



# **АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА**

**По материалам  
печатных СМИ и  
интернет-изданий**

**01.10.08 – 31.10.08**

## Содержание отчета

**1.**

**Аналитика**

**2.**

**Характеристика медиа-поля**

**3.**

**Основные каналы  
распространения информации**

# Содержание отчета

**1.**

## **Аналитика**

- **Общая характеристика информационного поля**
- **Развитие рынка телекоммуникаций**
- **Представление Компании «Х» в медиа-поле**
- **Новости компаний**
- **Рейтинг активности компаний**
- **Тональность сообщений**

# Общая характеристика информационного поля

База для анализа в ОКТЯБРЕ  
составила 705 публикации в 212  
источниках, из которых:

- ✓ 106 печатных изданий
- ✓ 99 интернет-сайтов
- ✓ 7 ведущих информ. агентств

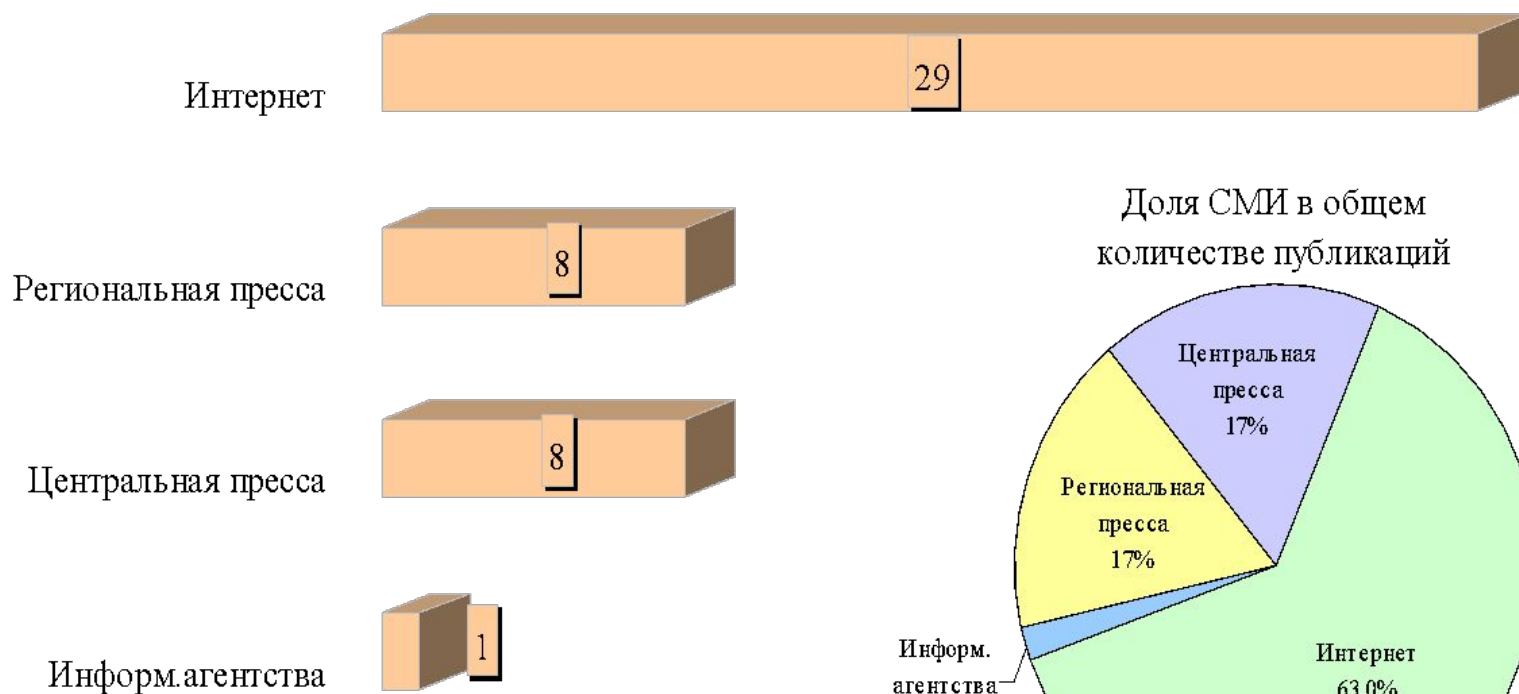
Предметом  
анализа  
являлись  
материалы,  
посвященные  
телекоммуника  
ционному  
рынку,  
Компании «Х»  
и ее  
конкурентам:

Исследуемые компании			
1	Компания 1	14	Компания14
2	Компания 2	15	Компания15
3	Компания 3	16	Компания16
4	Компания 4	17	Компания17
5	Компания 5	18	Компания18
6	Компания 6	19	Компания19
7	Компания 7	20	Компания20
8	Компания 8	21	Компания21
9	Компания 9	22	Компания22
10	Компания 10	23	Компания23
11	Компания 11	24	Компания24
12	Компания 12	25	Компания25
13	Компания 13	26	Компания26

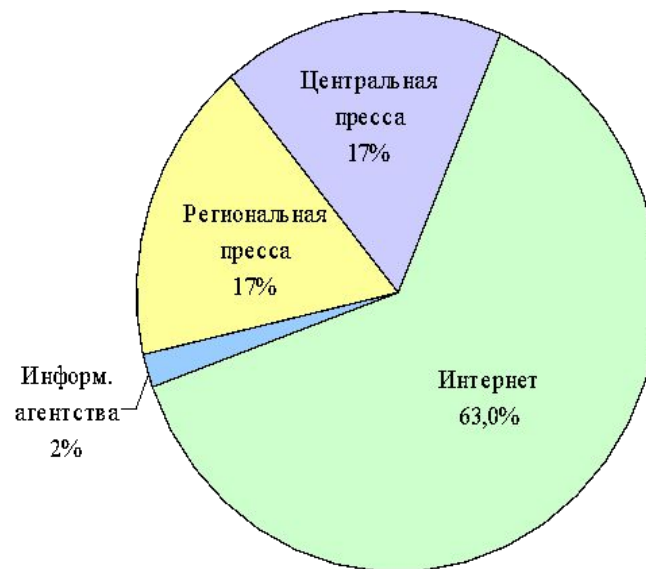
# Общая характеристика информационного поля

Распределение материалов (количество), посвященных исследуемой теме в печатных СМИ и интернет изданиях

Количество публикаций



Доля СМИ в общем количестве публикаций



# Развитие телекоммуникационного рынка (по материалам аналитических статей)

## Влияние кризиса.

### **Падение спроса.**

Очевидно, что рост цен и падение доходов как жителей Украины, так и предприятий приведет к значительному, а иногда и радикальному изменению их потребительского поведения. Из-за вынужденного сокращения их расходов на связь перед операторами возникает реальная перспектива уменьшения выручки. Это будет происходить на фоне традиционно высоких для отрасли объемов взятых операторами кредитов, условия обслуживания которых ухудшатся в связи с кризисом банковской системы. В результате вполне вероятным видится сценарий банкротства отдельных игроков, считавшихся столпами украинского телекома. Что будет сопровождаться неизбежным переделом рынка.

.....

# Развитие телекоммуникационного рынка (по материалам аналитических статей)

## Влияние кризиса.

### **Слияния и поглощения.**

На сегодняшний день отечественный рынок слияния и поглощения характеризуется увеличением концентрации на традиционно конкурентных рынках, а именно: молочной продукции, производства соков, зерновых и масляных культур, строительства, а также в секторе телекоммуникационных услуг.....

Украинские Радиосистемы (ТМ Билайн Украина) переживают сейчас слияние с Голден Телекомом, однако, по наблюдению специалистов, выгод от объединения бизнеса пока не видны: «Проекты Голден Телекома подвисают: развитие WiMAX заморожено, широкополосный доступ по технологии FTTB показывает ничтожные продажи, ряды мобильных бизнес-абонентов ГТ редуют, сдан в архив распиаренный в свое время FMC-проект на базе конвергенции GSM и Wi-Fi сетей.».....

