

В К Л Ю Ч А Й С Я

2006

Годовой отчет

РБК





в к л ю ч а й с я

2006

Годовой отчет



ОАО «РБК Информационные Системы»



Глава 1. О Компании вкратце	стр. 4-7
Глава 2. Обращение к акционерам	стр. 8-11
Глава 3. Календарь событий 2006 года	стр. 12-15
Глава 4. Факторы риска	стр. 16-19
Глава 5. Обзор тенденций на ключевых рынках	стр. 20-33
• Макроэкономическая ситуация в России в 2006 году	
• Российский рынок масс-медиа	
• Российский рынок информационных технологий	
Глава 6. Приоритетные направления деятельности	стр. 34-45
• Медиа-бизнес РБК	
• IT-бизнес Компании	
• Структура холдинга РБК	
• Организационная структура РБК	



Глава 7. Анализ результатов деятельности в 2006 году и стратегия развития	стр. 46-51
• Стратегические достижения	
• Стратегия развития	
Глава 8. Персонал и социальная политика	стр. 52-55
• Кадровая политика	
• Социальная политика	
Глава 9. Ценные бумаги Компании	стр. 56-59
Глава 10. Отчет о корпоративном управлении	стр. 60-70

О Компании вкратце





Глава I

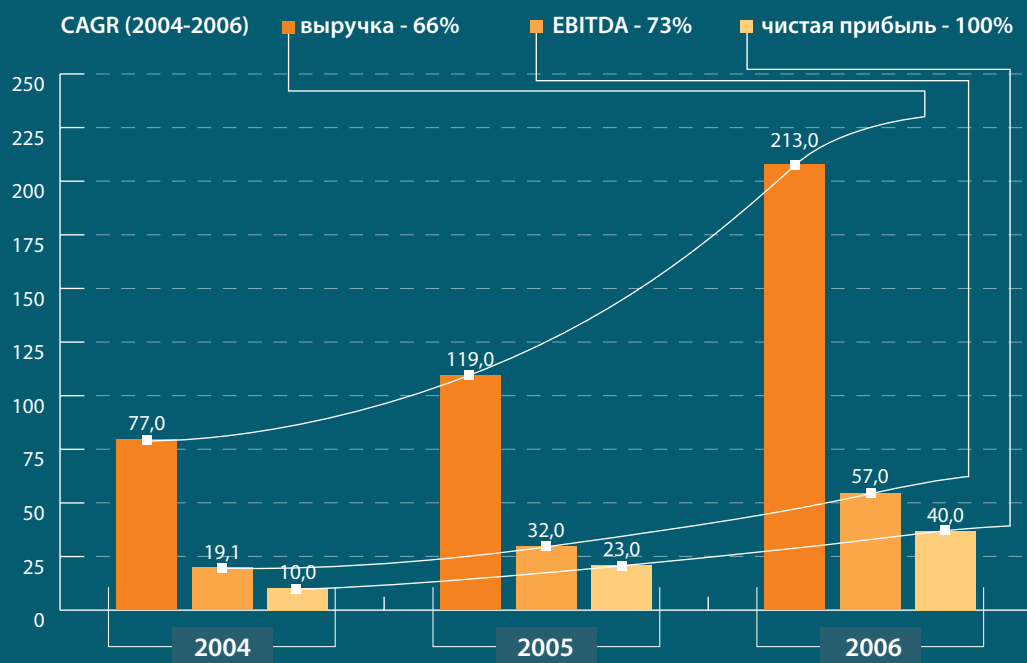
Открытое акционерное общество «РБК Информационные Системы» – это ведущий российский медиа- и IT-холдинг. Компания была создана в 1993 году как информационное агентство, предоставляющее финансовую и экономическую информацию. С тех пор основной специализацией РБК стало создание делового и иного специализированного контента для высокодоходных аудиторий и его распространение на собственных ресурсах – бизнес-телевидении «РБК-ТВ», Интернет-ресурсах Компании, в ежемесячном журнале «РБК» и ежедневной газете «РБК daily». В дополнение к собственным каналам распространения информации РБК приобрел несколько нишевых изданий – интерьерные журналы и издания, посвященные товарам сегмента класса люкс, видя значительную синергию с существующими ресурсами Компании. РБК имеет самую большую деловую аудиторию среди российских СМИ. Помимо этого Компания развивает ряд неделовых Интернет-ресурсов, ориентированных на широкую аудиторию. Значительная часть медиа-выручки Компании формируется за счет поступлений от размещения рекламы. К концу 2006 года клиентская база РБК насчитывала свыше 2500 рекламных клиентов.

РБК также является одним из крупнейших разработчиков программного обеспечения (ПО) в России. Компания имеет широкую практику в таких областях, как комплексные Интернет- и Интранет-проекты, системная интеграция и внедрение корпоративных информационных систем на базе ERP, CRM и SCM, комплексные решения

для автоматизации электронного документооборота, финансово-аналитические системы, а также системы защиты информации, IT-консалтинг. Более 740 IT-клиентов РБК – это преимущественно российские компании, представляющие различные сектора экономики, и государственные структуры, а также зарубежные клиенты. По результатам национального рейтинга iOne-2005, Компания вошла в тройку лидеров компаний-разработчиков программного обеспечения по показателям эффективности бизнеса.

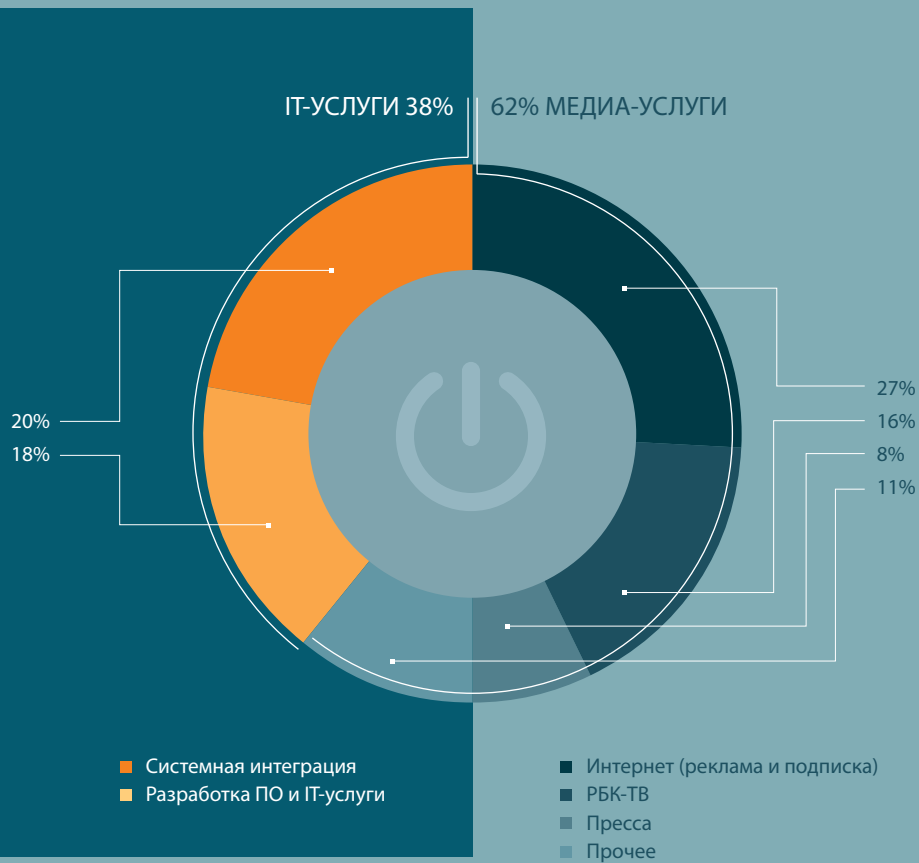
В сентябре 2006 года совет директоров Компании принял решение об отделении IT-бизнеса, поскольку с момента органического возникновения IT-бизнеса в структуре РБК в 2000 году синергия между медиа- и IT-подразделениями заметно снизилась. РБК убежден, что, став самостоятельной публичной компанией, IT-бизнес будет иметь более широкие перспективы дальнейшего развития, так как существование в рамках медийной компании накладывает ограничения как на органический рост в сфере информационных технологий, так и на возможность осуществления IT-приобретений. В то же время выделение IT-активов позволит РБК сосредоточить все финансовые и управленческие ресурсы на интенсивном росте основного для Компании медиа-бизнеса. В рамках выделения IT-бизнеса все соответствующие активы РБК консолидированы в компании ОАО «Армада», акций которой после получения необходимых разрешений будут котируются на ведущих российских биржах – РТС и ММВБ.

Выручка, EBITDA и чистая прибыль Компании (\$млн.)* *Включая IT-бизнес



Источник: На основе консолидированной финансовой отчетности в соответствии с МСФО

Структура выручки РБК в 2006 году



Источник: На основе консолидированной финансовой отчетности в соответствии с МСФО

Обращение к акционерам





Глава II

Уважаемые акционеры!

2006 год принес РБК отличные результаты и вместе с тем стал годом формирования фундамента для еще более интенсивного роста Компании. В этом году мы приняли стратегическое решение об отделении IT-бизнеса, с тем чтобы сосредоточить финансовые и управленческие ресурсы РБК на дальнейшем росте основного для Компании медиа-бизнеса.

Мы расширили географические границы нашей деятельности в сфере масс-медиа и вышли на первый иностранный рынок – украинский, что по итогам 2006 года принесло нам уже около 1% медийной выручки. Основываясь на достигнутых результатах, мы продолжим дальнейшее географическое расширение бизнеса и в 2007 году.

