

УПОМИНАЕМОСТЬ КОНСАЛТИНГОВЫХ И ЮРИДИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ В ДЕЛОВЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	ЧИСЛО УПОМИНАНИЙ В ДЕЛОВЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ В ПЕТЕРБУРГЕ													ЧИСЛО УПОМИНАНИЙ В ФЕДЕРАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ													
	«КОММЕРСАНТЬ» (ПЕТЕРБУРГСКИЕ СТРАНИЦЫ)				«ВЕДОМОСТИ» (ПЕТЕРБУРГСКИЕ СТРАНИЦЫ)				«ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ»				ИТОГ ПО СПБ	«КОММЕРСАНТЬ» (ФЕД. СТРАНИЦЫ)				«ВЕДОМОСТИ» (ФЕД. СТРАНИЦЫ)				РБК DAILY				«КОММЕРСАНТЬ»	
	05-06	06-07	07-08	08-09	05-06	06-07	07-08	08-09	05-06	06-07	07-08	08-09		05-06	06-07	07-08	08-09	05-06	06-07	07-08	08-09	05-06	06-07	07-08	08-09	05-06	06-07
PRICEWATERHOUSECOOPERS	1	2	5	17	1	0	1	0	20	28	31	30	136	30	103	82	39	95	162	140	106	13	59	70	50	8	15
ERNST & YOUNG	1	5	3	17	1	2	7	0	19	22	14	20	111	23	65	83	63	80	139	116	120	15	44	51	83	8	7
JONES LANG LASALLE	1	3	2	10	4	1	9	8	9	14	28	20	109	7	39	44	26	131	160	104	83	8	72	46	37	0	1
DELOITTE & TOUCHE	4	0	3	7	1	0	4	0	6	29	12	4	70	31	39	44	16	108	118	102	58	15	32	38	14	10	5
«ПЕПЕЛЯЕВ, ГОЛЬЦБЛАТ И ПАРТНЕРЫ»	0	1	2	2	6	5	5	13	30	18	3	11	96	16	32	36	19	95	133	71	50	34	47	22	12	2	4
«2К АУДИТ»	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	17	14	35	4	34	23	11	14	8	6	3	22	29	144	145	6	6
KPMG	0	0	1	12	0	1	0	2	1	5	9	10	41	17	24	20	25	59	85	56	58	6	24	18	17	2	4
«БДО ЮНИКОН»	0	0	7	4	0	1	0	0	12	9	4	4	41	15	19	17	19	51	38	16	23	21	52	31	39	11	9
BAKER & MCKENZIE	0	0	2	2	5	6	22	22	2	7	8	3	79	1	0	22	37	60	38	57	59	3	0	11	14	1	0
MCKINSEY & COMPANY	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2	8	16	12	16	7	42	42	46	37	4	9	17	8	0	3
«ЕГОРОВ, ПУГИНСКИЙ, АФАНАСЬЕВ И ПАРТНЕРЫ»	4	0	1	0	0	0	0	1	4	4	0	3	17	22	17	28	28	10	11	22	47	3	14	23	23	0	0
«ДЮВЕРНАУ ЛИГАЛ»	0	3	2	33	1	28	55	38	0	4	1	16	181	0	3	1	7	0	9	5	19	0	1	7	24	0	1
SALANS	1	0	1	12	2	4	2	2	7	8	18	4	61	0	3	6	16	25	22	17	18	2	0	2	1	1	1
ИНСТИТУТ ПРОБЛЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	1	3	0	0	5	19	7	1	38	17	18	10	119	0	2	1	1	0	5	0	2	1	0	3	1	4	5
«АВЕРС»	2	1	7	8	16	20	6	4	6	10	15	9	104	1	1	1	3	12	7	4	5	0	1	1	2	2	1
DLA PIPER RUS LIMITED	1	1	3	3	8	22	10	4	0	0	1	0	53	0	1	8	2	7	16	32	11	0	0	5	2	0	1
«ЛЕОНТЬЕВСКИЙ ЦЕНТР»	0	0	1	0	2	6	4	3	19	16	16	19	86	1	0	0	0	1	0	2	1	0	0	3	4	0	1
BEITEN BURKHARDT	1	0	2	1	0	0	2	0	5	22	8	1	42	0	4	9	0	5	10	12	2	0	2	0	0	1	0
«РМС-ОЦЕНКА»	0	0	0	0	8	16	1	0	26	4	6	0	61	0	0	0	0	8	2	1	0	0	0	0	0	0	1
«РОСЭКСПЕРТИЗА»	0	1	0	0	0	0	0	0	3	2	1	0	7	3	10	5	4	4	4	2	4	2	0	3	1	7	5
«НЭО ЦЕНТР»	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	8	5	1	1	8	10	0	0	2	1	3	5
«МКД» (РКФ)	0	0	1	1	0	2	0	0	4	7	2	2	19	1	2	0	0	2	2	0	1	0	1	1	2	6	7
CLIFFORD CHANCE	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	6	3	6	4	6	5	10	0	2	4	4	1	0
«ГОРИСЛАВЦЕВ И КО»	0	0	0	1	0	0	0	0	17	7	1	0	26	0	3	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	6	6
MANNHEIMER SWARTLING	0	0	0	11	0	0	1	2	0	0	1	4	19	0	0	0	0	1	1	1	3	0	0	0	1	0	0
«ИНТАЛЕВ СЕВЕРО-ЗАПАД»	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1	3	2	9	0	0	0	0	0	1	1	3	0	0	0	0	2	1
СУММА ПО ВСЕМ КОНСУЛЬТАНТАМ	17	20	45	142	60	133	137	100	233	237	219	189	1532	190	419	458	335	816	1020	826	733	149	389	502	485	81	89

