|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **МІНІСТЭРСТВА ІНФАРМАЦЫІ**  **РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ** |  | **МИНИСТЕРСТВО ИНФОРМАЦИИ**  **РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ПРАТАКОЛ |  | ПРОТОКОЛ |
| 26.12.2018 № 22 |  |  |
| г. Мінск |  | г. Минск |

заседания общественно-консультативного

(экспертного) совета по развитию

предпринимательства

Председательствующий – П.Н.Лёгкий

Секретарь – Г.П.Пархимович

Присутствовали: Бельская Н.П., Брашко Н.Н., Гусаченко С.А., Лебедик М.П., Маланяк И.Н., Макаров Д.Г., Мелешко В.Н., Нечай А.П., Павлова Е.С., Рябоволов В.А., Соколов И.Н., Ярёменко С.П.

Приглашенные:

Адашкин Алексей Васильевич – главный редактор студии радио Национального филиала (представительства) Межгосударственной телерадиокомпании ”Мир“ в Республике Беларусь;

Богдан-Лесников Владимир Викторович – директор унитарного предприятия ”Новое радио“;

Лихорад Олег Викторович – главный редактор унитарного предприятия ”Новое радио“;

Сопия Наталья Александровна – заместитель генерального директора ОДО ”АНВИК“.

**Повестка дня:**

1. Перспективы развития рынка FM-вещания.

**1.СЛУШАЛИ:**

**Лёгкий П.Н.** – предложил всем присутствующим поучаствовать в дискуссии о том, необходимо ли на данном этапе принимать какие-либо меры по сдерживанию насыщения рынка FM-вещания его новыми игроками.

Исходя из того, что рекламные бюджеты не очень велики, появление новых игроков может привести к тому, что пострадает часть сектора, которая выполняет социальную нагрузку, информирование наших граждан.

В этой связи Лёгкий П.Н. предложил проинформировать о фактическом состоянии дел на данном рынке, а также высказаться относительно того, может ли привести дальнейший количественный рост рынка FM-вещания к определенной угрозе либо же, наоборот, это хорошо, когда приходят сильные игроки и вытесняют слабых.

**ВЫСТУПИЛИ:**

**Богдан-Лесников В.В.** – отметил, что конкуренция на рынке необходима, так как она стимулирует к развитию и, благодаря ей, мы делаем шаги вперед. Однако интересна конкуренция со стороны таких же радиостанций, как наша, а конкуренция со стороны СМИ других стран тяжела, так как между нами неравные условия. У них уже все есть, раскрученное имя, капитал и, поэтому, бороться с ними сложно. Наша радиопрограмма старается выпускать качественный продукт, для чего необходимы большие затраты, исследование аудитории и т.д.

Однако, бизнес – это одна сторона вопроса, вторая – это информационная безопасность государства. Бизнес позволяет зарабатывать деньги, давать качественный контент, но информационная составляющая должна превалировать.

В целом, мы не против конкуренции, но конкуренции здоровой.

**Лихорад О.В.** –дополнил, что у радиопрограммы ”Новое радио“ большие бюджеты уходят на исследование аудитории, на изучение ее спроса. Но есть радиостанции, которые приходят на наш рынок уже с именем и определенным форматом, который не исследуется на рынке. В результате получается, что многие радиостанции скапливаются в одном месте, и, наоборот, есть аудитории, которые не обслуживаются до сих пор. Такие радиостанции будут преследовать всегда исключительно свои цели. Поэтому, если мы говорим о развитии рынка нашей страны, то предпочтение надо отдавать тем, кто здесь, кто достаточно плотно общается со своей аудиторией.

**Адашкин А.В. –** отметил, что белорусский рынок FM-вещания и так высококонкурентный, в Минске 23 радиостанции. Это значит, что белорусские слушатели не обделены. Однако объем рынка рекламы в последнее время уменьшился. Если придут новые игроки, то они возьмут себе часть рекламы и в итоге пострадают белорусские радиостанции, их доходы еще уменьшатся.

**Лёгкий П.Н.** – сообщил, что Министерство информации, как регулятор в данной сфере, не хотело бы, чтобы рынок оказался в одних руках. Но сегодня эта угроза реально существует.

**Богдан-Лесников В.В.** – проинформировал, что создаваемый в Республике Беларусь радиовещательный продукт не хуже российского и украинского аналога. В частности, УП ”Новое радио“ работает как лучшие радиостанции мира. Если мы даже откажемся от влияния извне, то мы собственными силами сможем обеспечить нашу аудиторию хорошим контентом и гарантировать информационную безопасность государства.

**Соколов И.Н.** – сообщил, что, исходя из собственного опыта, сложилось убеждение, что пока мы будем пребывать в информационном облаке российского влияния, до тех пор в широких слоях общественности будут формироваться и оставаться в сознании традиционные небелорусские информационные модели поведения и восприятия информации. И наоборот, чем больше информации будет о Беларуси, тем быстрее будет воспринят контент наших белорусских СМИ, так как людям интересно знать, что происходит именно в их городе, их доме и их подъезде. У нас есть и западные новости, и восточные, но все это точечные вещи, которые не создают иллюзию безопасности. Говоря о формировании безопасного и приносящего прибыль информационного поля, нужно понимать, что это информационное поле в целом, и в целом его формировать.