В 2006 году Компания осуществила быстрый и мощный выход на рынок печатной прессы, а также усилила свои позиции в области бизнес-телевидения. При этом Интернет остается главным направлением для РБК: являясь лидирующим поставщиком новостной информации в Рунете, Компания приняла решение об инвестировании \$120млн. в развитие массовых Интернет-сервисов. Продукты, которые Компания разрабатывала в 2006 году, начнут появляться на рынке в 2007 году, и мы рассчиты-

ваем привлечь большое количество новых пользователей этих ресурсов, а также клиентов и партнеров.

Стратегия

В 2006 году Компания приняла решение о концентрации усилий на развитии медийного бизнеса. Мы верим, что выбранная стратегия является определяющим фактором успеха для РБК. Также мы осознаем, что правильное понимание рыночных тенденций, быстрое и грамотное использование существующих возможностей – ключ к успеху. В последние 10 лет российский медиа-бизнес развивался очень динамично, и мы думаем, что такая положительная тенденция сохранится и в будущем. Базируясь на вышесказанном, наша стратегия заключается в идентификации и быстром завоевании свободных или недооцененных ниш на рынке, которые потенциально могут стать очень востребованными и удачно дополняют существующий бизнес Компании.

Финансовые результаты

Мы перевыполнили свой изначальный прогноз по выручке на 2006 год - вместо ранее ожидавшихся \$170-187 млн. совокупный доход РБК достиг \$213 млн. По итогам года консолидированный оборот Компании увеличился на 79%,

благодаря хорошим результатам работы всех подразделений, а также осуществлению вы- годных приобретений.

Консолидированный показатель EBITDA вырос на 78% и достиг \$57 млн. (рентабельность по EBITDA 26,8%) в отчетном году. Консолидиро- ванная чистая прибыль возросла на 74% до \$40 млн. (чистая рентабельность 18,8%). Стабиль- но высокая прибыльность основных медиа- и IT-подразделений и растущая рентабельность телеканала РБК-ТВ практически компенсиро- вали негативный эффект от запуска новых про- дуктов в сфере печатных СМИ и приобретений в сегментах IT-рынка с меньшей рентабельно- стью. Мы рассчитываем, что после заверше- ния процедуры выделения IT-бизнеса, текущий медиа-бизнес РБК* обеспечит более высокий уровень общей рентабельности Компании.

Интернет

В 2006 году РБК укрепил свою лидирующую позицию на рынке информации для делового сообщества и других целевых высокообеспе- ченных аудиторий, а также начал масштабную экспансию на рынок сервисных услуг и контен- та, создаваемого пользователями Глобальной сети. Мы приняли это решение, в частности, по- сле изучения тенденций, которые наблюдаются в западном онлайн-мире, где доля данных про- дуктов неуклонно растет. Для реализации но- вых проектов в РБК было создано специальное подразделение, которое занялось разработкой Интернет-ресурсов и осуществлением приоб- ретений в таких областях, например, как блоги,

онлайн-знакомства, совместное использование видео- и фото-материалов. В целом, на разра- ботку собственных проектов и приобретения планируется потратить около \$120млн., что, по ожиданиям менеджмента, к концу 2010 году по- зволит увеличить Интернет-выручку Компании до примерно \$200 млн. РБК обладает огромным научным и исследовательским потенциалом – в 2006 году наши программисты выпустили око- ло 50 успешных проектов различного уровня сложности. В целом, менеджмент рассчиты- вает, что, как минимум, в ближайшие три года Интернет будет самым крупным направлением деятельности Компании, приносящим около 55-60% всей выручки РБК.

Телевидение

В отчетном периоде РБК-ТВ продолжил дина- мичное развитие. По итогам 2006 года еже- месячная аудитория канала достигла свыше 8,7млн. зрителей, а заполняемость рекламно- го времени увеличилась с 25% до 35%. В 2007 году мы планируем поднять этот показатель до 50%.

В 2006 году мы решили вопрос распростра- нения сигнала РБК-ТВ в Москве, что, пожалуй, яв- ляется, одним из наших основных достижений за ушедший год. До конца 2007 года мы плани- руем сделать канал доступным для большин- ства жителей столицы.

Помимо этого была обновлена сетка вещания канала, появилось много новых программ. Мы собираемся расширить недавно начатую прак-

* Без учета инвестиций в недельной Интернет

тику включения местных новостей в программы РБК-ТВ в наиболее крупных городах России, для чего планируем приобретение небольших региональных телевизионных станций. Мы рассчитываем, что эти изменения позволят нам привлечь новых зрителей и, в целом, повысить лояльность аудитории к каналу.

Помимо бизнес-телевидения мы также видим другие потенциально интересные для нас телевизионные ниши и, в частности, рассматриваем возможность создания в среднесрочной перспективе нового развлекательного телеканала.

Пресса

Преимущество РБК перед другими медийными компаниями заключается в том, что благодаря сильной синергии с другими нашими медиа-активами, мы можем получить гораздо большую долю рынка печатных СМИ, чем конкуренты, за счет активного использования перекрестных продаж и значительных рекламных возможностей Компании.

Примером этому может послужить запуск газеты и журнала, которые в течение одного года показали одинаковые с лидерами рынка объемы аудитории. При этом журнал в кратчайшие сроки обеспечил очень высокую заполняемость рекламных мест.

Основываясь на отличных результатах собственных проектов, РБК также вышел в динамично растущий сегмент интерьерной прессы, купив ведущий в данном сегменте издательский дом.

Уже в конце 2006 года мы с нашим новым партнером запустили совместный проект – первый в России автомобильный журнал для женщин – «Женщина за рулем».

Основной задачей для нас является увеличение тиражей и продаж всех изданий РБК, а конечной целью - в течение трех лет стать безусловным лидером в сегментах рынка, где Компания присутствует.

Новые возможности

Изменения, которые происходят на медиарынке, открывают перед нами огромные возможности для увеличения нашей доли рынка. Благодаря той базе, которую мы заложили в 2006 году, мы рассчитываем, что, как минимум, в ближайшие годы мы сможем расти быстрее рынка.

С уважением,

*Председатель совета директоров
ОАО "РБК Информационные Системы"*

Г.В. Каплун



*Генеральный директор
ОАО "РБК Информационные Системы"*

Ю. А. Ровенский





Календарь событий 2006 года

2006 год для РБК стал очень насыщенным и важным с точки зрения стратегического развития. В отчетном году Компанией было принято решение о выделении IT-бизнеса и концентрации всех усилий на реализации амбициозных целей в сфере медиа-бизнеса, который является основным и приоритетным для РБК. В 2006 году Компания вышла на рынок печатных СМИ, запустив ежемесячный деловой журнал и ежедневную деловую газету. Также РБК приобрел контрольный пакет акций в крупном международном издательском холдинге «EDI S PRESS Holding», выпускающем интерьерные журналы, а также издания, посвященные сегменту товаров класса люкс. Наибо-

лее известные журналы издательства Salon Interior и «Идеи вашего дома» являются лидерами российской интерьерной прессы. Помимо этого Компания расширила географию бизнеса, открыв на Украине информационное агентство экономических новостей «РБК-Украина» (www.rbc.ua) и запустив ежедневную сетевую газету «Утро-Украина» (www.utro.ua). Дополнительно совет директоров Компании принял решение о выходе на рынок массовых Интернет-сервисов и широкомасштабном развитии данного направления с тем, чтобы укрепить лидирующие позиции РБК на бурно растущем Интернет-рынке России.



Глава III

Январь – март 2006

- РБК начал выпускать ежемесячный деловой журнал «РБК»
- Акции РБК были включены в индекс ММВБ
- РБК открыл информационное агентство на Украине
- РБК получил высшую оценку – «А» - в рейтинге корпоративного управления «Эксперт РА»
- РБК объявил предварительные результаты за 2005 год: рост выручки составил 31%
- РБК создал систему для обеспечения залогового кредитования по заказу Министерства финансов России
- РБК запустил Интернет-ресурс «Потребительский рынок»
- РБК успешно прошел очередной аудит на соответствие требованиям стандарта ISO 9001:2000 в области «Проектирования, разработки и внедрения IT-решений»
- РБК вошел в тройку лидеров компаний-разработчиков ПО в России по показателям эффективности бизнеса по результатам рейтинга iOne-2005

• РБК запустил Интернет-ресурс «Потребительский рынок»

Апрель – июнь 2006

- РБК совершил дебютный выпуск кредитных нот объемом 100 млн. долларов США.
- Результаты РБК за первый квартал 2006 года: выручка выросла на 46%
- РБК поднялся с 100 на 76-е место в рейтинге The Financial Times ста крупнейших компаний Восточной Европы
- Состоялось годовое общее собрание акционеров РБК
- РБК запустил проект «Бизнес-стиль», освещающий последние новости и крупнейшие события мировой индустрии моды

Июль – сентябрь 2006

- РБК заключил партнерское соглашение с Microsoft о совместном продвижении порталных технологий в рамках решения «RBC-Soft Portal»
- РБК заключил договор о создании дополнительной теле-студии в международном деловом центре «Москва-Сити»
- РБК утвердил новую программу опционов для членов совета директоров и топ-менеджеров

