

**«НАУКА | RASTUDENT.RU»**

Электронный научно-практический журнал

График выхода: ежемесячно

Языки: русский, английский

ISSN: 2311-8814

Издатель: компания INFLASH

Учредитель: ИП Соколова А.С.

Место издания: г. Уфа, Российская Федерация

Прием статей по e-mail: rastudent@yandex.ru

Место издания: г. Уфа, Российская Федерация

---

Гизатуллина Д.Х., Габдуллина Л. М. Позиционирование высших учебных заведений в маркетинге территорий // Наука-RASTUDENT.RU. – 2014. – No. 4(04-2014) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://nauka-rastudent.ru/4/1299/>

© Гизатуллина Д.Х., Габдуллина Л. М., 2014

© ИП Соколова А.С., 2014

© Компания INFLASH, 2014

УДК 330

*Гизатуллина Диляра Хамитовна,  
студентка 4 курса*

*Габдуллина Ляля Маратовна,  
Сотрудник Moscow Business School;*

*Старший преподаватель кафедры маркетинга и рекламы  
Институт управления и безопасности предпринимательства  
Башкирский Государственный университет  
г. Уфа, Российская Федерация*

## **Конкурентный анализ сайта «Ufa1.ru»**

**Аннотация:** В данной статье рассматривается интернет-издания на отечественном рынке и их преимущества от печатных изданий. Также в статье проведен анализ продвижения интернет-портала «Ufa1.ru» и даны некоторые рекомендации по его продвижению в сети Интернет.

**Ключевые слова:** сайт, Интернет-портал, «Ufa1.ru», Горобзор.ru, Проуфу.ru, продвижение

*Gizaulina Dilyara Hamitovna,  
the 4th year student*

*Gabdullina Lyalya Maratovna,  
The Employee Of The Moscow Business School;  
Senior teacher of the Department of marketing and advertising  
Institute of management and security of entrepreneurship  
Bashkir State University  
Ufa, Russian Federation*

## **Competitor analysis of «Ufa1.ru»**

**Abstract:** this article discusses the online edition of the domestic market and benefits from printed publications. Also in the article the analysis of the promotion of Internet-portal "Ufa1.ru" and there are recommendations for its promotion in the Internet.

**Key words:** sites, Internet-portal Ufa1.ru, Gorobzor.ru, Proufu.ru, promotion

Начиная анализ ситуации на отечественном рынке интернет-изданий, стоит заметить, что в последнее время происходит падение численности печатной прессы. Главными конкурентами печатных изданий являются телевидение и Интернет. Участники рынка считают, что электронные СМИ

продолжат наращивать свое влияние, но печатные СМИ еще будут играть существенную роль. Западный опыт показывает, что не долго [3].

Хотя тиражи печатных изданий активно и не росли последние десятилетия - сначала по вине радио и телевидения, а теперь и электронных СМИ. Также среди игроков рынка активно обсуждается тема падения рекламных доходов печатных СМИ и перетекания бюджетов рекламодателей в интернет. То, что реклама в печатной прессе падает, подтверждает отчет Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) за первые три квартала 2013 года газеты и журналы потеряли 7% рекламных доходов (см. Таблицу 1).

Таблица 1 Динамика доходов от рекламы в СМИ в 2013 году [3]

сегменты	Январь-Декабрь 2013 года	Прирост, %	
Телевидение	107.7-108.2	11	
<i>в т.ч. эфирное</i>	105.0-105.5		11
<i>кабельно-спутниковое</i>	2.69		21
Радио	10.9-11.1	16	
Печатные СМИ	26.5-26.7	-7	
<i>в т.ч. газеты</i>	5.9-6.0		-6
<i>журналы</i>	13.0-13.2		-3
<i>рекламные издания</i>	7.5-7.6		-16
Наружная реклама	31.6-31.8	7	
Интернет	48.8	29	
<i>в т.ч. медийная реклама</i>	13.1		13
<i>контекстная реклама</i>	35.7		36
Прочие	2.9	10	
<b>ИТОГО</b>	<b>228.5-229.5</b>	<b>11</b>	

В конкурентную борьбу в последнее время также вступили специальные электронные издания для смартфонов и планшетов. Поскольку пользователей смартфонов и планшетных компьютеров в мире становится все больше. Успех изданий с платным доступом к онлайн-версиям печатных СМИ остается сомнительным. Это связано с тем, что пользователи не готовы платить за новости в сети Интернет. А печатным изданиям стоит задуматься об избавлении от печатной версии, поскольку расходы на выпуск и распространение с каждым годом становятся все обременительнее.

