

ОПЕРАТОРЫ СОТОВОЙ СВЯЗИ В СМИ

II КВАРТАЛ 2009 ГОДА

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	3
РЕЗЮМЕ	4
РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНКА КОЛИЧЕСТВА УПОМИНАНИЙ	5
Общее количество упоминаний	5
Распределение долей в информационном поле	5
Динамика упоминаний	6
Рейтинг по количеству упоминаний	7
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПОМИНАНИЙ	8
Соотношение позитивных, негативных и нейтральных оценок	8
Количество упоминаний в главной роли	8
Цитируемость	9
Индекс информационного благоприятствования	9
Динамика Индекса информационного благоприятствования	10
Рейтинг по качеству упоминаний	10
РАЗДЕЛ 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	11
Распределение упоминаний по тематическим рубрикам	11
Наиболее яркие информационные поводы	11
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНКА АКТИВНОСТИ СМИ	14
Распределение упоминаний по категориям СМИ	14
Распределение упоминаний по уровням СМИ	14
Топ-10 СМИ по количеству упоминаний	15
Топ-10 СМИ по качеству упоминаний	15
Топ-10 федеральных печатных СМИ	16
Топ-10 ТВ и радио	17
Топ-10 отраслевых СМИ	17
Топ-10 зарубежных СМИ	18
РАЗДЕЛ 5. РЕГИОНЫ	19
Распределение упоминаний по регионам РФ	19
Распределение упоминаний по федеральным округам	21
Распределение упоминаний по странам	21
РАЗДЕЛ 6. АНАЛИЗ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ В СМИ	23
Матрица информационного поля	23

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проведено по данным информационно-аналитической системы «Медиалогия».

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проанализировать позиции в СМИ компании Вымпелком и ее конкурентов.

ПЕРИОД ИССЛЕДОВАНИЯ

1 апреля – 30 июня 2009 года

ОБЪЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Вымпелком
МТС
МегаФон
Скай Линк
Tele2

СМИ

3 808 источников, входящих в базу данных системы «Медиалогия».
ТВ, радио, печать, информагентства, интернет.
Федеральные, региональные, отраслевые, зарубежные.

МЕТОДИКА

Информационное поле исследовалось по количественным и качественным параметрам, включая:

количество упоминаний в главной роли (упоминания, непосредственно посвященные компании);
оценку позитивного, негативного или нейтрального характера упоминаний;
Индекс информационного благоприятствования.

Индекс информационного благоприятствования - качественный показатель оценки присутствия в СМИ, учитывающий влияние источников, заметность сообщений, яркость статей и характер упоминания.

Оценки позитива/негатива, автоматически проставленные лингвистическим модулем, проверяются редакторами «Медиалогии» по единой методике.

КОЛИЧЕСТВО И КАЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ

По итогам II квартала 2009 года Вымпелком занимает второе место по количеству упоминаний в СМИ (12 375 сообщений). По количеству упоминаний компании в главной роли позиция Вымпелком сопоставима с МТС.

Вымпелком по итогам II квартала лидирует по количеству позитивных упоминаний (более 2 000), опережая МТС на 18%, а МегаФон – на 59%. Однако и негативных сообщений о Вымпелкоме на 25% больше, чем о МТС.

Индекс информационного благоприятствования Вымпелкома во II квартале составил +7628. По сравнению с I кварталом 2009 года ИИБ Вымпелкома вырос на 21%, что позволило компании подняться на второе место в рейтинге по качеству упоминаний.

НАИБОЛЕЕ ЯРКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОВОДЫ

Позитив

Интервью гендиректора Вымпелкома Александра Торбахова в Коммерсанте Altimo и Telenor почти договорились об объединении Вымпелком и Киевстар
Билайн пришел в Киргизию

Негатив

Предстоит принудительная продажа 26,6% акций Вымпелкома, принадлежащих Telenor
Вымпелком потерял 64% прибыли и ушел в убыток по итогам 2008 года
В Подмоскowie могут снести вышки "большой тройки" операторов связи

ИСТОЧНИКИ

Вымпелком чаще конкурентов упоминается в федеральных российских общественно-политических печатных СМИ. На ТВ, радио, в отраслевых источниках преимущественно цитируется МТС.

О Вымпелкоме чаще конкурентов пишут зарубежные СМИ. В российских региональных источниках преимущественно цитируется МТС.

Наиболее активные источники, упоминающие Вымпелком:

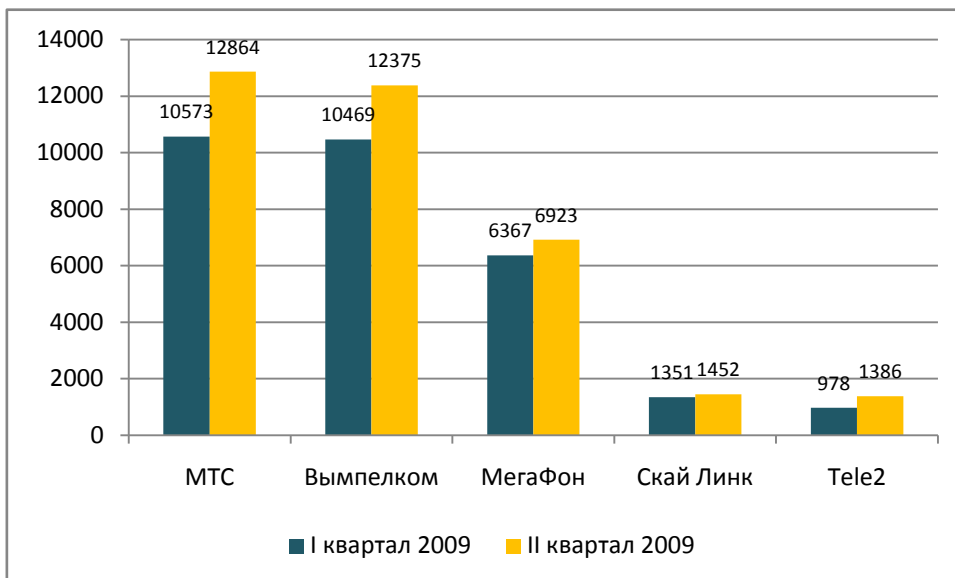
Федеральные: Ведомости, Коммерсант и РБК daily
Отраслевые: Procontent, ICT-Online и Comnews
Зарубежные: Reuters, Bloomberg и The Wall Street Journal

ИТОГИ

По сравнению с I кварталом 2009 года качество представления Вымпелком в СМИ улучшилось, компания переместилась с третьего на второе место по объему внимания СМИ. По количеству публикаций позиции компании не изменились – Вымпелком упоминается на том же уровне, что и МТС.

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНКА КОЛИЧЕСТВА УПОМИНАНИЙ

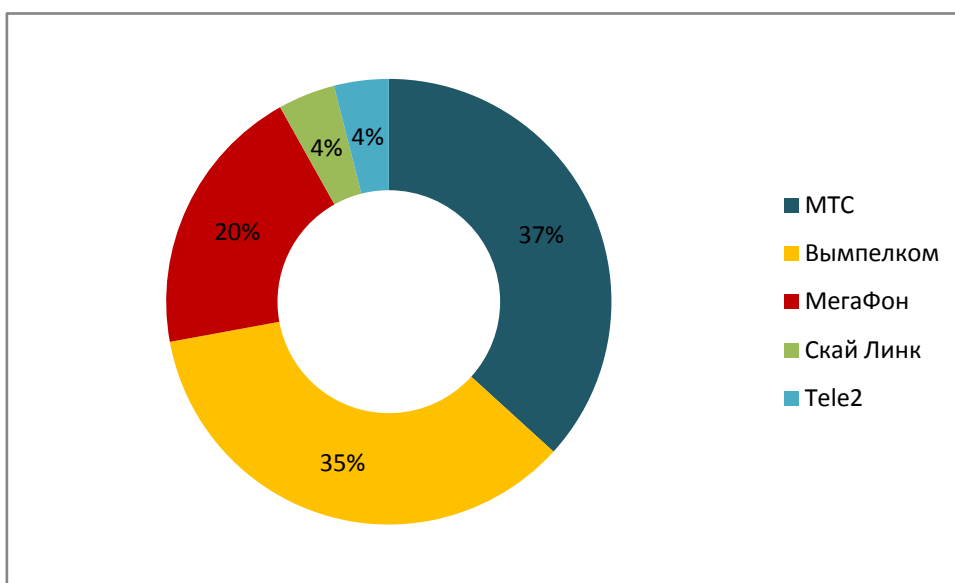
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ



По итогам II квартала Вымпелком остается на втором месте по количеству упоминаний после МТС. Разрыв с ближайшим конкурентом увеличился с 1 до 4%.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ

ДОЛЯ В ОБЩЕМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ



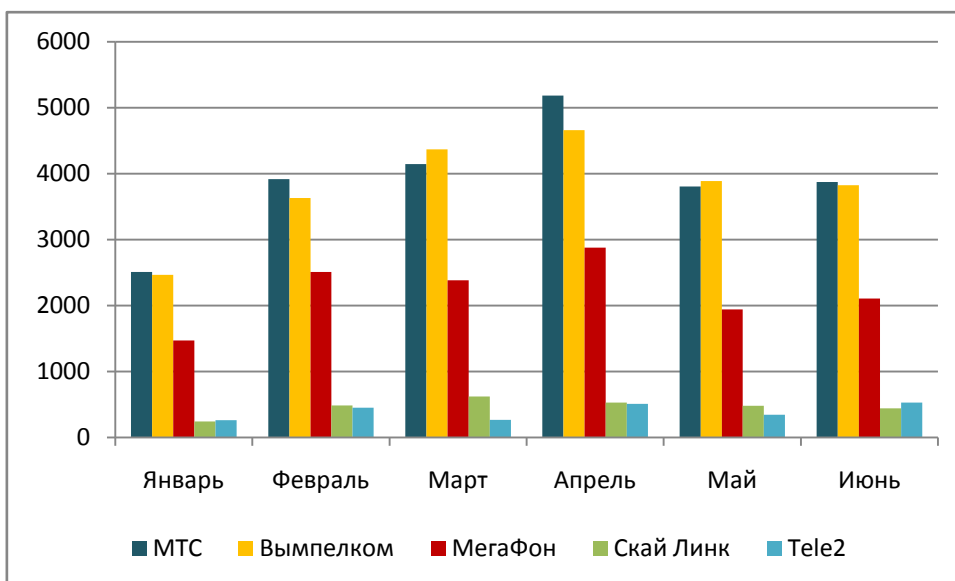
Доля Вымпелком в суммарном количестве упоминаний конкурентов составила 35%, на 2% меньше доли МТС.

ДОЛЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ ОТРАСЛИ



В общем информационном поле отрасли «Сотовая связь» Вымпелком и МТС занимают по 34%.

ДИНАМИКА УПОМИНАНИЙ



В апреле наблюдается пик по количеству упоминаний операторов «большой тройки». В мае Вымпелком вышел на первое место по упоминаемости в СМИ.

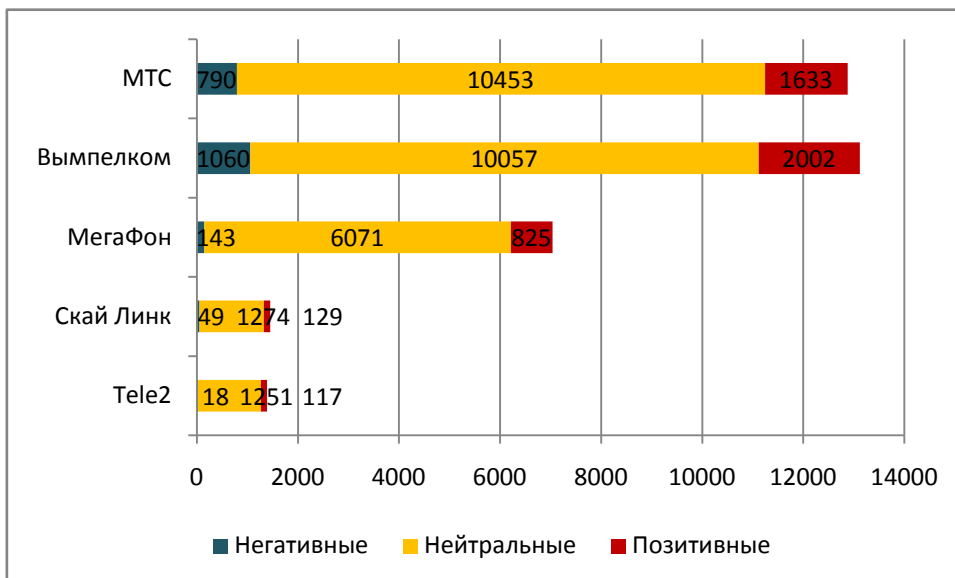
РЕЙТИНГ ПО КОЛИЧЕСТВУ УПОМИНАНИЙ

Рейтинг	Перемещение за квартал	Компания	Количество сообщений
1	0	МТС	13131
2	0	Вымпелком	12717
3	0	МегаФон	7078
4	0	Скай Линк	1511
5	0	Tele2	1417

По количеству упоминаний позиции компании не изменились по сравнению с I кварталом 2009 года не изменились.

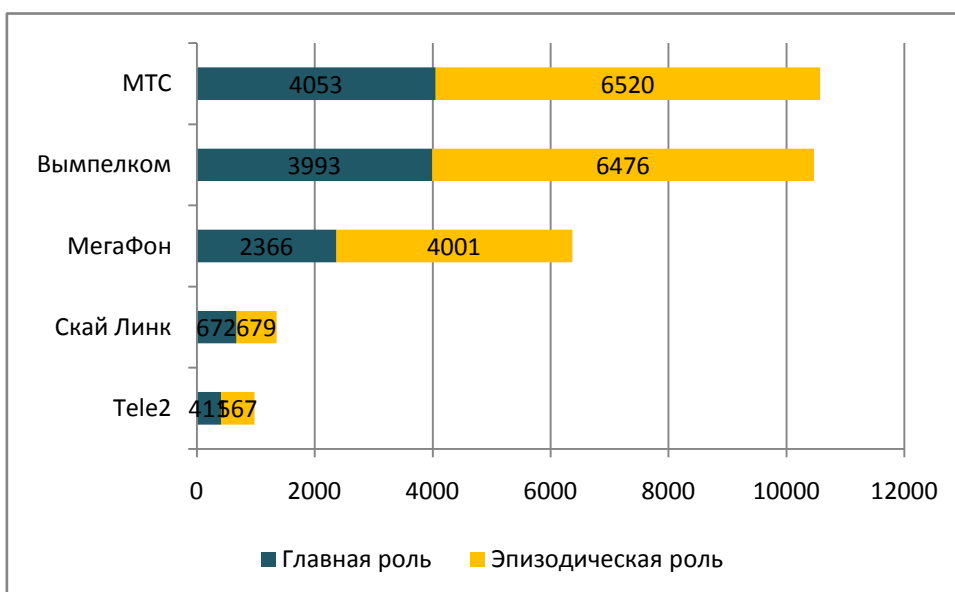
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПОМИНАНИЙ

СООТНОШЕНИЕ ПОЗИТИВНЫХ, НЕГАТИВНЫХ И НЕЙТРАЛЬНЫХ ОЦЕНОК



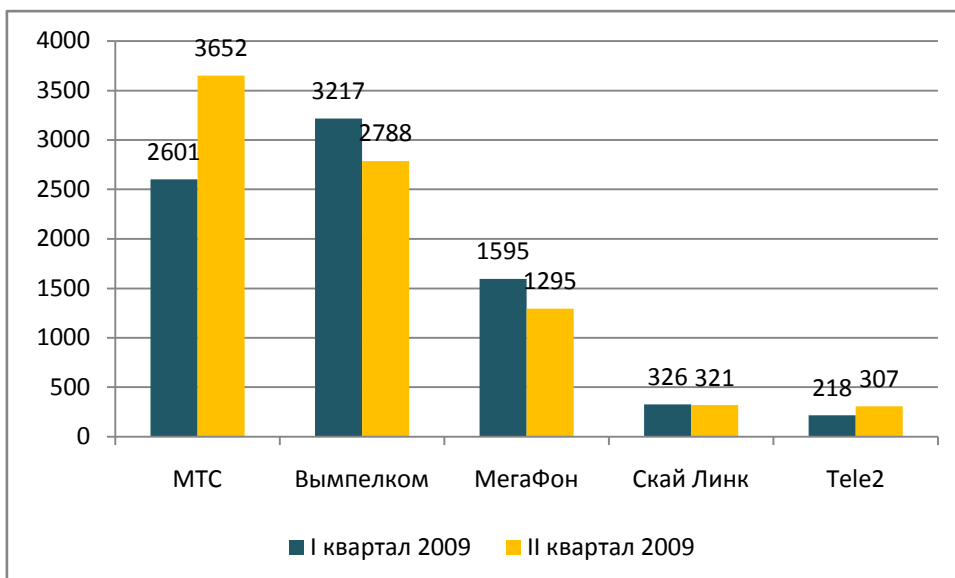
Вымпелком по итогам II квартала лидирует по количеству позитивных упоминаний (более 2 000), опережая МТС на 18%, а МегаФон – на 59%. Однако и негативных сообщений о Вымпелкоме на 25% больше, чем о МТС.

КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ В ГЛАВНОЙ РОЛИ



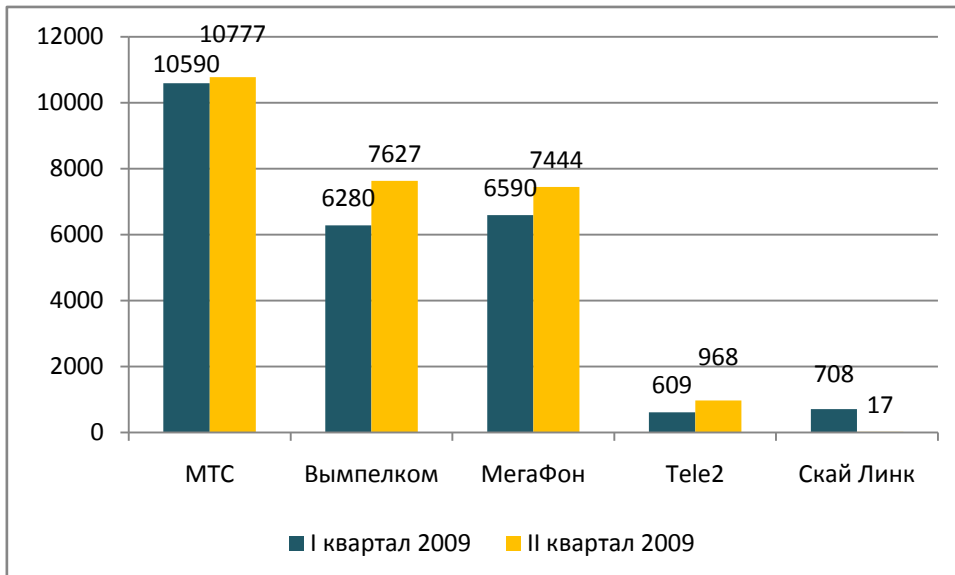
В главной роли Вымпелком упоминается так же часто, как и МТС, и на 40% чаще, чем МегаФон.

ЦИТИРУЕМОСТЬ



По количеству цитат в СМИ во II квартале 2009 года Вымпелком отстает от МТС на 23% и опережает МегаФон в 2 раза. По сравнению с I кварталом цитируемость МТС выросла на 40%. Цитируемость Вымпелкома – снизилась на 13%.

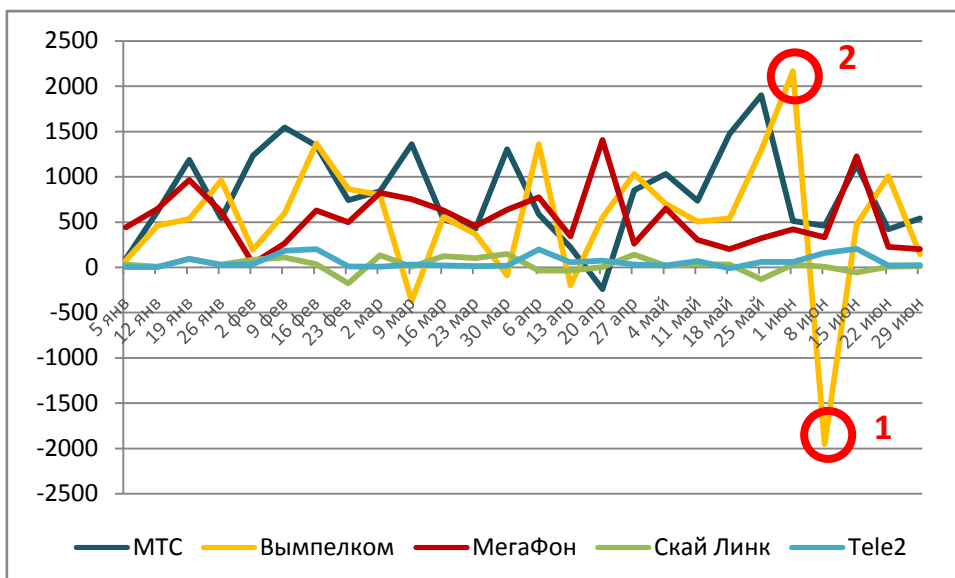
ИНДЕКС ИНФОРМАЦИОННОГО БЛАГОПРИЯТСТВОВАНИЯ



Вымпелком занял второе место по качественному показателю упоминаемости в СМИ – Индексу информационного благоприятствования. Показатель оценивает объем внимания СМИ к компании с учетом влиятельность СМИ и тональность упоминаний.

Индекс Вымпелкома по сравнению с I кварталом 2009 года вырос на 21%.

ДИНАМИКА ИНДЕКСА ИНФОРМАЦИОННОГО БЛАГОПРИЯТСТВА



Наиболее заметный всплеск негативных упоминаний Вымпелкома (1) приходится на начало июня. Резкое падение индекса произошло сразу после максимального роста за последнее полугодие (2).

Именно за счет данного падения Вымпелкому не удалось обеспечить лидерство по качеству информационного поля, несмотря на высокую медиа-активность.

Главные негативные информационные поводы: принудительная продажа принадлежащих Telenor 26,6% акций Вымпелкома и убытки компании по итогам 2008 года. Главный позитивный инфоповод – интервью гендиректора Коммерсанту.

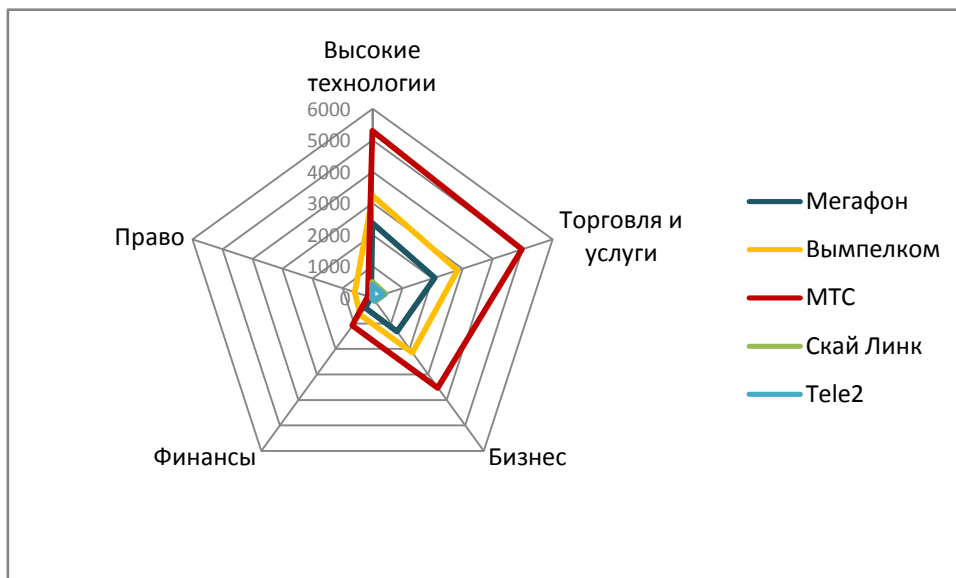
РЕЙТИНГ ПО КАЧЕСТВУ УПОМИНАНИЙ

Рейтинг	Перемещение за квартал	Компания	ИИБ
1	0	МТС	+10778
2	+1	Вымпелком	+7628
3	-1	МегаФон	+7446
4	+1	Tele2	+968
5	-1	Скай Линк	+17

По Индексу информационного благоприятствования по сравнению с предыдущим кварталом Вымпелком и Tele2 поднялись на одну позицию рейтинга, а МегаФон и Скай Линк – опустились.