- РБК запустил Интернет-ресурс «РБК.Кредит», предоставляющий полный спектр информации о кредитовании частных лиц
- РБК-TV стал лауреатом ежегодной национальной премии «Россия-2006»
- Результаты работы РБК за первое полугодие 2006 года: совокупная выручка выросла на 62%
- РБК приобрел контрольный пакет в международном издательском холдинге «EDI S PRESS Holding»
- Совет директоров РБК одобрил отделение IT-бизнеса и стратегию ширококомасштабно-го развития Интернет-направления
- РБК и «Мостелеком» достигли договоренности о распространении телевизионного сигнала РБК-TV через московскую городскую сеть кабельного телевидения
- РБК запустил печатную версию электронной ежедневной деловой газеты «РБК daily»

Октябрь – декабрь 2006

- Топ-менеджмент РБК занял первые позиции в рейтинге “1000 самых профессиональных менеджеров России”
- РБК назвал лауреатов национальной премии в области бизнеса «Компания года-2006»
- Результаты работы РБК за первые три квартала 2006 года: выручка выросла на 57%
- Генеральный директор РБК Юрий Ровенский избран в состав Правления РСПП
- РБК выпустил универсальный продукт «RBC_MyIntranet», позволяющий создавать функциональные внутренние информационные ресурсы
- Журналисты РБК стали лауреатами всероссийского конкурса деловой журналистики «Россия финансовая»
- РБК приобрел права на проведение конкурса «Народная марка»



The image features a first-person perspective of a foot in a brown loafer shoe resting on a dark blue surface. The surface is covered in concentric, wavy ripples that radiate from the shoe, creating a sense of depth and movement. The background above the surface is a smooth gradient of teal and light blue, suggesting a sky or a calm body of water. A semi-transparent teal rectangular box is positioned in the upper right quadrant, containing the text 'Факторы риска' in white. The overall composition is clean and modern, with a strong color palette of blues and browns.

Факторы риска



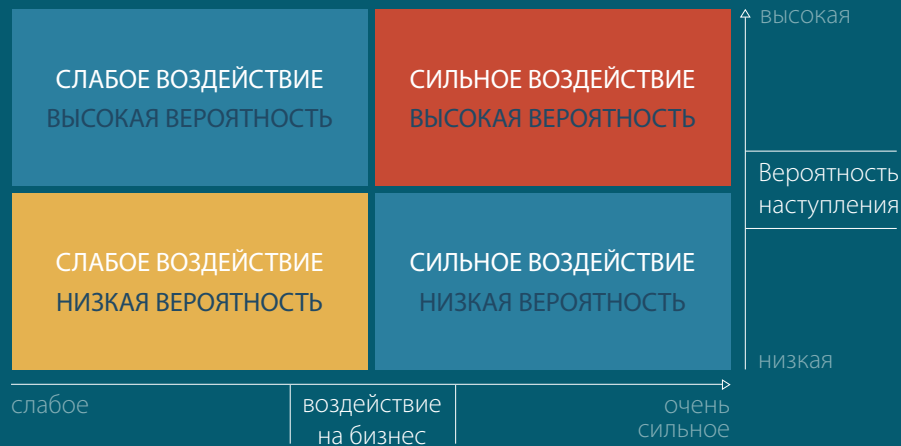
Глава IV

Деятельность РБК может быть подвержена влиянию разного рода рисков, основные из которых - это экономические, правовые и политические, а также риски, связанные с бизнесом компании.

К экономическим рискам, которые могут негативно повлиять на результаты РБК, относятся, например, возможное замедление темпов роста ВВП, инфляционные и девальвационные риски, кризис банковской отрасли, снижение цен на товары нефтегазовой отрасли, рост безработицы в странах присутствия. Для минимизации зависимости от данных и других экономических рисков РБК стремится к диверсификации своей деятельности, в том числе путем расширения географии бизнеса.

Правовые риски связаны с возможностью изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность Компании, в том числе вопросов налогообложения. Например, по российскому законодательству для осуществления некоторых сделок («сделки, в отношении которых имеется заинтересованность») требуется одобрение миноритарных акционеров компании. Следовательно, неполучение одобрения по таким сделкам может повлечь невыполнение намеченных планов развития Компании, что может негативно сказаться на ее результатах. Также на результатах Компании могут негативно отразиться нарушение интеллектуальной собственности Компании, отзыв или невозможность возобновления ее лицензий. Для минимизации указанных рисков РБК пользуется услугами профессиональных юристов.

Управление рисками в РБК



- РБК стремится избегать риски, которые имеют высокую степень вероятности наступления и могут оказать очень сильное воздействие на бизнес, поскольку затраты на управление такими рисками несоизмеримо выше той выгоды, которую можно получить.
- РБК внедряет процедуры контроля и управления рисками, попадающими в синюю зону, для того, чтобы избежать возможные потери в результате возникновения таких рисков.
- РБК стремится оценивать реальное воздействие и вероятность наступления рисков, попадающих в желтую зону, и вводить процедуры управления и контроля только в том случае, если затраты на их внедрение минимальны. В противном случае, такие риски можно не контролировать.



Обзор тенденций на ключевых рынках

Глава V

Макроэкономическая ситуация в России в 2006 году

Несмотря на продолжающееся укрепление рубля, российская экономика демонстрирует высокие темпы роста. Так, ВВП России в 2006 году вырос на 6,7%, по сравнению с 6,4% в 2005 году, а объем ВВП составил 26621,3 млрд. руб. При этом доля вклада внутренних факторов в экономический рост превысила 70% - практически все отрасли, входящие в структуру ВВП, продемонстрировали хорошие результаты.

В 2006 году в экономике России, в основном, наблюдались положительные тенденции, о которых можно судить, в частности, по поднятию рейтингов России международными агентствами Fitch и Standard & Poor's до BBB+, досрочному погашению внешнего долга Парижскому клубу, росту золотовалютных резервов (третье место в мире после Китая и Японии), профициту государственного бюджета, а также положительному сальдо внешнеторгового баланса. При этом 2006 год был сложным с точки зрения инфляционных факторов, но, согласно официальным данным, индекс потребительских цен не превысил 9%.

Важной причиной роста российской экономики стало значительное увеличение цен на нефть и металлы, что обеспечило колоссальный приток иностранного капитала в страну:

объем чистых иностранных инвестиций в российскую экономику в 2006 году достиг \$41,5 млрд. При этом прямые иностранные инвестиции в Россию в прошлом году составили \$31 млрд., портфельные - \$17 млрд. В свою очередь, это способствовало росту курса рубля по отношению к основным мировым валютам, и Банк России был вынужден проводить валютные интервенции.

Рост доходов населения на 10,2% в годовом исчислении и увеличение курса рубля привело к повышению спроса на зарубежные товары, что негативно отразилось на российской промышленности – темпы роста производства незначительно замедлились, с 4,0% в 2005 году до 3,9% из-за уменьшения спроса на отечественные товары. При этом положительное сальдо внешнеторгового баланса в 2006 году составило \$164,4 млрд. по сравнению с \$142,8 млрд. в 2005 году, а внешнеторговый оборот России увеличился на 29,2% и составил \$439,5 млрд. в 2006 году.

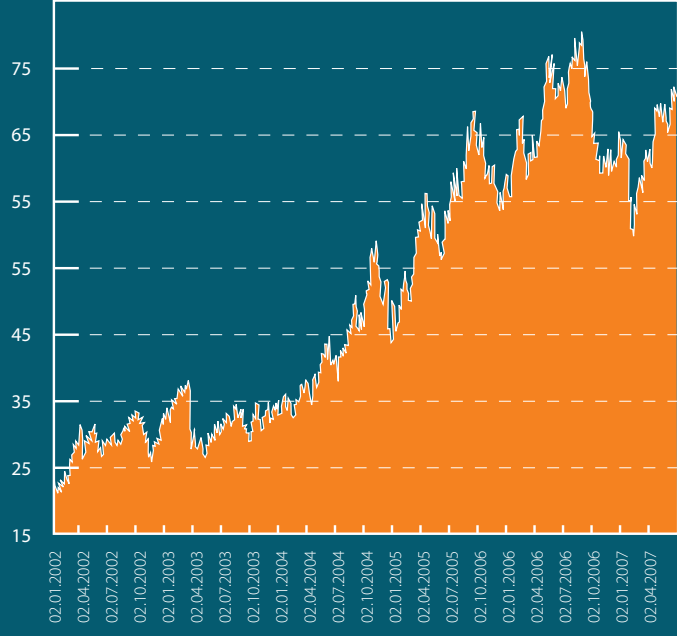
Главным внутренним фактором роста для экономики России, как и в последние несколько лет, стали высокие потребительские расходы: увеличение расходов домохозяйств на потребление конечных товаров и услуг достигло 10,7%. В частности, 2006 стал годом стремительного роста в секторе товаров народного потребления – розничные продажи выросли

на 13,0% до 8,6 трлн. рублей, что оказало значительную поддержку темпам роста ВВП.

Высокими темпами увеличивались инвестиции в основной капитал: их рост в отчетном году составил 13,7% против 10,9% в 2005 году. Эта тенденция затронула практически все сферы экономической деятельности России.