Это объясняется тем, что за последнее время количество Интернет-пользователей непрерывно росло, а компаниям нужна эта аудитория, которую через интернет и пытаются охватить.

Активная аудитория – это выходящие в хотя бы раз в сутки пользователи – сейчас это 45% всего населения (52,2 млн. человек). Годовой прирост пользователей сети Интернет, выходящих в сеть раз в месяц – 10% (см. Рисунок 1) [2].

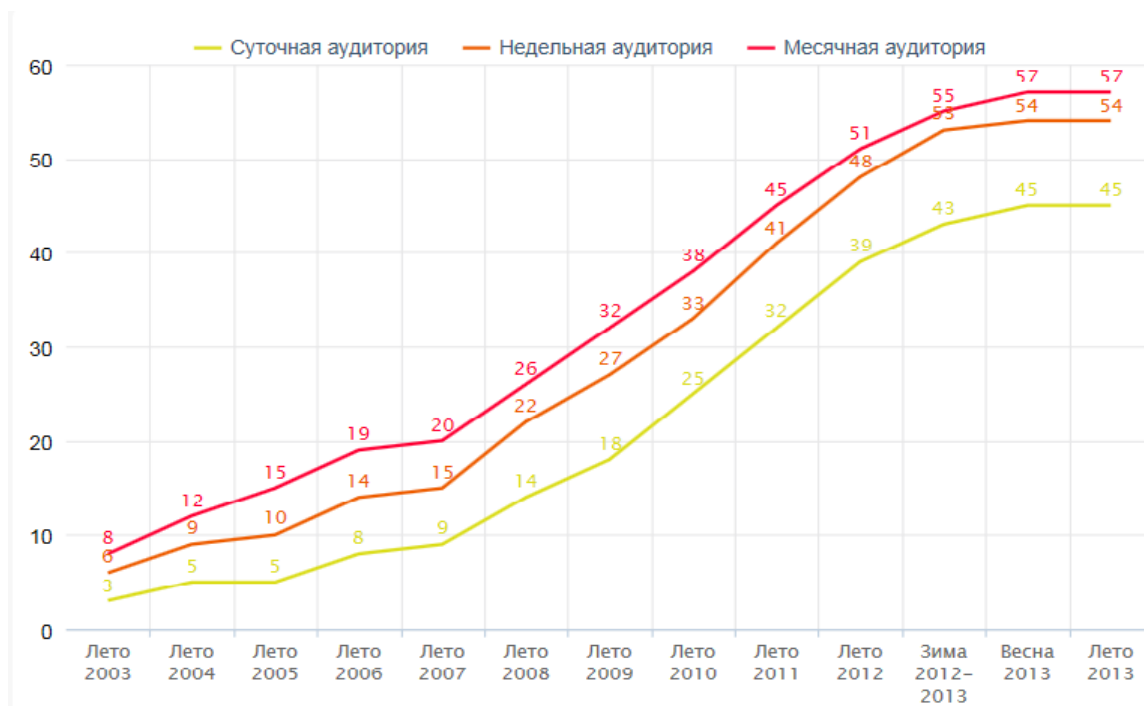


Рисунок 1 Динамика интернет-пользователей в 2003-2013 году [2]

За последний год в России появилось довольно большое количество интернет-изданий. Также появилась тенденция перехода издания в онлайн-среду полностью (с ликвидацией печатного издания) или частично (выкладывать информацию из печатного издания в сети Интернет). У крупных издательств информация на сайте и в самих печатных изданиях все-таки разнится. Во-первых, в сети Интернет площадь издания ограничена объемом физического места сервера, в то время как в печатном издании площадь ограничена. Поэтому часто в печатных версиях можно встретить публикации, которые не уместились целиком издании, с пометкой: "Полная версия материала на сайте". В результате, когда у печатного издания появляется интернет-версия, аудитория читателей возрастает в несколько

