КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

ЖУРНАЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Дата выпуска отчета:
Июнь 2006 г.

Данное исследование подготовлено МА Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. МА Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. МА Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения МА Step by Step.

STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

г. Москва

www.pdffactory.com

ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО-ВЕРСИИ

ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО-ВЕРСИИ 2
АННОТАЦИЯ 3
Методы сбора информации 6
ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 8
СПИСОК ДИАГРАММ 12
СПИСОК ТАБЛИЦ 15
СПИСОК РИСУНКОВ 17
ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ 18
Региональное развитие российских издательских домов 19
Основные страны-экспортеры журналов 20
Общие тенденции рынка 22

www.pdffactory.com

АННОТАЦИЯ

Целью данного исследования является наиболее полное и всестороннее описание журнального рынка России, его текущего состояния и тенденций развития.

Исследование представляет интерес для всех участников журнального рынка России, а также для инвесторов, планирующих выход на него в ближайшее время.

Исследование структурно можно разделить на несколько частей, каждая из которых посвящена анализу отдельного аспекта журнального рынка.

Так как журнальный рынок России является частью мирового рынка, то его состояние и тенденции развития оказывают влияние и на развитие российского рынка. Первая часть отчета посвящена описанию текущей ситуации на мировом журнальном рынке, его основных игроков и тенденций развития. Данная часть позволяет понять роль и место российского рынка на мировом рынке, а также факторы глобального характера, определяющие развитие российского рынка.

В разделе «Общая характеристика журнального рынка» содержится информация об основных количественных и качественных показателях, характеризующих состояние российского журнального рынка, а именно:

- макроэкономические показатели, определяющие развитие издательского бизнеса, а в частности и журнального рынка;
- приведены основные виды журналов, а также журналы, появившиеся на рынке в последнее время;
- даны объем, динамика роста и структуры журнального рынка России
- оценена инвестиционная привлекательность журнального рынка, нормы прибыли и порог вхождения на рынок, ключевые факторы, определяющие успешность журнала;

www.pdffactory.com

- описаны основные государственные и негосударственные организации и ассоциации на рынке, определяющие развитие журнального рынка;
- описаны смежные и влияющие рынки, их объемы, тенденции, степень и характер влияния на журнальный рынок России;

В следующем разделе исследования выделены основные игроки на российском журнальном рынке, даны профили крупнейших Издательских домов.

Одной из основных тенденций российского журнального рынка является региональное развитие, следующая глава исследования посвящена подробному анализу данной тенденции и оценке перспективности регионального развития на российском рынке. В данной главе описаны стратегии развития региональных сетей, необходимость проведения специальных акций и основные сложности при выводе издания на региональный рынок. Также дана общая характеристика регионального рынка, степень привлекательности регионов, наиболее крупные региональные издательские дома, и региональная система дистрибуции.

В разделе «Потребительские предпочтения и спрос» приведены демографические и социально-экономические показатели населения России, описана структура потребления журнальной продукции по видам и маркам, разобрана степень активности в потреблении журнальной продукции. В рамках описания потребительских предпочтений приведены значимости характеристик, влияющих на выбор потребителя. Кроме того, разобраны неудовлетворённые потребности читателей и места приобретения журналов. Также в данном разделе дано подробное описание читательских предпочтений российских менеджеров: приведена структура потребления журналов, степень активности в потреблении, причины выбора журналов, информационные предпочтения менеджеров, основные претензии менеджеров к деловым журналам, составляющие идеального делового журнала, по мнению менеджеров.

www.pdffactory.com

Крайне важной составляющей журнального рынка является его сбытовая структура, от налаженности которой во многом зависит успех работы на данном рынке. В разделе «Описание сбытовой структуры рынка» дана характеристика оптового и розничного секторов журнального рынка России. Кроме того, приведено описание «института» подписки: его преимущества для издателей, сложности работы с системой подписки, крупнейшие участники рынка подписки. В рамках данного раздела также приведён обзор крупнейших компаний, работающих в нескольких сегментах распространения прессы.