# Развитие телекоммуникационного рынка

(по материалам аналитических статей)

## Влияние кризиса на розницу.

### Поиск путей минимизации риска.

Перечень первоочередных мер, предпринимаемых компаниями в условиях кризиса:

1. Сокращение постоянных издержек (введение системы сдельной оплаты труда, увольнение неключевых для компании кадров, снижение арендной платы за счет уменьшения арендуемой площади, аутсорсинг кадров).
2. Сокращение переменных издержек (поиск поставщиков более дешевого сырья, аутсорсинг технологических процессов).
3. Внедрение системы управленческого учета для контроля издержек.
4. Отказ от инвестиционных программ.
5. Отказ от экспансии на новые рынки либо, напротив, поиск новых рынков для сбыта скапливающейся на складах продукции.
6. Ценовой демпинг.
7. Отказ от дорогостоящих маркетинговых исследований, рекламоносителей, программ продвижения на рынке и программ лояльности клиентов.
8. Объединение с конкурентами под одним наиболее сильным брендом; продажа контрольного пакета акций более успешному игроку рынка. .



# Развитие телекоммуникационного рынка (по материалам аналитических статей)

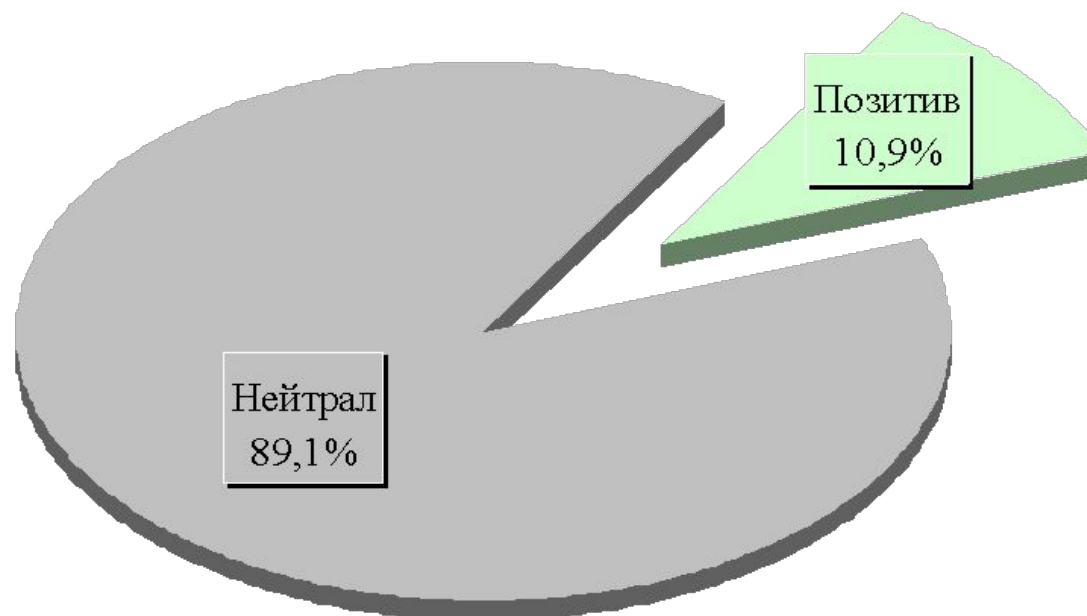
## Прогнозы.

Вице-президент МТС по корпоративным коммуникациям Андрей Тербенин считает, что телекоммуникационная отрасль находится не в такой сложной ситуации, как металлургическая или автомобильная. Хотя и признает, что, по прогнозам аналитиков компании, потребители все-таки будут пересматривать свои расходы, что скажется на выручке операторов. Тем не менее, по словам технического директора МТС-Украина Джеффа Хаули, в связи с мировым финансовым кризисом компания повременит с инвестициями в дополнительные сервисы и услуги, сосредоточившись на развитии GSM-связи. Когда человека уволили, он первым делом начинает обзванивать рекрутинговые компании и рассылать резюме, то есть активно пользуется телекоммуникационными услугами, — считает директор по развитию бизнеса компании Фарлеп-Оптима (ТМ Вега) Константин Колесов

.....

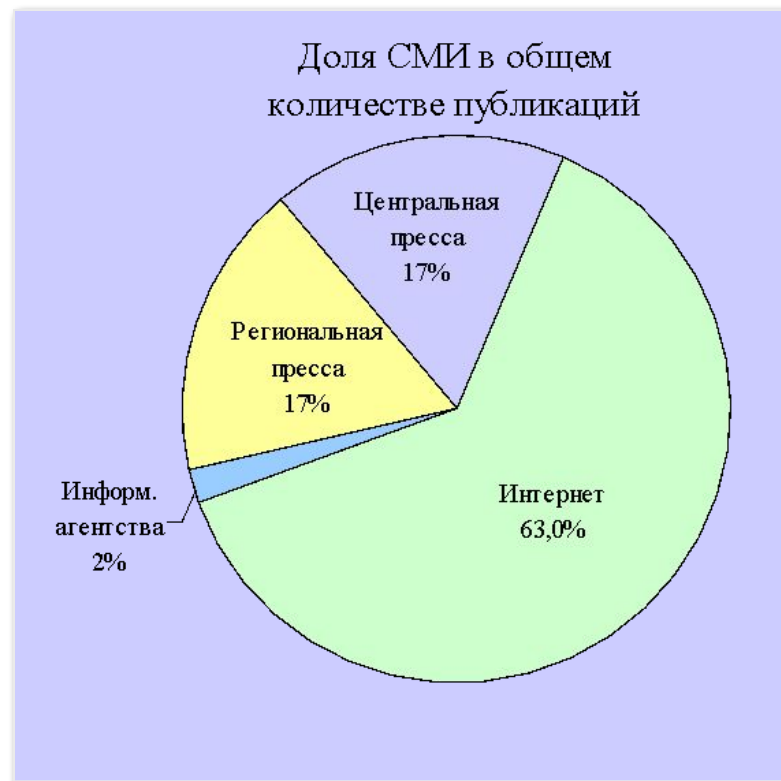
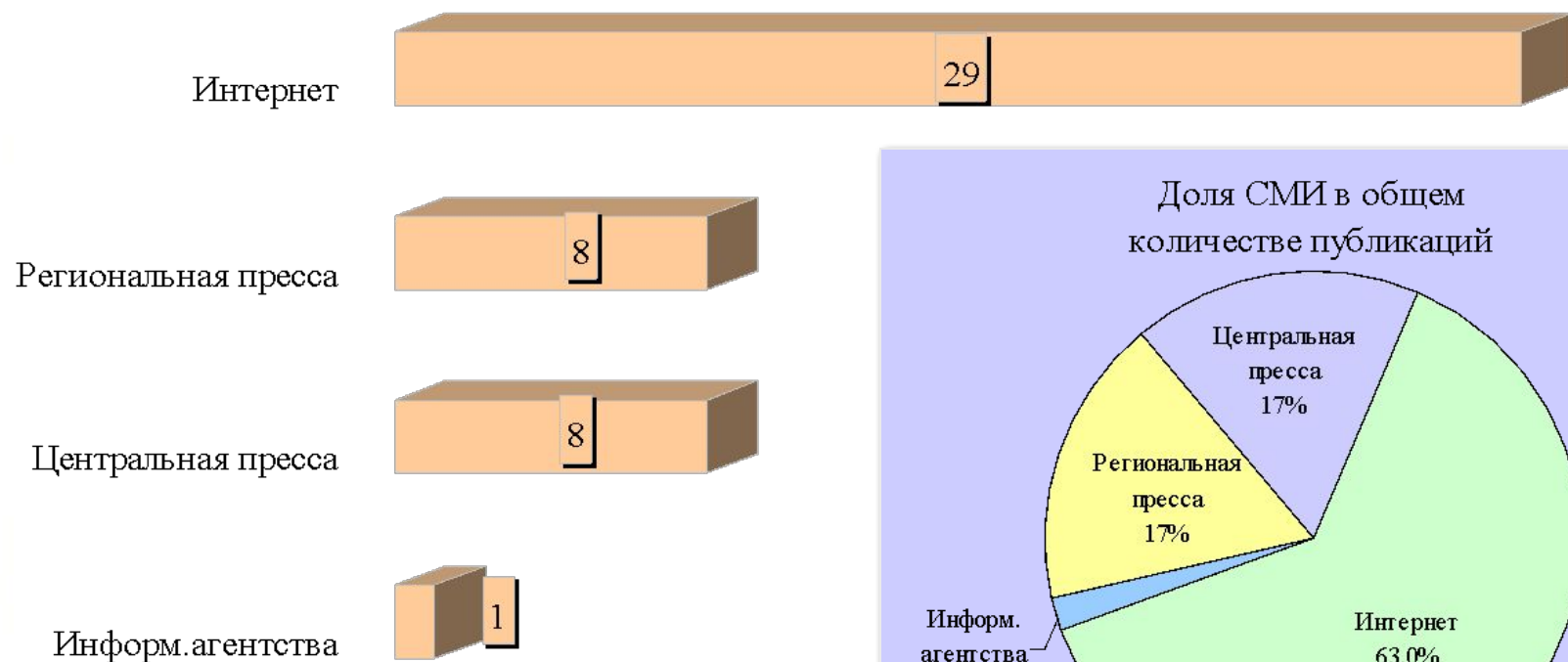
## Представление компании «Х» в медиа-поле

В октябре компания упоминалась в 46 публикациях, что на 16 больше, чем в сентябре. Увеличилась и доля «Х» в публикациях до 6,5% против 4,6% сентября. Следует отметить, что в отчетном периоде абсолютно отсутствуют статьи с негативной тональностью о компании.