раз. Во-вторых, интернет-издание более оперативно реагирует на окружающий мир. Новости в интернете появляются быстрее, нежели в газете: в лучшем случае новость напечатают об этом в течение суток. В-третьих, если у печатного издания есть интернет-версия, то увеличивается аудитория читателей, так как материалы издания в сети Интернет можно получить из любой точки. Тем более, на сайте издания есть доступ к архиву номеров издания. В-четвертых, как и бренды других компаний, Интернет-издания все больше интегрируются в социальные медиа, так как они стали неотъемлемой частью жизни общества. В связи с этим, потенциальный покупатель имеет такие преимущества, как удобство в получении информации. Вместе с тем, удовлетворенный потребитель может привлечь своих друзей к продуктам компании, не отрываясь от социальной сети.

За последний год в России появилось довольно большое количество интернет-изданий. Также появилась тенденция перехода издания в онлайн-среду полностью с ликвидацией печатного издания или частично, то есть выкладывать в сеть печатную информацию.

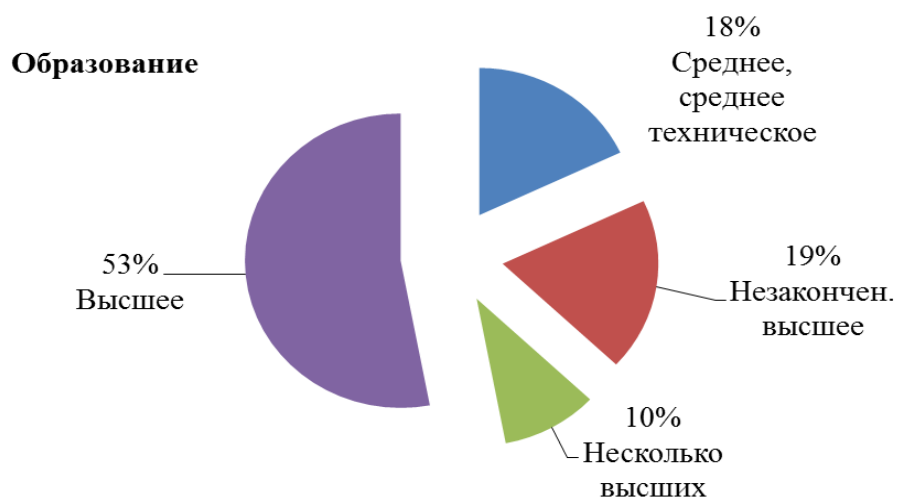
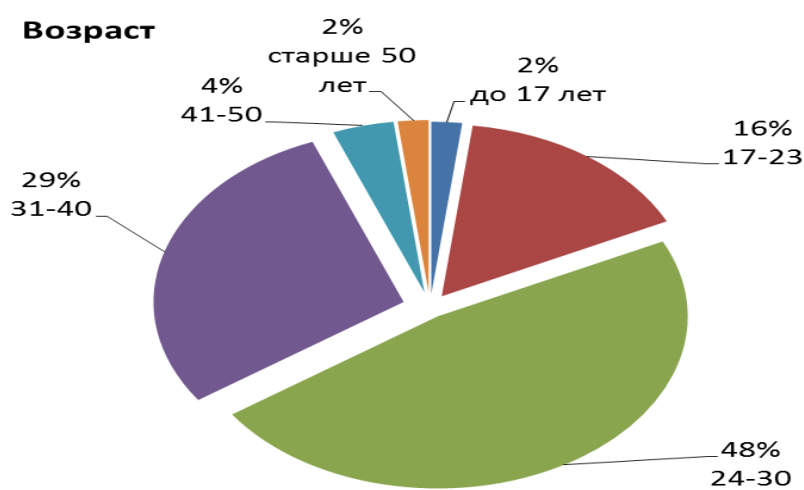
«Ufa1.ru» -это динамично развивающийся уфимский интернет-портал, в сфере интересов которого: последние события Уфы и Республики, полезные статьи и обсуждение актуальных тем в режиме онлайн. С момента своего появления (лето 2007 года), ресурс начал набирать популярность, поскольку ниша городского интернет-медиа канала была не занята.

В компанииUfa1.ru работают профессиональные журналисты – от редакторов до корреспондентов (всего 70 человек).

