

Sustainable Businesses in News Media

The need for a free market for a truly independent Ukrainian press to flourish



The Ukrainian Association of Press Publishers | The World Association of Newspapers and News Publishers

Introduction

This report outlines a detailed plan recommended by WAN-IFRA and based on a report, presented by the Ukrainian Association of Press Publishers (UAPP) to tackle problems in newspaper distribution and the development of the retail trade for the printed press in Ukraine.

A version of this report appeared as a chapter in a joint report on press freedom in Ukraine compiled following an investigative mission to Kiev, 1-3 April 2012, by the World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA), ARTICLE 19, Open Society Foundations (OSF), Freedom House, the Ukraine Association of Press Publishers, and the Independent Regional Press Publishers of Ukraine. This report can be downloaded from <http://www.wan-ifra.org/node/60102>

| | |
|------------------|--------------|
| Ukrainian | pg. 3 |
| English | pg. 6 |
| Russian | pg. 9 |

Сталий розвиток новинних бізнесів

Для процвітання по-справжньому незалежної преси необхідний вільний ринок.

Друкована преса дає можливість детально та глибоко вивчити важливі питання, які дозволяють громадянам розуміти сутність речей, та забезпечує кращу підзвітність влади та бізнесу.

Маючи це на увазі, громадяни України мають доступ до друкованого слова через два основних канали - через мережу роздрібних точок та через систему передплати та доставки до їх домівок. За кількістю торговельних точок на душу населення, Україна є однією з найгірших країн в Європі - кількість точок продажу преси в вісім разів меншою, ніж у менш населеній сусідній Польщі і приблизно в 15 разів меншою, ніж у таких країнах, як Франція або Німеччина. В Україні налічується близько 8000 точок продажу преси, тобто одна точка на більш ніж 5700 осіб. Це можна ще раз яскраво підкреслити фактом, що населення Польщі є на 7 млн осіб меншим, ніж населення України.

Ситуація щодо передплати не краща: близько 50% поштових скриньок в Україні не виконують своєї функції: вони або зламані, або пошкоджені або їх просто не існує (немає юридичних зобов'язань для установки поштових скриньок в новобудовах). Представники місії чули від численних видавців газет, що продаж газети в кіосках не є вигідною справою, є проблеми з розповсюдженням, особливо в регіонах. Можна стверджувати, що будь-яке обмеження можливості доступу до інформації - або через відсутність точок доступу (кіоски), або інакше - створює вплив на розвиток свободи слова, економічної самостійності засобів масової інформації, а також зміцнення прав громадян на доступ до інформації.

Кількість роздрібних точок для друкованих ЗМІ (газети, журнали, книги і т.д.) постійно знижується, результатом чого є те, що рентабельність галузі знижується в цілому. Середня сума прибутку, яку отримує один кіоск сьогодні - до віднімання загальногосподарських витрат - близько 1500 грн на місяць, що забезпечує рентабельність у декілька відсотків. В залежності від регіону, частка доходів від продажу друкованих видань складає близько 40% загального обсягу продажів у кіоску середнього рівня прибутку. Тютюнова та алкогольна продукція, головним чином, забезпечують іншу частину доходів.

Одна з найбільших труднощів, що стоїть перед тими, хто продає друковану продукцію є реєстрація прав на використання землі, на якій стоять кіоски. У деяких регіонах є навіть мораторій на реєстрацію нових угод. Таким чином, власники кіосків шукають шляхи вирішення конфліктів, і, наприклад, складають угоди оренди земельного покриття. Процес юридичного оформлення несе в собі багато бюрократії - займає багато часу і вимагає великих фінансових витрат. Місцева влада розглядає кіоски, які продають друковану продукцію як звичайні «МАФи» (тимчасові споруди) і не враховує важливі соціальні функції, які вони виконують. Враховуючи все це, кіоски, які продають пресу, як правило, вважаються бізнесом, не вартим інтересу інвесторів, з їх точки зору ризики є занадто високими.