В разделе «Объёмы импорта, экспорта журнальной продукции» приведены денежные выражения объёмов импорта и экспорта журнальной продукции на российском рынке по данным **Таможенной базы за 2005 год**, структура импорта/экспорта. Кроме того, в разделе представлены доли основных стран-импортёров/экспортёров журналов в общей структуре импорта/экспорта как в денежном выражении, так и по количеству сделок. Подобная информация дана и по компаниям-импортёрам/экспортёрам.

Во многом анализ рынка направлен на выявление его тенденций, поэтому бесспорно значимой частью данного исследования является раздел «Тенденции рынка», в котором представлены ключевые события рынка за последние годы, общие тенденции рынка глазами экспертов. Кроме того, в данном разделе экспертами дан **прогноз развития рынка на ближайшие 3-4 года.**

Одним из интересных разделов исследования является раздел «Рынки стран Европы», в котором представлены характеристики крупнейших журнальных рынков Европы: Германии, Франции, Великобритании, Италии, Бельгии. Важность данного раздела объясняется тем, что, по мнению многих экспертов, российский журнальный рынок будет развиваться по модели европейского. Таким образом, сравнивая журнальный рынок России с рынками стран Европы, можно понять, в каком направлении будет идти развитие журнального рынка России и какими

www.pdffactory.com

особенностями сопровождаться. Такому сравнению посвящён раздел «Сравнительный анализ российского журнального рынка и рынков стран Европы».

Кроме регионального развития, российские журнальные издательства занимаются освоением рынков стран СНГ, поэтому несомненный интерес представляет раздел «Рынки стран СНГ». В данной части исследования рассмотрены основные сложности при выводе изданий на эти рынки. В разделе также более подробно описаны наиболее развитые журнальные рынки – Украины, Казахстана, Белоруссии. При планировании выхода на рынки стран СНГ необходимо иметь представление о том, каким образом они будут развиваться в ближайшие годы. Рассмотрению дальнейшего развития журнальных рынков стран СНГ, их сходствам и отличиям с российским рынком посвящён раздел «Сравнительный анализ российского журнального рынка и рынков стран СНГ».

В заключение исследования представлены общие выводы по отчёту, содержащие наиболее значимую информацию по текущему состоянию и тенденциям журнального рынка России.

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

1. Экспертные интервью с представителями издательств:

Издательский дом EDIPRESSE KONLIGA
Издательская компания «Эгмонт Россия»
Издательский дом Родионова
Издательский дома журнала «Здоровье»
Издательская группа «Бауэр Россия»
Издательство «Деловой мир»
Издательский дом СПН
Издательство «Game Land»
Издательский дом «Афиша»

www.pdffactory.com

2. Кабинетное исследование.
3. Анализ Таможенных Баз 2005 г.

Количество страниц: 365 стр.

Отчёт содержит: 81 диаграмму, 46 таблиц, 2 рисунка.

Язык отчёта: русский.

www.pdffactory.com

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ВВЕДЕНИЕ
Цель исследования
Задачи исследования
Методы сбора информации
Список экспертов
Целевая аудитория
ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ НА МИРОВОМ ЖУРНАЛЬНОМ РЫНКЕ
Тенденции мирового журнального рынка
Основные страны-импортёры и страны-экспортёры журнальной продукции
Динамика мирового импорта, экспорта журнальной продукции
Резюме
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛЬНОГО РЫНКА
Макроэкономическая конъюнктура рынка
Социально-экономические показатели
Законодательство и налогообложение на рынке
Описание продукции
Сегментация продуктовой линейки
Новые издания на рынке
Объем рынка и структура журнального рынка
Объем рынка периодических изданий
Объем и темпы роста журнального рынка
Структура рынка по географическому охвату
Структура рынка по тематике изданий
Структура рынка по периодичности выхода
Инвестиционная привлекательность журнального рынка
Ценообразование на рынке
Порог вхождения на рынок
Факторы, определяющие успешность журнала
Норма прибыльности на рынке
Инвестиционная привлекательность рынка
Факторы, благоприятствующие развитию рынка
Факторы, сдерживающие развитие рынка
Инфраструктура журнального рынка
Медиаисследования и отраслевая статистика
Основные общественные организации на рынке
Государственные организации на рынке
Краткое описание смежных рынков
Книжный рынок
Газетный рынок
Интернет СМИ
Краткое описание влияющих рынков
Полиграфический рынок