Миссия интернет-портала: «Мы открываем новые возможности».

Общественно-политическое издание «Ufa1.ru» имеет постоянную целевую аудиторию читателей: ресурс ежедневно посещают несколько десятков тысяч человек. Целевая аудитория интернет-издания состоит, в первую очередь, из мобильных, активных пользователей, которые интересуются общественно – политической, экономической культурной жизнью города и республики и желающих получать независимую и свежую

информацию. Это мужчины (48%) и женщины (52%) от 24 до 40 лет (77%), имеющих высшее образование (см. Рисунок 2) [4].



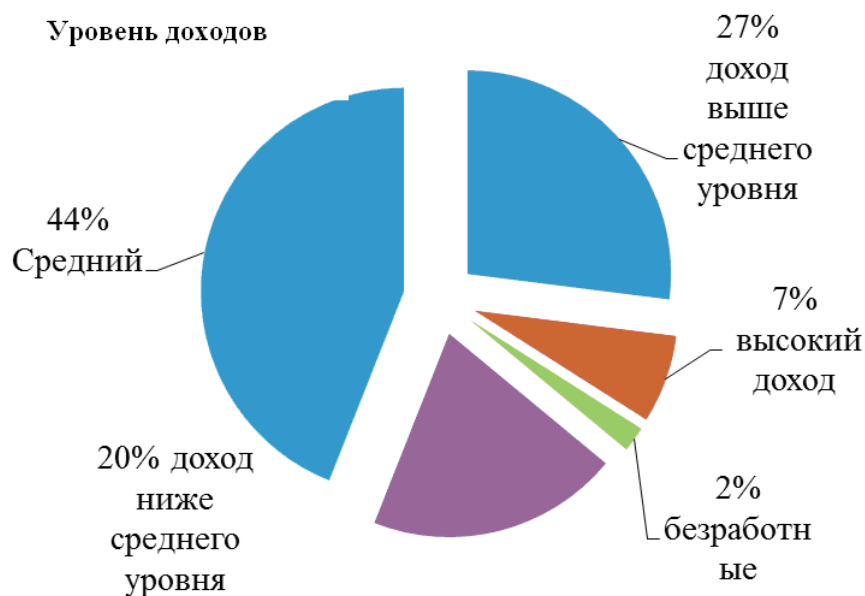


Рисунок 2 Целевая аудитория интернет-портала Ufa1.ru [4]

Цена. Сам портал Ufa1.ru как и все новостные издания, не берут плату за доступ к своему сайту, так как сайт существует на том, что сдает в аренду рекламные площади на сайте (баннерная реклама). Чем больше посетителей сайта, тем дороже он будет продавать рекламные площади. Для потребителя, то есть пользователя, стоимость доступа к Интернету (в том числе и к сайту) равна стоимости услуг Интернет-провайдера.

Место продаж — точка продаж, то есть сайт [www.ufa1.ru](http://www.ufa1.ru). Огромную роль играет как графический дизайн, так и удобство использования сайта, и качество обработки заявок с сайта (например, регистрация на сайте). Так же стоит обратить внимание на скорость загрузки, так как, размещая на сайте баннеры с большим разрешением, можно лишиться посетителей, поскольку такой сайт будет загружаться долго. Пользователи не любят ждать, особенно, сейчас, в век высоких технологий.

Новостной портал Ufa1.ru активно продвигается в социальных сетях, поскольку пользователи сети Интернет, все больше проводят времени в соц. сетях (Вконтакте, Facebook, Twitter и др). По данным 2012 года Международной Исследовательской группы «TNS», в России количество

среднесуточных пользователей Рунета, использующих социальные сети составила 99,7% [3].

У портала имеются официальные сообщества в социальных сетях. Например, в сообществе Вконтакте, Ufa1.ru имеет более 62 тысяч подписчиков. Тем не менее, большое количество других новостных сообществ, цитируют новости портала, делая ссылку на Ufa1.ru.

Немаловажно то, что отдел маркетинга и рекламы интернет-издания активно продвигает Ufa1.ru в поисковых машинах, таких, как Яндекс, применяя инструменты поисковой оптимизации и контекстной рекламы. При вводе в поиске словосочетания «новости Уфы» сайт портала Ufa1.ru появляется на второй строчке результата. Также появляется контекстная реклама.