У всіх європейських столицях кіоски продажу друкованої преси знаходяться стратегічно на вулиці, на зупинках транспорту та інших легко доступних пунктах. Але це не випадок

України. Представники, що проводили дослідження, чули від багатьох видавців, що у нинішній системі дистрибуції преси багато проблем, у тому числі:

- Розпорядження влади щодо всіх кіосків, що посилюється частими змінами законодавства.
- Непередбачувані дії місцевої влади щодо знесення вуличних кіосків.
- Відсутність довгострокових гарантій, як для працівників з точки зору забезпечення робочим місцем, так і для власників роздрібних точок продажу друкованої продукції з точки зору права вести діяльність, навіть якщо є всі відповідні дозволи.
- Юридична реєстрація оренди на землю і придбання відповідних дозвільних документів.

Для того, щоб встановити новий кіоск, потрібно, принаймі: зареєструвати порядок установки поточних об'єктів; договір оренди на земельну ділянку; договір про постачання електроенергії; відповідні положення з СЕС (Санітарно-епідеміологічною службою), ДАІ (дорожньою поліцією), пожежною службою; отримати ліцензію на торгівлю тютюновими виробами; отримати торговий патент; зареєструвати розрахунок податку на землю та реєстрації документів про тимчасову перерву для вдосконалення громадського обслуговування. Незважаючи на все це, влада запроваджує додаткові адміністративні збори і може, без попередження, знести кіоск.

Обмежений доступ до друкованого слова значно підвищує ризик державного контролю над інформацією, провокуючи людей більше покладатися на альтернативні і неперевірені джерела інформації, що підвищує ризики використання інформації для маніпулювання думкою громадськості.

Таким чином, Україні гостро необхідна державна програма, що супроводжується відповідним законодавством, яка може підтримати розвиток дистрибуції на підприємствах роздрібно торгівлі друкованої преси. Така Програма повинна бути спрямована на:

- Гарантії, що вільне право доступу до інформації закріплене в українській Конституції. Мережа кіосків є важливим елементом у реалізації цього завдання - не менш важливим, ніж, наприклад, бібліотеки.
- Більша кількість кіосків означає більше підприємств роздрібно торгівлі, що призводить до збільшення продажів, які в свою чергу, приводять до підвищення податкових надходжень для уряду.
- Підтримка українського виробника, адже переважна кількість друкованих видань, які щоденно купують у роздрібній мережі, виробляється в Україні.
- Зміцнення економічної свободи засобів масової інформації - свідчення реальної дії в напрямку зміцнення свободи слова в Україні та відношення до засобів масової інформації як до будь-якого іншого виду економічної діяльності.

Представники місії дійшли висновку, що видавці преси перебували під постійним тиском, і в цей час знаходили нові способи поширювати свої газети для широкої публіки, але обмежувальне законодавство про кіоски і торгові точки перешкоджає

здатності видавців продавати свої газети. Роздрібний сектор преси в Україні є недостатньо розвиненим і може отримати користь з таких дій:

- Прийняття окремого закону про соціально значущі особливості статусу засобів масової інформації та відповідного статусу поліграфії.
- Фіксований стандарт по кількості точок продажу відповідно до чисельності населення – окремо для Києва та для інших міст країни.
- Кіоск, який продає пресу, повинен отримувати не менше 50% від загальної виручки саме від продажу друкованих видань.
- Кіоски повинні бути закріплені в якості основних точок продажу друкованої продукції (на відміну від інших форм роздрібних підприємств).
- Мають функціонувати реальні економічні моделі, що забезпечують рентабельність роздрібного бізнесу з продажу друкованої продукції.
- Вичерпний перелік норм, тарифів, дозволів і погоджень, необхідних для відкриття та безперервного функціонування торговельних точок, повинен бути закріплений законодавчо. Мають бути забезпечені довгострокові гарантії роботи юридично зареєстрованих торгових точок.
- Має бути розглянута можливість адаптації кіосків під друковані видання таким чином, що вони відповідали усім стандартам.
- Процедура прийняття рішень повинна бути встановлена у співпраці з адміністрацією та видавничою індустрією, щоб забезпечити зміни, які відповідатимуть новим вимогам, матимуть можливість бути розроблені згідно правил, стандартів, контролю та саморегулювання, соціальної та бізнес-відповідальності і т.д. .

