



# **Госзаказ: клиент не всегда прав**

Адиль Джалилов, Международный центр  
журналистики MediaNet, 2015

# Госзаказ

- С точки зрения рынка, рыночной логики
- С точки зрения эффективности для заказчика, целесообразности
- С точки зрения долгосрочных перспектив
- С точки зрения конкурентоспособности отечественных СМИ

# Традиционная схема:

## Заказчик (клиент) – исполнитель

- Критерии: качество/цена, репутация, оперативность и др. в конкурентных условиях
- Заказчик стремится получить лучшее качество за меньшую цену

# В медийном сегменте рынка

- ✓ Позиционирование
- ✓ Улучшение имиджа, репутации
- ❖ Увеличение продаж (доход)
- ✓ Информирование целевых аудиторий (акционеров, инвесторов) о деятельности, результатах
- ✓ Дискредитация конкурентов
- ✓ Антикризисные меры

# Качество:

Для измерения качества нужны критерии, замеры, фокус-группы,

НО:

- В Казахстане, например, госзаказ на веб-ресурсах замеряется квадратными сантиметрами
- Нет исследований восприятия аудиторией месседжей, материалов госзаказа, нет пре- и посттестирования продукции
- Как можно замерить эффективность таких заказов:

ГУ Комитет информации и архивов Министерства культуры и информации Республики Казахстан	НЕЗАВИСИМАЯ ТЕЛЕКОМПАНИЯ ТОО РАХАТ-ТВ	Организовать производство и трансляцию программ об укреплении семейных ценностей, духовно-нравственной культуры	2010	4 800 000	Республика Казахстан
---	---	---	------	-----------	----------------------

- Организовать производство и трансляцию программ об укреплении семейных ценностей, духовно-нравственной культуры (4,8 млн. тенге )

# **АО "Республиканская телерадиокорпорация "Казахстан"**

- Подготовка и освещение вопросов направленных на формирование у детей дошкольного и школьного возраста нравственных и духовных ценностей, патриотизма, уважительного отношения к истории и культуре народа Казахстана через телевидение на государственном и/или русском языках

# Неординарные условия:

- Покупка лояльности СМИ – крупный контракт
- Полное приобретение СМИ – как стратегического ресурса и/или как прибыльного ресурса



# Покупка лояльности

- В Казахстане:
- Лояльность приобретается, но не выгодно, чтобы СМИ были прибыльными и не зависели от госзаказа. Клиенту нужна полная лояльность редакции. Иначе говоря, в идеале госзаказ, с точки зрения заказчика, должен быть доминирующей долей дохода редакции.

# Полное приобретение СМИ:

- Часть СМИ, которые традиционно являются государственными, считаются стратегическими (наибольший охват аудитории, тираж).

## НО:

- Однако условия меняются. Например, печатные СМИ стремительно теряют аудиторию.
- ГосСМИ также, ориентируясь на заказчика, а не на аудиторию, изначально не ориентированы на рейтинги
- Заказчик содержит СМИ и оплачивает еще его работу

# Есть ли резон в суммах содержания «стратегических» СМИ

2014 год:

- газета «Егемен Қазақстан» - 5,3 млн долл
- АО «Хабар» - 78 млн долл.

# Для сравнения

- бюджет Euronews 75 млн. евро.
- При этом Еврокомиссия предоставляет каналу 25 млн. евро.
- Контрольный пакет акций с 2015 года принадлежит египетскому миллиардеру Нагибу Савирису, купившему 53% канала за 35 млн евро.