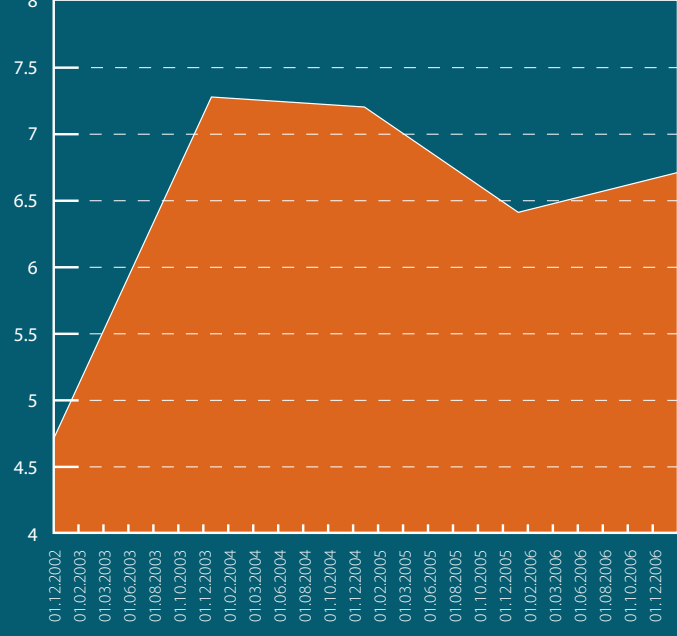
Всего в экономику было вложено 4,6 трлн. рублей. Причем данный показатель остается стабильно высоким уже в течение нескольких лет: с 2000 года он не опускался ниже 10%. Такая динамика характерна для стран с быстро развивающейся экономикой и дает основания рассчитывать на позитивные макроэкономические перспективы России.

Динамика цен на нефть марки brent за 2002–2006гг., \$ за баррель



Источник: www.reuters.com

Динамика темпов роста ВВП РФ в 2002–2006гг. (годовые показатели), %

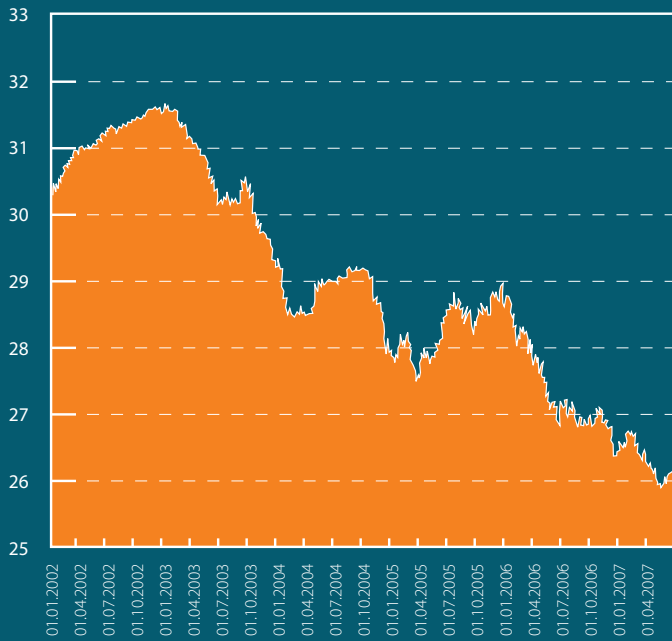


Источник: Федеральная служба государственной статистики, www.gks.ru

В 2006 году вложения в российские активы снова были одними из самых выгодных среди стран с быстро растущими рынками. Это произошло как благодаря повышению доходов нефтегазового сектора, так и быстрому развитию большинства секторов отечественной экономики. Ускорение структурных преобразований в России в отчетном году оказало

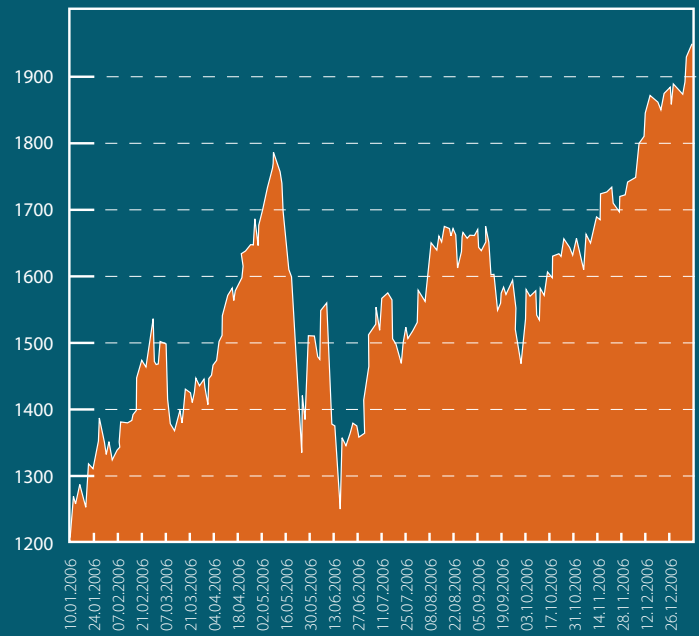
влияние на рост фондового рынка страны. Это, в свою очередь, способствовало укреплению финансовых позиций большинства компаний, акции которых торгуются на рынке. В результате индекс РТС вырос на 70% и завершил год на уровне, превышающем 1900 пунктов.

Динамика курса доллара США по отношению к российскому рублю в 2002–2006гг.



Источник: ММВБ, www.micex.ru

Динамика индекса РТС в 2006 году, пункты



Источник: www.rts.ru

Рост и объемы медиа-рынков

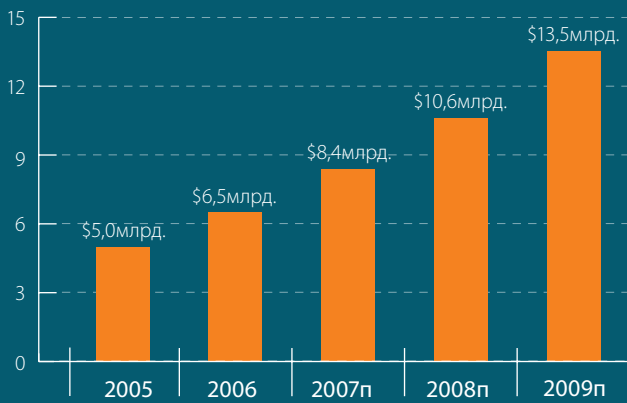
№	Страна	CAGR (2006-2009П), %	Прогнозный объем в 2009 году, \$млрд.
1	Россия	28%	13,52
2	Китай	18%	18,61
3	Индия	14%	6,32
4	Бразилия	5%	8,57
5	США	4%	196,09
6	Великобритания	5%	25,36
7	Польша	11%	6,55
8	Венгрия	9%	3,46
9	Чехия	9%	2,62

Прогнозируемая доля рекламных расходов в ВВП в 2007 году

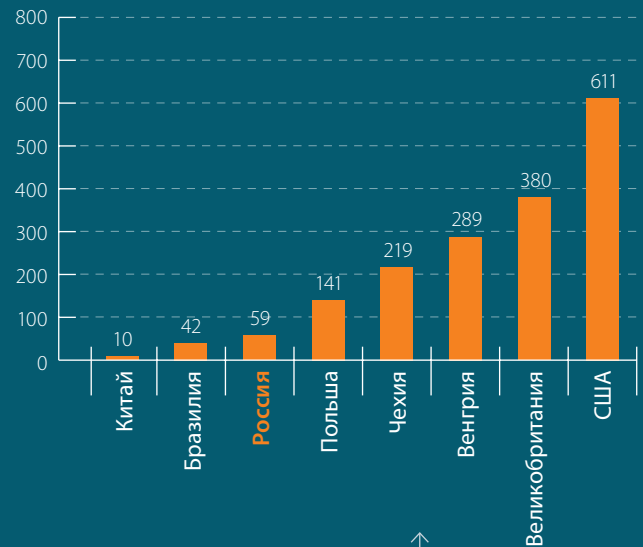
Россия	0,97%
Чехия	1,54%
Польша	1,59%
Венгрия	2,26%
Китай	0,48%
Бразилия	0,90%
Великобритания	0,92%
США	1,29%