# Представление компании «Х» в медиа-поле

Количество публикаций



## Резонансные новости о компании «Х» в октябре:

- ❖ 7 публикации (15,2%) в октябре были посвящены теме .....
- ❖ 5 публикаций (10,8%) освещалась тема.....;
- ❖ в 8 (17,4%) публикациях «Х» упоминается как .....
- ❖ 43,5% от общего числа публикаций содержат случайные упоминания о компании.

### Случайное упоминание

**Фокус (Киев)**

**24.10.2008 2:54:00**

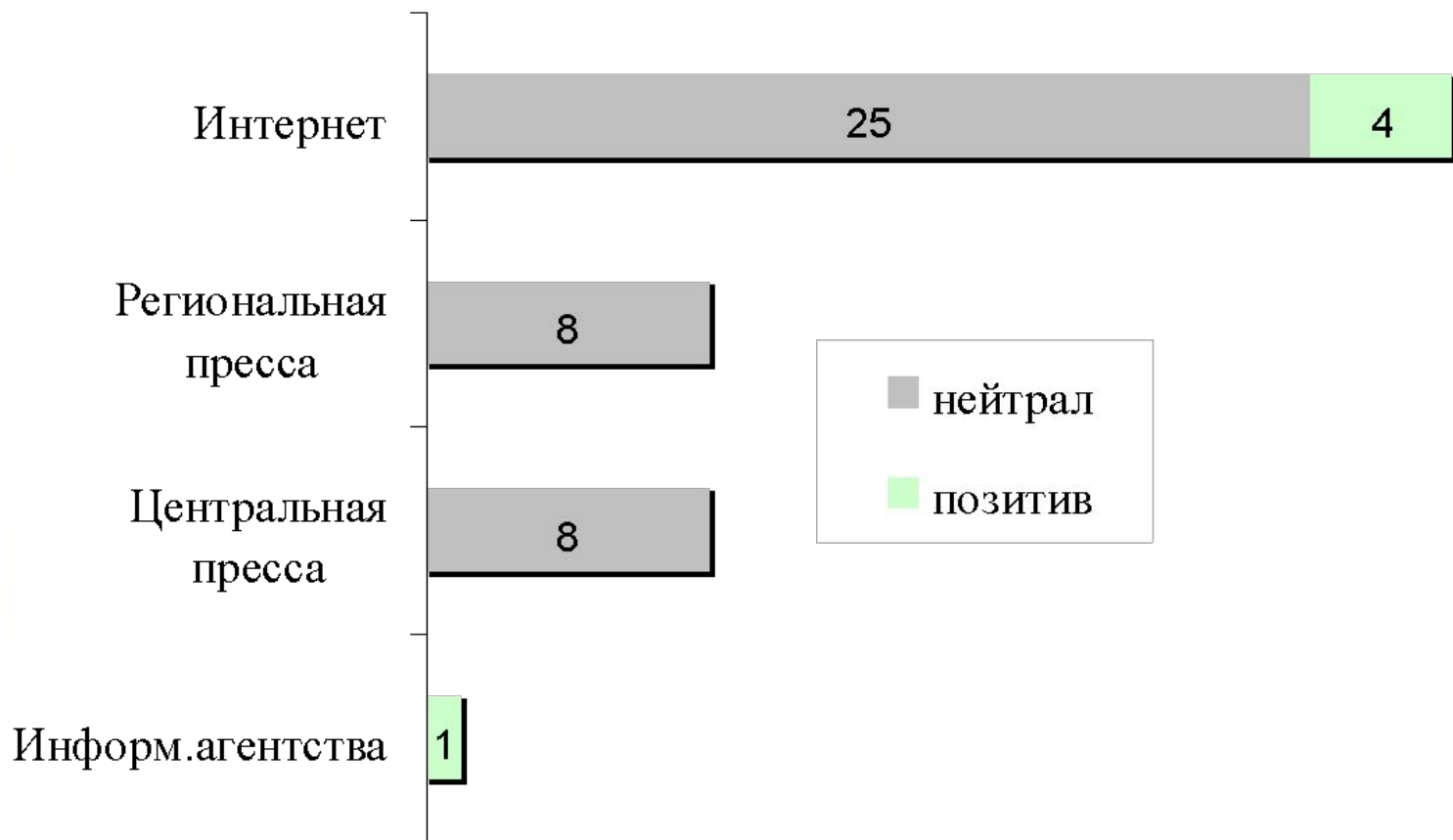
.....

.....

.....

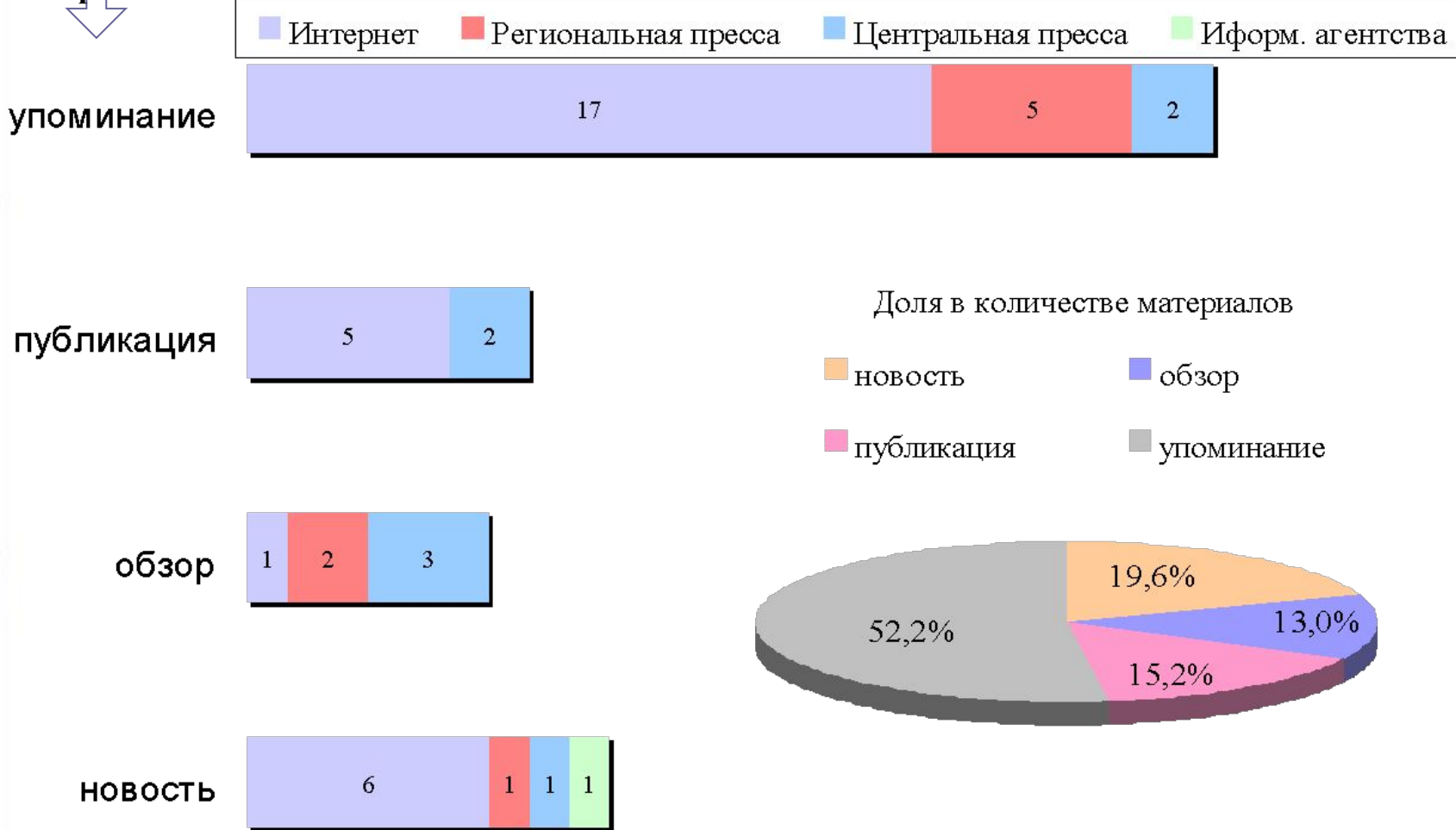
## Тональность сообщений о компании «Х»

