

Финансовое положение и бизнес-планы британских качественных медиа в 2016-2020 гг. (на примере Times Newspapers, Telegraph Media Group, Guardian Media Group)

Киреева Полина Андреевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: p.kireeva1999@mail.ru

Экономика компаний-издателей печатной прессы в условиях цифровизации медиаиндустрии остаётся актуальным направлением для отечественных и зарубежных исследований. Современный эффективный медиаменеджмент в этой сфере подразумевает не только понимание рыночной ситуации, но и создание инновационных рыночных стратегий [1].

В 2000-е британский рынок прессы столкнулся с несколькими волнами кризиса и реструктуризации: первая волна была связана с кризисом «новой экономики» и появлением альтернативных газетных форматов, вторая — с мировой финансовой рецессией и поиском прибыльных бизнес-моделей для онлайн-версий изданий [2]. Ещё одним кризисным моментом для британской прессы стала пандемия COVID-19. В период пандемии резко обострилась необходимость поиска эффективных способов формирования лояльности к новостному бренду и дополнительных источников монетизации, поскольку финансовое состояние компаний-издателей британской прессы в последние годы не отличалось стабильностью [3].

Предметом анализа данного исследования стала динамика финансового положения британских качественных изданий в период с 2016-2020 гг. и их планы по развитию бизнеса. В ходе исследования было проанализировано 15 годовых финансовых отчетов юридических лиц, владеющих газетами *The Times*, *The Telegraph* и *The Guardian*, то есть *Times Newspapers Ltd*. Отчеты компаний размещены в открытом доступе на государственном портале Соединенного Королевства [4]. В ходе сравнительного анализа рассматривались такие бизнес-показатели, как обороты и чистая прибыль компаний, а контент-анализ документов позволил выделить общие для трех компаний и характерные для каждой из них в отдельности риски и планы по дальнейшему развитию медиабизнеса.

Оборот компании *Times Newspapers Ltd.* в целом продемонстрировал негативную динамику (спад с £341,7 млн до £310,1 млн), но на протяжении всего рассматриваемого периода превышал £300 млн - такой суммы не удавалось достичь двум другим предприятиям. Для оборота *Telegraph Media Group Ltd.* был характерен постепенный спад (с £295,5 до £235,2 млн.). Оборот же *Guardian Media Group Plc.*, наоборот, до 2019 года демонстрировал положительную динамику (рост с £209,5 млн до £224,5 млн), но в 2020 году снизился, составив £223,5 млн.

Прибыль *Times Newspapers Ltd.*, в отличие от оборота, на протяжении последних пяти лет значительно возросла и в 2020 г. составила £10 млн. Прибыль компании *Guardian Media Group* же показывала положительную динамику с 2016 по 2019 гг. (от убытков в £180,3 млн до чистой прибыли в £30,6 млн), однако 2020 г. стал для предприятия убыточным (-£37,4 млн) - такая динамика была характерна и для показателя оборота компании. Прибыль компании *Telegraph Media Group Ltd.*, наоборот, резко снижалась с 2016 по 2019 гг. (с £22,6 млн. до £5,7 млн.), но в 2020 г. увечилась более чем в три раза, составив £18,2 млн.

Таким образом, общими тенденциями для медиапредприятий, владеющих *The Times* и *The Telegraph* является спад оборота на протяжении рассматриваемого периода, и при этом, увлечение объема

чистой прибыли компаний в 2020 году. Оборот же *Guardian Media Group*, наоборот, демонстрировал преимущественно положительную динамику, а объем прибыли компании в 2020 году резко сократился. Стоит отметить, что наибольшего объема чистой прибыли среди трех качественных медиа за последние пять лет достигла компания *Guardian Media Group Plc.* в 2019 году (£30,6 млн). Наибольший же показатель оборота среди трех предприятий продемонстрировала компания *Times Newspapers Ltd.* в 2016 году (£341,7 млн).

Общими рисками, которые отметили все три компании в годовых финансовых отчетах за последние годы, стали продолжение пандемии и возрастающее число случаев кибератак на цифровые платформы и сервисы изданий. Причем необходимость усиления направления кибербезопасности впервые упоминается в отчетах *Times Newspapers Ltd.* и *Telegraph Media Group Ltd.* в 2020 г., а в отчетах *Guardian Media Group Plc.* эта угроза рассматривается на протяжении всего анализируемого периода. До 2018 г. все три британские медиакомпании одним из ключевых рисков их финансовой устойчивости называли также глобальную тенденцию к перераспределению рекламных бюджетов.

В отчетах *Times Newspapers Ltd.* 2016-2020 гг. среди ключевых рисков отмечались возрастающая конкуренция с другими изданиями за доходы от рекламы, падение тиражей, а также рост цен на бумагу. Примечательно, что *Telegraph Media Group Ltd.* главным конкурентом за деньги работодателей называла не другие СМИ, а IT-корпорации и связанные с ними интернет-платформы (*Google, Facebook*). Также компания отдельно выделяла угрозы для положительной репутации своего бренда. Финансовые отчеты *Guardian Media Group Plc.* тоже отражают обеспокоенность медиаменеджеров глобальным перераспределением расходов на рекламу в индустрии и вопросом безопасности бренда. Среди других основных рисков для развития медиабизнеса в документах компании, владеющей *The Guardian*, отмечались изменения паттернов медиапотребления у аудитории.

Среди общих бизнес-планов для трех британских медиакомпаний в 2018-2020 гг. можно отметить дальнейшую адаптацию журналистского контента под новые медиаканалы и ориентацию на рост числа «цифровых» подписчиков изданий. Примечательно, что до 2018 г. и *Times Newspapers Ltd.*, и *Telegraph Media Group Ltd.* среди ключевых планов выделяли увеличение числа подписчиков бумажной версии, а в отчетах, опубликованных после 2018 г., это направление развития бизнеса больше не рассматривалось как приоритетное. В отчетах же *Guardian Media Group Plc.* обеспечение роста числа «бумажных» подписчиков вовсе не приводилось в перечне бизнес-планов компании за весь рассматриваемый период.

Telegraph Media Group Ltd. продолжает своё движение к реализации стратегии 10-10-23, которая отражает план компании по достижению 10 млн зарегистрированных пользователей сайта и 1 млн подписчиков к 2023 году. В отчетах этой компании также была упомянута задача по сбору больших данных о зарегистрированных на сайте изданиях пользователей, чтобы в дальнейшем предлагать своей аудитории уникальные таргетированные рекламные и коммерческие предложения. Аналогичная цель по улучшению дата-менеджмента была обозначена и в отчетах *Guardian Media Group Plc.* Также в бизнес-планы этой компании входит расширение портфолио цифровых медиапродуктов, увеличение доли пожертвований в структуре доходов, фокус на международную аудиторию и работа по повышению уровня кибербезопасности предприятия.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003.
- 2) Бодрюнова С. С. Медиарынок Великобритании и газетный кризис: стратегии выживания газет в период дигитализации медиапроизводства // Экономическое возрож-

дение России. 2013. № 4(38). С. 129-142.

- 3) Захарова М.В., Киселева Е.Б. Тенденции развития ежедневной прессы в период пандемии COVID-19 (на примере Великобритании и Франции) // Актуальные проблемы медиаисследований – 2021. XI Международная научно-практическая конференция НАММИ: сб. мат. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2021. С. 68-70
- 4) Официальный государственный портал Соединенного Королевства с опубликованными отчетами рассматриваемых медиапредприятий // URL: www.gov.uk