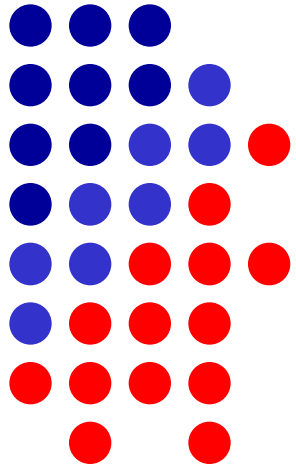
Всероссийская конференция
«Новые модели и технологии распространения прессы. Изменение отношений между издателями и распространителями»

ОАО «Роспечать» Челябинской области в условиях новой экономической ситуации



ОАО «Роспечать» г.Челябинск
директор по управлению продажами Д.В. Семеров

г. Москва 2-3 ноября 2009 г.

media3

Издательство

Аргументы и Факты

Труд

ЭкстраМ

Типографии

Медиа Пресса

ЭкстраМ Полиграфический комплекс

Дистрибьюция

АРИА-ИФ

Группа компаний

АРИА-ИФ

13 лет на рынке распространения прессы

*Более **2 300** киосков в 15 регионах страны*

*Более **7 000** сотрудников*

В группу компаний входят:

«АиФ-Пресс» (г. Москва) – более 200 торговых точек

ЗАО МОП «Союзпечать» (Московская обл.) – более 800 киосков в Московской обл.

МЕТРОПРЕСС **СПб** (г. Санкт-Петербург) – 150 киосков, 35 минимаркетов прессы

«ОАО Роспечать» (Челябинская область) – 800 торговых объектов (киоски +супермаркеты)

а так же:

Розничные сети в Калмыкии, Курской, Орловской, Смоленской, Оренбургской областях, в Астрахани, Кирове, Костроме, Ярославле, Ульяновске, Пскове и Тюмени

Уральский Федеральный округ

- Количество субъектов – 6, количество городов - 120
- Занимаемая площадь – 1 788 900 кв.км
- Численность населения – 12 240 382 чел.
- Плотность населения – 6,8 чел./ кв.км

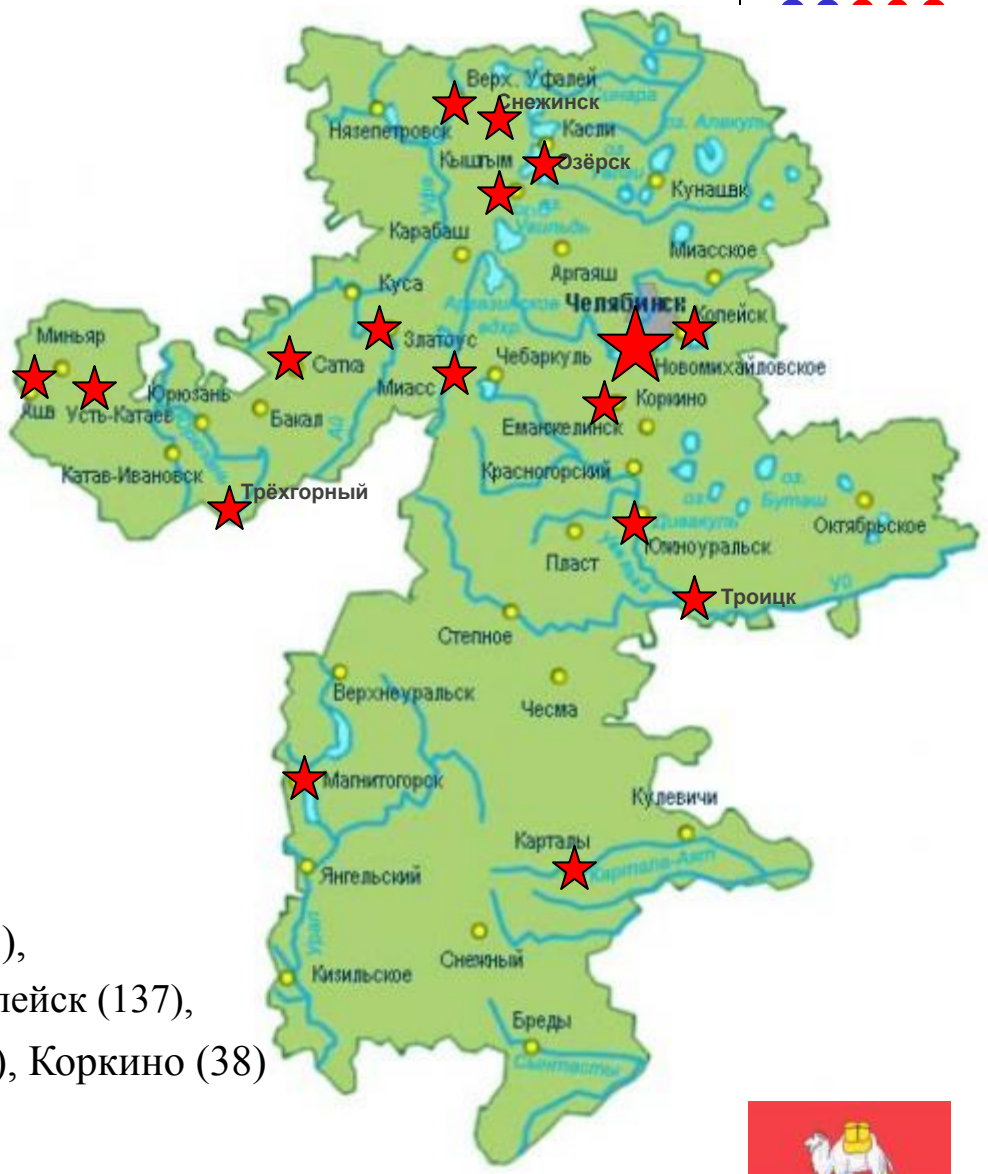
Субъекты ФО	S (тыс. кв.км)	Население (тыс.чел.)	Плотность (чел./кв.км)	Уровень урбанизации (%)	Кол-во населенных пунктов от 10 до 500 тыс.чел.
Свердловская обл.	194,3	4 394,6	22,6	83,0	40
Челябинская обл.	88,5	3 508,7	39,6	81,4	30
Тюменская обл.	1 464, 2	3 398,9	2,3	79,6	9
Ханты-Мансийский АО	534,8	1 519,9	2,8	91,5	23
Курганская обл.	71,5	960,4	13,4	56,5	9
Ямало-Ненецкий АО	769,3	543,7	0,7	84,9	9