Количество материалов



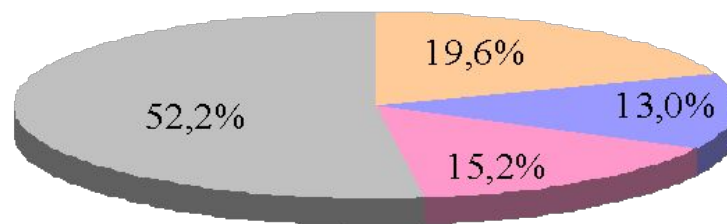
# Количество публикаций с упоминанием компании «Х»

Количество материалов



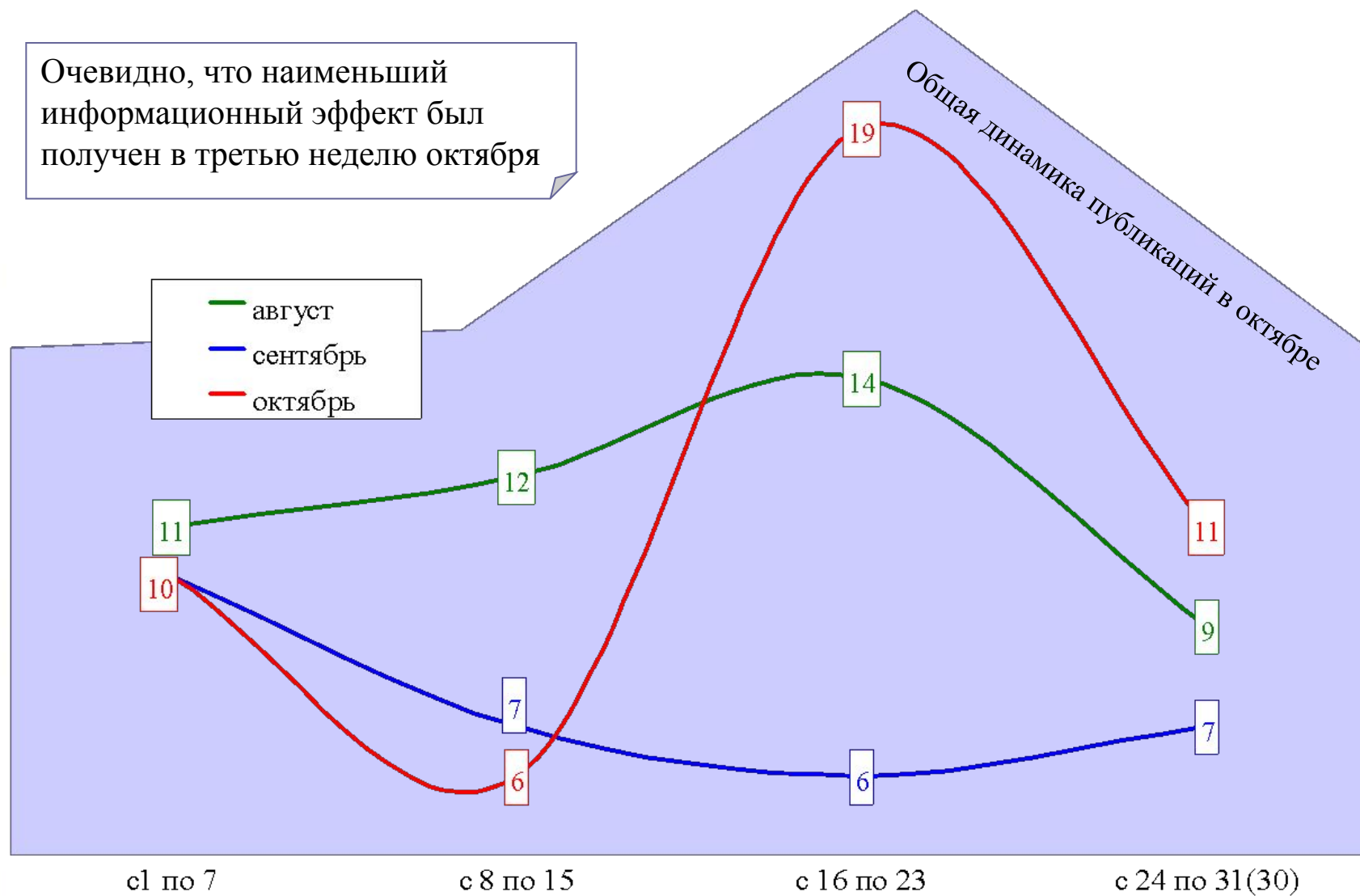
Доля в количестве материалов

- новость
- публикация
- обзор
- упоминание



# Динамика публикаций, в которых упоминалась компания «Х»

Очевидно, что наименьший информационный эффект был получен в третью неделю октября



## СМИ, в публикациях которых упоминалась компания «Х» в октябре

Источник	Количество публикаций	Источник	Количество публикаций
Building Media Group Украина	3	Банк Аваль	1
Агентство корпоративных новостей	3	Бизнес (Киев)	1
Retai Net	2	Ваш шанс (Сумы)	1
SocMart (Аналитика недвижимости)	2	Восточный проект (Донецк)	1
Sostav.ua	2	Все о банках Украины	1
Галицькі контракти (Киев)	2	Деловой журнал (Киев)	1
Недвижимость (www.realt.ua)	2	Житомирщина (Житомир)	1
С-Портал	2	Коммерсант-Украина	1
Строительный портал	2	Компаньон online	1
Agent.com.ua	1	Новый формат (Херсон)	1
Commercial Property	1	Подробности	1
Commercial Property (Киев)	1	РБК- Украина	1
Kramatorsk.INFO	1	Ринок.biz	1
PROPR.com.ua	1	Фокус (Киев)	1
PR-центр	1	Херсонський вісник (Херсон)	1
Publicity	1	Экономические известия (Киев)	1
RetailStudio.org	1	Эхо (Житомир)	1
AGRICULTURE	1		