Тому місія закликає Міжвідомчу робочу групу при адміністрації Президента України розробити пілотну програму з розвитку роздрібної торгівлі друкованої преси в Києві та двох регіональних міст з метою прийняття програми на національному рівні.

Sustainable Businesses in News Media

The need for a free market for a truly independent press to flourish.

The written press provides the opportunity to examine in detail and in greater depth important issues that inform public understanding and provide greater accountability.

With this in mind, citizens in Ukraine have access to the printed word via two basic channels – through a network of retail points or through a system of subscription and delivery to their homes. According to the number of outlets per-capita, Ukraine is among the worst countries in Europe – the number of points of sale for the press is eight times less than in neighbouring Poland and approximately 15 times less than in countries such as France or Germany. In Ukraine there are approximately 8000 points of sale for the press; this translates to one point of sale per more than 5,700 people. This is further underlined by the fact that the population of Poland is 7 million less than that of Ukraine.

The situation regarding subscriptions is no better – around 50% of postboxes in Ukraine do not fulfil their function: they are often broken, damaged or simply non-existent (there is no legal obligation to install postboxes in new buildings).

The Mission heard from numerous newspaper publishers that selling newspapers from kiosks was not profitable and there were problems of distribution, particularly in the regions.

It could be argued that any restriction placed on the ability to access information – either through the lack of points of access (kiosks) or otherwise - effects the development of freedom of speech, the economic autonomy of the press, and the reinforcement of the right of citizens to access information.

The number of retail points for the printed press (newspapers, magazines, books, etc.) is constantly reducing as the profitability of the industry as a whole declines. An average kiosk would turn a profit – before the reduction of general costs – of approximately UAH 1,500 (less than USD 200) per month, a fraction of the cost effectiveness required. -Depending on the region, the printed press contributes to around 40% of overall sales in an average kiosk. Tobacco and alcohol products account for the remainder of sales.

One of the greatest difficulties facing chains that sell printed products is the registration and the right to use the land that the kiosks stand on. In several regions there is even a freeze on the registration of new agreements. Consequently, owners of kiosks look for ways to resolve conflicts, and for example, draw up rent agreements for paved land. The process of legal registration involves a significant amount of bureaucracy – it takes up a lot of time and demands great financial input. Local powers regard kiosks that sell printed products as “MAFs” (a temporary structure) and do not take into account the important social function that they fulfil. Given all of this, kiosks that sell the printed press are generally considered to be businesses in which it is not worth taking an interest from an investor point of view – the risks are simply too high.

In all European capitals, kiosks selling the written press are located strategically in the street, at transport stations, or other easily accessible points. This is not the case in Ukraine. The mission heard from many publishers that the current system of press distribution has many problems, including:

- A tightening of legislation relating to all kiosks; compounded by the frequent alteration of this legislation.
- Unpredictable actions of local authorities regarding the demolition of street-kiosks.
- The lack of long-term guarantees, either from an employment perspective or for owners of retail points selling printed products, even when all the relevant permissions are held.
- Legal registration of the rent on the land and the acquisition of relevant permission documents.

In order to install a new kiosk, one must at the very least: register an order of installation of current facilities; include an agreement of rent for the land; an agreement about supply of electricity; conform to regulations from the SES (Sanitary Epidemiological Station), GAI (road traffic police), and fire brigade; receive a license for trading in tobacco products; receive a trading patent; register a tax computation for the ground; and register documents about the temporary interruption to public service improvement. Despite all of this, the authorities impose further administrative levies and can, without forewarning, demolish a kiosk.

Restricted access to the printed word significantly increases the risk of government control over information, provoking greater reliance on alternative and unverifiable sources and increasing the potential for information to be manipulated.