www.pdffactory.com

Рекламный рынок
Резюме
КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ
Обзор крупнейших издательских домов
ИД BURDA
ИД INDEPENDENT MEDIA
ИГ «БАУЭР РОССИЯ»
ИД EDIPRESSE- KONLIGA
ИД «7 Дней»
ИД BEHETO
ИД GRUNER + JAHR Russia
ООО Издательство «Деловой мир»
ИД CONDE NAST
Издательская группа Hachette Filipacchi Shkulev
Резюме
РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ЖУРНАЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ
Региональное развитие российских издательских домов
Стратегии развития региональных сетей
Специальные акций при выводе издания на региональный рынок
Основные сложности при выводе издания на региональный рынок
Общая характеристика регионального рынка
Характеристика регионов России
Степень привлекательности регионов
Региональные издательские дома
Региональная система дистрибуции
Перспективы регионального развития
Резюме
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И СПРОС
География рынка сбыта
Демографические данные
Социально-экономические показатели
Структура потребления журнальной продукции
Степень активности в потреблении журнальной продукции
Потребительские предпочтения
Значимость характеристик, влияющих на выбор потребителя
Неудовлетворенные потребности
Места покупок
Читательские предпочтения российских менеджеров
Резюме
ОПИСАНИЕ СБЫТОВОЙ СТРУКТУРЫ РЫНКА
Оптовый сектор
Розничный сектор
Подписка
Преимущества от подписки для издательств
Сложности при работе с системой подписки

www.pdffactory.com

Обзор крупнейших участников рынка подписки
Почта России
Обзор крупнейших компаний, работающих в нескольких сегментах распространения прессы
ООО «Агентство Роспечать»
Группа компаний Логос
Резюме
ОБЪЁМЫ ИМПОРТА, ЭКСПОРТА ЖУРНАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ
Импорт продукции
Объемы импорта
Основные страны-импортёры журналов
Основные компании-импортёры журналов
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры журналов
Основные компании-экспортеры журналов
Структура импорта-экспорта
Резюме
ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА
Ключевые события рынка за последние годы
Общие тенденции рынка
Прогноз развития рынка на ближайшие 3-4 года
Резюме
ВЫВОДЫ ПО РОССИЙСКОМУ ЖУРНАЛЬНОМУ РЫНКУ
РЫНКИ СТРАН ЕВРОПЫ
Европейское объединение журнальных издателей (The European Federation of Magazine Publishers - FAEP)
Германия
Общая ситуация на журнальном рынке страны
Крупнейшие журналы Германии
Крупные журнальные издательства
Импорт, экспорт журналов в Германии
Тенденции журнального рынка Германии
Франция
Общая ситуация на журнальном рынке страны
Крупные журнальные издательства
Сегменты журнального рынка Франции
Запуск новых журнальных проектов во Франции за 2003-2005 гг.
Импорт, экспорт журналов во Франции
Тенденции журнального рынка Франции
Соединённое Королевство (Великобритания)
Общая ситуация на журнальном рынке страны
Крупные журнальные издательства
Импорт, экспорт журналов в Великобритании
Особенности журнального рынка Великобритании

www.pdffactory.com

Италия
Крупные журнальные издательства
Итальянские журналы
Импорт, экспорт журналов в Италии
Бельгия
Крупные издательства
Известные бельгийские журналы
Импорт, экспорт журналов в Бельгии
Резюме
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛЬНОГО РЫНКА И РЫНКОВ ЕВРОПЫ
РЫНКИ СТРАН СНГ
Характеристика рынков стран СНГ
Основные сложности при выводе издания на рынки стран СНГ
Украина
Общая ситуация на журнальном рынке страны
Крупные издательства
Оценка общей емкости сегмента прессы в 2005-2006 году
Объем рекламного рынка Украины в 2005 году и прогноз на 2006 год
Тенденции журнального рынка Украины
Казахстан
Общая ситуация на журнальном рынке страны
Крупные издательства
Импорт, экспорт журналов в Казахстане
Особенности рынка прессы в Казахстане
Белоруссия
Общая ситуация на журнальном рынке страны
Причины слабой развитости журнального рынка Белоруссии
Крупные издательства
Импорт, экспорт журналов в Белоруссии
Особенности рынка прессы в Белоруссии
Резюме
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛЬНОГО РЫНКА И РЫНКОВ СНГ
ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЁТУ
ПРИЛОЖЕНИЯ
Приложение 1. Отраслевые и узкопрофессиональные издания (B2B)
Приложение 2. Распределение подписных тиражей по субъектам федерации РФ
Приложение 3. Самые читаемые журналы в различных сегментах
Приложение 4. Страны и компании-импортеры
Приложение 5. Страны и компании-экспортеры