Источник: www. Wikipedia.ru

Челябинская область

- **Площадь области – 88 529 км2**
- **Население области – 3508,7 тыс. чел.**
- **В т.ч. население Челябинска – 1094 тыс. чел.**
- **Плотность населения – 39,6 чел/км2**
- **Уровень урбанизации – 81,4%**

  - **Ближайший филиал – 20 км.**
  - **Удалённый филиал – 350 км.**



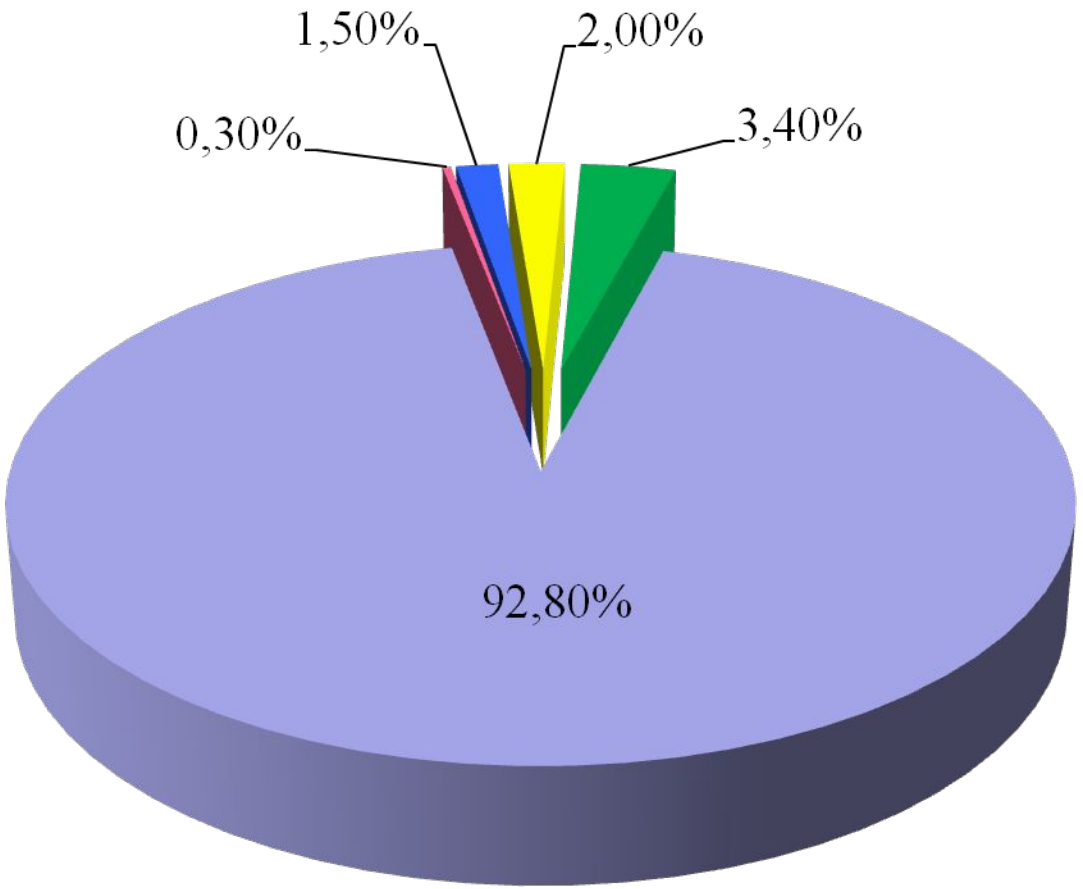
Областные города
с численностью более 50 тыс.:

Озерск (87), Троицк(82), Снежинск (50), Сатка (45), Магнитогорск (409), Златоуст (189), Миасс (153), Копейск (137), Чебаркуль (43), Кыштым (40), Южно-Уральск (38), Коркино (38)

Структура рынка дистрибьюции Челябинской области на 2009 год

Товарооборот

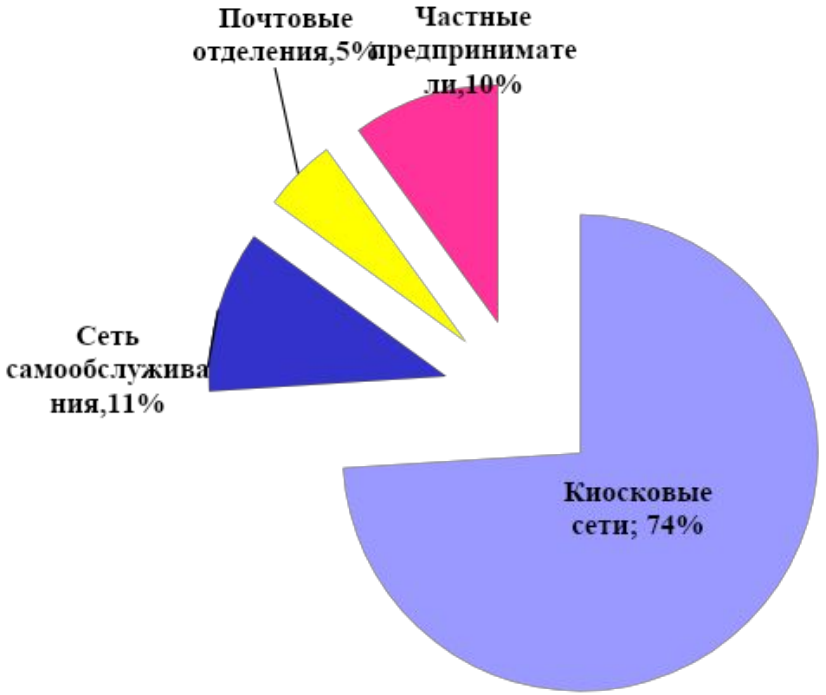
ООО «АЗБУКА»	92,8%
ООО «Межрегиональное агентство подписки» (МАП)	3,4%
ООО «Сейлс»	2,0%
ООО «Центр дистрибуции прессы» (ЦДП)	1,5%
ООО «ТОП-Книга»	0,3%