Источник: ZenithOptimedia, декабрь 2006

Темпы роста российского медиа-рынка

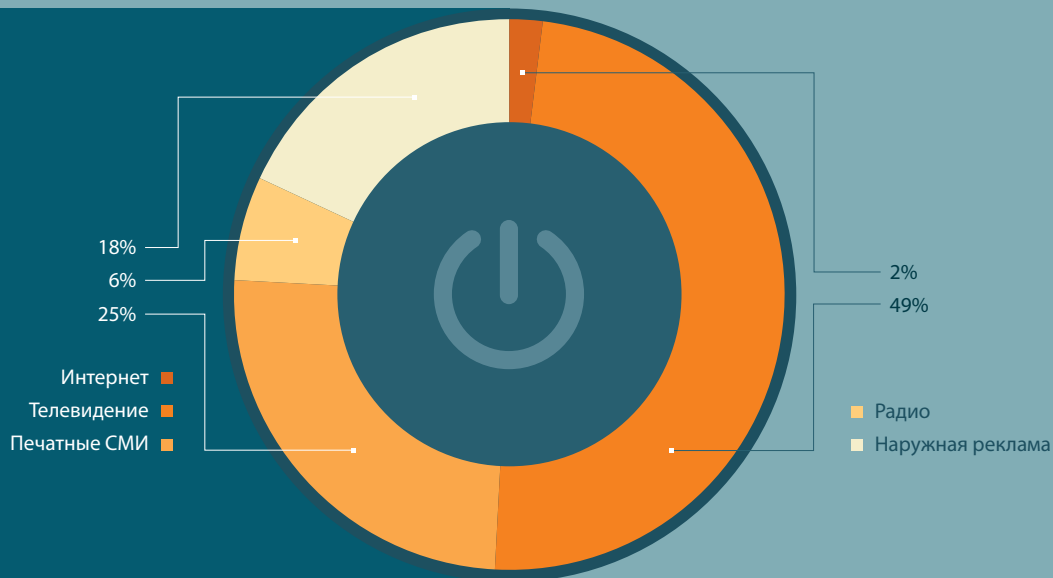


Прогнозируемая доля рекламных расходов на душу населения в 2007 году, \$



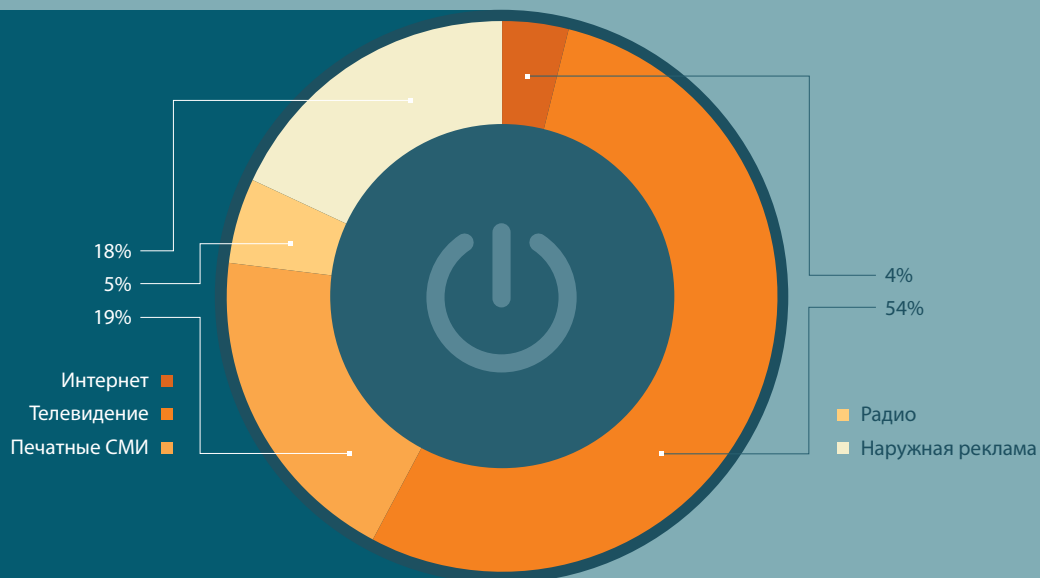
Источник: ZenithOptimedia, декабрь 2006

Структура российского рекламного рынка в 2006 году



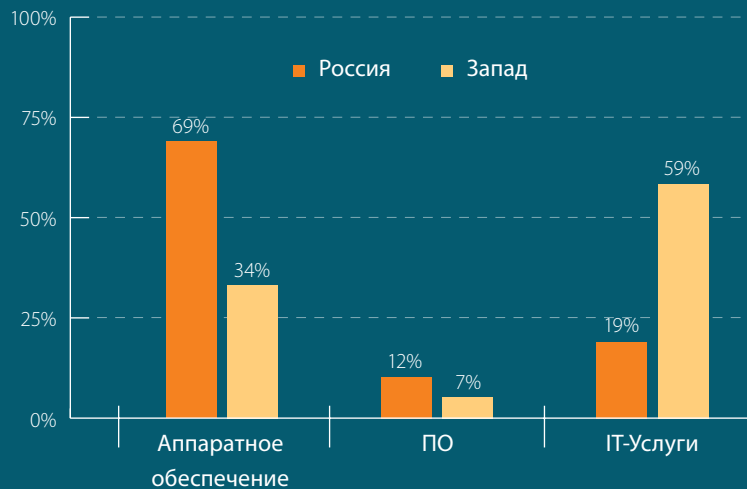
Источник: ZenithOptimedia, декабрь 2006

Прогнозируемая структура российского рекламного рынка в 2009 году



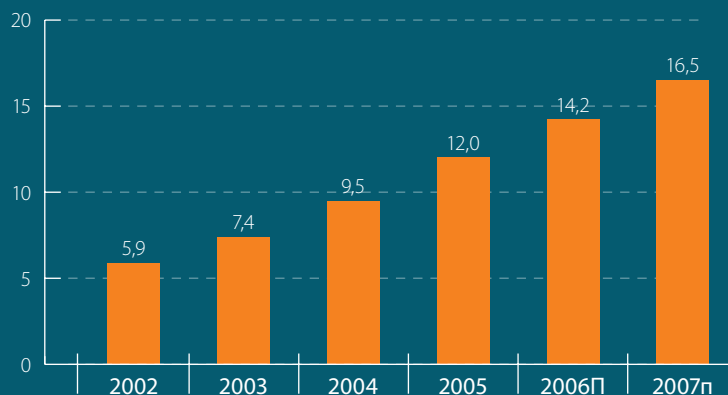
Источник: ZenithOptimedia, декабрь 2006

Сравнение структуры ИТ-рынков России и Запада (2005 год), %



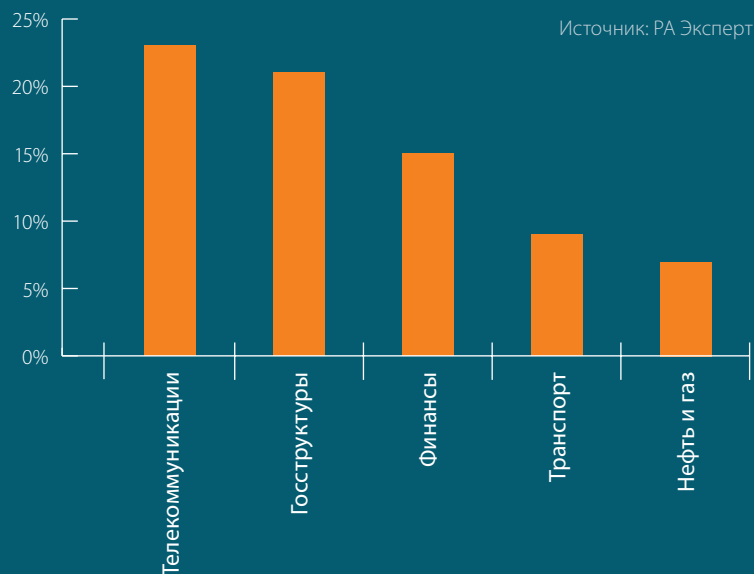
Источник: Gartner

Объемы российского ИТ-рынка, \$ млрд.



Источник: IDC

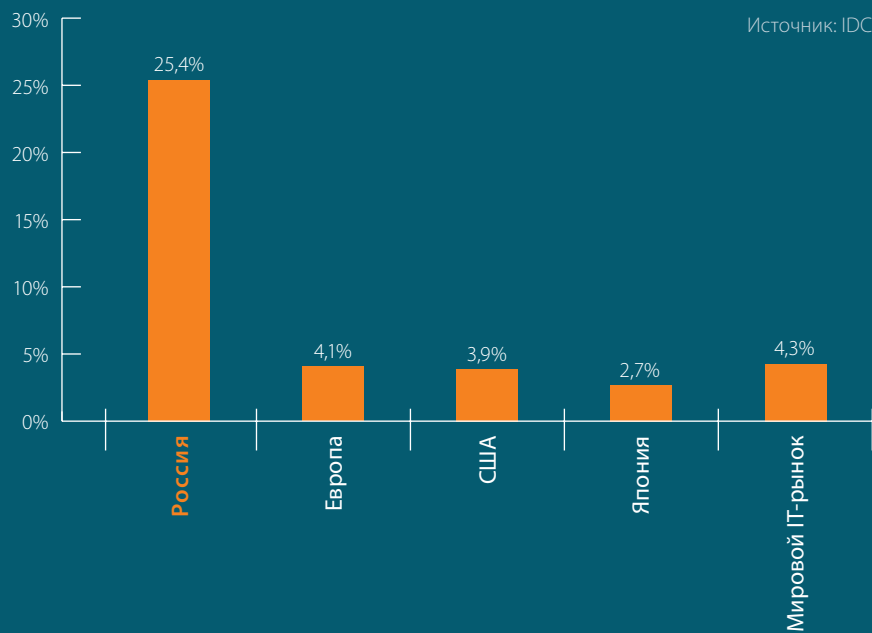
Отраслевая структура IT-потребления в России по итогам 2005 года, %



рованию IT-услуг (59% на Западе и 19% в России). Эксперты IDC прогнозируют наибольший рост в сегменте IT-услуг – до 25% в год, и этот показатель выше чем среднее увеличение по IT-рынку (20%). Сегмент аппаратного обеспечения будет расти медленнее рынка в целом (15%, по оценке Cnews). Рост в сегменте разработки ПО составит около 22%, по оценке Market-Visio и Gartner. Причины расширения сегмента IT-услуг и некоторого замедления роста сегмента аппаратного обеспечения за-

ключаются в двух факторах. Во-первых, интеграция России в мировую экономику потребует от российских структур повышения эффективности перед перспективой снижения рентабельности. Второй причиной аналитики CNews Analytics называют насыщение рынка аппаратного обеспечения, который бурно развивался в России последние 15 лет – наступает смещение фокуса на использование закупленного оборудования.