Интернет-портал имеет приложения мобильных устройств под управлением операционной системы Android и iOS, которые облегчат доступ к новостям интернет-портала Ufa1.ru. Создание такого приложения показывает, что портал не стоит на месте, развивается. Это очень разумный шаг, поскольку сейчас у активного населения все больше появляются смартфоны и планшетные компьютеры, а мобильный интернет стал быстрым.

Рассмотрим модель пяти сил конкуренции по М. Портеру.

1) Конкуренты на рынке. В отрасли наблюдается средний уровень конкурентной борьбы. Это связано с тем, что на рынке действует большое количество информационных Интернет-изданий, но значительная часть является малоизвестной. Рынок новостных изданий достаточно молод (5 лет), но он быстро развивается.

2) Потенциальные конкуренты-новички. Вхождение на рынок потенциальных конкурентов не составляет никакого затруднения из-за широких возможностей сети Интернет и низкой стоимости, т.е. новички могут легко найти потребителя.



3) Конкурентная сила поставщиков. В данном случае поставщиками услуг являются корреспонденты, журналисты, которые «поставляют» новости, статьи для издания. Немаловажное значение имеют и Интернет-провайдеры, а также организации, предоставляющей хостинг и доменное имя сайта.

4) Конкурентная сила покупателей. Посетители сайтов на российском рынке имеют большую конкурентную силу, т.к. они формируют положение конкретного сайта в отрасли.

5) Влияние товаров-субститутов. У новостных интернет-порталов существует несколько товаров-заменителей. Это телевизионные новости, новости на радио и печатная пресса. Наличие на рынке товаров-субститутов не сильно сказывается новостях в сети Интернет, т.к. все они уступают Интернет-изданиям, поскольку люди теперь меньше покупают печатной прессы и все больше читают и смотрят новости в Интернете. Но отрицать влияние товаров-заменителей нельзя.

Проанализируем прямых конкурентов «Ufa1.ru». Главными конкурентами «Ufa1.ru» в сегменте интернет-изданий являются такие порталы Gorobzor.ru и ProUfu.ru, поскольку оба Интернет-ресурса являются новостными изданиями Республики Башкортостан в сети Интернет.

«ProUfu.ru» - одна из лучших площадок в уфимском сегменте Интернета для публикации общественно-экономических, политических новостей и новостей спорта, фото- и видео-публикации рекламы различного рода услуг, размещения частных публикаций, онлайн-консультации с различными специалистами. Начал свою деятельность в 2008 году.

Gorobzor.ru. – уфимский городской Интернет-ресурс (портал), который публикует новости Уфы и Республики Башкортостан, информацию справочного и развлекательного характера фоторепортажи, вакансии ведущих компаний города, афишу города, каталог организаций и заведений Уфы, погоду в городе. онлайн-консультации, объявления и конкурсы. Начал свою деятельность в 2007 году.

Основной аудиторией данных интернет-порталов являются молодые люди с активной жизненной позицией и не представляющие свою жизнь без Интернета: мужчины (50,9%) и женщины (49,1%) от 18 до 44 лет (72,7%) от общего числа посетителей, интересующиеся новостями Уфы и РБ. Таким образом, мы видим, что аудитория Интернет-ресурсов Gorobzor.ru и ProUfu.ru. одна и та же с аудиторией портала Ufa1.ru (см. Рисунок 3) [5,6].

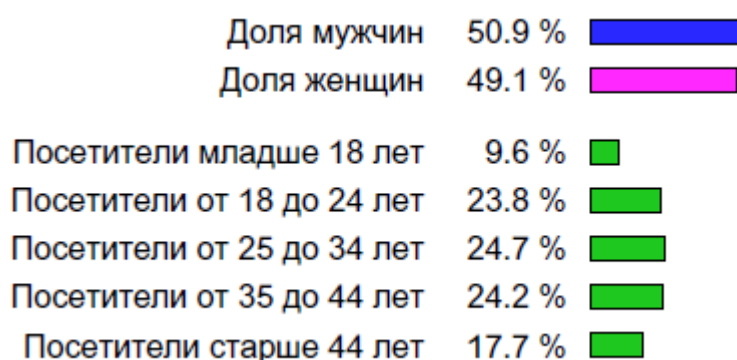


Рисунок 3 Аудитория интернет-порталов Gorobzor.ru и ProUfu.ru [5,6]

По данным аналитической компании «Медиалогия» рейтинг медиаресурсов Башкортостана за III квартал 2013 года выглядит именно так: лидером медиарейтинга в сегменте Интернет-изданий стал портал ProUfu.ru [1].

