С. С. Смирнов

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ЭКРАННЫХ ГАЗЕТ РОССИИ

Развитие Рунета и постоянный рост его доли на рекламном рынке страны вселяют определенный оптимизм участникам отрасли новых медиа. По совокупному показателю рекламной выручки в 72 млрд руб. Рунет уверенно занимает второе место после телевидения. В этом контексте представляется актуальным выяснить, каково сегодня реальное экономическое положение тех интернет-ресурсов, которые образуют сегмент онлайновых СМИ России. В рамках данного исследования мы сфокусируем внимание на «экранных газетах», выделяемых Яндекс.Каталогом в отдельную категорию общей численностью в 221 наименование.

Собственно онлайновыми, не имеющими оффлайновых прототипов являются только пять изданий из ТОР-20: Gazeta.Ru, Utro.Ru, Vz.Ru, Pravda.Ru и Fontanka.Ru. По состоянию на конец 2013 г. речь шла о следующих юридических лицах: ЗАО «Газета.ру» – учредитель Gazeta.Ru, ООО «Заявка.ру» – учредитель Utro.Ru, ООО «Деловая газета “Взгляд”» – учредитель Vz.Ru, ЗАО «Правда.Ру» – учредитель Pravda.Ru и ЗАО «Ажур-Медиа» – учредитель Fontanka.Ru. Финансовая отчетность этих предприятий, безусловно, не даст возможности составить полное представление об экономике российских экранных газет, но хотя бы покажет порядок денежных сумм, аккумулируемых в данной категории игроков Рунета.

За 2013 г. выручка ЗАО «Газета.ру» составила 214 млн руб., ЗАО «Ажур-Медиа» – 107 млн руб., ЗАО «Правда.Ру» – 43 млн руб., ООО «Деловая газета “Взгляд”» – 31 млн. руб. С ООО «Заявка.ру» ситуация не вполне ясна – организацией указана формальная выручка всего в 3 тыс руб. Совокупная выручка отобранных нами участников ТОР-20 не дотянула до 400 млн руб., что, для сравнения, составило менее 1% от выручки экономического лидера онлайна – ООО «Яндекс» (40 483 млн руб.) и менее 1,3% от выручки экономического лидера оффлайна – ФГУП ВГТРК (31 219 млн руб.). Таким образом, следует признать, что ведущие экранные газеты пока еще не являются крупными участниками отечественного медиарынка.