РАЗДЕЛ 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАНИЙ ПО ТЕМАТИЧЕСКИМ РУБРИКАМ



Вымпелком занимает второе место по количеству упоминаний в главной роли в рубриках Высокие технологии, Торговля и услуги, Бизнес. Первое место компании в рубрике Право обусловлено юридическими баталиями с Telenor по поводу продажи акций Вымпелкома.

НАИБОЛЕЕ ЯРКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОВОДЫ

Ниже представлены наиболее яркие информационные поводы компаний с учетом влиятельности СМИ и количества перепечаток.

ВЫМПЕЛКОМ

Позитив

Интервью гендиректора Вымпелкома Александра Торбахова в Коммерсанте
Altimo и Telenor почти договорились об объединении Вымпелком и Киевстар
Билайн пришел в Киргизию
Вымпелком показал более высокую рентабельность в I квартале 2009 года, чем МТС
Билайн вошел в топ-100 самых дорогих мировых брендов
МТС, ВымпелКом и МегаФон получили 3G-частоты в Москве

Негатив

Предстоит принудительная продажа 26,6% акций Вымпелкома, принадлежащих Telenor
Вымпелком потерял 64% прибыли и ушел в убыток по итогам 2008 года
В Подмоскowie могут снести вышки "большой тройки" операторов связи
Вымпелком отказался от выплат акционерам по итогам 2008 года

МТС

Позитив

МТС получает разрешение на использование частот для запуска сети 3G в Москве
МТС подала заявку в ФАС на приобретение "Комстар-ОТС"
МТС купит "Телефорум"
У МТС появилась возможность покупки Казахского оператора Neo
МТС начнет продавать BlackBerry частным пользователям
МТС второй год подряд признается самым дорогим российским брендом

Негатив

МТС расторгает дилерское соглашение с "Евросетью"
МТС и Евросеть подали друг на друга в суд
МТС недобрала iPhone

МЕГАФОН

Позитив

Квартальная чистая прибыль Мегафона выросла за год на 20,2%
По итогам I квартала 2009 г. МегаФон стал единственным безубыточным оператором
МегаФон может выплатить первые в своей истории дивиденды

Негатив

Леонид Рожецкий продал Альфа-групп свою долю в компании Мегафон
МегаФон столкнулся с препятствием при приобретении Синтерры: для сделки требуется одобрение Владимира Путина
Российские операторы не закупили iPhone 3G в 2009 году

СКАЙ ЛИНК

Позитив

Скай Линк закрепляется в диапазоне 2,1 ГГц
Рон Зоммер избран председателем совета директоров Скай Линк
Скай Линк открыл безлимитные контент-тарифы в Санкт-Петербурге и Ленинградской области

Негатив

Скай Линк может потерять GSM-лицензию

СМАРТС

Позитив

СМАРТС показал чистую прибыль по итогам 2008 года
СМАРТС возобновил переговоры о продаже 49% "Оренбург-GSM"
СМАРТС привлечет в Глобэксбанке кредит в размере 700 млн руб.

Негатив

СМАРТС может потерять GSM-лицензию
СМАРТС ушла в минус по итогам I квартала 2009 года
Евросеть ущемляет интересы Tele2 и СМАРТС

TELE2

Позитив

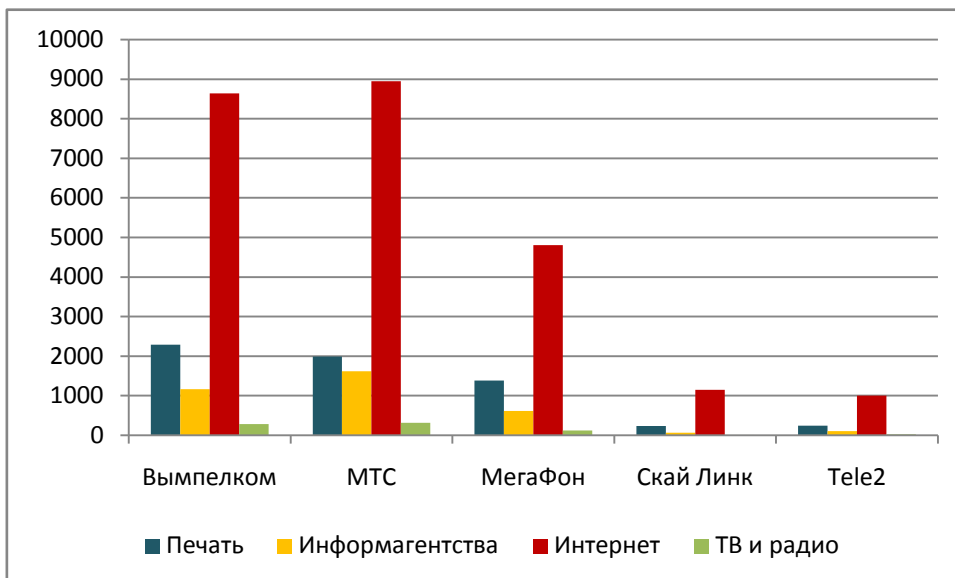
TELE2 пришел в Томскую область
Связьинвест" обсуждает с Tele2 сотрудничество на рынке сотовой связи
Выручка Tele2 в России увеличилась в I квартале 2009 года на 13,1%
Tele2 и Telenor совместно построят сеть 4G в Швеции

Негатив

Tele2 может потерять GSM-лицензию
Евросеть ущемляет интересы Tele2 и СМАРТС

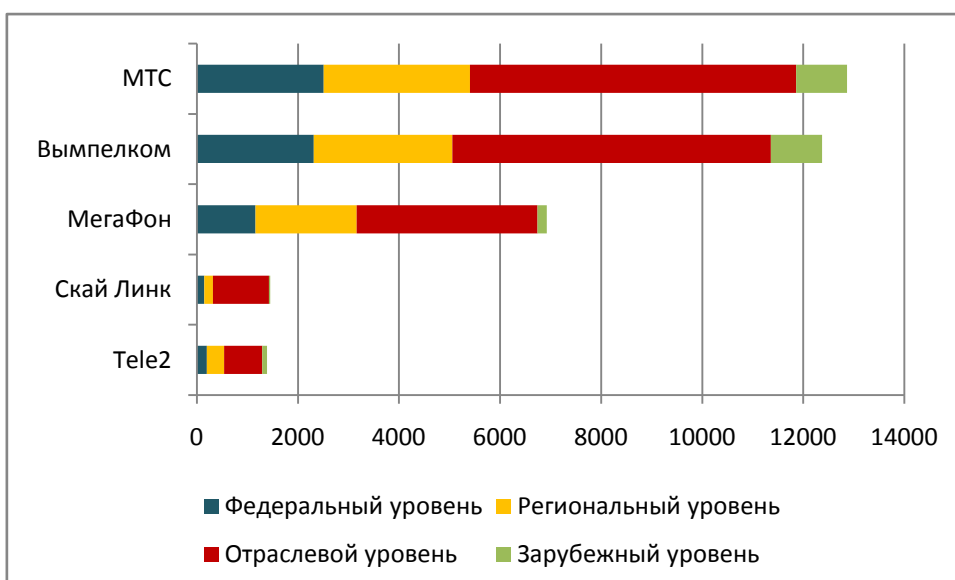
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНКА АКТИВНОСТИ СМИ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАНИЙ ПО КАТЕГОРИЯМ СМИ