Таблица 2 Топ-20 самых цитируемых СМИ Башкортостана [1]

СМИ	Категория	ИЦ
ИА Башинформ	Информагентство	314,02
Башкирское спутниковое телевидение	ТВ	55,28
ProUfu.ru	Интернет	46,24
Ufa1.ru	Интернет	25,38
ГТРК Башкортостан	ТВ	11,02
Комсомольская правда - Уфа	Газета	10,02
Journalufa.com	Интернет	9,41
Gorobzor.ru	Интернет	7,22
Temaufa.ru	Интернет	6,93
Mkset.ru	Интернет	5,71
ИА РБИнформ	Информагентство	2,41
ТРК "Вся Уфа"	ТВ	1,78
I-gazeta.com	Интернет	1,63
Республика Башкортостан	Газета	1,19
Ufatime.ru	Интернет	0,93
Resbash.ru	Интернет	0,45
Коммерсант - Башкортостан	Газета	0,19
U7a.ru	Интернет	0,12
Вечерняя Уфа	Газета	0,09
Proural.info	Интернет	0,07

Портал Ufa1.ru значительно уступает сайту ProUfu.ru по индексу цитируемости в Интернете. «Gorobzor.ru» имеет меньший индекс цитируемости, то есть число ссылок на данный ресурс с других в сети Интернет.

Рассмотрим такой показатель, как посещаемость сайта, то есть число посетителей за определенное время. Статистика посещений также уделяет внимание времени просмотров, таким образом, отслеживая, как долго посетитель находился на сайте, на каких страницах останавливался. Это говорит о качестве посещений, поскольку на сайт могут заходить и случайные посетители.

На следующем рисунке представлен график динамики посещаемости порталов за последние годы (см. Рисунок 4).

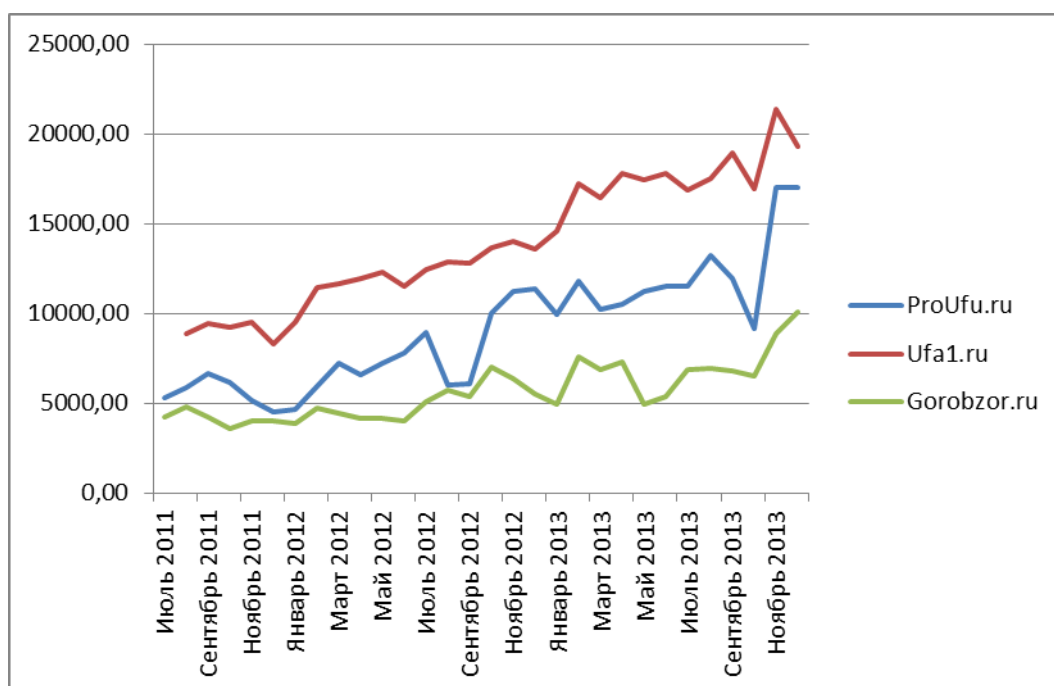


Рисунок 4 Динамика посещений интернет-порталов в 2011-2013 году [5,6,7]

Посещение Интернет порталов с каждым годом стремительно растет. Здесь видно, что посещаемость Интернет-издания Ufa1.ru за весь период выше, чем у ProUfu.ru и Gorobzor.ru [5,6,7].