Therefore, Ukraine urgently needs a state programme accompanied by appropriate legislation that can support the development of retail businesses selling the written press, which should aim to:

- Guarantee that the right to unheeded access to information is fixed in the Ukrainian constitution. A network of kiosks is an essential element in the realisation of this task - no less important than, for example, libraries.
- More kiosks mean more retailers, leading to increased sales that in turn produce higher tax revenues for the government.
- Support the Ukrainian manufacturer, given the overwhelming majority of publications bought daily are Ukrainian in origin.
- Strengthens the economic freedom of the media - proof of real action in the reinforcement of freedom of speech in Ukraine and treats the media as any other type of economic activity.

The mission found that press publishers were under constant pressure to find new and innovative ways to distribute their newspapers to the general public, but restrictive legislation on kiosks and points of sale hampered the publishers' ability to sell their newspapers. The retail sector of the press in Ukraine is under-developed and could benefit from the following:

- A specific law dealing with the socially significant special status of the press and the corresponding status of the printing trade.
- A fixed standard for the number of points of sale in correspondence with population figures in Kiev and around the country.
- A kiosk purporting to sell the written press should receive at least 50% of its total revenue from the sale of printed material.
- Kiosks should be fixed as basic points of sale for the printed press (as opposed to other forms of retail ventures).
- A workable economic model must be provided, which ensures the profitability of the retail business for the sale of printed products.
- An exhaustive list of standards, tariffs, permissions and agreements, which are necessary for the opening and continuing functioning of points of sale, must be backed up legislatively. Long-term guarantees of work for legally registered points of sale must be provided.
- The possibility of the adaptation of kiosks for the printed press so that they conform to all standards must be examined.
- A decision-making procedure must be established in collaboration with the administration and the industry so as to ensure changes can be brought in and new requirements can be developed regarding rules, standards, controls and self-regulation, social and business-responsibility, etc.

The Mission found that Ukraine urgently needs a programme, accompanied by appropriate legislation that can support the development of retail businesses selling the written press. This programme and any proposed legislation, needs to be developed in consultation with industry organisations.

The mission therefore calls on the Interagency Working Group, under the administration of the President of the Ukraine and in conjunction with industry associations, to establish a pilot programme on the development of the retail trade of the printed press in Kiev and two regional cities, with the aim of adopting the a national programme.¹

¹ The Ukrainian Press Publishers Association (UAPP) has a detailed plan on the distribution of the printed press in kiosks. To see this plan, please visit <http://tinyurl.com/ukrainepf>

Рекомендации по развитию киосковых сетей печатной продукции

Пресса является тем СМИ, информация которого позволяет людям разобраться в непростых вопросах – в газете и в журнале, в отличие от ТВ и радио, всегда достаточно места и форматов для того, чтобы проанализировать все, что необходимо и важно для понимания читателем. Никакой другой тип СМИ не позволяет с такой же глубиной и ответственностью доносить до людей важную информацию и формировать их мнение.

При этом читатели имеют доступ к печатному слову по двум основным каналам – через сети розничной торговли прессой и через систему подписки и доставки на дом. По числу розничных точек на душу населения Украина находится в числе худших государств Европы – в нашей стране число точек по продаже прессы в розницу в 8 раз меньше, чем в соседней Польше, и примерно в 15 раз меньше, чем в таких странах как Франция или Германия. Так, в Украине работает около 8 тыс. точек, продающих прессу в розницу. В пересчете на душу населения, у нас один киоск по продаже прессы приходится более чем на 5700 человек (!). При этом население Польши на 7 млн. чел. меньше, чем в Украине!

Ситуация в подписке не лучше – около 50% почтовых ящиков в Украине не выполняют своей функции: разбиты, повреждены или просто отсутствуют (в новостройках строительные компании часто не устанавливают секции почтовых ящиков – такое обязательство с их стороны не закреплено ни в одном нормативном акте).

При этом доступ к информации – одно из основных прав и свобод гражданина, закрепленное в Конституции Украины, как и в конституциях многих других европейских стран. Таким образом, развитие розничной сети по продаже прессы в Украине и приближение ее по показателям к уровню европейских государств является едва ли не самым весомым вкладом в развитие свободы слова, экономической независимости прессы и в укрепление права граждан на доступ к информации.