www.pdffactory.com

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Доли основных стран-импортёров журналов в общей мировой структуре импорта в % в денежном выражении за 2002-2005 гг.
Диаграмма 2. Доли основных стран-экспортёров журналов в общей мировой структуре экспорта в % в денежном выражении за 2002-2005 гг.
Диаграмма 3. Динамика количества зарегистрированных печатных СМИ в 2001-2007 гг.
Диаграмма 4. Динамика тиражей журналов в 2001 по 2007 гг., млн.
Диаграмма 5. Структура журнального рынка по географическому охвату, %
Диаграмма 6. Структура журнального рынка по периодичности, %
Диаграмма 7. Динамика тиражей журналов в 2001 по 2007 гг., млрд.
Диаграмма 8. Структура российского газетного рынка
Диаграмма 9. Сегментация мирового рынка полиграфии, доли сегментов в объеме продаж (в %).
Диаграмма 10. Географическая сегментация мирового рынка полиграфии: доля сегментов в объемах продаж (в %).
Диаграмма 11. Доли основных игроков на рынке журнальной полиграфии, %
Диаграмма 12. Доля рекламных бюджетов крупнейших издательских домов на газетно-журнальном рекламном рынке в 2004 году, %
Диаграмма 13. Гендерная структура аудитории журнала Лиза, %
Диаграмма 14. Возрастная структура аудитории журнала Лиза, %
Диаграмма 15. Уровень образования аудитории Лиза, %
Диаграмма 16. Уровень дохода аудитории Лиза, %
Диаграмма 17. Доля затрат на продукты питания аудитории Лиза, %
Диаграмма 18. Гендерная структура аудитории журнала Burda, %
Диаграмма 19. Возрастная структура аудитории журнала Burda, %
Диаграмма 20. Уровень образования аудитории Burda, %
Диаграмма 21. Уровень дохода аудитории Burda, %
Диаграмма 22. Доля затрат на продукты питания аудитории Burda, %
Диаграмма 23. Гендерная структура аудитории журнала Cosmopolitan, %
Диаграмма 24. Возрастная структура аудитории журнала Cosmopolitan, %
Диаграмма 25. Гендерная структура аудитории журнала Тещин язык, %
Диаграмма 26. Возрастная структура аудитории журнала Тещин язык, %
Диаграмма 27. Уровень образования аудитории журнала Тещин язык, %
Диаграмма 28. Уровень дохода аудитории журнала Тещин язык, %
Диаграмма 29. Доля затрат на продукты питания аудитории журнала Тещин язык, %
Диаграмма 30. Гендерная структура аудитории журнала Зятек, %
Диаграмма 31. Возрастная структура аудитории журнала Зятек, %
Диаграмма 32. Уровень образования аудитории журнала Зятек, %
Диаграмма 33. Уровень дохода аудитории журнала Зятек, %
Диаграмма 34. Доля затрат на продукты питания аудитории журнала Зятек, %
Диаграмма 35. Гендерная структура аудитории журнала Семь дней, %
Диаграмма 36. Возрастная структура аудитории журнала Семь дней, %