Структура розничного рынка федеральных изданий 1 полугодие 2009 г.

По количеству торговых объектов

По товарообороту



ОАО «Роспечать» Челябинской области

- ✔ Численность сотрудников - 2077
- ✔ Количество филиалов в области - 16
- ✔ Количество торговых объектов – 650

Типы киосков

Новые проекты киосков

Проект Киоск 5 метров

Проект Киоск 6 метров

Проект Киоск «Овал» 9 метров

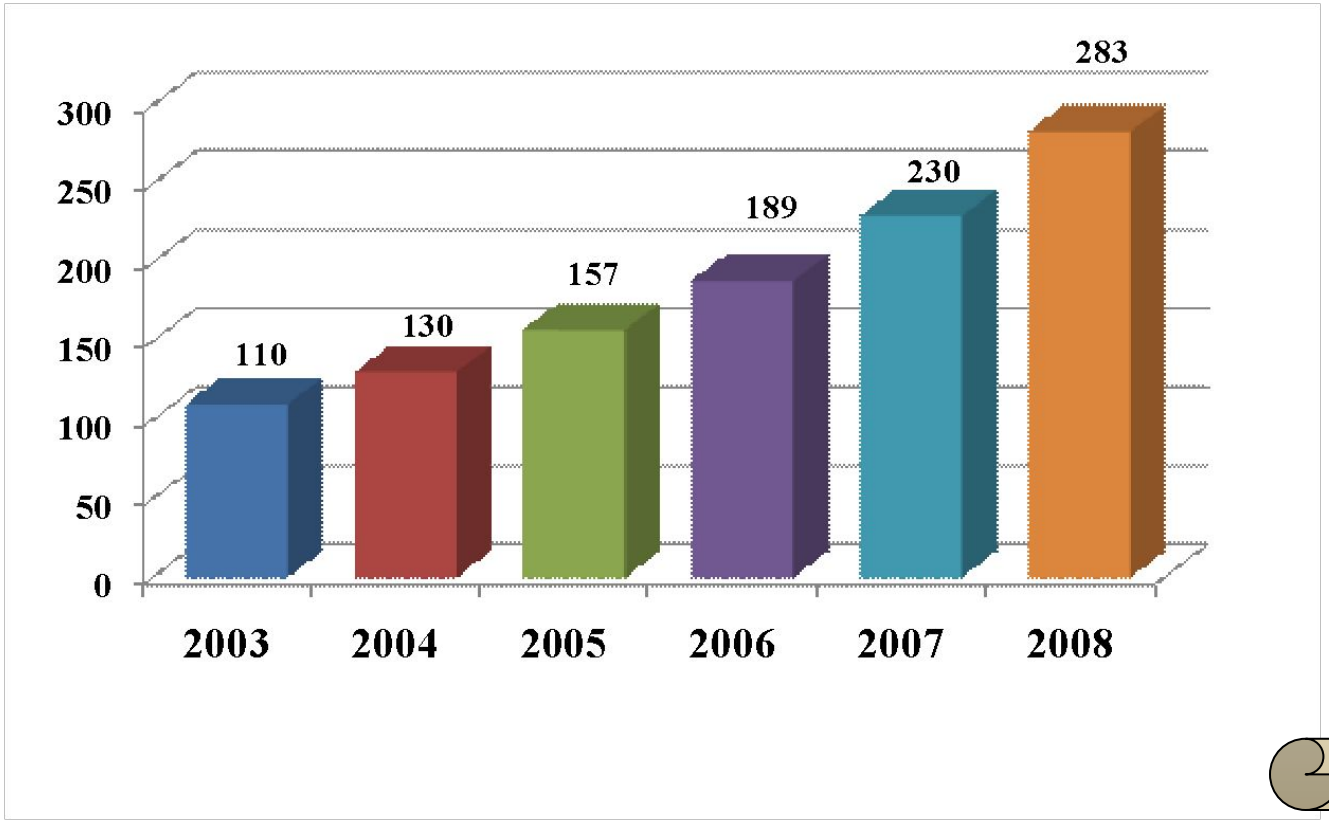
Проект Киоск «Круг» диаметр 4 метра

Основной принцип: Стандартизация!!!