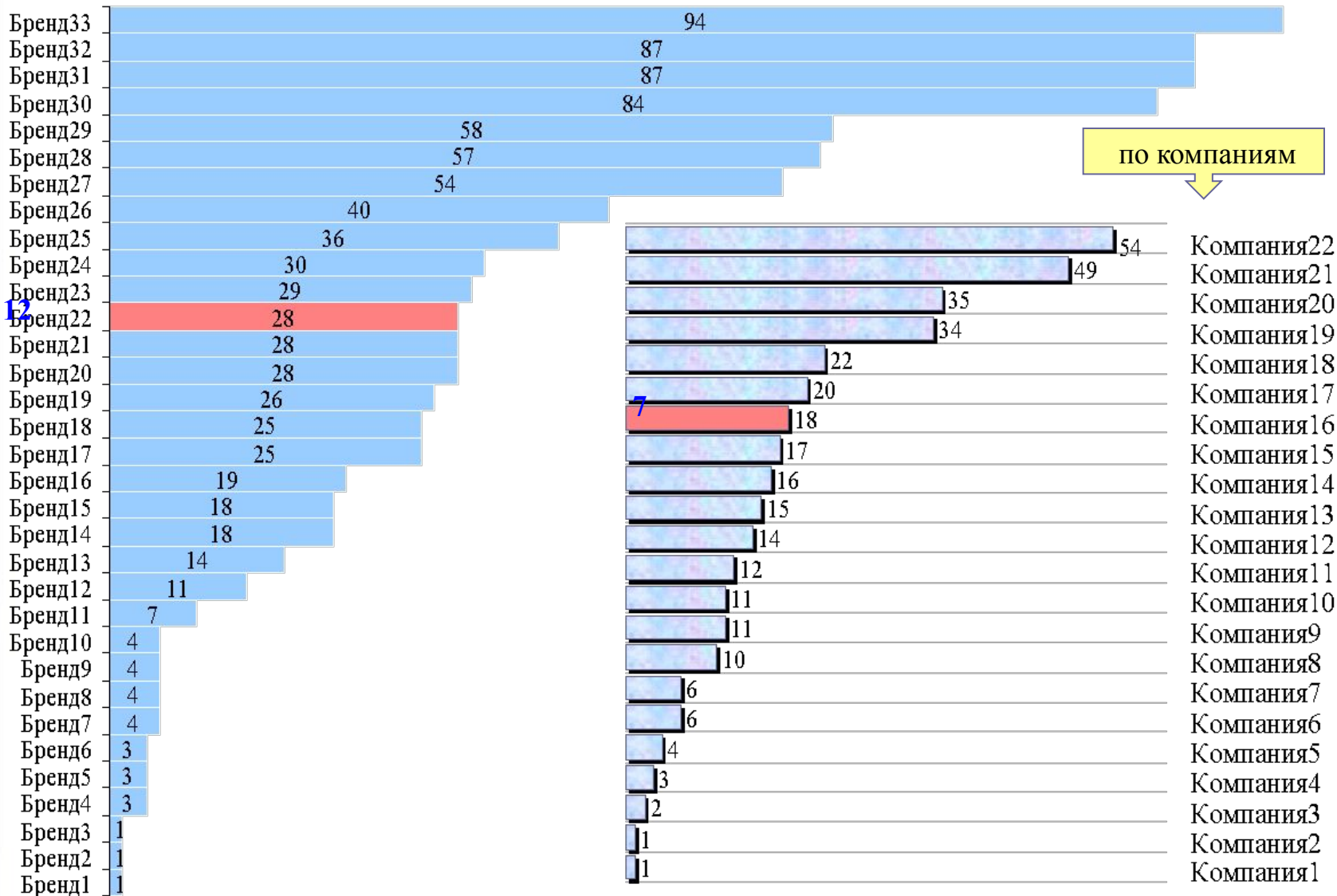


## Новости компаний

- ❖ Группа компаний «Фарлеп-Оптима» будет предоставлять комплексные услуги Triple Play (фиксированная телефония, широкополосный доступ в Интернет и цифровое телевидение) под единым зонтичным брендом Vega вместо разрозненных брендов «Фарлеп», «Оптима», ЦСС, Ucomline и др. Такого шага от «Фарлеп-Оптимы» ожидали давно. Уже несколько лет холдинг скупает разнородные телекоммуникационные активы, но их организационное слияние затягивалось. Сейчас, по словам генерального директора управляющей компании «Фарлеп-Инвест» Юрия Чуйкова, группа из 33 юридических лиц готова к фактическому объединению, предполагающему единые стандарты ведения бизнеса и единые тарифы. Окончательное слияние компаний произойдет уже во втором квартале 2009 года.
- ❖ Украинский оператор International Telecommunication Company (ИТС, торговая марка CDMA Ukraine) завершил сделку по приобретению мобильного подразделения телекоммуникационной компании "Велтон.Телеком" .....

# Рейтинг активности по количеству материалов (компании и бренды)

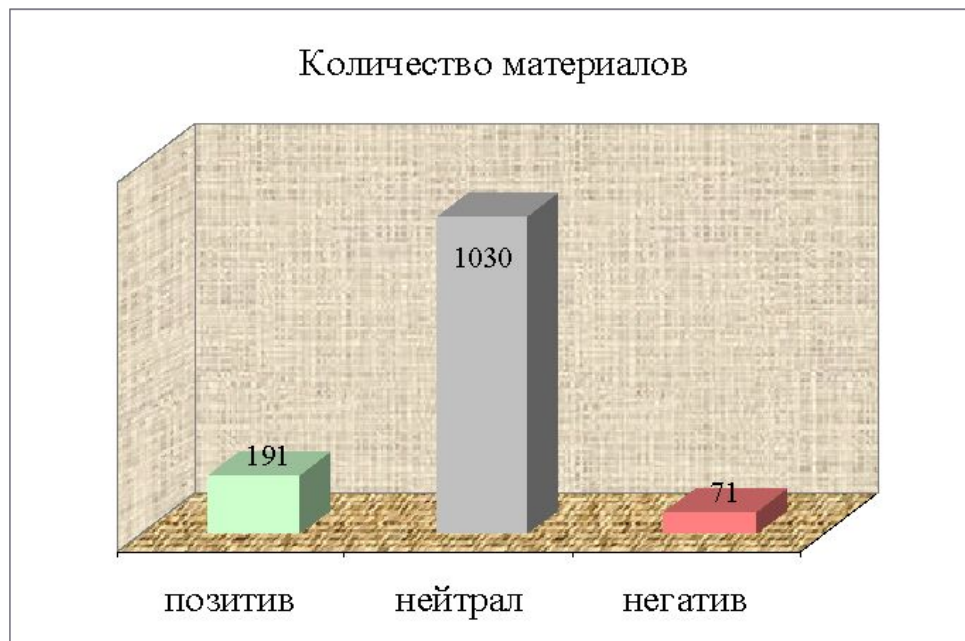
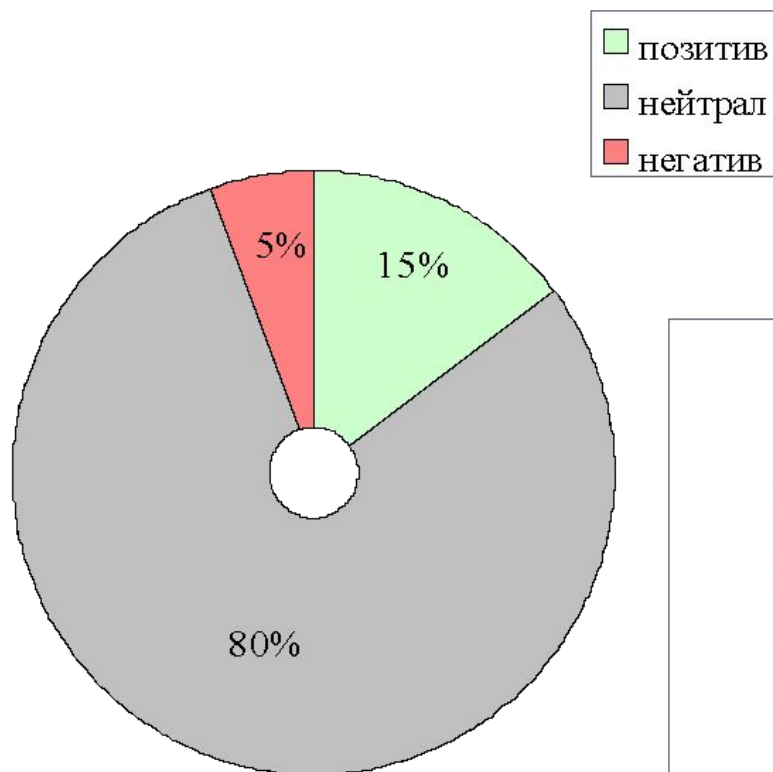
по брендам



# Тональность сообщений

(общая по компаниям)