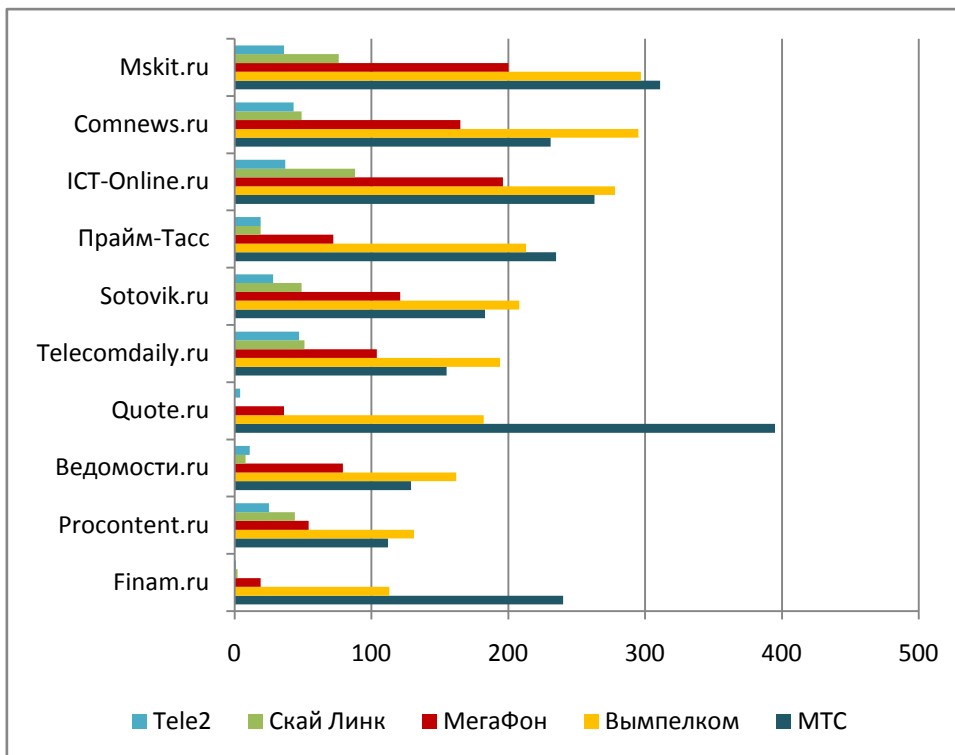
По количеству сообщений в печати лидирует Вымпелком. Информационные агентства и интернет-СМИ чаще упоминают МТС. По количеству упоминаний на ТВ и радио также лидирует МТС.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАНИЙ ПО УРОВНЯМ СМИ



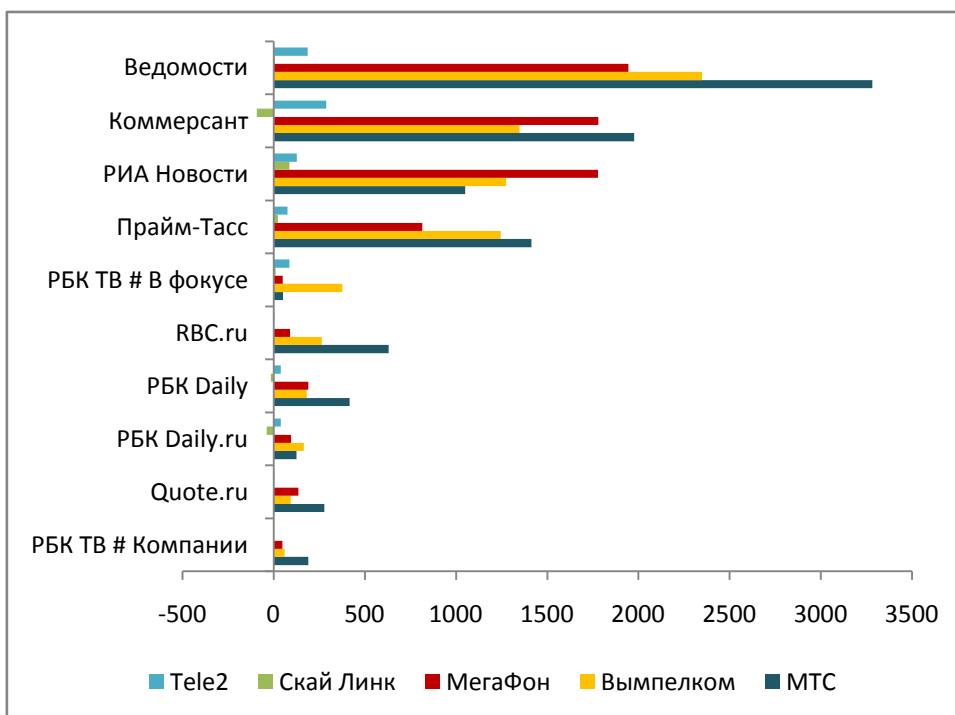
Вымпелком на втором месте по количеству сообщений федеральных СМИ и на первом – в зарубежных источниках. На региональном и отраслевом уровне лидирует МТС.

ТОП-10 СМИ ПО КОЛИЧЕСТВУ УПОМИНАНИЙ



Наибольшее количество сообщений о Вымпелкоме вышло в отраслевых интернет-источниках Mskit.ru, Comnews.ru и ICT-Online.ru. Сообщения об МТС чаще публиковались на Quote.ru и Finam.ru.

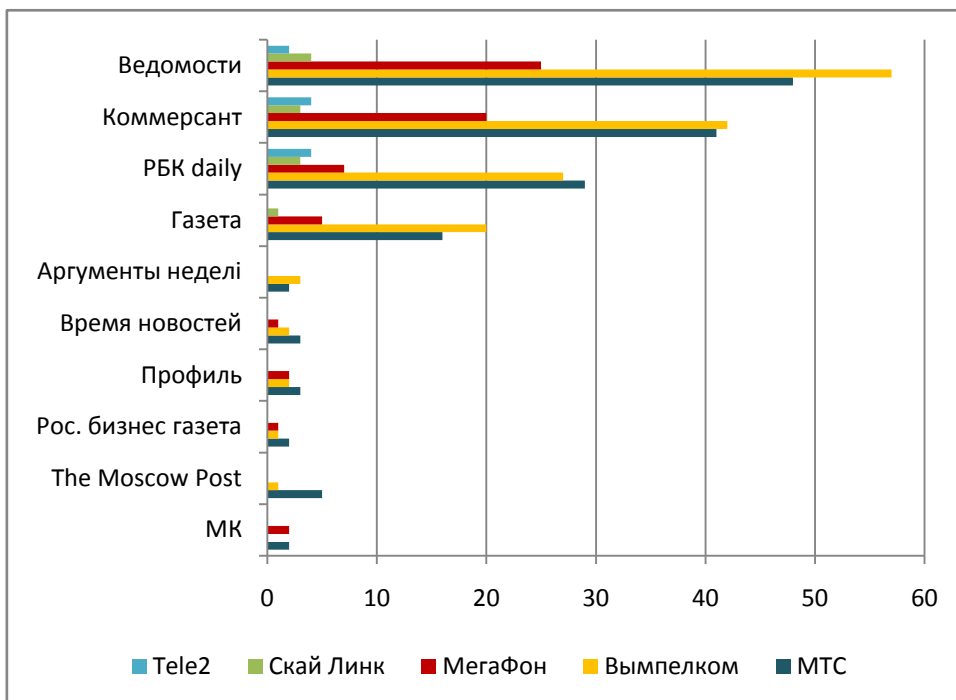
ТОП-10 СМИ ПО КАЧЕСТВУ УПОМИНАНИЙ



Наибольший вклад в достижение позитивного имиджа Вымпелком дали Ведомости, Коммерсант, Прайм-Тасс и РИА Новости.

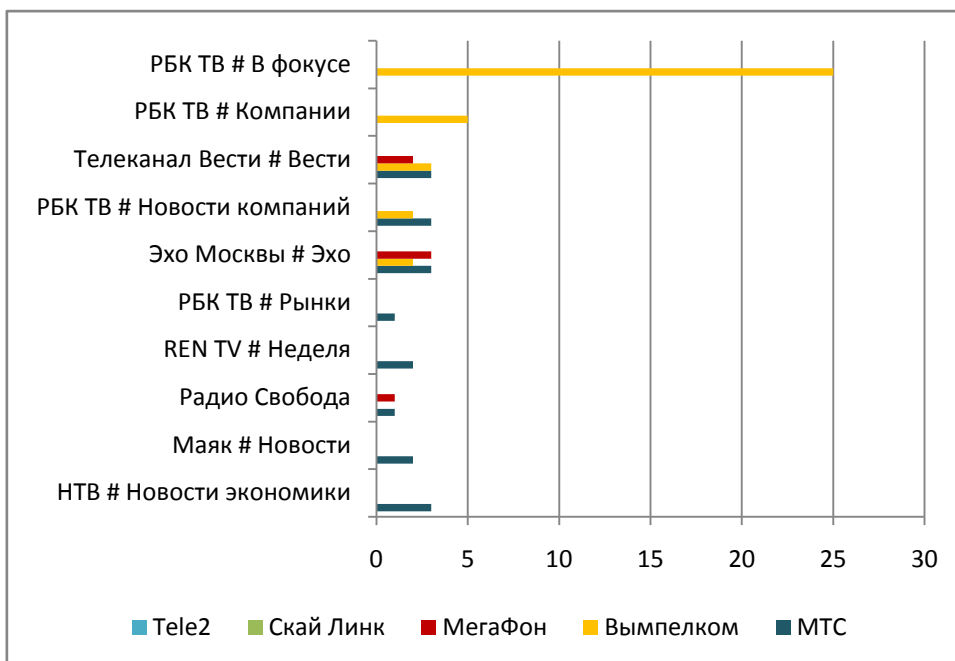
По качеству представления Вымпелком лидирует в передаче РБК ТВ # В фокусе и электронной версии РБК Daily. МТС наиболее ярко и позитивно представлен в изданиях Ведомости, Прайм-Тасс и RBC.ru. МегаФону наибольший объем внимания и позитива обеспечили РИА Новости.

ТОП-10 ФЕДЕРАЛЬНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ



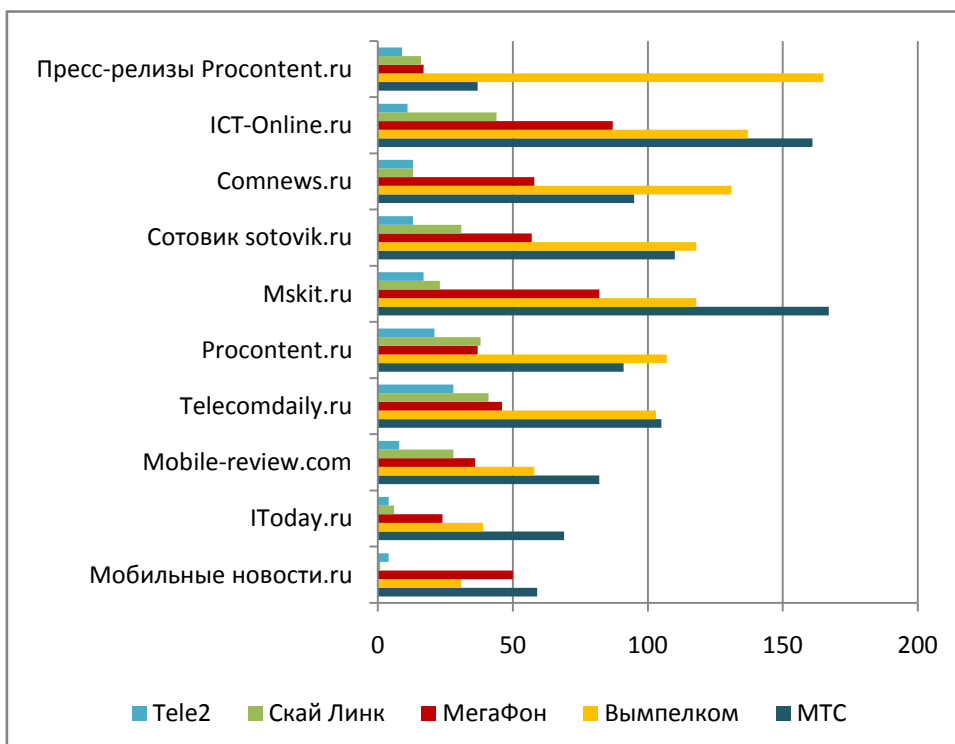
Наиболее активно Вымпелком упоминался в газетах Ведомости, Коммерсант и РБК daily. Вымпелком лидирует среди конкурентов по количеству сообщений в Ведомостях и Коммерсанте, газете Газета и Аргументах недели.

ТОП-10 ТВ И РАДИО



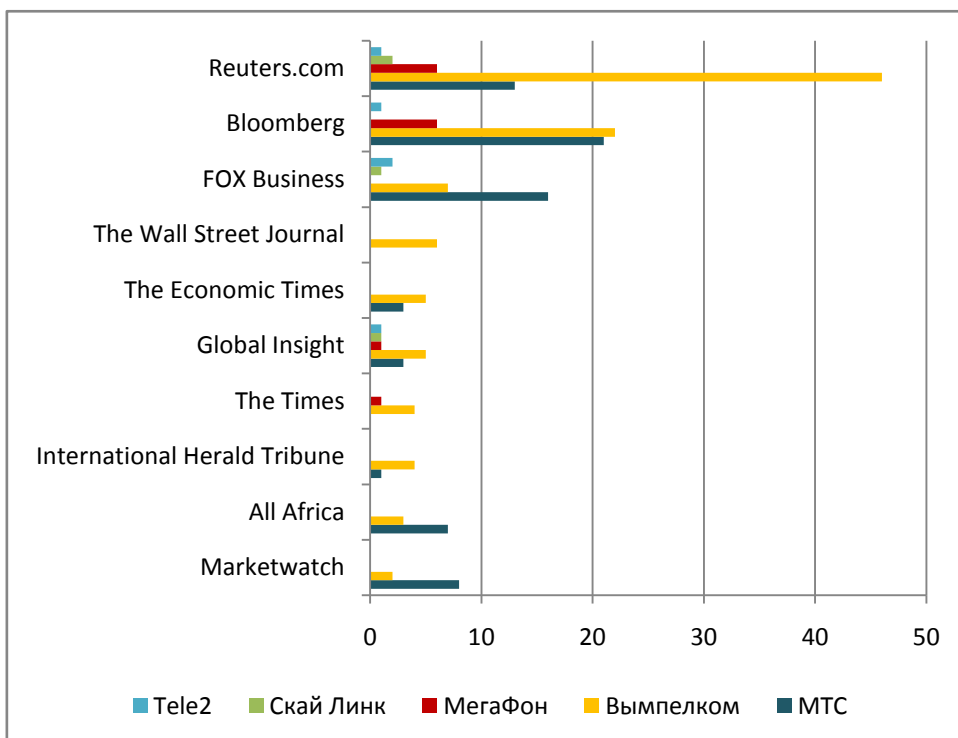
В теле- и радиоэфире Вымпелком опережает конкурентов с большим перевесом. Главными информационными площадками для компании стали программы РБК ТВ - В фокусе и Компании.

ТОП-10 ОТРАСЛЕВЫХ СМИ



Деятельность Вымпелком наиболее активно освещают Procontent, ICT-Online и Comnews. МТС отдают предпочтение Mskit.ru, ICT-Online и Mobile-review и IToday. Конкуренты одинаково активно освещаются в изданиях Сотовик, Telecomdaily.