Темпы роста IT-рынков по итогам 2005 года, %



По данным РА «Эксперт», по итогам 2005 года основными потребителями информационных технологий в России стали телекоммуникационные компании (23%) и государственные структуры (20%). Завершают тройку лидеров по объему заказов финансовые институты – банки и страховые компании (15%). Все эксперты и игроки рынка единодушно отмечают увеличение в последние 3-4 года IT-бюджета государственного сектора. По данным МЭРТ, общие расходы государственных организа-

ций на информационные технологии по итогам 2005 года составили около \$2,4 млрд. (18% российского IT-рынка), включая товары и услуги из всех сегментов (аппаратное обеспечение, программное обеспечение и IT-услуги). Причем спрос далек от насыщения: по данным Росстата, значительное число государственных предприятий России по-прежнему нуждаются в базовых элементах IT-инфраструктуры (локальные сети, персональные компьютеры, оргтехника и прочее): в 35% агентств расходы

на IT-услуги близки к нулю, а в 65% агентств не сформулирована четкая IT-стратегия. Даже после насыщения этих потребностей, очевидно, возникнет необходимость в применении передовых информационных технологий.

В целом, по итогам 2006 года на российском IT-рынке было представлено около 5000 фирм. При этом, по данным IDC, на рынке нет монополистов. Более того, ни один из игроков не контролирует более 10% рынка. По данным CNews Analytics, по итогам 2005 года на долю первой десятки крупнейших IT-компаний России пришлось 57% оборота рейтинга «CNews100: Крупнейшие IT-компании России». Эксперты прогнозируют, что наиболее вероятной стратегией развития лидирующих IT-компаний будет поглощение нишевых игроков. Причем те компании, которые раньше других получают доступ к финансовым ресурсам, будут иметь воз-

можность консолидации наиболее привлекательных активов.

Государство серьезно поддерживает IT-сектор. В последнее время оно активно создает инвестиционные институты в IT-сфере, планирует строительство технопарков и введение особых экономических зон (ОЭЗ). С помощью этих и других мер к 2010 году власти планируют довести долю информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в структуре экспорта России с 0,5% (2004 год) до 24% (2010 год). Улучшить инвестиционную привлекательность российской IT-индустрии призван также законопроект о налоговых льготах для IT-компаний. Уже в 2006 году принят ряд поправок в Налоговый Кодекс, облегчающий работу некоторых категорий IT-компаний. Министерство по информационным технологиям и связи планирует дальнейшее снижение налогообложения для IT-компаний.

Приоритетные направления деятельности





Глава VI

РБК, созданный в 1993 году как небольшое агентство финансовой и деловой информации, на сегодняшний день является крупным диверсифицированным российским медиахолдингом, который до недавнего времени также включал IT-бизнес, успешно выделенный в отдельную компанию в апреле 2007 года.

Компания имеет самую большую деловую аудиторию и один из самых известных брендов среди российских СМИ. Головной ресурс РБК (www.rbc.ru) является стартовой страницей у большинства бизнесменов и предпринимателей в России, а телеприемники в крупнейших финансовых организациях в течение всего дня настроены на РБК-ТВ. В 2006 году Компания выпустила новые проекты в сегменте деловой информации - ежемесячный журнал «РБК» и ежедневную газету «РБК Daily», которые быстро завоевали доверие и лояльность аудитории.

РБК объединяет целый ряд деловых, тематических и развлекательных Интернет-ресурсов, общая аудитория которых на конец 2006 года достигла более 14 миллионов уникальных пользователей в месяц. Высокое качество информационных продуктов и их популярность среди целевых аудиторий привлекают как российских, так и зарубежных рекламодателей, количество которых по итогам 2006 года превысило 2,5 тыс.

Телеканал РБК-ТВ – это единственное бизнес-телевидение в России. Зона теле вещания РБК-ТВ покрывает свыше трети населения страны, а ежемесячная аудитория канала на конец 2006 года превысила 8,7 миллионов зрителей.

В 2006 году РБК приобрел ведущего игрока динамично развивающегося рынка интерьерной прессы в России – издательский дом EDI S PRESS Holding. Теперь РБК владеет девятью специализированными журналами, издаваемыми в России и Украине, включая “Салон Интерьер” (Salon Interior) и “Идеи вашего дома”.

Медиа-бизнес РБК

Информация и аналитика

РИА «РосБизнесКонсалтинг» выпускает свыше 1300 деловых, экономических и финансовых новостных и аналитических материалов в день, которые используются на РБК-ТВ, Интернет-ресурсах Компании (например, www.rbc.ru, www.rbcdaily.ru, www.cnews.ru, www.quote.ru), а также в ежедневной газете «РБК daily» и деловом журнале «РБК». РБК транслирует свою информацию и через ведущие мировые информационные агентства, в числе которых Bloomberg, COMTEX, Lexis-Nexis, Screaming Media, Reuters, Factiva (Dow Jones) и Internet Securities.

РБК имеет целый ряд собственных программных разработок, позволяющих всесторонне анализировать рынок капитала обычным пользователям и профессионалам финансового рынка. Эти продукты доступны подписчикам платных ресурсов и финансово-аналитического терминала QuoteTotal, при помощи которого можно получать доступ к оперативной и расчетной информации о рынках России, а также основным показателям мировых финансовых рынков.

В 2006 году РБК продолжил активно развивать продажи собственных маркетинговых исследований, а также аналитических продуктов ведущих отечественных маркетинговых агентств и российских представительств западных консалтинговых компаний. Интернет-магазин РБК «Исследования рынков» по-прежнему остается крупнейшим продавцом тиражируемых исследований в России и странах СНГ – число предлагаемых исследований на конец 2006 года превысило 3 тыс. По состоянию на 1 января 2007 года, с РБК сотрудничали свыше 170 организаций, профессионально занимающихся маркетинговыми исследованиями рынка, а клиентами проекта стали свыше 5 тыс. компаний по всему миру.

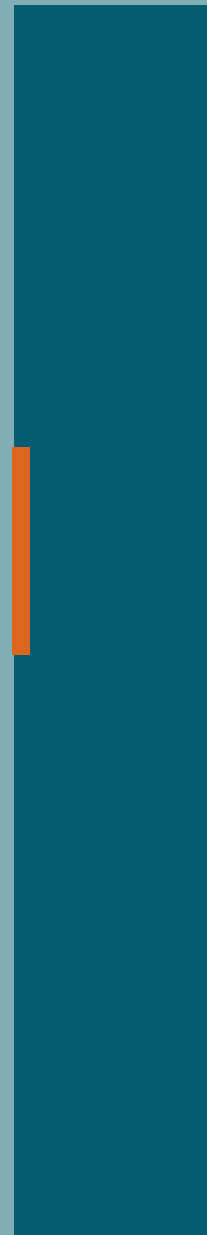
Интернет-бизнес

РБК – один из крупнейших игроков Рунета. Компания имеет диверсифицированный портфель онлайн-ресурсов и сервисов деловой, специализированной и общей на-

правленности, среди которых крупнейший в России финансово-экономический портал www.rbc.ru, деловая газета www.rbcdaily.ru, аналитический портал для профессионалов финансового рынка www.quote.ru, портал, посвященный высоким технологиям www.cnews.ru, ежедневная Интернет-газета www.utro.ru, образовательный сайт для студентов www.5ballov.ru, бесплатная почта www.pochta.ru и другие сайты. В отчетном периоде к ним добавился целый ряд новых проектов. Это, например, РБК.Кредит (<http://credit.rbc.ru/> - новости рынка кредитования частных лиц), и Adworker.ru (<http://adworker.ru/> - новости медиа-рекламного рынка).

В 2006 году РБК расширил географию своего бизнеса, открыв информационное агентство в Украине – «РБК-Украина» (www.rbc.ua), и запустив ежедневную сетевую газету «Утро-Украина» (www.utro.ua). Новые Интернет-СМИ РБК быстро заняли прочную позицию среди источников деловой информации и новостей общей направленности в украинском Интернете. Так, к концу 2006 года ежемесячная аудитория этих ресурсов превысила 500 000 уникальных пользователей.

По состоянию на конец года общая аудитория Интернет-ресурсов РБК насчитывала 14 млн. уникальных посетителей в месяц, что на 40% больше соответствующего показателя 2005 года. Благодаря высокому качеству информационных материалов и отличному социально-демографическим характеристикам аудитории,





Факторы успеха:

- Сильный бренд
- Перекрестные продажи
- Экономия на контенте
- Перекрестное продвижение продуктов

кабельных сетей (Комкор-ТВ, МТУ-информ, ОАО "Телекомпания Санкт-Петербургское кабельное телевидение"), по кабельно-эфирному вещанию Космос-ТВ, сетям интерактивного телевидения «СТРИМ-ТВ», с помощью региональных партнеров, а также через Интернет.

телевидения. Компания рассчитывает, что благодаря сотрудничеству с Мостелекомом телеканал сможет выйти на подавляющую часть московской аудитории к концу 2007 года, что благоприятно отразится на финансовых результатах телеканала.

Рост аудитории РБК-ТВ

Млн. человек	2004	2005	Рост 2005/2004	2006	Рост 2006/2005
Ежемесячная аудитория	–	4,8	–	8,7	80%
Еженедельная аудитория	3,1	4,1	32%	6,7	64%
Ежедневная аудитория (будние дни)	1,7	2,1	24%	2,9	40%

Источник: КОМКОН-Медиа.

2006 год был очень благоприятным с точки зрения развития телеканала: его аудитория динамично росла, что позволило увеличить расценки на размещение рекламы и заполняемость рекламного времени, а также был решен вопрос с распространением сигнала РБК-ТВ в Москве. На конец года РБК-ТВ был доступен уже более 47 млн. россиян и 15 млн. зрителей в странах СНГ и Балтии.