1. Материалов 2. Стёкол 3. «Лодок» с логотипом Роспечать

4. Тамбурной системы разгрузки товара 5. Лайтбоксов для рекламы

Динамика товарооборота за пять лет



Прирост

2004 – 18,33%

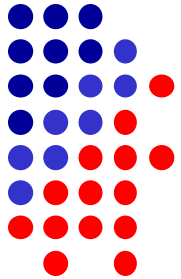
2005 – 20,73%

2006 – 19,75%

2007 – 21,92%

2008 – 23,27%

Экономические реалии на рынке распространения России в 2009 году



- ✔ Увеличение налоговой нагрузки в с связи с переводом государством предприятий с численностью более 100 человек с ЕНВД на общую систему налогообложения (с 1 января 2009 года)
- ✔ Повышение издателем отпускных цен и уменьшение бюджетов на продвижение изданий на месте продаж
- ✔ Рост розничных цен на периодическую печатную продукцию
- ✔ Снижение покупательской способности населения

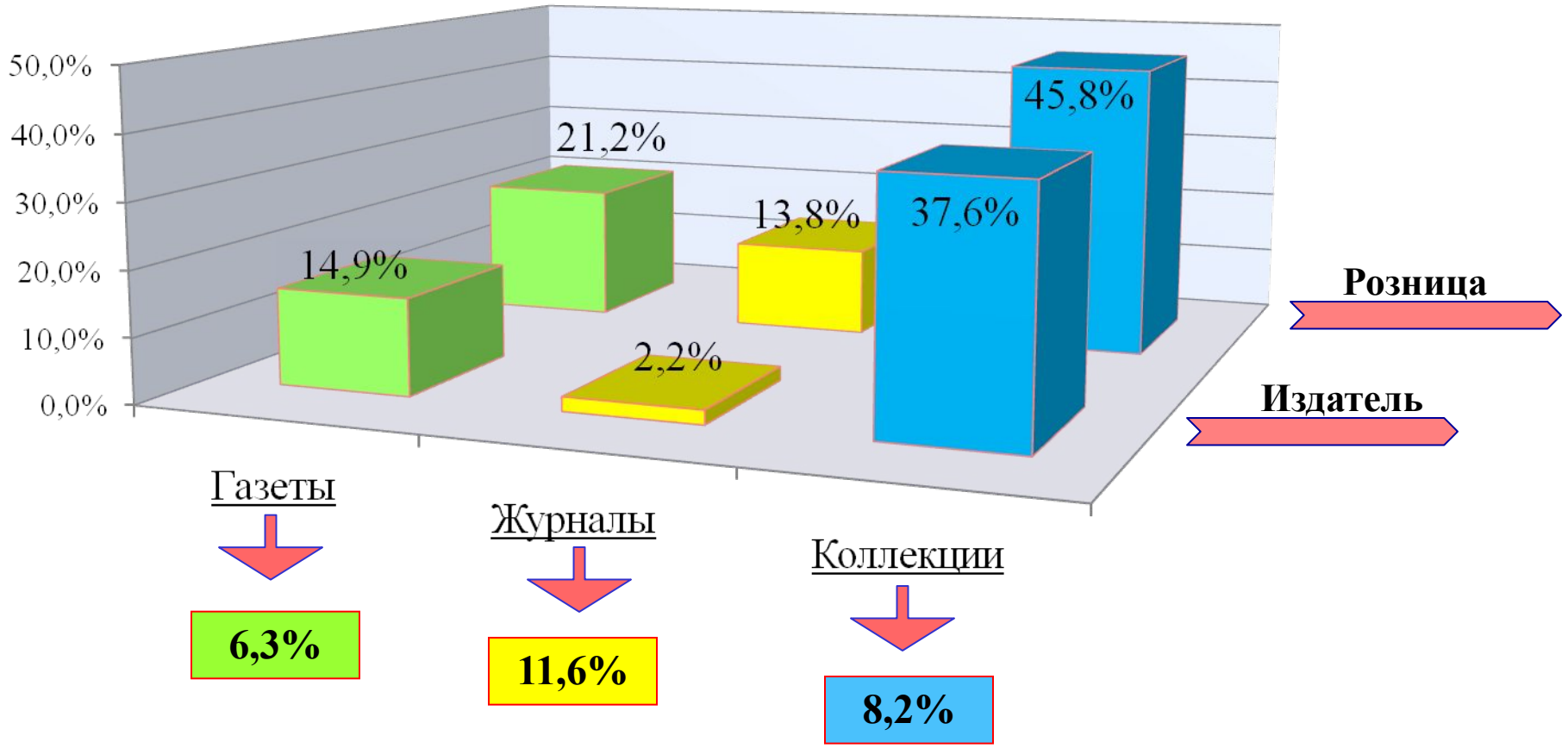
Увеличение налоговой нагрузки в 2009 г.

Вид налога	1 полугодие 2008		1 полугодие 2009	
	Ставка	Налог	Ставка	Налог
ЕНВД		779		-
Отчисления (ЕСН, ОПФ)	*14,2%*	6 793	*26,2%*	14 082
Налог на прибыль	*24%*	1 492	*20,0%*	6 178
НДС	*18%*	1 218	*10%, 18%*	18 011
Транспортный налог		18		24
Налог на имущество	*2,2%*	5	*2,2%*	442
Прочие налоги и сборы		33		101
		10 339		**38 839**