ТОП-10 ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

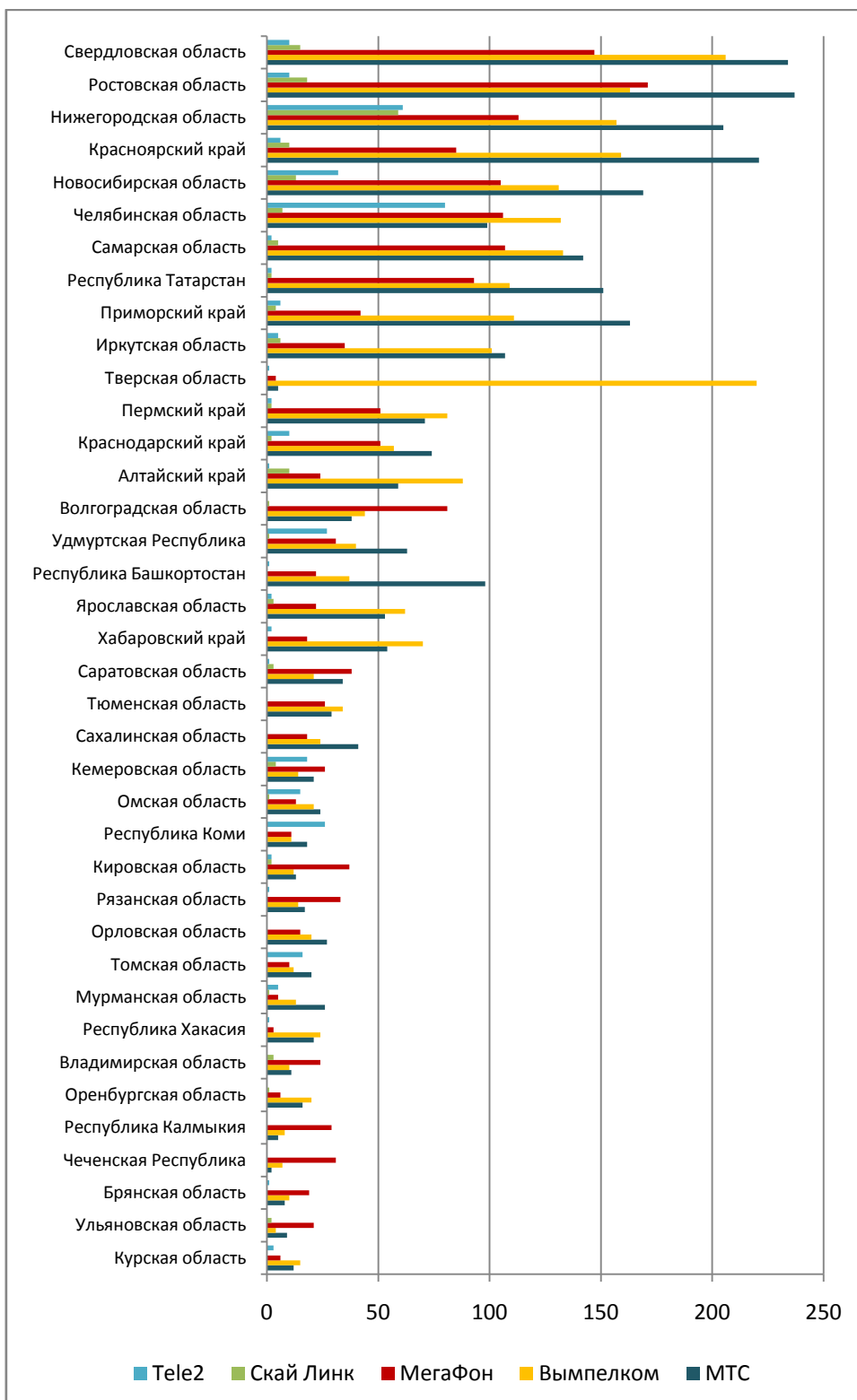


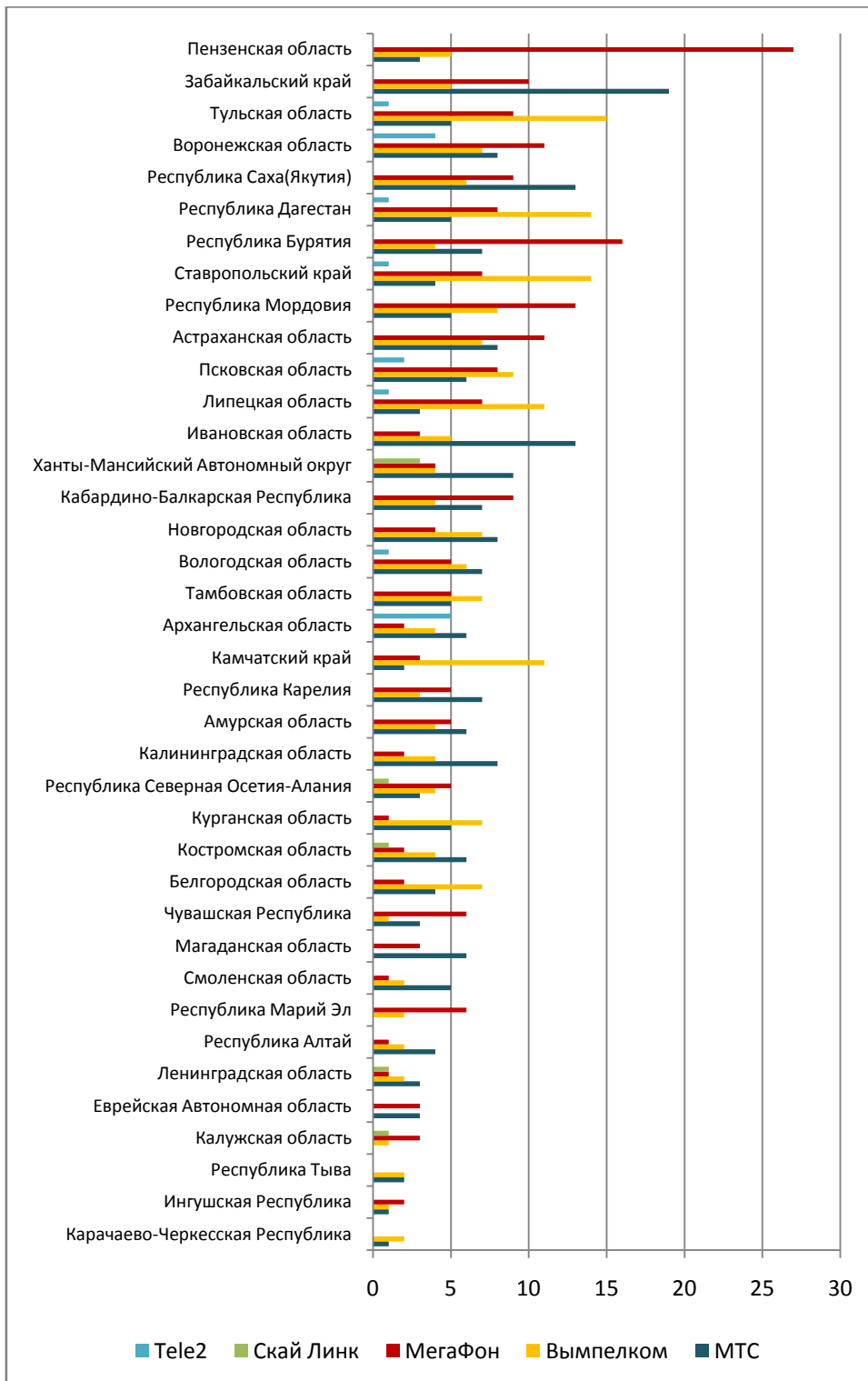
Вымпелком лидирует по количеству упоминаний в зарубежных СМИ. Наибольшее количество упоминаний компании вышло в Reuters, Bloomberg и The Wall Street Journal.

МТС чаще упоминается на сайтах FOX Business, Marketwatch и All Africa.

РАЗДЕЛ 5. РЕГИОНЫ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАНИЙ ПО РЕГИОНАМ РФ



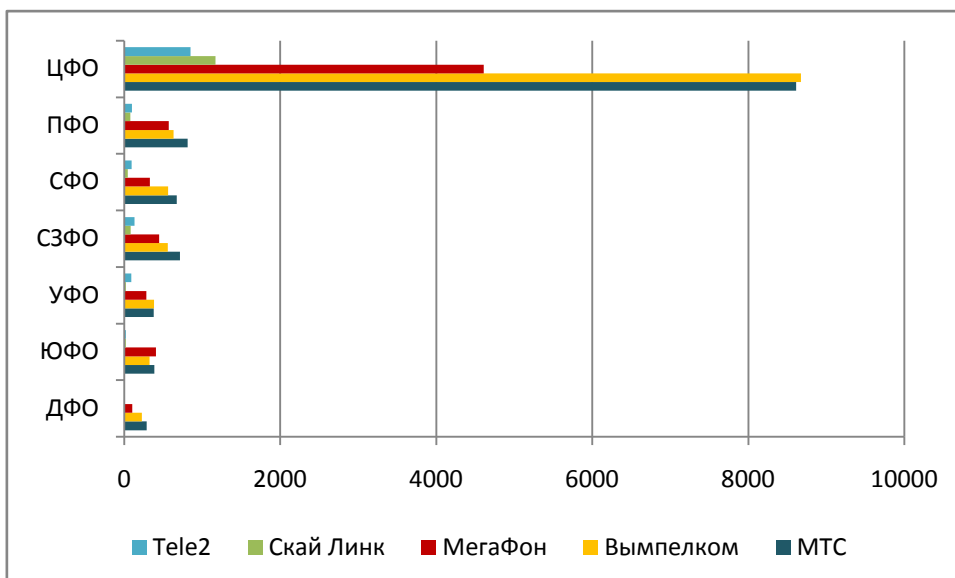


Наиболее активно о Вымпелкоме писали СМИ Тверской, Свердловской, Ростовской, Нижегородской областей и Красноярского края.