В отчетном году РБК достиг стратегически важной договоренности с компанией ОАО «Мостелеком» о распространении телевизионного сигнала РБК-ТВ в Москве, где сосредоточена значительная часть целевой аудитории канала, через московскую городскую сеть кабельного

Маркетинговые коммуникации

В рамках данного направления бизнеса РБК организует международные бизнес-конференции, выступает в роли рекламного агентства для своих крупных рекламных клиентов, а также организатора трех наиболее престижных национальных премий - "Компания года", "Персона года" и "Брэнд года/EFFIE". В 2006 году РБК усилил направление маркетинговых коммуникаций, купив права на проведение еще двух национальной премий: «Народная марка» и «Финансовый Олимп». «Народная марка» - это национальный конкурс марочных потребительских товаров; одна из наиболее значимых наград в области построения

Аудитория одного номера (AIR) деловых изданий в Москве

Журнал	Периодичность	Год выпуска	AIR, чел.	AIR, % от населения Москвы
РБК	Ежемесячный	Март 2006	158 300	1,7%
Forbes	Ежемесячный	2004	213 600	2,4%

Газета	Периодичность	Год выпуска	AIR, чел.	AIR, % от населения Москвы
РБК daily	Ежедневная	Сентябрь 2006	67 000	0,7%
Ведомости	Ежедневная	1999	95 700	1,1%
Коммерсант	Ежедневная	1992	137 500	1,5%

Источник: TNS Gallup Media, "Media National Readership Survey - Москва", 2007/1

включая "Salon Interior", "Идеи вашего дома" и "Four Seasons". Данная покупка позволила РБК укрепить свое положение в быстрорастущем журнальном бизнесе и добавить новых рекламодателей в свою обширную клиентскую базу. Тем не менее, РБК рассматривает рынок печатных изданий как дополнительный вид деятельности - Компания намерена акцентировать основные усилия на росте в сегментах Интернет и телевидения.

IT-бизнес Компании

РБК - это один из ведущих разработчиков программного обеспечения и лидеров рынка IT-услуг России. Компания предоставляет услуги IT-консалтинга, занимается разработкой и внедрением бизнес-приложений, авторсингом бизнес-процессов и обучением, а также предоставляет инфраструктурные решения государственным и коммерческим предприятиям.

Фарм” и ряд лизинговых компаний, таких как “Скания Лизинг” и “Пробизнеслизинг”.

На заседании, состоявшемся 27 февраля 2007 года, совет директоров РБК принял решение о выделении IT-бизнеса. Данное решение было принято, поскольку с момента органического возникновения IT-бизнеса в структуре РБК в 2000 году синергия между медиа- и IT-подразделениями заметно снизилась. Кроме того, существование в рамках медийной компании накладывало серьезные ограничения как на органический рост в сфере информационных технологий, так и на возможность осуществления IT-приобретений. В то же время выделение IT-активов позволило РБК сосредоточить свои финансовые и управленческие ресурсы на интенсивном росте основного для компании медиа-бизнеса.

Выделение IT-активов было проведено посредством распределения обыкновенных акций ОАО “Армада” (новое название IT-компании) среди акционеров РБК в количестве, определяющемся пропорционально количеству акций ОАО “РБК Информационные Системы”, имеющих у каждого акционера. 7 марта 2007 года стало датой составления списка акционеров ОАО “РБК Информационные Системы”, имеющих право на приобретение

акций ОАО “Армада”. Всего к распределению было предложено 9 500 000 обыкновенных акций ОАО “Армада” (95% уставного капитала), а оставшиеся 500 000 акций (5% уставного капитала) зарезервированы под реализацию опционных программ для членов совета директоров и менеджмента ОАО “Армада”.

Структура холдинга РБК

ОАО «РБК Информационные Системы» - холдинговая компания, которая стремится полностью владеть входящими в нее дочерними компаниями. Структура холдинга РБК выстроена таким образом, чтобы оптимизировать бизнес-процессы и операционные потоки между подразделениями компании.

РБК также участвует в совместных предприятиях, когда это необходимо для исполнения обязательств перед клиентами или требуется в соответствии с условиями сделок. Согласно корпоративной политике, доля участия РБК в совместных предприятиях, в названии которых фигурирует название РБК, не может быть меньше 50%. При этом, при вхождении в любое совместное предприятие, РБК стремится участвовать в принятии наиболее важных решений, касающихся деловой активности таких предприятий.

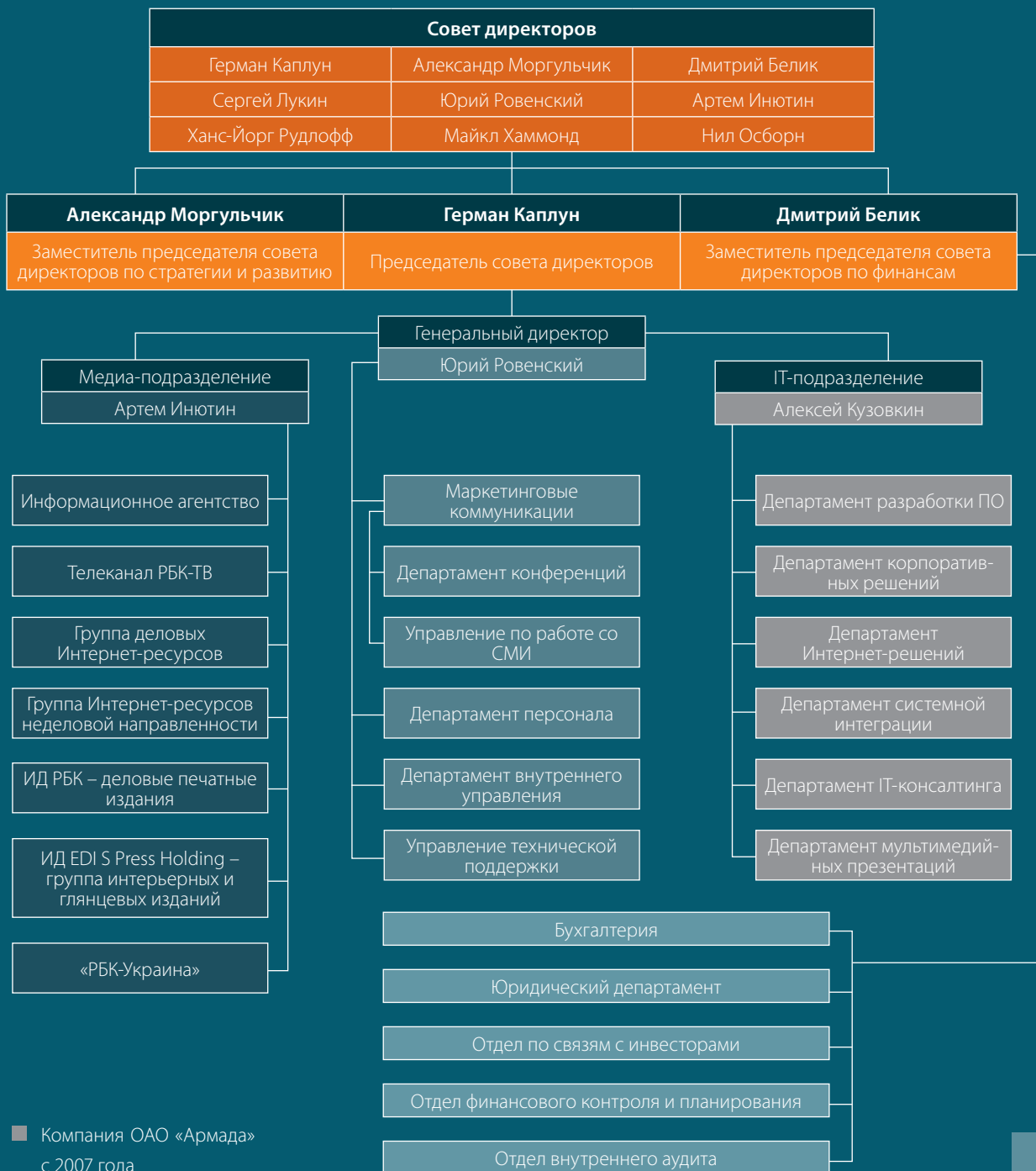
**Перечень ключевых обществ с долевым участием
ОАО «РБК Информационные Системы» (по состоянию на 31.12.2006)**

Наименование организации	Доля владения, %	Вид деятельности
ЗАО «РосБизнесКонсалтинг»	100%	информационное агентство
ЗАО «РБК-ТВ»	100%	телевизионный канал деловых новостей
«RBC Investments (Cyprus) Limited»	100%	используется для обслуживания части иностранных клиентов РБК
ООО «Масс Медиа Групп»	100%	создано для осуществления медийной деятельности на Украине
ООО «СМТП Пресс»	100%	осуществляет функции издательства, редакции и распространителя журнала «РБК»
ООО «Бизнес Пресс»	100%	осуществляет функции издательства и редакции газеты «РБК daily»
ООО «МедиаМир»	100%	создано для осуществления проектов в сфере неделового Интернета
«RBC International Ltd»	100%	используется для обслуживания части иностранных клиентов РБК
«EDI S Press Holding Ltd»	60%	Специализируется на интерьерной и глянцевой прессе
ЗАО «РБК Софт»	100%	специализируется на разработке, внедрении и продаже программного обеспечения для среднего и крупного бизнеса, а также создании Интернет-решений
ООО «РБК Центр»	100%	системный интегратор; осуществляет ведение крупных проектов, выигранных тендеров, в том числе для государственных структур
ООО «Гелиос Компьютер»	51%	предоставляет услуги системной интеграции

■ – в рамках выделения IT-бизнеса РБК переданы ОАО «Армада» с 2007 года.