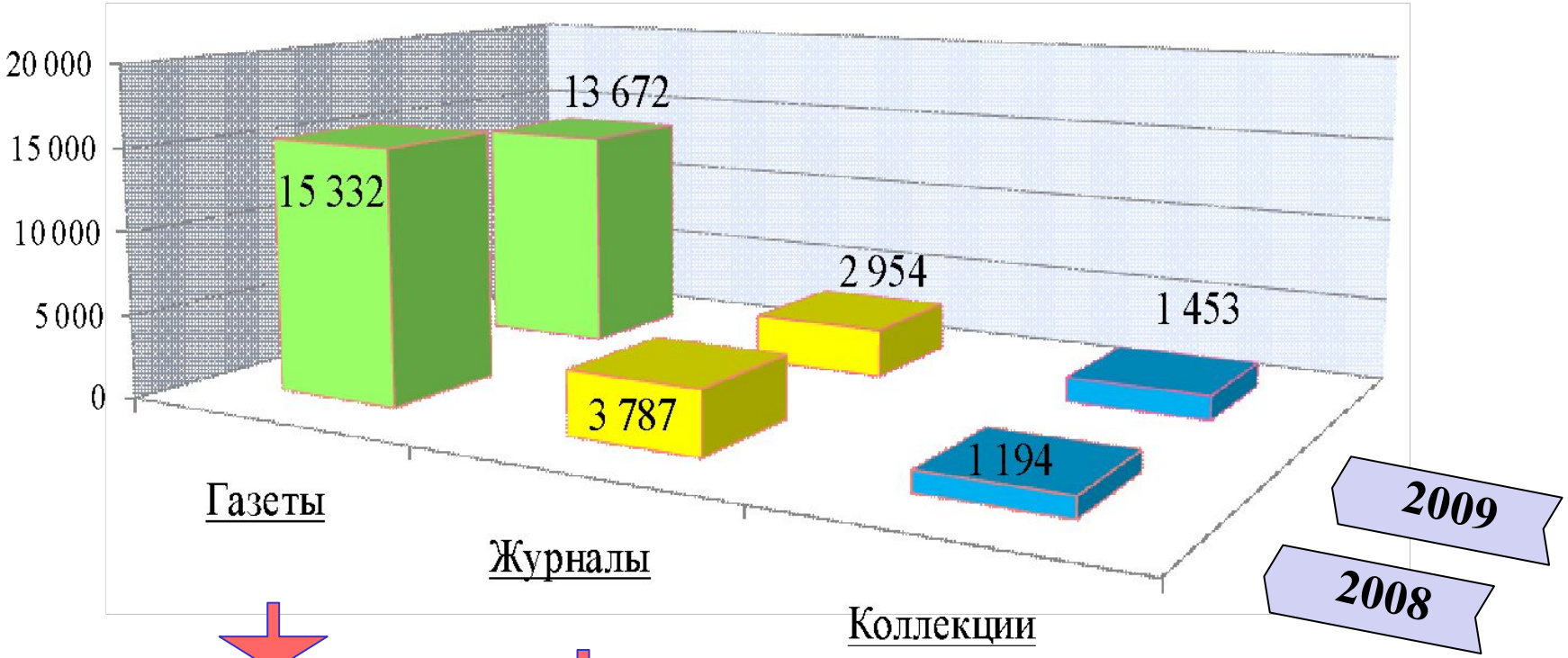
Рост расходов на администрирование налогов – 5,6%

Увеличение налоговой нагрузки – 276% или 3,8 раз

Изменение цен на периодическую печатную продукцию в 2009 году



Падение продаж в экземплярах в 1 полугодии 2009 года



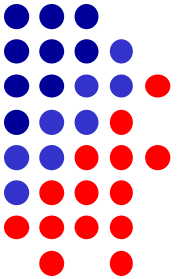
-10,8%

-22,0%

21,7%

Динамика продаж прессы

Экспресс-мероприятия, направленные на поддержание устойчивости предприятия



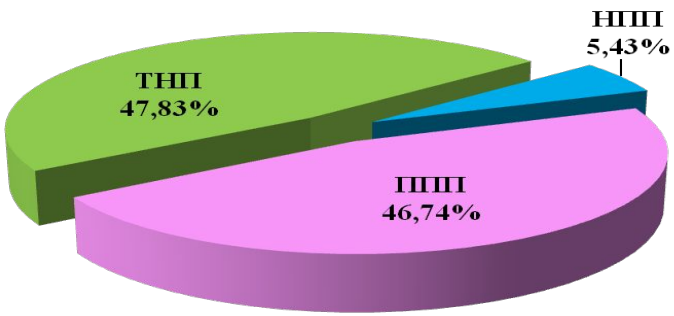
- Сокращение постоянных издержек
- Повышение розничных цен на прессу (20-30%)
- Сокращение инвестиционных программ
- Увеличение потока ввода новых изданий и товаров
- Снижение розничных цен на ТНП