МТС лидирует по упоминаниям в Ростовской и Свердловской областях, Красноярском крае, Нижегородской и Новосибирской областях.

Мегафон чаще других компаний упоминался в Волгоградской, Саратовской и Кировской областях.

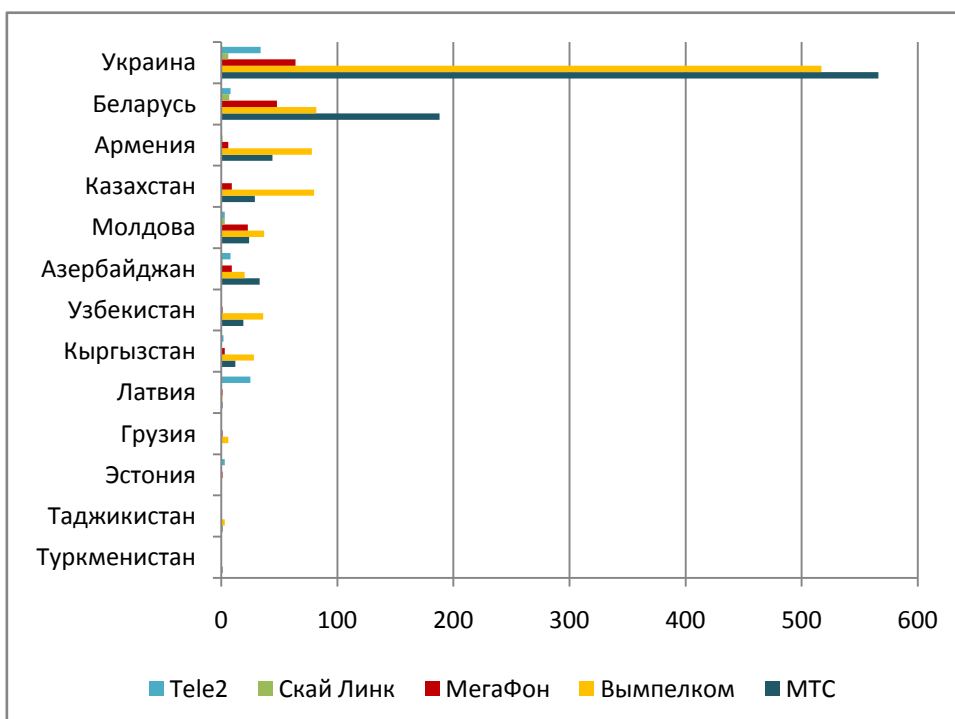
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАНИЙ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ



Вымпелком лидирует по количеству упоминаний в региональных СМИ Центрального федерального округа. МТС чаще цитируют СМИ ПФО, СФО, СЗФО.

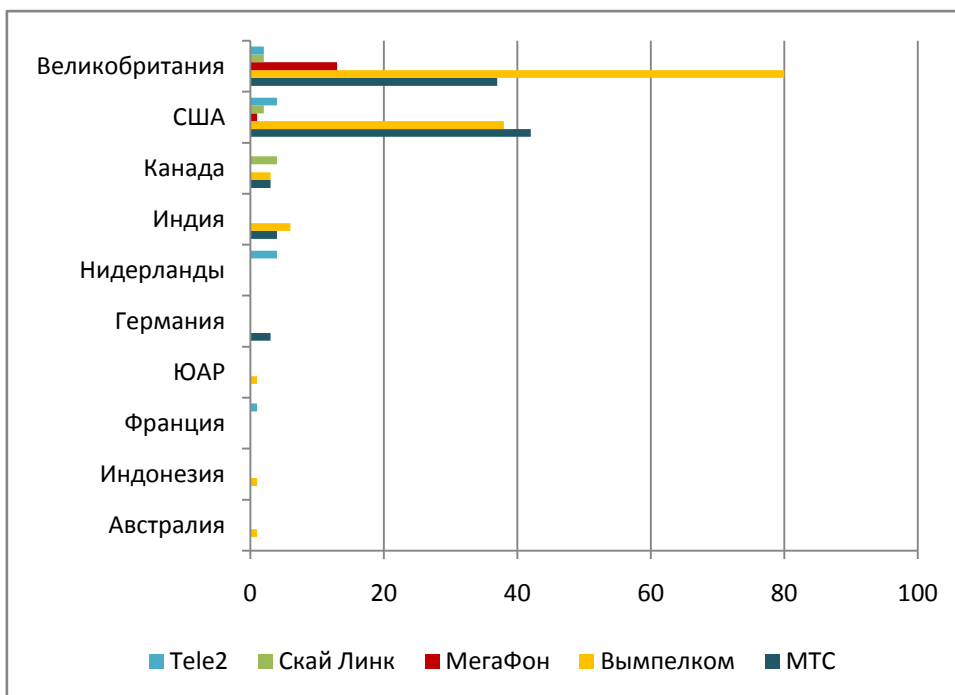
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАНИЙ ПО СТРАНАМ

СНГ И БАЛТИЯ



Вымпелком занимает лидирующие позиции по упоминаниям в СМИ Армении, Казахстана, Молдовы и Узбекистана. МТС чаще упоминается в украинских и белорусских СМИ.

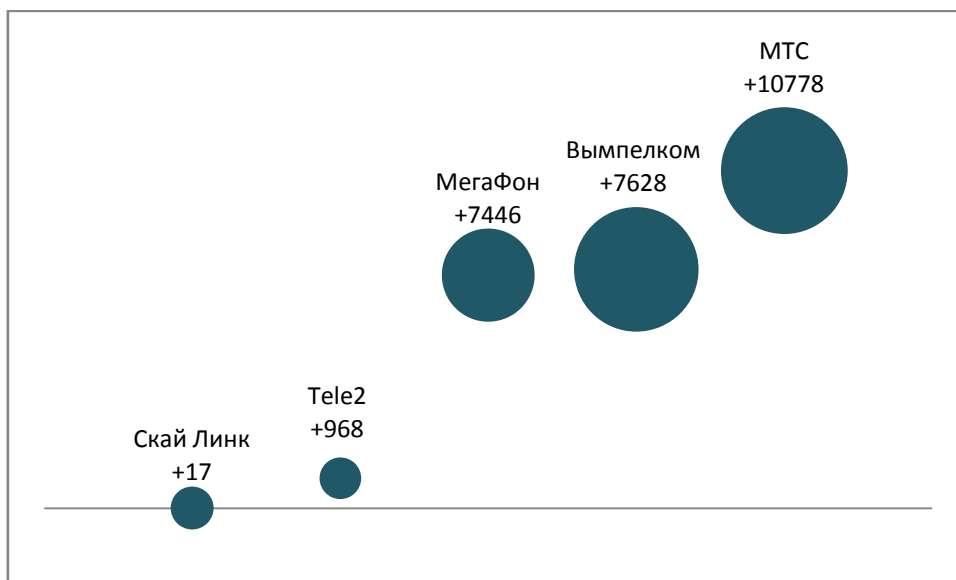
ДРУГИЕ СТРАНЫ



Вымпелком – лидер по количеству упоминаний в СМИ Великобритании. МТС чаще упоминался американскими СМИ.

МАТРИЦА ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ

МАТРИЦА ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ ВО II КВАРТАЛЕ 2009 ГОДА



При сопоставимом объеме публикаций МТС находится выше на графике, чем Вымпелком, то есть имеет больший Индекс информационного благоприятствования за счет достижения большего количества позитивных и нейтральных статей во влиятельных СМИ. Вымпелком оказался ниже на графике благодаря наличию большого числа негативных публикаций о компании во влиятельных СМИ.

По сравнению с I кварталом 2009 года качество представления Вымпелком в СМИ улучшилось, компания переместилась с третьего на второе место по объему внимания СМИ. По количеству публикаций позиции компании не изменились – Вымпелком упоминается на том же уровне, что и МТС.

Интерпретация данных:

1. Площадь круга показывает количество сообщений СМИ о компании. Чем больше пишут о компании, тем большую площадь занимает круг.
2. Размещение по вертикали показывает объем внимания СМИ с учетом позитивного, негативного или нейтрального характера упоминаний. Чем качественнее информационное поле, чем заметнее и позитивнее сообщения о компании, чем более влиятельные СМИ упоминают ее, тем выше компания на графике.