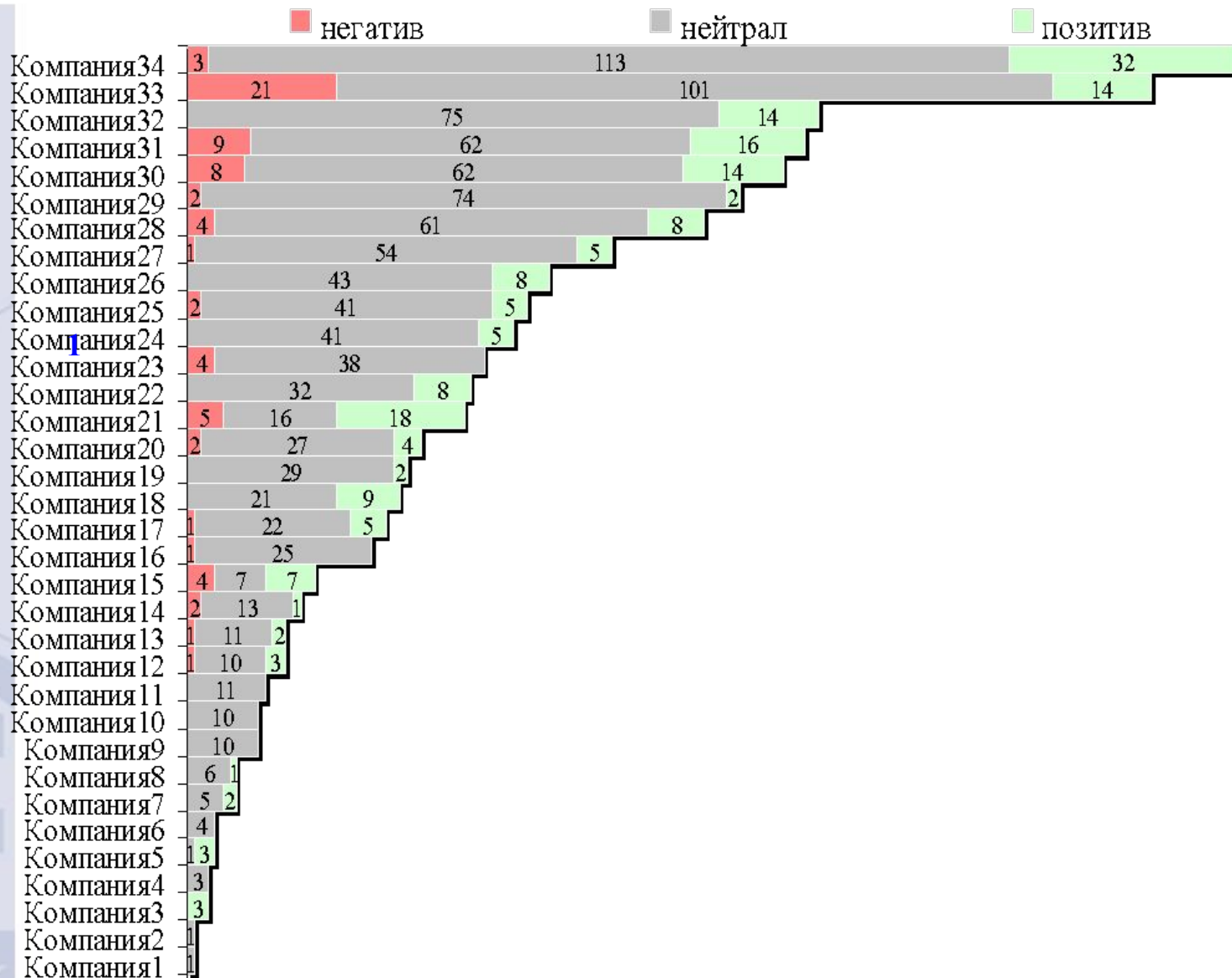
80% материалов по исследуемым компаниям имеют нейтральный тон изложения, 15% - позитивный, 5% - негативный.





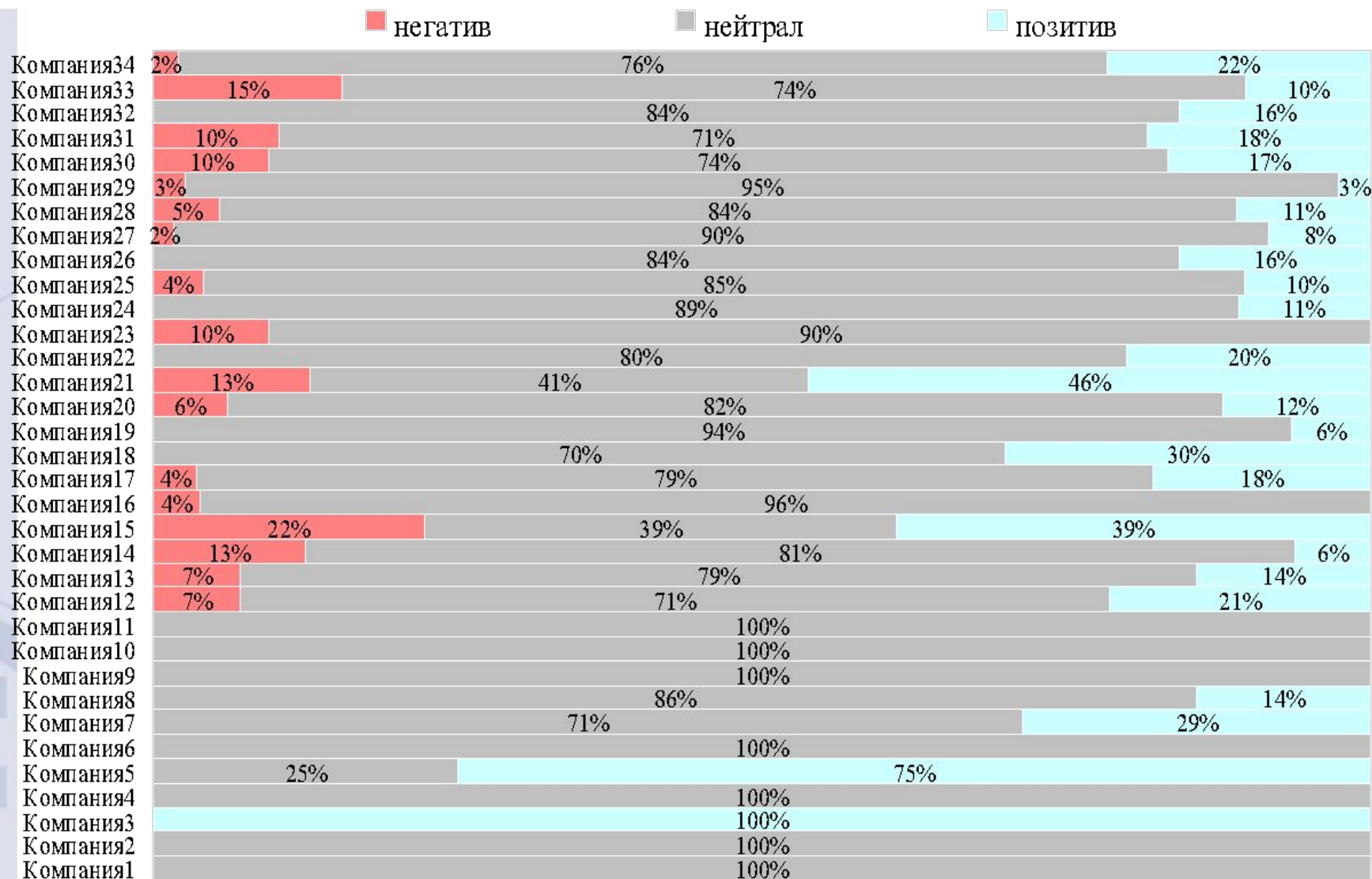
КОНЕКСТ

# Тональность сообщений (общее количество материалов)



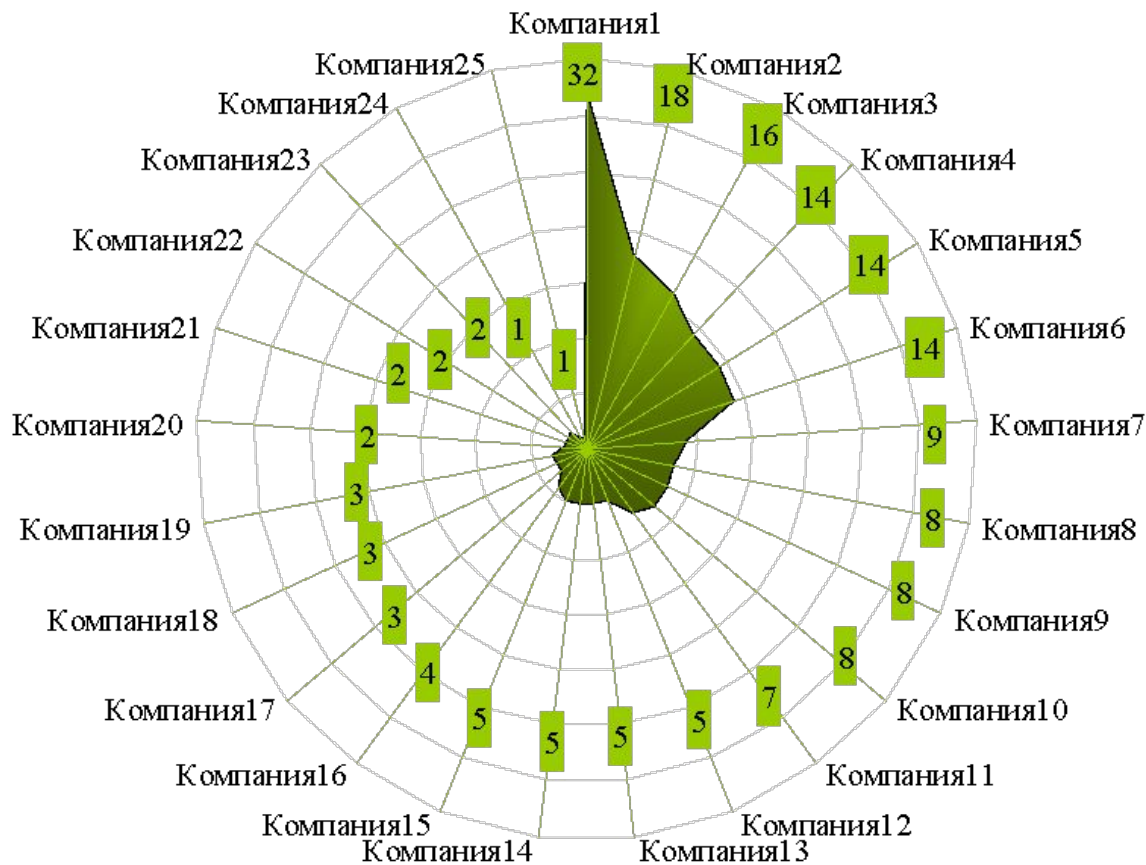
# Тональность сообщений

(доля от общего количества материалов)



