

Секция «Журналистика»

Антикризисная стратегия регионального медиапредприятия во время глобального финансового кризиса 2008-2010 гг. (на примере ФГУП ВГТРК "ГТРК-Тула")

Кривохина София Алексеевна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистики,
Москва, Россия*

E-mail: sophiyka@inbox.ru

Телевещатели меньше, чем печатные СМИ, пострадали из-за глобального финансового кризиса 2008-2010 гг. Падение доходов от рекламы наблюдалось в первый период кризиса (до весны 2009 года). Это было связано с некоторой паникой, наблюдавшейся среди рекламодателей. Но вскоре медиаменеджеры большинства крупных телекомпаний отметили возвращение рекламных средств, которые достигли докризисного уровня уже к лету 2009 года. <?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

Антикризисная стратегия федеральных СМИ заключалась в том, чтобы принять все возможные меры для максимальной экономии денежных средств и удержания не ушедшего рекламодателя системой скидок и дополнительных услуг. В результате проведения антикризисных мер было уволено значительное число таких сотрудников, как фрилансеры, наиболее востребованы были медиаменеджеры, продюсеры, умеющие работать в сложный кризисный период. Глобальный экономический кризис привел к тому, что несколько изменился и контент федеральных телеканалов: были свернуты некоторые дорогостоящие проекты, запущены более интеллектуальные досуговые телепередачи.

Особенность антикризисных стратегий региональных СМИ заключалась в строгой экономии, включавшей в себя затраты на кадровый состав, средства, которые журналисты тратили на канцтовары, интернет-обслуживание и мобильную телефонию. Что касается федеральных партнеров региональных каналов, то они оказывали финансовую помощь (как в случае с ВГТРК и его региональными партнерами), а также проводили совещания и конференции, на которых обсуждались способы выжить в кризисной ситуации. Некоторые сетевые каналы в связи с недостатком средств у региональных партнеров расторгли договоры с ними, сократили время эфира «региональных окон», как это было в случае с медиа-холдингом РЕН ТВ.

Глобальный экономический кризис 2008-2010 гг. имел не только отрицательные, но и некоторые положительные стороны. С регионального рынка ушли наиболее слабые элементы, научив выживать в любой ситуации самых сильных, а также изменился контент в лучшую сторону, в некоторых случаях даже привлек новых рекламодателей.

Литература

1. Литература

2. 1. Антикризисное управление: Учебник. – 2-е изд., доп. и перераб. / Под ред. проф. Э.М. Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – (высшее образование).
3. 2. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003.
4. 3. Жарковская Е.П., Бродский Б.Е. Антикризисное управление: Учебник. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Омега-Л, 2007. – (Серия «Высшая школа менеджмента»).
5. 4. Интервью с главным редактором отдела телевидения ФГУП ВГТРК «ГТРК «Тула».
6. 5. Интервью с Ю.В. Мещеряковой, директором дирекции по региональному развитию медиахолдинга «РЕН ТВ».
7. 6. Основы медиабизнеса: Учеб. Пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2009.
8. 7. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой/ Богданова Т.А., Градов А.П. и др.; Под ред. Градова А.П. и Кузина Б.И. – СПб.: Специальная литература, 2006.
9. 8. Филенков П. Ю. – выступление на Медиаклубе организованном компанией «Бизнес Медиа Консалт».
10. 9. <http://www.banknn.ru/?id=169519>
11. 10. <http://evrazia.org/news/10092>
12. 11. <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1075071>
13. 12. <http://www.mediajobs.ru/media/639>
14. 13. <http://www.mk.ru/social/article/2010/07/15/516839-pervyie-itogi-postkrizisnogo-televideniya.html>
15. 14. <http://news.tvsl.ru/tv/Kak-otechestvennye-SMI-perezvivajut-finansovyj-krizis/>
16. 15. <http://www.newsreklama.ru/news/1822.html>
17. 16. <http://www.reclama.su/>
18. 17. <http://www.tns-global.ru>
19. 18. http://www.socreklama.ru/analytics/archive.php?ELEMENT_ID = 501219. <http://www.tv.net.ua/news/tv/772-viktorija-sjumar-krizis-kak-vozmozhnost.html>