**Лёгкий П.Н.** – отметил, что если мы хотим создать такое информационное поле, то мы должны создавать и соответствующие конкурентные преимущества. Наши партнеры по Евразийскому экономическому союзу принимают все меры, чтобы закрыть свое информационное пространство, защитить его и вырастить там что-то свое. Отношение к информационной сфере в каждой стране-участнице ЕАЭС очень щепетильное, и это, наверное, та сфера, в которой решение о свободном перемещении товаров, услуг, капитала и рабочей силы будет коллегами по ЕАЭС принято в последнюю очередь.

**Сопия Н.А. –** сообщила, что в настоящее время конкуренция на рынке очень велика. При этом, конкурировать хорошо со своими белорусскими радиостанциями, а не с теми, кто приходит на наш рынок с иностранным капиталом.

**Соколов И.Н.** – отметил, что, несмотря на то, что белорусы прекрасно вещают на русском языке, на сегодняшний день на российском рынке нет ни одной белорусской радиостанции. При предоставлении доступа иностранным вещателям на наш рынок, важно чтобы было преимущественное участие белорусов в их пакетах, чтобы мы могли оказывать влияние на их вещательную политику.

**Богдан-Лесников В.В.** – сообщил, что для изучения и анализа аудитории радиопрограммы ”Новое радио“ организация пользуется исследованиями единственной компании, которая находится за пределами Республики Беларусь. В планах организации создать вокруг себя благоприятную среду, взрастить какие-то организмы на нашем рынке, чтобы деньги оставались государству. Тем самым мы будем оказывать помощь рынку. У иностранных субъектов цель противоположная – вывоз денег за границу.

**Лёгкий П.Н.** – отметил, что с темой исследования аудитории Министерство информации столкнулось в связи с исследованием телевизионного рынка. Вставало очень много вопросов. Мы хотим добиться того, чтобы на уровне измерителя все было честно и справедливо.

**Богдан-Лесников В.В.** – считает, что, с одной стороны, измерения не должны возглавляться государством, так как тогда их не примут транснациональные компании. Но влиять на выбор измерителя, как в России и Украине, возможно. У них есть радиокомитеты с участием представителей соответствующих министерств, которые выступают заказчиками измерений, проводят тендеры. К этому необходимо стремиться и нам.

**Лёгкий П.Н. –** считает, что надо двигаться по аналогии с телевизионным рынком. Несколько телеканалов объединяются в одну ассоциацию, которая выступает заказчиком медиаизмерений. Государство в этом процессе не участвует. Такой порядок повышает доверие крупного международного бизнеса к измерителям. Хотелось бы, чтобы радийщики и региональные СМИ объединились в такие союзы, ассоциации, тогда бы было проще решать любые вопросы. Сегодня для нас было важно услышать мнение хотя бы нескольких игроков этого рынка. Если это будет интересно для всех или хотя бы для 50% игроков, то мы с удовольствием поддержим эти начинания. К следующему заседанию общественно-консультативного совета подумаем собрать более широкий круг и еще раз более детально обсудить данный вопрос.

**Ярёменко С.П. –** считает, что бояться конкуренции не стоит, так как живая конкуренция всегда нужна. Когда мы ориентируемся на чужой контент, мы подтягиваем и свой. Регулятор должен не только четко отслеживать рынок, но и предоставлять соответствующие полномочия. Полностью закрывать рынок неправильно, важно сделать его четко управляемым, чтобы он не наносил вред информационной безопасности государства.

**Богдан-Лесников В.В.** – сообщил, что закрываться полностью **–** это плохо, это стагнация рынка. Борьба контента должна быть всегда, в противном случае будет неинтересно.

**Лёгкий П.Н. –** отметил, что главное, чтобы эта конкуренция была честной и справедливой. Учитывая, что наш рынок небольшой, его легко разбалансировать. Достаточно прийти одному игроку, вложить большие деньги в рекламу, и весь рынок разбалансирован. Что касается отстаивания своих прав, то когда встает вопрос о корректировке законодательства, например, в сфере кабельных операторов, мы встречаемся не с отдельными кабельными операторами, а с их объединенным союзом, с теми, кто выражает общий интерес. Так обсуждался законопроект по вопросам рекламы, в котором принимали активное участие и Мининформ, и МАРТ и ТОС. Поэтому, для отстаивания своих законных прав и интересов, предлагаем вам объединяться в ассоциации. Нам, как регулятору, гораздо интереснее и проще работать с ассоциациями, нежели с каждым в отдельности.

**Решили:**

В 2019 году провести заседание общественно-консультативного совета с участием более широкого круга представителей сферы радиовещания и еще раз более детально обсудить вопрос перспектив развития сферы FM-вещания, в том числе создания ассоциаций в данной сфере.

Голосовали: ”за“ – 14 человек

”против“ – нет

”воздержались“ – нет.

Председательствующий П.Н.Лёгкий

Секретарь Г.П.Пархимович