# «Скрытое» содержание СМИ

ГУ Комитет информации и архивов Министерства культуры и информации Республики Казахстан	АО «Республиканская газета «Егемен Қазақстан»	Публикация объявлений о конкурсе на замещение административных вакантных должностей государственных служащих, публикация о конкурсе на замещение вакантных должностей судей, официальное опубликование законодательных актов и постановлений Конституционного Совета Республики Казахстан, нормативных правовых Указов Президента Республики Казахстан и постановлений Правительства Республики Казахстан, нормативных правовых актов центральных исполнительных и иных центральных государственных органов Республики Казахстан, постановлений Верховного Суда, Национального Банка, Центральной избирательной комиссии Республики Казахстан, а также информационное сопровождение государственной политики в сфере внутренней и внешней политики, экономики, социально-культурной жизни и реализации стратегических и программных документов, освещение Послания Главы государства народу Казахстана и хода его реализации, освещение деятельности Главы государства и Правительства Республики Казахстан (на казахском языке)	2012	359 998 500	Республика Казахстан
---	---	--	------	-------------	----------------------

# Странные заказы

ГУ Управление внутренней политики Южно-Казахстанской области	АО «Республиканская газета «Егемен Қазақстан»	Публикация позитивных материалов о Послании Президента, о социально-экономическом развитии области, о работах исполнительной власти (на государственном языке)	2011	10 000 000	Южно-Казахстанская область
ГУ Управление внутренней политики Южно-Казахстанской области	АО «Республиканская газета «Егемен Қазақстан»	Публикация позитивных материалов о Послании Президента, об социально-экономическом развитии области, о работах исполнительной власти	2010	9 950 000	Южно-Казахстанская область

# Странные заказы

ГУ Комитет информации и архивов Министерства культуры и информации Республики Казахстан	АО "Республиканская телерадиокорпорация "Казахстан"	«Производство анимационного видеоролика»	2010	60 000 000	Республика Казахстан
---	---	--	------	------------	----------------------

- Производство анимационного ролика 60 млн тенге (2010)

# Странные заказы

ГУ "Отдел внутренней политики г.Усть-Каменогорска"	АО "Республиканская телерадиокорпорация "Казахстан"	Услуги информационные, не включенные в другие группировки	2012	3 940 000	Восточно-Казахстанская область
--	---	---	------	-----------	--------------------------------

ГУ "Управление внутренней политики Акмолинской области"	АО "Казконтент"	Размещение государственного информационного заказа посредством web - сайта информационного агентства	2012	3 850 000	Акмолинская область
---	-----------------	--	------	-----------	---------------------



# Звучит вполне

ГУ "Управление внутренней политики Мангистауской области"	АО «Республиканская газета «Егемен Қазақстан»	Публикация социально-экономических и общественно-политических событий области. Выпуск очерков, интервью с руководством области, города, района, села об авторитетных и известных людях региона (на казахском языке)	2011	7 500 000	Мангистауская область
---	---	---	------	-----------	-----------------------

- **Объективное отражение!! (??)**

ГУ "Управление внутренней политики Актюбинской области"	АО «Республиканская газета «Егемен Қазақстан»	Объективное отражение социально-экономического развития и освещение основных общественно-политических, социально-экономических событий из жизни Актюбинской области на государственном языке через республиканские периодические печатные издания	2009	2 988 912	Актюбинская область
---	---	---	------	-----------	---------------------

- Люди, которых содержат налогоплательщики, проводят мероприятие, на которое идут средства налогоплательщиков, привлекают СМИ, которых содержат налогоплательщики, платят им еще средства (часто выше рыночных), чтобы они освещали это мероприятие.
- То есть, налогоплательщики оплачивают весь цикл, не могут повлиять на эти суммы, потребовать качество, снижения затрат, контролировать контент, выбрать заказчика и т.д.

С точки зрения

- долгосрочных перспектив
- конкурентоспособности отечественных СМИ

СМИ работают не в рыночных условиях, не борются за аудиторию, их доход полностью зависит от госзаказа. Без госзаказа они не выживут, а значит не востребованы рынком и аудиторией.

- Если СМИ не могут выжить без госзаказа, значит, они неконкурентоспособны. Есть ли смысл поддерживать нежизнеспособные ресурсы?
- Есть ли смысл вкладывать в них и/или подсаживать на «иглу» госзаказа
- Исходя из краткосрочных задач, заказчик получает результат – факт освещения, но вряд ли это полноценный результат – качество и доведение сообщения до аудитории