ИНДИКАТОР ПУБЛИЧНОСТИ

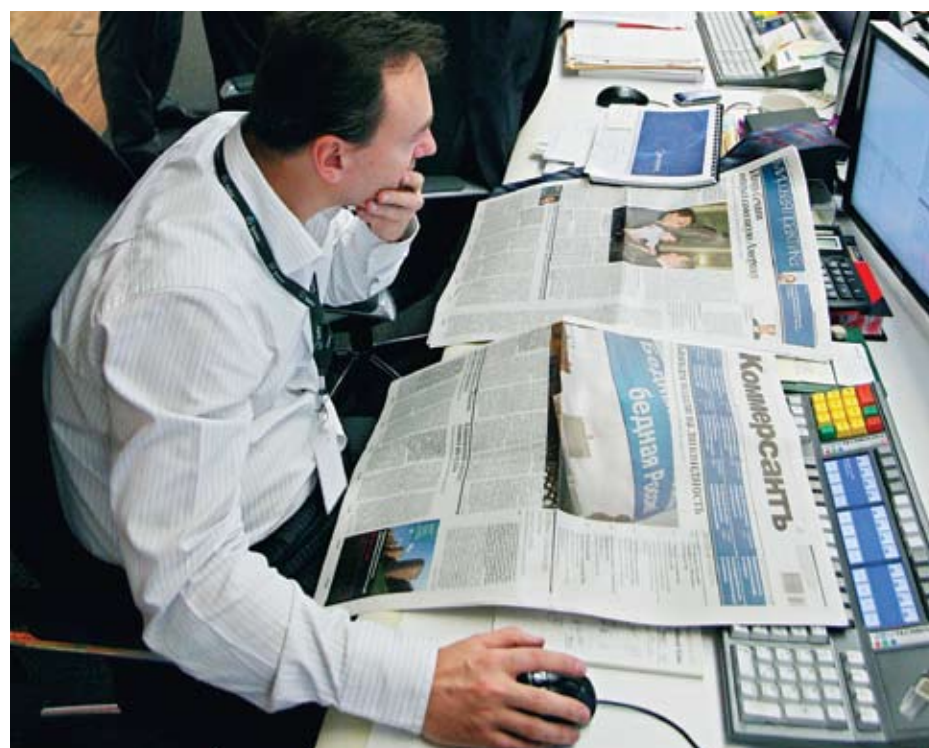
ОЦЕНИВАЯ ПУБЛИЧНУЮ АКТИВНОСТЬ КОНСАЛТИНГОВЫХ И ЮРИДИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ, „Ъ“ СОБРАЛ ИНФОРМАЦИЮ ОБ ИХ УПОМИНАЕМОСТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ЧЕТЫРЕ ГОДА В ФЕДЕРАЛЬНЫХ И ПЕТЕРБУРГСКИХ ПЕЧАТНЫХ ДЕЛОВЫХ СМИ. ОКАЗАЛОСЬ, ЧТО ПИК СОТРУДНИЧЕСТВА С ЖУРНАЛИСТАМИ ПРИШЕЛСЯ НА ПРОШЛЫЙ И ПОЗАПРОШЛЫЙ ГОДЫ, А КРИЗИС ПРИВЕЛ К СОКРАЩЕНИЮ ЧИСЛА ПУБЛИКУЕМЫХ КОММЕНТАРИЕВ КОНСАЛТЕРОВ.