Количество розничных точек, торгующих печатной продукцией (газетами, журналами, книгами) постоянно сокращается в связи с уменьшением прибыльности бизнеса. Так, текущая прибыльность одного киоска, торгующего прессой, до вычета общехозяйственных затрат – около 1,5 тыс грн в мес, это всего несколько процентов рентабельности. Доля печатной продукции в ассортименте одной торговой точки зависит от региона, и в среднем составляет 40%. В качестве основного сопутствующего товара в точках продажи прессы выступают табачные изделия. При этом доходы от реализации алкогольных и табачных изделий составляют 60-80% всех продаж киосков. Безусловно, экономика торговой точки зависит от региона и места расположения, однако в целом этот бизнес является низкорентабельным.

Один из самых сложных вопросов для киосковых сетей, продающих печатную продукцию - оформление земли под киосками. В некоторых регионах даже действует мораторий на оформление новых договоров аренды земли. Поэтому владельцы киосков ищут способы разрешения коллизии и, например, оформляют договора аренды твердого покрытия. Процесс законного оформления очень забюрократизирован – занимает много времени и требует больших финансовых затрат. Местные власти рассматривают киоски по продаже печатной продукции как обыкновенные МАФы, и не принимают в расчет невероятно важную социальную функцию, которую они выполняют. Другими словами, киоски по продаже прессы в данный момент не являются бизнесом, в который можно инвестировать – слишком высоки риски.

При этом во всех европейских столицах мира есть киоски по торговле прессой, которые расположены на тротуарах улиц и основных транспортных артериях города. Пресса – уникальный товар, за которым житель мегаполиса не пойдет в супермаркет, а приобретет необходимый журнал и газету в киоске утром, на бегу, по дороге на работу.

Распространение прессы – социально ответственный бизнес, интегрированный в единую систему предоставления новостей. Распространение прессы – целостная система технологических процессов, основанных на глубокой интеграции друг в друга производственных процессов и торговли. Создать такую систему в течении короткого периода времени невозможно.

Журналист добывает новость → Издатель зарабатывает на продукте → Типография загружена заказами → Киоскам есть что продавать → Читатель информирован

При этом город получает: рабочие места, налоговые поступления, информационный канал для контакта с жителями.

Распространение прессы – важнейший элемент государственной системы информационной безопасности. Разбалансировка системы распространения прессы отразится на всей технологической цепочке.

Журналист потеряет работу → Издатель потеряет продукт → Типография закроется → Читатель выйдет на демонстрацию

Кроме уже указанного, перечень основных проблем прессы таков:

- ужесточение законодательства по киоскам (всем без исключения) и частое его изменение,

- непредсказуемые действия местных властей по сносу МАФов,
- отсутствие гарантий долгосрочной перспективы по бесперебойной работе розничной точки, торгующей печатной продукцией, даже при наличии полного пакета разрешительных документов,
- и, еще раз, законное оформление аренды земли и получение всего пакета разрешительных документов.

Для справки: чтобы установить новый киоск нужно, как минимум, оформить: ордер на установку временного сооружения, заключить договор аренды земли, договор о подключении электроэнергии, согласовать с СЭС, ГАИ, пожарными, получить лицензию на торговлю табачными изделиями, получить торговый патент, оформить расчет налога на землю и оформить документы по закрытию временного нарушения благоустройства. А после всего этого власти вводят дополнительные административные поборы, могут без предупреждения сносить киоски.

Отсутствие у населения доступа к печатному слову существенно повышает риски информационной безопасности для государства – ведь потребность в информации в любом случае будет удовлетворена. И если украинская пресса не будет доступной людям через широкую киосковую сеть, то информацию люди будут получать из непроверенных источников, включая интернет, и возможность бесконтрольного манипулирования их сознанием при этом возрастает многократно.

Вот почему Украине необходима государственная программа и соответствующее законодательство, поддерживающее развитие розничного бизнеса по продаже печатной продукции – газет, журналов, книг и др.

Почему государство должно содействовать развитию розницы печатной продукции и каковы его выгоды?

