

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

**Информационная поддержка брендов на московском рынке  
телекоммуникационных услуг**

**Научный руководитель – Сегал Александр Петрович**

***Зайкова Полина Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: polina.zaikova@mail.ru*

Рынок телекоммуникаций в России - относительно молодой рынок, специфической особенностью которого долгие годы являлись динамичность и быстрый рост. Однако ушедший год оставил нам совершенно противоположную характеристику: по мнению большинства аналитиков отрасли, телеком перешел в стадию стагнации, основными причинами которой стали сокращение выручки и перенасыщенная абонентская база. По подсчетам исследовательской компании AC&M Consulting в России больше сим-карт, чем жителей страны.[1] Для сравнения: количество активных сим-карт составляет 251,6 млн, а число жителей в России - 146, 8 млн.[2] Кроме того, рынок постоянно претерпевает ограничения со стороны власти. Федеральная антимонопольная служба предъявляет новые требования к маркетинговым акциям и услугам, поступают заявления одних игроков рынка к другим с обвинениями в нарушении закона о конкуренции [3] и пр. Летом 2016 года появился федеральный закон, который в СМИ называли по имени депутата Государственной Думы РФ и инициатора проекта «законом Ирины Яровой». Власти не оставили без внимания операторов связи, которым с июня 2018 года придется вкладывать большие финансовые средства на хранение больших данных в дата-центрах. Информация, которую предстоит хранить операторам связи, будет состоять из личных текстовых и голосовых сообщений абонентов. Теперь крупнейшим игрокам рынка приходится искать новые пути решений проблем и на коммуникационной арене как для дальнейшего наращивания абонентской базы, так и для сохранения уже лояльной аудитории.

По мнению Петра Дашкевича, аналитика UFS IC, Москва для федеральных компаний является маржинальным рынком из-за большого количества доходных абонентов, «кормящих» как компанию в целом, так и остальные, менее доходные регионы.[4] За 2015-2016 года на московском рынке телекоммуникационных услуг прошел ряд изменений в информационной политике компаний в связи с выходом в столичный регион нового игрока - четвертого федерального оператора Tele2. Экспансия московского рынка мощным запуском, демпингом и активными рекламными и пиар-кампаниями позволила за короткий срок нарастить половину своей абонентской базы[5]. Такая политика повлекла за собой контрдействия со стороны «большой тройки» - МТС, Мегафон и Билайн. Изменилось информационное сопровождение брендов: новые рекламные концепции, коммуникационные платформы, маркетинговые предложения. Произошедшие за последние 2 года преобразования со стороны компаний представляют исследовательский интерес и являются актуальными для изучения на сегодняшний день. Конкретные примеры и кейсы мы рассмотрим в отдельных главах научной работы.

Целью работы является изучение и выявление особенностей информационного сопровождения брендов на рынке мобильной связи в московском регионе.

Теоретическим материалом для изучения является специальная профессиональная литература, научные статьи по связям с общественностью в бизнесе, эмпирическим материалом служат публикации в различных типах СМИ, аналитические материалы экспертов

отрасли и публичные материалы компаний (презентации, пресс-релизы, официальные заявления представителей и пр.).

### Источники и литература

- 1) Comnews: <http://www.comnews.ru/content/103556/2016-09-01/kvartalnyy-podschet>
- 2) Федеральная служба государственной статистики: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#)
- 3) Adindex: <https://adindex.ru/news/right/2016/10/19/155419.phtml>
- 4) Финам: <http://www.finam.ru/analysis/investorquestion00001/vyход-tele2-na-stolichnyi-y-rynok-mozhet-sbit-ceny-na-svyaz-v-moskovskom-regione-20151022-11000/>
- 5) Газета РБК: [http://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/05/04/2016/5703b19f9a79476e013a0224](http://www.rbc.ru/technology_and_media/05/04/2016/5703b19f9a79476e013a0224)