www.pdffactory.com

Диаграмма 37. Уровень дохода аудитории Семь дней, %
Диаграмма 38. Доля затрат на продукты питания аудитории Семь дней, %
Диаграмма 39. Гендерная структура аудитории журнала Glamour, %
Диаграмма 40. Возрастная структура аудитории журнала Glamour, %
Диаграмма 41. Доля населения по федеральным округам РФ, %
Диаграмма 42. Частота чтения периодических изданий, %
Диаграмма 43. Частота приобретения периодических изданий, %
Диаграмма 44. Причины выбора периодического издания, %
Диаграмма 45. Способы приобретения периодических изданий, %
Диаграмма 46. Журналы, которые респонденты предпочитают читать на работе, %
Диаграмма 47. Какие журналы респонденты предпочитают читать дома, %
Диаграмма 48. Журналы, которые респонденты читают наиболее часто, %
Диаграмма 49. Частота чтения деловых журналов, %
Диаграмма 50. Объем и динамика рынка распространения периодической печатной продукции, млн. USD
Диаграмма 51. Структура московского рынка розничных продаж прессы в 2004 году, %
Диаграмма 52. Структура регионального рынка розничных продаж прессы в 2004 году, %
Диаграмма 53. Удельный вес подписных тиражей по видам изданий к общему подписному тиражу за 2 полугодие 2004 года, % (по данным Почты России)
Диаграмма 54. Доли основных стран-импортёров журналов в общей структуре импорта в % в денежном выражении за 2005 год
Диаграмма 55. Доли основных стран-импортёров журналов в общей структуре импорта в % по количеству сделок за 2005 год
Диаграмма 56. Доли основных компаний-экспортеров журналов в общей структуре российского экспорта в % в стоимостном выражении за 2005 год
Диаграмма 57. Доли основных компаний-экспортеров косметики в общей структуре экспорта в % по количеству сделок за 2005 год
Диаграмма 58. Доли основных стран-экспортеров журналов в общей структуре экспорта в % в денежном выражении за 2005 год
Диаграмма 59. Доли основных стран-экспортеров журналов в общей структуре экспорта в % по количеству сделок за 2005 год
Диаграмма 60. Доли основных компаний-экспортеров журналов в общей структуре российского экспорта в % в стоимостном выражении за 2005 год
Диаграмма 61. Доли основных компаний-экспортеров журналов в общей структуре экспорта в % по количеству сделок за 2005 год
Диаграмма 62. Доли импорта и экспорта журналов в общей структуре в % в денежном выражении за 2005 год
Диаграмма 63. Доли импорта и экспорта журналов в общей структуре в % по количеству сделок за 2005 год
Диаграмма 64. Доля различных рекламных носителей в Германии в 2003 году, %
Диаграмма 65. Доли основных стран-импортёров журналов в структуре импорта Германии в % в денежном выражении за 2005 г.

www.pdffactory.com

Диаграмма 66. Доли основных стран-экспортёров журналов в структуре экспорта Германии в % в денежном выражении за 2005 г.
Диаграмма 67. Доли журнальных издательств во Франции в % выражении по объёму выпускаемой продукции за 2004 год
Диаграмма 68. Доли журнальных издательств во Франции в % выражении по стоимости выпускаемой продукции за 2004 год
Диаграмма 69. Доли сегментов журнального рынка во Франции в 2004 году, %
Диаграмма 70. Доли основных стран-импортёров журналов в структуре импорта Франции в % в денежном выражении за 2004 г.
Диаграмма 71. Доли основных стран-экспортёров журналов в структуре экспорта Франции в % в денежном выражении за 2004 г.
Диаграмма 72. Доли крупнейших издателей журналов в Великобритании, %
Диаграмма 73. Доли основных стран-импортёров журналов в структуре импорта Соединённого Королевства в % в денежном выражении за 2004 г.
Диаграмма 74. Доли основных стран-экспортёров журналов в структуре экспорта Соединённого Королевства в % в денежном выражении за 2004 г.
Диаграмма 75. Доли основных стран-импортёров журналов в структуре импорта Италии в % в денежном выражении за 2004 г.
Диаграмма 76. Доли основных стран-экспортёров журналов в структуре экспорта Италии в % в денежном выражении за 2004 г.
Диаграмма 77. Доли основных стран-импортёров журналов в структуре импорта Италии в % в денежном выражении за 2004 г.
Диаграмма 78. Доли основных стран-экспортёров журналов в структуре экспорта Бельгии в % в денежном выражении за 2005 г.
Диаграмма 79. Доли основных стран-импортёров журналов в структуре импорта Казахстана в % в денежном выражении за 2003 г.
Диаграмма 80. Доли основных стран-импортёров журналов в структуре импорта Белоруссии в % в денежном выражении за 2004 г.
Диаграмма 81. Доли основных стран-экспортёров журналов в структуре экспорта Белоруссии в % в денежном выражении за 2004 г.

