинга работы почтальона
- Постоянные попытки изменить действующее законодательство (почт.ящики, доставка и т.д.)

Положительные тенденции 2008-2012 - подписка:

- Рост редакционной подписки
- В Украине, лучше чем в России 😊

Существующая ситуация в редакциях изданий России и Украины

- Отсутствует позиционирование и понимания целевой аудитории в изданиях
- Нет редакционной концепции для каждой рубрики издания
- Более 80% новостей копируются. Т.е. большинство изданий идет в одном информационном потоке
- Практически отсутствуют авторские или эксклюзивные новости
- Материалы в рубрики готовятся в день сдачи номера
- Отсутствует редакционный портфель (материалы не готовятся заранее)
- Журналисты над интересными темами работают через письменные запросы
- У журналистов отсутствуют каналы получения информации
- Информационные поводы не имеют графика и являются спонтанными
- Журналисты и редактора считают, что знают, что хочет/должен читать читатель
- Постоянно «кошмарят» читателя

Украина готовится к выборам, как и Москва 😊

- Выход ежедневной газеты «Взгляд»
- Выход деловой ежедневной газеты «Капитал»
- В мае 2013 года, вышла бесплатная ЕЖЕДНЕВНАЯ газета «Вести» с тиражем 350 тыс.экз. из которых более 150 тыс. экз. в Киеве

Экономика издательского бизнеса

По экспертным оценкам в России и Украине от 15 до 20% изданий являются прибыльными.

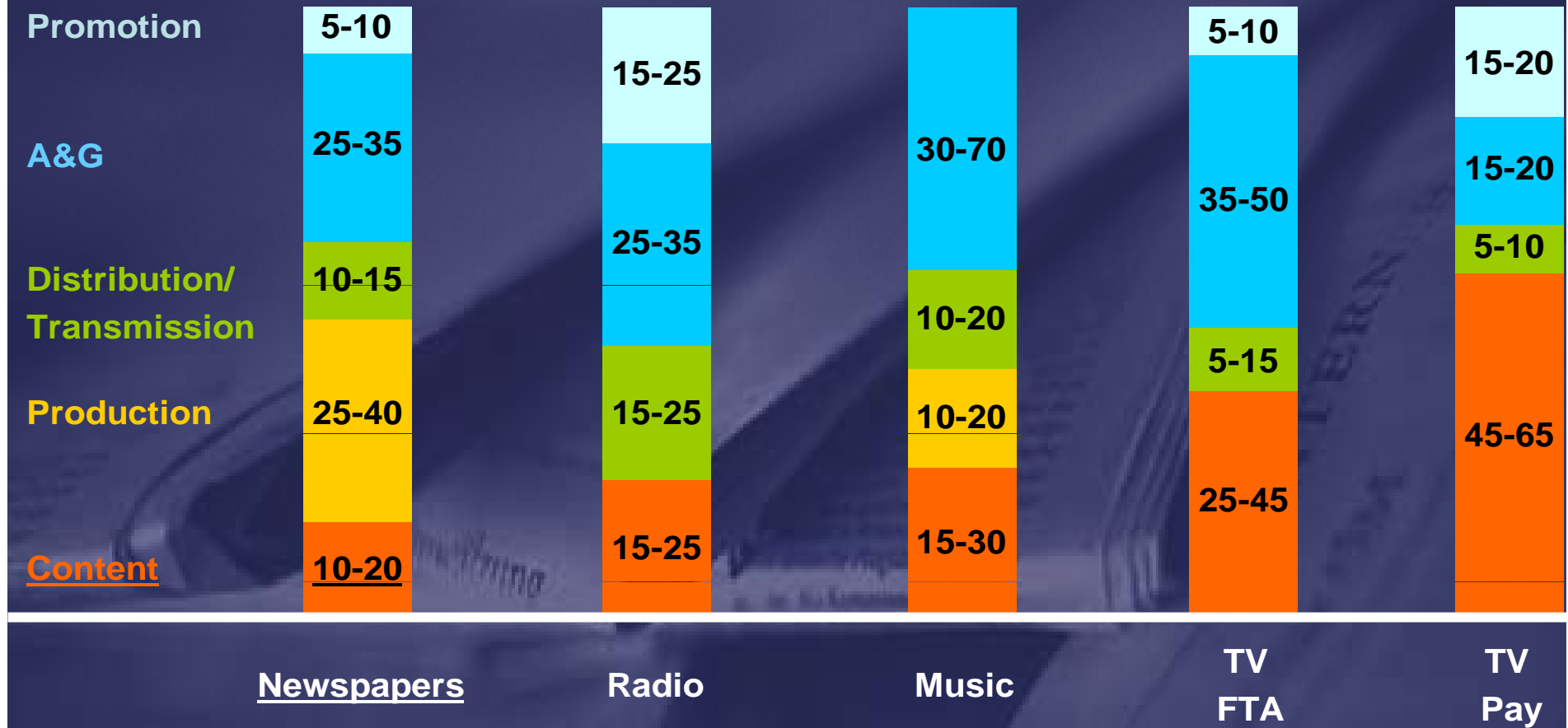
При этом большинство из этих изданий приходится на региональную прессу.

Это связано прежде всего, что издается большое количество национальных газет, с непонятным позиционированием. Основные доходы от рекламы (имиджевой) получают первые три издания в рейтинге ТНС, плюс одна ежедневная деловая газета (в основном пр-материалы)

.

MEDIA COSTS DISTRIBUTION

(Percentage)



Прогнозы

Государство плотно приходит в прессу, как постоянный игрок, в том числе через и подконтрольные структуры

В России создаются государственные региональные медиа-холдинги (Татарстан), в Украине, только идут разговоры

Разгосударствление прессы в Украине, но этого не будет в России

О чем я не сказал, но надо сказать

- Почему сложно создать мультимедийную редакцию в России и на Украине
- Проект «Газета в образовании» есть в России, но полностью отсутствует в Украине
- Зачем олигархам СМИ

Вопросы?

orientirs@mail.ru

+380 67 6301863

Сергей Чернявский,

член совета директоров УАИПП