ИЛЬЯ КУРМЫШЕВ, ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА

Оценка числа упоминаний консалтинговых компаний в газетах и журналах деловой направленности производилась начиная с 25 сентября 2005 года по 25 сентября 2009 года с годовым интервалом. Это позволило нам отдельно рассмотреть статистику по двум первым «годам роста», а также по предкризисному и кризисному годам. В таблице приведены данные по количеству публикаций с упоминанием рассматриваемых компаний (цифры в заголовках столбцов обозначают соответствующие годам временные периоды).

РЕЗУЛЬТАТЫ Как видно из таблицы, лидерами по числу упоминаний за четырехлетний период стали две консалтинговые компании из «большой четверки» — PricewaterhouseCoopers и Ernst & Young. Третье место у Jones Lang LaSalle, специализирующейся на консалтинговых услугах в сфере недвижимости. Две другие компании «большой четверки» — Deloitte & Touche и KPMG заняли четвертое и седьмое места соответственно. Среди российских компаний наиболее высокая позиция у юридической фирмы «Пепеляев, Гольцблат и партнеры», занимающей пятое место.

Рассматривая отдельно публикации в петербургских СМИ, можно выделить высокие показатели по городу юридической фирмы «Дювернуа лигал», компании PricewaterhouseCoopers и Института проблем предпринимательства (первое, второе и третье места по упоминаемости в Петербурге соответ-



ПОПАДАНИЕ КОММЕНТАРИЕВ НА СТРАНИЦЫ ДЕЛОВЫХ ГАЗЕТ МОЖЕТ ЗАМЕТНО РАСШИРИТЬ КРУГ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ

ственно). Большой интерес представляет и оценка динамики упоминаемости компаний. К факторам, которые влияют на этот показа-

тель, можно отнести как востребованность экспертных оценок консультантов со стороны журналистов, так и желание самих ком-

паний давать комментарии по актуальным событиям в экономике и бизнесе. Из таблицы видно, что пик суммарной упоминаемости всех консалтинговых компаний пришелся на период 2007–2008 годов (близкий показатель в сезоне 2006–2007). При этом кризис вызвал не ожидаемый всплеск публичной активности консультантов и рост интереса к ним со стороны СМИ, а обратную реакцию. За последний год количество упоминаний консалтинговых компаний в деловых СМИ незначительно, но снизилось. Возможно, причины этого явления лежат в ошибочных или неточных прогнозах, которые давали некоторые консультанты накануне кризиса — это заставило и их самих быть теперь осторожнее в оценках, и журналистов меньше полагаться на мнения экспертов и аналитиков (более подробно о репутационных потерях от кризиса см. в материале на следующей странице). Необходимо признать, что динамика, характерная для суммарных показателей, не всегда совпадает с динамикой по отдельным компаниям. Многие из консультантов, судя по цифрам, за последний год заметно увеличили число своих комментариев в СМИ.

ПОИСК ПОДХОДА Представители консалтинговых компаний традиционно рассматривают публичную активность, выражающуюся в сотрудничестве со СМИ, как важный элемент стратегии продвижения на рынке. «Публичное комментирование вопросов, отно-