www.pdffactory.com

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Основные показатели развития экономики России на январь-апрель 2006 года, в % к соответствующему периоду предыдущего года
Таблица 2. Долевое участие тематических ниш рынка по суммарной стоимости предложения* (издания всех лет выпуска), %
Таблица 3. Итоговые рейтинги издательской активности: доля по суммарной стоимости предложения (условным продажам), %
Таблица 4. ТОП-25 Издатели газет
Таблица 5. Ведущие общенациональные ежедневные газеты
Таблица 6. Ведущие общенациональные неежедневные газеты
Таблица 7. Емкость различных сегментов Рынка в денежном выражении на 2004 г.
Таблица 8. Основные игроки в сегменте журнальной полиграфии
Таблица 9. Объемы рекламы в средствах ее распространения в 2002-04 гг.
Таблица 10. Объемы региональной рекламы в средствах ее распространения в 2002-04 годах
Таблица 11. Топ-10 категорий по объему рекламы в прессе за 1 квартал 2005 года
Таблица 12. Топ-10 рекламодателей по объему рекламы в прессе за 1 квартал 2005 года
Таблица 13. Топ-30. Издатели журналов
Таблица 14. Издания ИД Burda
Таблица 15. Издания ИД Independent Media
Таблица 16. Издания ИГ Бауэр Россия
Таблица 17. Издания ИД Edipress-Konliga
Таблица 18. Издания ИД 7 дней
Таблица 19. Издания ИД Венето
Таблица 20. Издания ИД GRUNER + JAHR Russia
Таблица 21. Издания ООО Издательство «Деловой мир»
Таблица 22. Издания ИД CONDE NAST
Таблица 23. Издания ИГ Hachette Filipacchi Shkulev
Таблица 25. Население по полу по федеральным округам РФ, тыс. человек
Таблица 26. Основные показатели социально-экономического положения регионов РФ в 1 январе-апреле 2005 года
Таблица 27. Журналы – лидеры потребительских предпочтений
Таблица 28. Распределение в зависимости от округа, %
Таблица 29. Распределение в зависимости от федерального округа, %
Таблица 30. Предпочтения по жанрам, %
Таблица 31. Распределение в зависимости от федерального округа, %
Таблица 32. Жанровые ожидания, в %
Таблица 33. Распределение в зависимости от федерального округа, %
Таблица 34. Причины выбора деловых журналов, %
Таблица 35. Информационные предпочтения менеджеров, %
Таблица 36. Претензии менеджеров к деловым журнлам, %

www.pdffactory.com

Таблица 37. Идеальный деловой журнал
Таблица 38. Рейтинг основных распространителей прессы
Таблица 39. Объемы выручки от реализации ОАО «Роспечать», тыс. руб.
Таблица 40. Оценка экспертами некоторых тенденций развития Рынка
Таблица 41. Ключевые цифры по журнальному рынку Франции по данным на 2004 год
Таблица 42. Основные издатели в различных сегментах журнального рынка Франции в 2003-2004 гг.
Таблица 43. Новые журнальные проекты во Франции в 2003-2005 гг.
Таблица 44. Ключевые цифры по журнальному рынку Великобритании по данным на 2004 год
Таблица 45. Объёмы рынка прессы Украины в 2005-2006 гг., млн. $
Таблица 46. Прогноз объёмов рекламных затрат на Украине в 2006 году по сравнению с 2005 годом, млн. $

www.pdffactory.com

СПИСОК РИСУНКОВ

Рисунок 1. Динамика мирового импорта журнальной продукции в денежном выражении за 2002-2004 гг., долл. США
Рисунок 2. Динамика мирового экспорта журнальной продукции в денежном выражении за 2002-2004 гг., долл. США

www.pdffactory.com

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

По данным за период 2002-2005 гг. **больше всего журнальной продукции вывозится из Канады** ($2,3 млрд.), **Франции** ($1,4 млрд.) и **Германии** ($1,1 млрд.). Доли от всего объёма импорта за рассматриваемый период: **15%, 9%** и **7,2%** соответственно.