Рассмотрим представленность интернет-изданий в социальных медиа (см. Таблица 3).

Таблица 3 Количество пользователей соц. сети, подписанные на новости интернет-издания

	Вконтакте	Facebook	Twitter
Ufa1.ru	62512 подписчика	481 подписчик	1327 подписчиков
Gorobzor.ru	3935 подписчиков	377 подписчик	375 подписчик
Proufu.ru	2903 подписчика	210 подписчиков	52 подписчика

Следует отметить, что в социальной сети явное превосходство также имеет портал Ufa1.ru, так как пользователей соц. сети Ufa1.ru больше, чем у портала «Gorobzor.ru» и ресурса Proufu.ru в несколько раз.

Как показывает статистика сайта Рамблер Топ-100, основные переходы на сайт Интернет-портала Ufa1.ru осуществляются через социальные сети, поисковые машины и закладки [8].

Таким образом, проанализировав конкурентов «Ufa1.ru» и сам интернет-портал, можно прийти к выводу, что конкурентные интернет-издания ProUfu.ru и Gorobzor.ru не представляют никакой угрозы для портала «Ufa1.ru». Поскольку специалисты «Ufa1.ru» применяют в продвижении различные инструменты в сети Интернет, портал является лидером по посещаемости сайта. Это значит, что Интернет-продвижение эффективно.

#### **Список литературы:**

1. Башкортостан: рейтинг СМИ за III квартал 2013 [Электронный ресурс] // Инновационно-аналитическая система Медиалогия [web-сайт]. <[http://www.mlg.ru/ratings/regional\\_smi/2732](http://www.mlg.ru/ratings/regional_smi/2732)> (25.12.2013).
2. Интернет в России: динамика проникновения. Лето 3013 [Электронный ресурс] // Фонд «Общественное мнение» [web-сайт]. <<http://runet.fom.ru/posts/11067>> (25.12.2013).
3. Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям [web-сайт]. <<http://www.fedpress.ru>> (25.12.2013).

- [www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2013/internet\\_in\\_Russia](http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2013/internet_in_Russia)>  
(25.12.2013).
4. Портрет аудитории года [Электронный ресурс] // Группа компаний RUgion [web-сайт]. <[http: www.rugion.ru/about/auditorium](http://www.rugion.ru/about/auditorium)> (25.12.2013).
  5. Статистика сайта gorobzor.ru [Электронный ресурс] // LiveInternet @ Статистика и дневники, почта и поиск [web-сайт]. <[http: www.liveinternet.ru/stat/gorobzor.ru](http://www.liveinternet.ru/stat/gorobzor.ru)> (10.01.2014).
  6. Статистика сайта proufu.ru [Электронный ресурс] // LiveInternet @ Статистика и дневники, почта и поиск [web-сайт]. <[http: www.liveinternet.ru/stat/proufu.ru](http://www.liveinternet.ru/stat/proufu.ru)> (10.01.2014).
  7. Статистика сайта ufa1.ru [Электронный ресурс] // LiveInternet @ Статистика и дневники, почта и поиск [web-сайт]. <[http: www.liveinternet.ru/stat/ufa1.ru](http://www.liveinternet.ru/stat/ufa1.ru)> (10.01.2014).
  8. Статистика сайта ufa1.ru [Электронный ресурс] // Рамблер ТОП100 – Каталог интернета [web-сайт]. <[http: top100.rambler.ru/?query=ufa1.ru&stat=1](http://top100.rambler.ru/?query=ufa1.ru&stat=1)> (24.12.2013).

© Гизатуллина Д.Х., Габдуллина Л. М., 2014  
Дата публикации: 09.04.2014