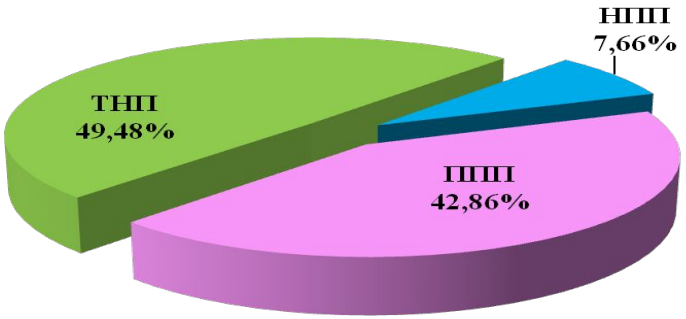
Структура продаж

2008
1 полугодие

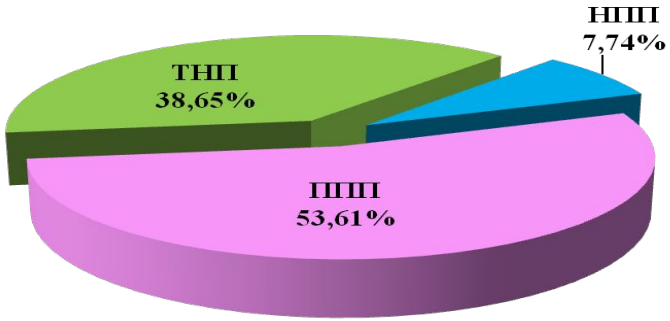
2009
1 полугодие

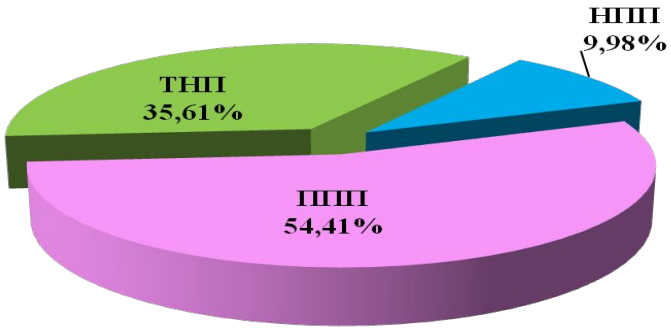
Товарооборот





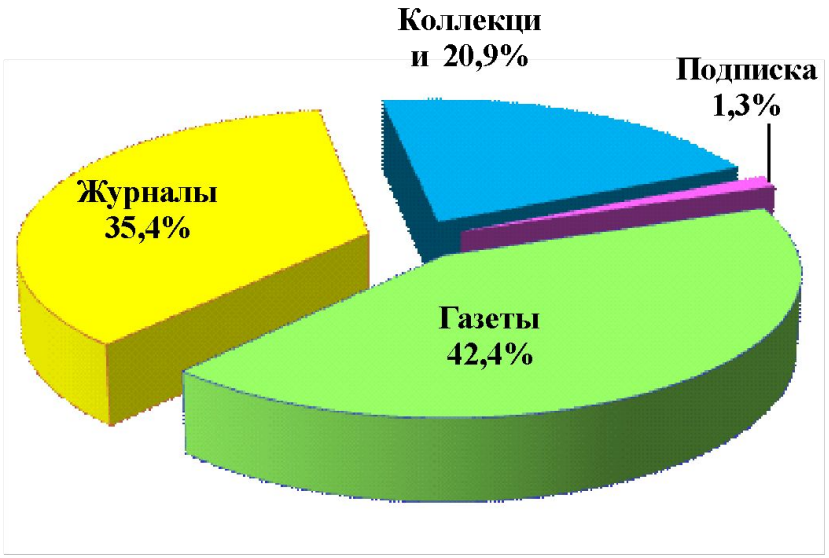
Валовый доход



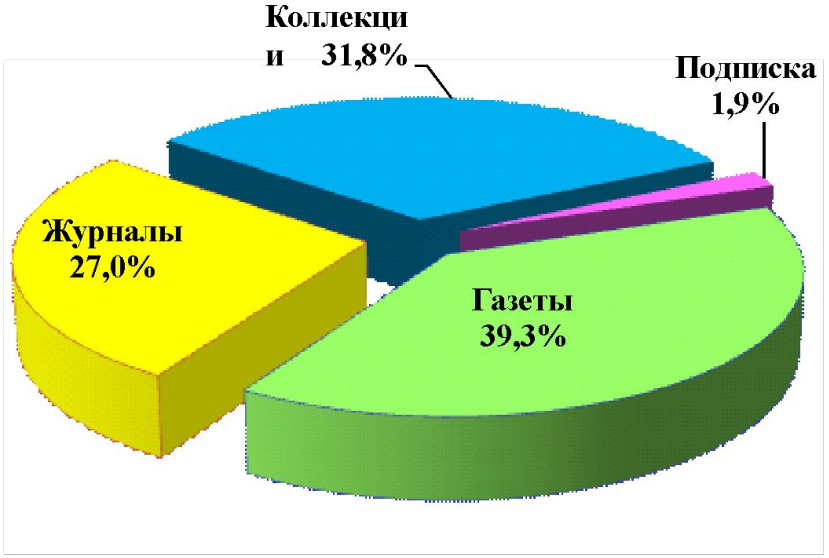


Структура продаж периодической печатной продукции (ППП)

2008



2009

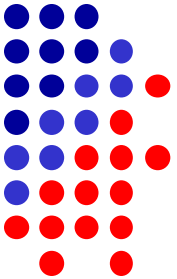


Количество SKU

381	225	32

387	275	31

Периодическая печатная продукция (ППП)
Общие принципы управления классом



- ✔ Структурирование класса по тематическим группам
- ✔ Ранжирование групп по товарообороту и валовому доходу,

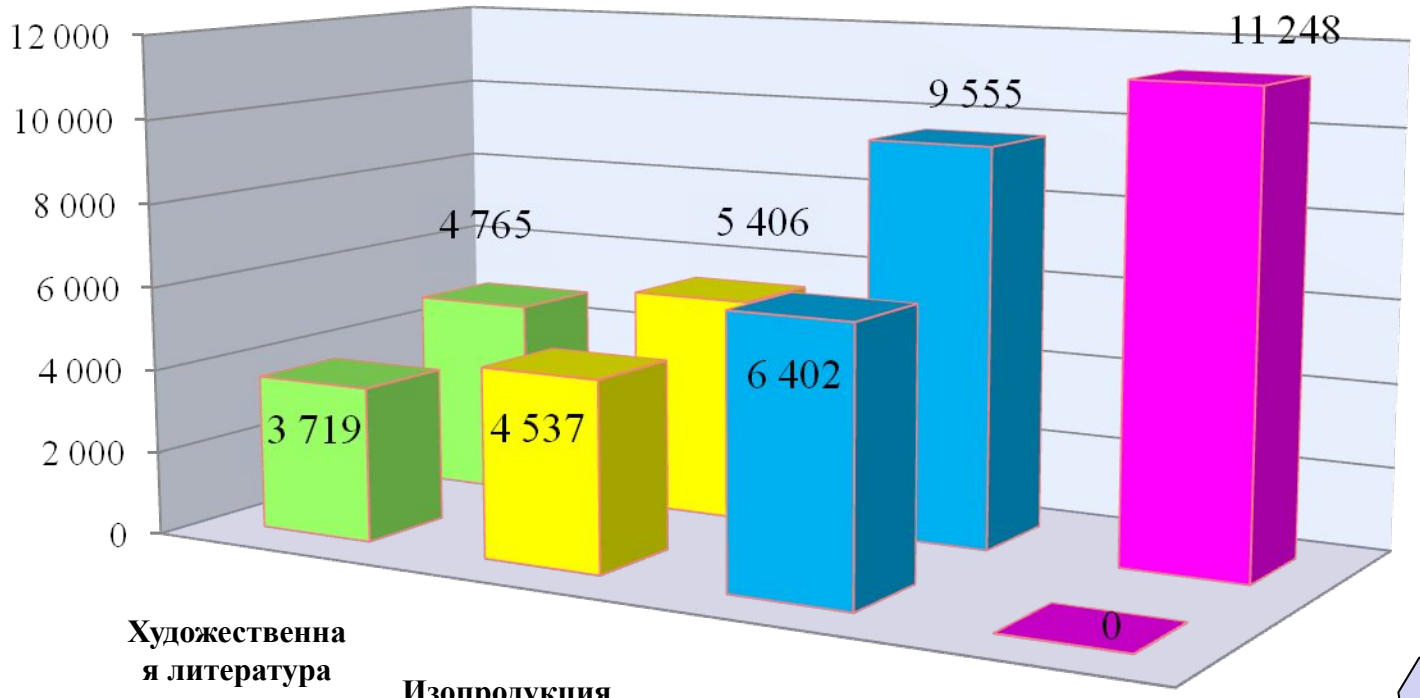
  закрепление категории А в планограмме
- ✔ Сегментирование товара внутри групп по характеристикам (*цветность, форматность, полостность)*
- ✔ Определение эффективной розничной цены
- ✔ Ввод новинок только на тестовый период и закрепление в планограмме
- ✔ Ротация ассортимента на основании положительного прогноза изменения валового дохода и товарооборота