По данным за тот же период **больше всего журнальной продукции было ввезено в США** ($2,9 млрд.), **Соединённое Королевство** ($2,7 млрд.) и **Германию** ($2,2 млрд.). В процентах доли крупнейших экспортёров: **18,5%, 16,6%, 13,8%** от всего объёма экспорта за рассматриваемый период.

Рассматривая период 2002-2004 гг., **наблюдается рост мирового импорта** журнальной продукции, **однако наблюдается и тенденция к его замедлению**. Рост за 2003 год составил приблизительно 16%, тогда как за 2004 год – 11%.

В период 2002-2004 гг. **наблюдается также и рост мирового экспорта** журнальной продукции, который **также как и импорт имеет тенденцию к замедлению**, причём примерно с той же динамикой, что и экспорт.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МИРОВОГО ЖУРНАЛЬНОГО РЫНКА

- В большинстве стран мира издатели журналов ощущают **рост объемов рекламы**. Однако в большинстве стран издатели потребительских журналов получают от продажи тиража больше доходов, нежели от рекламы. Исключение составляют два крупнейших журнальных рынка мира – США и Германия.

- **Стремление к мини-форматам**.

- **Уменьшение количества бесплатной прессы** в связи с развитием Интернета.

www.pdffactory.com

- Издатели продолжают сталкиваться с такими проблемами как **сокращение продаж через киоски** (рост возвратов), **недостаток торговых площадей** для новых или малотиражных изданий, а также **рост почтовых тарифов на рассылку** подписных экземпляров, что влечёт **повышение расходов на распространение**, вынуждая многих издателей повышать отпускные цены, что, в свою очередь, негативно сказывается на продажах.

- **Становление массовых телевизионных еженедельников** как наиболее успешного типа еженедельных журналов практически во всех странах (*TV Guide* в США, *TV 7 Jours* – во Франции и т.д.).

- Преимущественное **развитие журналов с более редкой периодичностью** – двухнедельных, ежемесячных, ежеквартальных – при сокращении числа еженедельных журналов.

- **Появление специализированных журналов как немедленный ответ на изменение потребительских привычек**.

РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКИХ ИЗДАТЕЛЬСКИХ ДОМОВ

Большинство крупных российских издательских домов в той или иной степени занимается региональным развитием, в частности все опрошенные представители издательских домов **отметили перспективность этого развития для себя**. По словам Владимира Смирнова, директора по распространению ИД Game Land, Game Land продает порядка 50% своей продукции в регионах. Иванов Михаил Андреевич, ведущий маркетолог-аналитик Издательства «Деловой мир» отмечает, что «Деловой мир» имеет собственные представительства в регионах: «*Специфика нашего издательства связана с рекламой, большая часть изданий ориентирована на бизнес. Региональная сеть нашего собственного распространения включает в*

www.pdffactory.com

себя подписку и розницу». Ефимова Татьяна Яковлевна, Президент ИД журнала «Здоровье», отмечает, что ИД журнала «Здоровье» начинает развиваться в регионы: при этом «*каналы дистрибуции не развиваем, потому что на это нужны огромные инвестиции, считаем это другим бизнесом, кто-то другой этим должен заниматься, кто понимает в этом больше, чем мы*». А вот ИД Родионова выбрал для себя другую стратегию развития – диверсификацию.