# Тональность сообщений

## Рейтинг компаний по ПОЗИТИВНОМУ представлению в СМИ

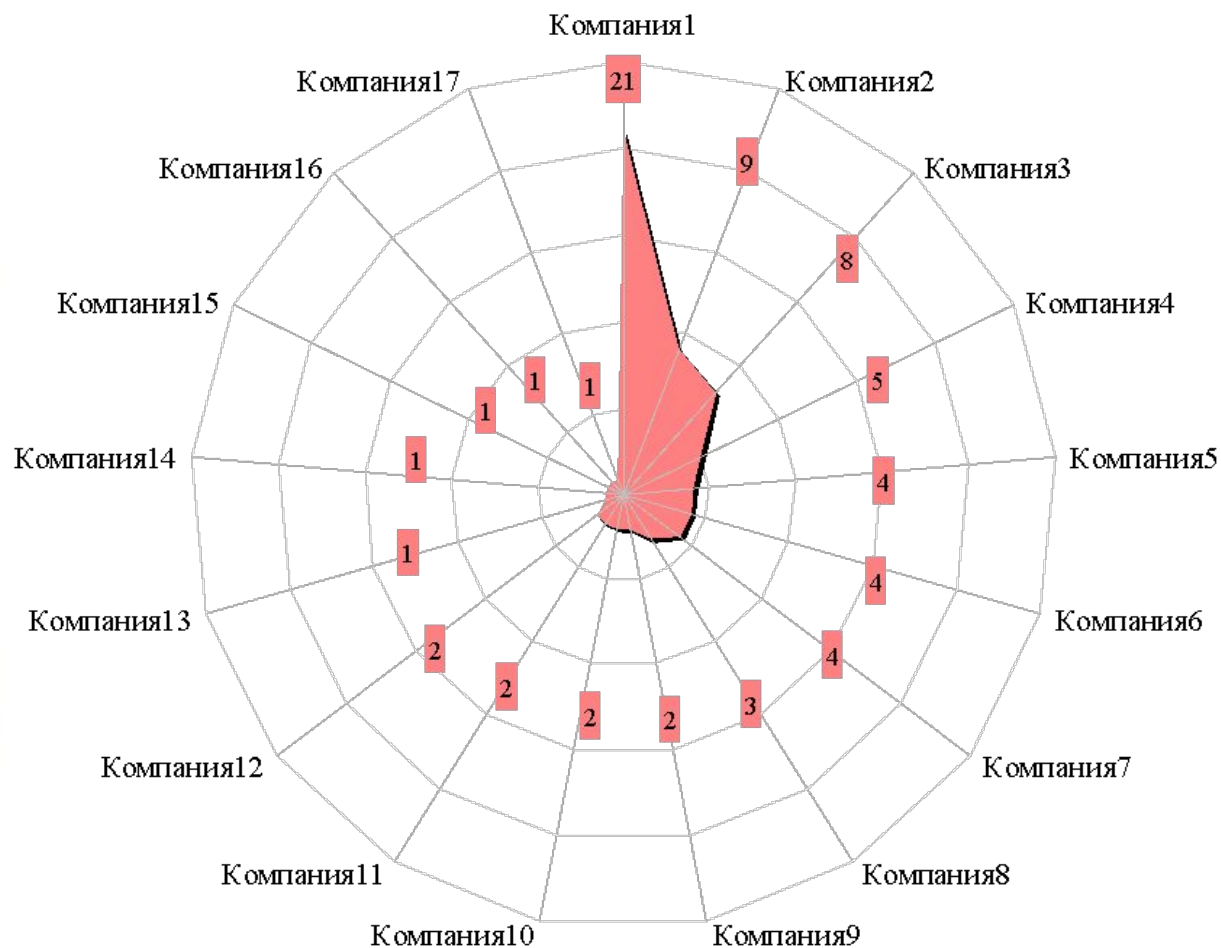


В течение месяца не упоминались позитивно

Компания26
Компания27
Компания28
Компания29
Компания30
Компания31
Компания32
Компания33
Компания34

# Тональность сообщений

## Рейтинг компаний по НЕГАТИВНОМУ освещению в СМИ



В течение месяца не упоминались негативно

Компания18
Компания19
Компания20
Компания21
Компания22
Компания23
Компания24
Компания25
Компания26
Компания27
Компания28
Компания29
Компания30
Компания31
Компания32
Компания33
Компания34

# Индикация проплаченных статей

Количество  
материалов

■ белые

■ проплаченные

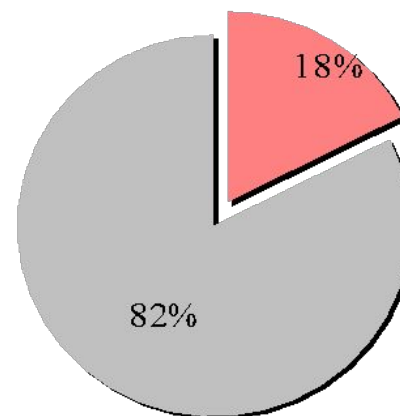
Компания 2



Компания 1



Общая тональность  
(доли)



■ проплачен  
ные  
■ белые



## Тематика «белых» статей

- ❖ Группа компаний «Фарлеп-Оптима» будет предоставлять комплексные услуги Triple Play (фиксированная телефония, широкополосный доступ в Интернет и цифровое телевидение) под единым зонтичным брендом Vega вместо разрозненных брендов «Фарлеп», «Оптима», ЦСС, Ucomline и др.....
- ❖ Украинский оператор International Telecommunication Company (ИТС, торговая марка CDMA Ukraine) завершил сделку по приобретению мобильного подразделения телекоммуникационной компании "Велтон. Телеком" .....