- прежде всего, гарантия права на беспрепятственный доступ к информации закреплена в Конституции Украины. Сеть розничных точек – неотъемлемый элемент в решении этой задачи, не менее важный, чем, например, библиотеки,
- чем больше люди покупают газет, журналов и книг – тем более грамотным становится население, тем выше уровень жизни в стране, тем более качественные решения принимаются людьми, тем меньше социальных проблем и жалоб на государство,
- чем больше киосков – тем больше продавцов, больше продаж – больше налогов,

- развитие розницы печатной продукции – это также и поддержка украинского производителя, т.к. подавляющее большинство изданий, которые покупают люди сегодня – украинские
- приближение количества розничных точек по продаже прессы в Украине к принятым в Европе показателям – прекрасное доказательство реальных действий по укреплению свободы слова в Украине, посредством укрепления экономической независимости СМИ. Это лучшее доказательство отношения государства к СМИ как к бизнесу – точно такому же, как и любой другой вид экономической активности,
- развитие киосковой сети по продаже печатной продукции, учитывающее ее особую социальную функцию – вклад в укрепление информационной безопасности государства.

Что необходимо сделать для формирования благоприятного климата для развития прессы розницы?

- принять специальный закон об особом социально-значимом статусе прессы и соответствующем статусе торговли печатью,
- закрепить нормативно количество точек на душу населения в Киеве и по стране (это разные показатели),
- определить что киоск по продаже прессы – это киоск, в номенклатуре которого не менее 50% занимает именно печатная продукция (пресса, книги, пр.),
- зафиксировать, что для печатной розницы киоски - основные точки продаж (в отличие от остальной розницы),
- обеспечить работоспособную экономическую модель, обеспечивающую рентабельность розничного бизнеса по продаже печатной продукции
- при рассмотрении различных предложений по внесению изменений в законодательство обеспечивать сохранение экономической модели работы розничных точек, торгующих печатной продукцией
- законодательно закрепить исчерпывающий перечень нормативов, тарифов, разрешений и согласований, необходимых для открытия и работы торговой точки. Обеспечить долгосрочные гарантии работы законно оформленной торговой точки
- рассмотреть возможность репрофилирования розничных точек под печать с сохранением всех нормативов и выполнением требований
- установить процедуру выработки решений в отношении прессы розницы во взаимодействии администрации с отраслевым сообществом, определить, что исключительно в таком взаимодействии могут вноситься изменения и разрабатываться

новые требования в вопросах регламентов, норм, регулировании и саморегулировании, социальной и бизнес-ответственности и пр.

Опыт решения вопроса развития прессовой розницы в России (Москва):

Что нужно городу?

- Управляемость
- Прозрачность
- Архитектурный облик
- Поступления от сборов и налогов
- Рабочие места

Что нужно отрасли?

- Стабильность
- Единые правила
- Внимание к проблемам

Первый шаг к партнерству власти и профессиональному сообществу - Постановление Правительства Москвы № 26-ПП от 3 февраля 2011 года *«О размещении нестационарных торговых объектов, расположенных в городе Москве на земельных участках, в зданиях, строениях и сооружениях, находящихся в государственной собственности»*

О чем договорились?

- Система распространения прессы - неотъемлемая часть информационной политики городского правительства.
- Регулирование системы распространения прессы должно идти через Департамент СМИ и рекламы города с привлечением отраслевой организации.
- Все киоски прессы, легально действовавшие до выхода Постановления № 26, включены в схему размещения и не подвергаются процедуре аукциона до 2014 года.
- Необходимо единое архитектурно-художественное решение для киосков прессы, разрешенных к эксплуатации в городе.

Процедура:

- Менять киоски по мере физического износа, разработав критерии.
- Замена киоска должна быть обусловлена 5-летним договором на право размещения.
- Решение о замене принимать на комиссии с участием представителя отрасли.
- Облегчить замену, упростив конструктив.

Поэтому Миссия призывает Межведомственную рабочую группу при Администрации президента Украины разработать пилотную программу по развитию розничной торговли печатной продукцией в Киеве и двух региональных городах с целью принятия такой программы на национальном уровне.