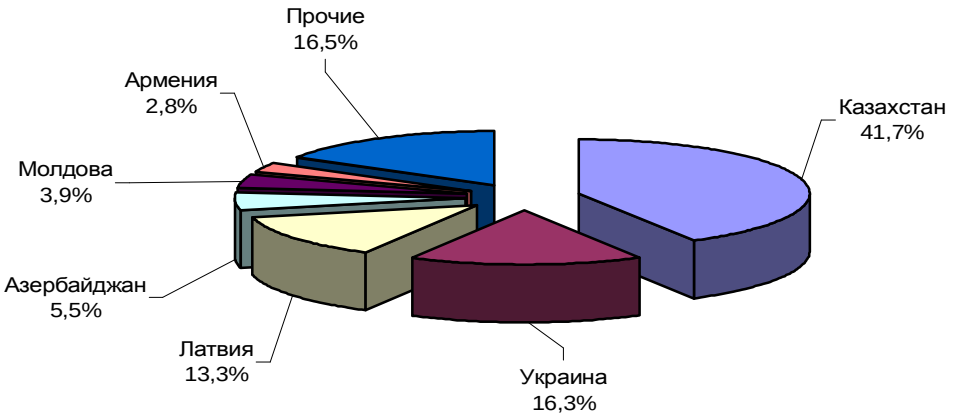
Относительно **представительств в странах СНГ**, у ИД СПН есть представительство в Минске, ИД «Афиша» и ИД Родионова работают с Украиной, ИД «Деловой Мир» работает с Украиной и Белоруссией.

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ ЖУРНАЛОВ

Больше всего журналов в стоимостном выражении **было вывезено в Казахстан** ($11,6 млн.), **на Украину** ($4,5 млн.) и **в Латвию** ($3,7 млн.). Доли от всего объема экспорта: **41,7%, 16,3%** и **13,3%** соответственно.

www.pdffactory.com

ДИАГРАММА 58. ДОЛИ ОСНОВНЫХ СТРАН-ЭКСПОРТЕРОВ ЖУРНАЛОВ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ ЭКСПОРТА В % В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

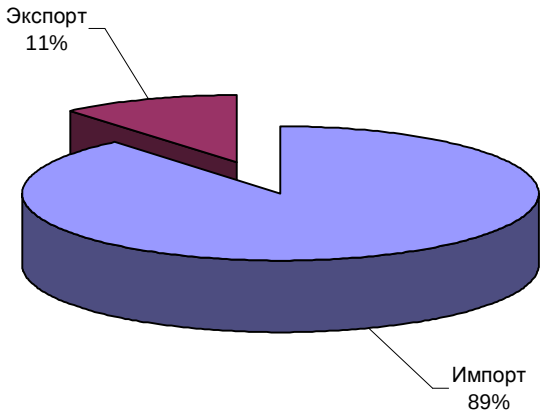


Источник: МА Step by Step на основе Таможенной статистики, 2005

В 2005 году **доля импорта** составляла **89%** ($224,79 млн. в денежном выражении), а **доля экспорта** соответственно – **11%** ($27,82 млн. в денежном выражении).

www.pdffactory.com

ДИАГРАММА 62. ДОЛИ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА ЖУРНАЛОВ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ В % В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ



Источник: МА Step by Step на основе данных Таможенной статистики, 2005

По количеству сделок соотношение выглядит следующим образом: 26,5% приходится на сделки по импорту, 73,5% - на сделки по экспорту.

ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

Мы попросили экспертов прокомментировать некоторые тенденции (семь различных тенденций) развития рынка.

ТАБЛИЦА 40. ОЦЕНКА ЭКСПЕРТАМИ НЕКОТОРЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Эксперты ИД / Тенденция	Game Land	СПН	Афиша	ИД Родио-нова	Edipresse-Konliga	Деловой мир	Логос-Медиа	ИД журнала Здоровье	Эгмонт Россия
Более четкое позиционирование изданий	+	+	+/-	+	+/-	+	+	+	+
Укрупнение издательского бизнеса	+	+	+	+/-	+	+/-	+	+	+

www.pdffactory.com

Источник: экспертные интервью МА Step by Step

Примечание:

+ - эксперт согласен с утверждением
- - эксперт не согласен с утверждением
+/- - эксперт не полностью согласен с утверждением
? - спорный вопрос
з/о - эксперт затруднился с ответом на вопрос

www.pdffactory.com

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем мо таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

www.pdffactory.com

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис","Связькомплект","Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.

www.pdffactory.com