# Содержание отчета

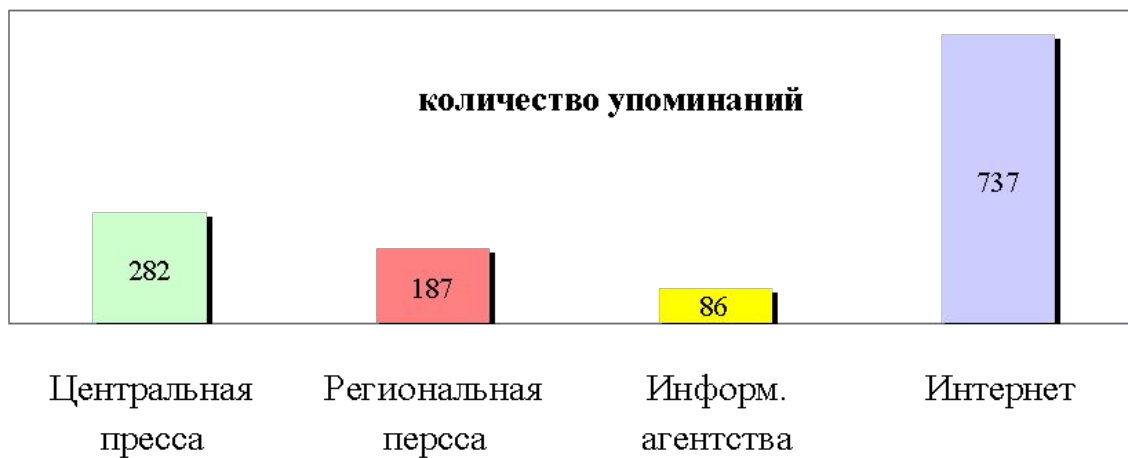
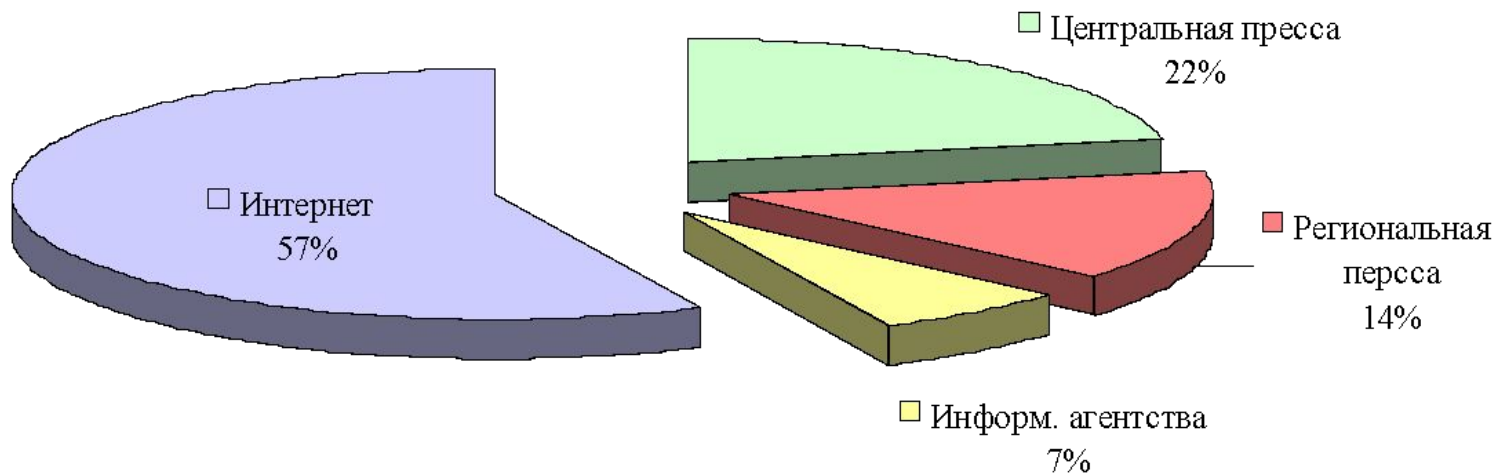
**2.**

## Характеристика медиа-поля



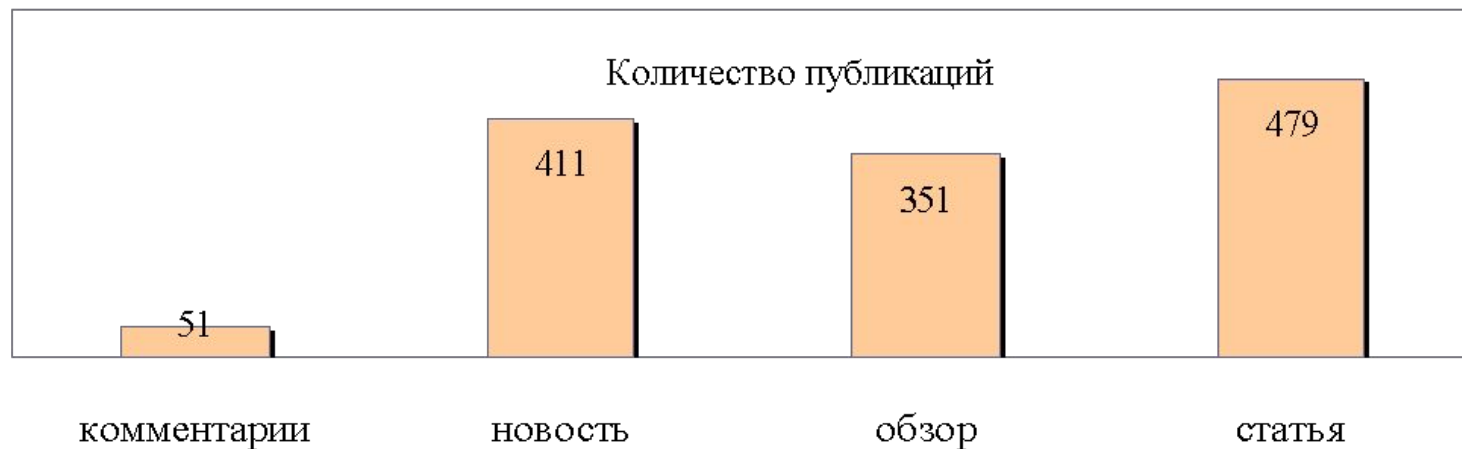
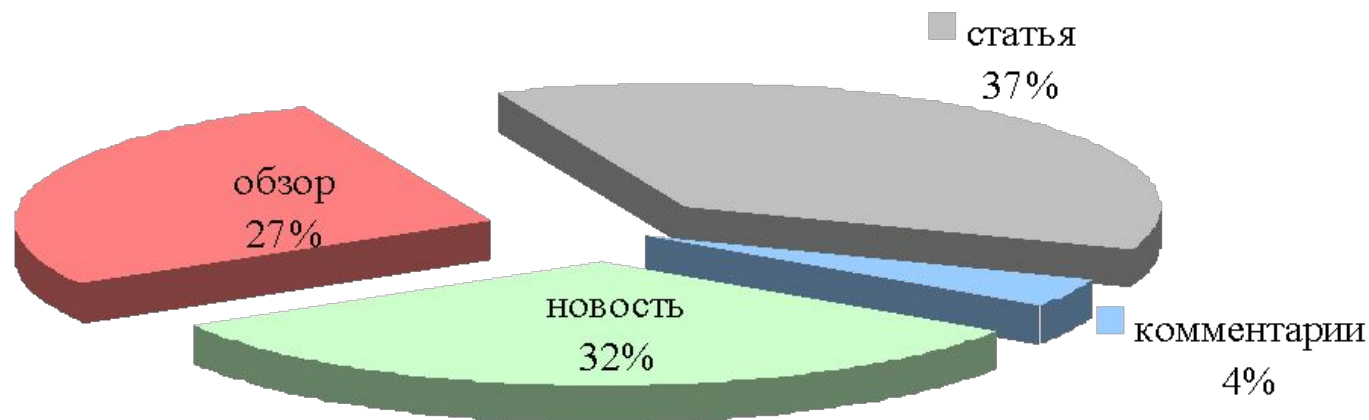
# Локализация СМИ по типу источников

(доля в общем количестве упоминаний компаний)



# Локализация СМИ по типу публикаций

(доля в общем количестве публикаций)





# Содержание отчета

**3.**

## **Основные каналы распространения информации**



# Основные каналы распространения информации

ТОП-10 СМИ, которые освещали исследуемую тему:

Центральная пресса		Региональная пресса		
1	Галицькі контракти (Киев)	38	SocMart (Аналитика недвижимости Укра	55
2	Коммерсант-Украина	28	Комсомольська правда (Запорожье)	10
3	Газета по-киевски (Киев)	14	Крымское время (Крым)	7
4	Статус (Киев)	14	Позиция (Запорожье)	7
5	Commercial Property (Киев)	13	Буковина (Черновцы)	6
6	Украинская инвестиционная газета (Киев)	13	МедиаПорт (Харьков)	6
7	Продукты&ингредиенты (Киев)	12	Start.crimea.ua (Крым)	5
8	Комментарии (Киев)	11	Вісті Придніпров'я (Днепропетровск)	4
9	Газета по-українськи	10	Наше місто (Днепропетровск)	4
10	Экономические известия (Киев)	10	ProUA (Львівський портал)	3
Информ. агентства		Интернет-издания		
1	ИА Sbonds	44	Ринок.biz	47
2	РБК- Украина	13	Building Media Group Украина	38
3	ЭкспрессИнформ	13	Retail.Net	29
4	ЛІГА БізнесІнформ	5	Строительный портал	29
5	УНИАН	5	President.org.ua	27
6	Контекст - медиа	3	Инэко-Инвест	24
7	УКРИНФОРМ	3	RetailStudio.org	23
8			Киевский портал недвижимости	21
9			Строительство o Недвижимость	21
10			Sostav.ua	19

# Основные каналы распространения информации

ТОП-10 авторов, которые освещали исследуемую тему :

Автор1	14
Автор2	9
Автор3	5
Автор4	4
Автор5	4
Автор6	3
Автор7	3
Автор8	2
Автор9	1
Автор10	1



Будем рады  
выслушать Ваши пожелания по  
адресу:

г. Киев, а/я 63,  
ул. М.Расковой 11, 5 этаж

или по телефону:  
(044) 501-84-47