ППП

ABC анализ тематических групп по валовому доходу

№ п/п	Тематики категории **A**	1-ое полугодие 2008		1-ое полугодие 2009	
		Кол-во SKU	Доля в ВД категории	Кол-во SKU	Доля в ВД категории
1	Коллекции	32	26,5%	31	40,9%
2	Кроссворды	94	13,9%	109	13,1%
3	Информационные	33	13,3%	33	11,7%
4	Телегиды	5	12,4%	5	10,4%
5	Женские (общие)	34	8,5%	32	7,1%
6	Детские	44	3,9%	50	4,8%
7	Объявления	3	5,1%	3	3,4%
8	Светское	18	4,1%	20	3,1%
9	Здоровье	24	3,6%	31	3,0%
10	Кулинария	29	2,8%	39	2,6%

Динамика продаж непериодической печатной продукции (НПП)



28,1%

19,2%

49,2%

Сравнительный отчет объема продаж

Автор и название	объем продаж, шт.		
	Челябинск	Екатеринбург	Пермь
Акунин Шпионский роман	23 709	14 744	9 005
Браун Точка обмана	17 540	12 763	8 021
Шелдон Истинное лицо	16 056	12 802	7 309
Пикуль Тайный советник	17 447	12 763	7 422
Стругацкие Обитаемый остров	19 182	13 704	7 782
Солженицын Один день Ив.	14 273	12 180	7 237
Веллер Легенды Невского проспекта	19 894	13 335	8 272
Тарле Наполеон	16 222	12 036	7 769
Кинг Побег из Шоушенка	12 881	10 725	6 351
Задорнов Этот безумный мир	18 835	11 666	7 796
Тополь Красный газ	11 040	9 636	6 782
ИТОГО	**174 198**	**136 354**	**83 746**

Челябинск **Екатеринбург** **Пермь**

Численность населения области

3509 тыс. | 4395 тыс. | 2718 тыс.

Объём продаж штук на 10 тыс. жителей

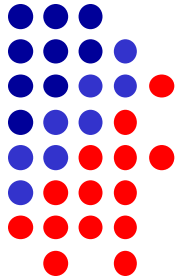
496 штук | 310 штук | 308 штук

Эффективность - **60,7%**

Инструменты эффективных продаж книжной коллекции

- ✔ Централизованное управление каналами сбыта
- ✔ Выделение компетентных управленческих ресурсов (проектное управление)
- ✔ Рекламная поддержка в СМИ и на местах продаж
- ✔ Подготовка , обучение и ежемесячный инструктаж киоскеров и категорийных менеджеров
- ✔ Снятие остатков два раза в неделю, организация допосылов
- ✔ Взаимодействие с категорийными менеджерами в филиалах, еженедельная отчётность
- ✔ Приоритетная выкладка, специальный ценник
- ✔ Специальные премии по результатам продаж

Планограмма размещения продукции



Основные принципы размещения товара внутри планограммы:

1. Доходность

Разделение пространства на сектора -А, Б, В, где

сектор А - издания с высокой доходностью

сектор Б - средней доходность

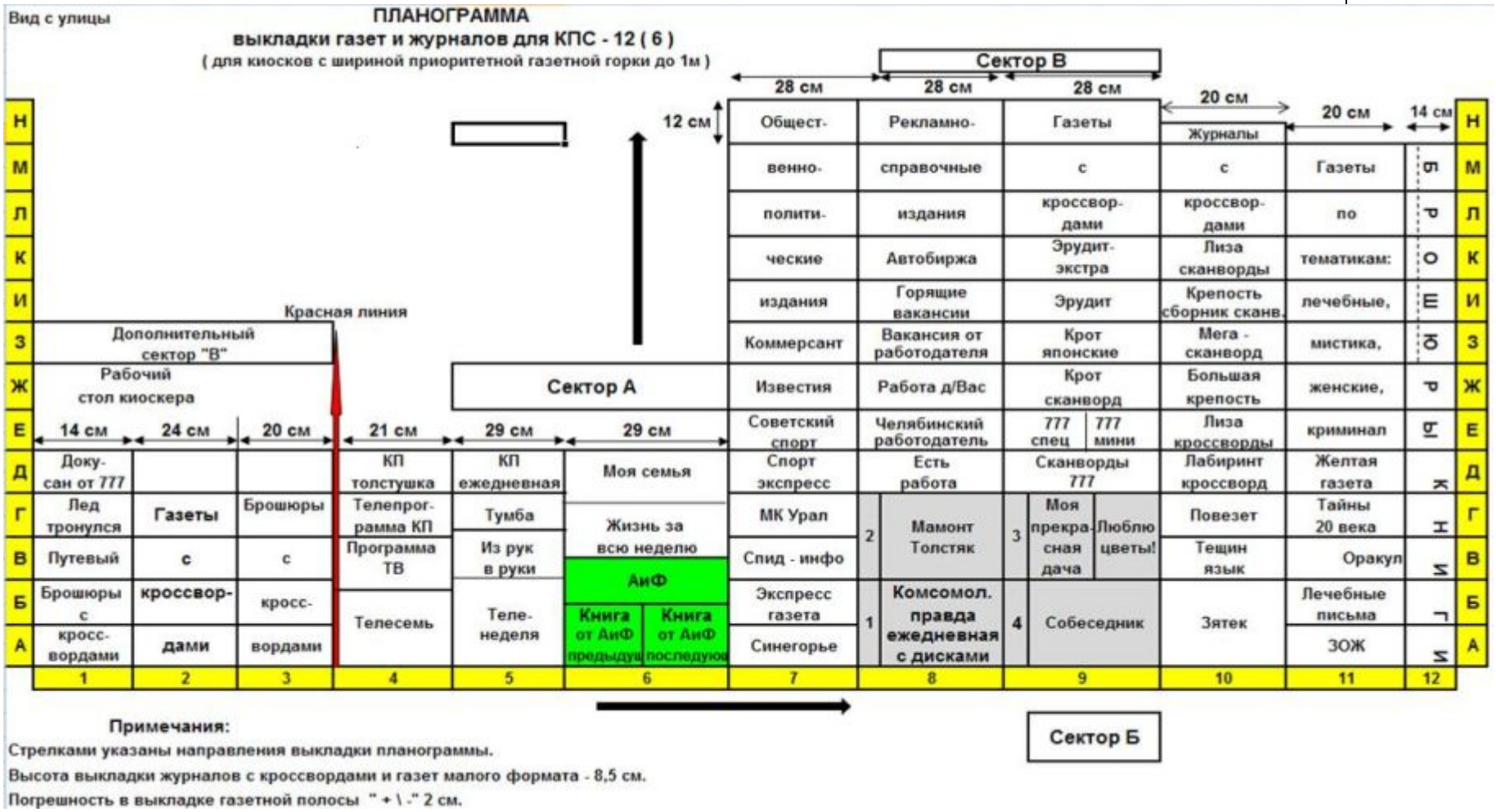
сектор В - ниже средней доходности

2. Форматность

3. Тематика (товарное соседство)

Закрепление размещения продукции в планограмме важный инструмент стабильности и прогноза продаж!!!

Пример газетной планограммы



Выкладка газет

Инструменты продвижения продукции в сети

Рекламно-информационный щит («ухо») представляет собой конструкцию из трех окон на просвет (сквозная видимость), формата А3. Рекламные стенды крепятся по углам фасада киоска, слева и справа

Рекламно-информационные щиты

Киосковая сеть Челябинска:
- 191 правосторонних щита;
- 187 левосторонних щита;

Областная киосковая сеть:
- 346 правосторонних щита;
- 126 левосторонних щита;

В период с 06 марта по 06 апреля 2009 г. в правосторонних щитах г. Челябинска был размещен плакат от газеты ***«Собеседник».***

Результатом проведенных мероприятий стало увеличение проданных экз. газеты на ***40%***

Стикеры

Базовый формат стикеров - высота 8 см, ширина 20 см; макс. длина стикера 80 см

*В период с марта по май 2008 года в киосковой сети г.Челябинск и Челябинской области было размещение стикеров от газеты **«Труд»** под торговым окном. После первого месяца размещения стикера прирост проданных экз. газеты в среднем составил **23%***

Лайтбоксы

ы, рекламир… нал
Русский ре…
е 2008г. был… ы в 39
сах, а в октя… в 20
сах. Благода… ным
ям продажи… росли на
18%

В настоящее время 63 киоска Челябинска оснащены лайтбоксами

Формат плаката для лайтбокса 3А1; 841*1741 мм.

Три остановочных комплекса установлено в Челябинске, рядом с киосками Роспечати.

Каждый комплекс имеет по 4 витрины для плакатов формата 1,5*1,9м;

Приоритетная выкладка на горизонта[illegible]й поверхности киосков.

(процент вид[illegible]ложки зависит от формата издания)

После оказания услуг по приоритетной выкладке издания ***«Жёлтая газета»*** *в киосках г. Челябинска и г. Копейска в марте 2008г., прирост продаваемых экземпляров составил* ***22,5%***

Приоритетная выкладка на вертикальной ... киоска

Выклад
Формат
Видимо **00%**

В перио
07.06.08 ***иа»***
выстав *но со*
100% ви *ски*
во всех к *нска.*
Продажи издания выросли на

Выкладка в тематической нише.
Видимость обложки до 100%

После размещения журнала ***«Планета женщины»*** *в тематической нише в период март-апрель 2009г. в киосках г. Челябинска, прирост продаж составил* ***10%***

Продажи ДО выкладки в тематике

Продажи ПОСЛЕ выкладки в тематике

Спасибо за внимание!!!

Директор по управлению продажами ОАО «Роспечать» Челябинской области

Семеров Дмитрий Владимирович e-mail: dircom@rosp.uu.ru