Организационная структура РБК

Организационная структура РБК позволяет эффективно координировать работу более 2600 сотрудников Компании и филиалов и разграничивать полномочия между отделами.



Анализ результатов деятельности в 2006
году и стратегия развития





Глава VII

Стратегические достижения

- Совет директоров РБК принял решение о выделении IT-бизнеса Компании
- Деловой телеканал РБК-TV значительно расширил зону охвата и целевую аудиторию
- РБК успешно вышел на рынок печатных СМИ
- Компания открыла информационное агентство на Украине
- Совет директоров РБК принял решение об инвестировании значительных средств в запуск новых продуктов и приобретения в области массовых Интернет-сервисов

Компания перевыполнила свой изначальный прогноз выручки на 2006 год - вместо ранее ожидавшихся \$170-187 млн. совокупный доход РБК достиг \$213 млн. По итогам 2006 года консолидированный оборот Компании увеличился на 79% с \$119 млн. в 2005 году до \$213 млн. в 2006 году благодаря динамичному росту рекламных продаж и выручки от разработки программного обеспечения, а также за счет приобретений на рынке печатных СМИ и системной интеграции. Доля медиа-услуг в общей выручке составила 62%, тогда как IT-услуги принесли оставшиеся 38%.

Консолидированный показатель EBITDA вырос на 78%, с \$32 млн. (рентабельность EBITDA

26,9%) в 2005 году до \$57 млн. (26,8%) в отчетном году. Консолидированная чистая прибыль возросла на 74% с \$23 млн. (чистая рентабельность 19,3%) до \$40 млн. (18,8%). Стабильно высокая прибыльность основных медиа- и IT-подразделений и растущая рентабельность телеканала РБК-TV практически компенсировали негативный эффект от запуска новых продуктов в сфере печатных СМИ и приобретений в сегментах IT-рынка с меньшей рентабельностью. Ожидается, что после завершения процедуры выделения IT-бизнеса, текущий медиа-бизнес РБК (без учета инвестиций в недельной Интернет) обеспечит более высокий уровень общей рентабельности Компании.

Структура выручки РБК в 2006 году

\$ млн	2006 год	2005 год	Изменение (%)
МЕДИА-УСЛУГИ	133	87	53%
Интернет-реклама	52	39	33%
Информационные услуги ¹	5	4,5	11%
РБК-ТВ	35	26	35%
Пресса	16	-	-
Маркетинговые коммуникации	25	17,5	43%
ИТ-УСЛУГИ	80	32	150%
Разработка ПО ² и ИТ-услуги	39	23	70%
Системная интеграция	41	9	356%
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА	213	119	79%

¹- Информационные услуги предоставляются в основном через Интернет.

²- Разработка ПО включает в себя выручку от общего и оффшорного программирования в соответствии с классификацией ИТ-выручки за предыдущие годы.

Источник: по данным консолидированной финансовой отчетности за 2006 год и управленческой отчетности в соответствии с МСФО

ИТ-услуги

Общая выручка РБК от предоставления ИТ-услуг возросла на 150% с \$32 млн. в 2005 году до \$80млн. в 2006 году благодаря активному развитию бизнеса и использованию синергий с приобретенными предприятиями на фоне позитивной рыночной динамики. Доход от разработки ПО и ИТ-услуг, таких как ИТ-консалтинг, техническое обслуживание и обучение, составил \$39 млн. за 2006 год, что на 70% выше соответствующего показателя 2005 года (\$23 млн.). Выручка от услуг системной интеграции увеличилась с \$9 млн. до \$41 млн. в основном за счет приобретения системного интегратора "Гелиос Компьютер". Из \$80 млн. от ИТ-услуг, на долю собственного подразделения РБК приходится \$39

млн., в то время как приобретения принесли выручку в размере \$41 млн. Преимущества, открывшиеся с увеличением масштабов бизнеса, позволили РБК увеличить объем контрактов с уже существующими клиентами и привлечь новых. Клиентская база РБК выросла с 300 до 740 ИТ-клиентов, среди которых - государственные организации, российские и иностранные компании.

Стратегия развития

В 2006 году РБК принял стратегическое решение о выделении ИТ-бизнеса и концентрации всех усилий и ресурсов на дальнейшем интенсивном росте медийного подразделения Компании. Основной задачей РБК на ближайшие

несколько лет является обеспечение лидерства во всех сегментах медиа-рынка, где Компания ведет операционную деятельность. При этом Интернет-бизнес и телевидение останутся приоритетными направлениями для РБК, в то время как пресса рассматривается в качестве дополнительного источника доходов.

Являясь несомненным лидером российского медиа-рынка среди деловых СМИ, РБК планирует дальше развивать данное направление, поскольку оно обеспечивает высокий и стабильно растущий доход Компании и высокую норму прибыли. РБК продолжит улучшать качество и развивать существующие Интернет-ресурсы, деловые печатные издания Компании и бизнес-телевидение РБК-TV, а также запускать новые специализированные онлайн-ресурсы.

Дополнительно РБК начал широкомасштабное развитие массовых онлайн-сервисов, в ответ на быстрый рост неделовой части аудитории Рунета. Компания планирует инвестировать до 120 млн. долларов в 2007 и 2008 годах в создание собственных неделовых Интернет-проектов и приобретение Интернет-компаний небольшого и среднего размера. В целом, РБК планирует значительно увеличить свою долю на Интернет-рынке к 2010 году, на фоне более чем четырехкратного увеличения сегмента Интернета в структуре российского медиа-рынка, прогнозируемого независимыми исследовательскими компаниями. Так, к 2010 году РБК рассчитывает расширить Интернет-аудиторию своих ресурсов с 14 млн. до 50млн. уникальных посетителей в месяц и до 10млн. уникальных посетителей в день.

В сегменте телевидения первоочередной задачей для Компании является дальнейшее расширение зоны распространения сигнала делового телеканала РБК-TV в крупнейших городах

России и, в частности, в Москве и Московской области, что стало возможным благодаря подписанию договора с крупнейшим оператором кабельных сетей в Москве – компанией «Мостелеком». РБК планирует охватить большую часть московской аудитории к концу 2007 года. Также РБК начал включение местных новостей в программную сетку РБК-TV в крупнейших российских городах, с целью дальнейшего увеличения зрительской аудитории канала. Первые шаги в данном направлении были сделаны в Ростове и С.-Петербурге, что дало очень хорошие результаты, в связи с чем планируется использовать данную практику и в других городах. Помимо этого сигнал РБК-TV начал транслироваться посредством спутниковой связи в крупнейших городах Европы, Ближнего Востока и Северной Африки. Задача канала на ближайшие несколько лет в данном направлении – обеспечить свое присутствие в крупнейших сетевых отелях в этих регионах. Наряду с расширением зоны покрытия, также планируется постепенное увеличение заполняемости рекламного времени на канале. Так, в 2007 году ожидается рост заполняемости рекламного времени в среднем до 50%.

РБК рассматривает прессу как дополнительный канал распространения информации, еще одну рекламную площадку для клиентов и инструмент привлечения новых рекламодателей, отдающих предпочтение гляцевым журналам. Принимая во внимание, что к 2010 году пресса останется вторым по величине сегментом медиа-рынка после телевидения, Компания планирует запуск нескольких новых изданий, ориентированных на высокодоходные аудитории, а также осуществление выгодных приобретений. При этом РБК рассчитывает на сильный синергетический эффект между новыми и существующими медиа-активами Компании.

Персонал и социальная политика





Глава VIII

РБК действует в секторах экономики, где успех компании напрямую зависит от профессионализма ее команды. Осознавая первостепенную важность и ценность своих работников, РБК уделяет большое значение кадровой и социальной политике, которые направлены на то, чтобы создать первоклассную и сплоченную команду, способную обеспечить лидерство Компании на высоко конкурентных рынках масс-медиа и информационных технологий.

Кадровая политика

Основными составляющими кадровой политики РБК являются:

- подбор квалифицированных работников;
- создание эффективной системы вознаграждения и мотивации сотрудников, позволяющей каждому сотруднику рассчитывать на карьерный рост и вознаграждение, соответствующие его профессиональному уровню и личному вкладу в развитие Компании;
- предоставление сотрудникам возможностей обучения и повышения квалификации;
- формирование корпоративной культуры Компании;

- создание рабочей обстановки, основанной на открытости и взаимном уважении и способствующей раскрытию способностей каждого сотрудника;
- социальная защита сотрудников;
- система адаптации и наставничества.

Компания стремится предоставить условия для наиболее полной реализации потенциала сотрудников, а также поддерживать личные планы развития сотрудников, ставя перед собой целью привлечение и удержание высококвалифицированных специалистов.

В 2006 году общая среднесписочная численность сотрудников РБК выросла на 17% и достигла 1895 человек. При этом на конец года общая численность сотрудников всего холдинга составила более 2600 человек. Значительный рост численности персонала связан с приобретением системного интегратора «Гелиос Компьютер» и издательского холдинга EDI S PRESS Holding, а также обусловлен открытием новостного агентства на Украине и запуском новых проектов, например, ежемесячного делового журнала «РБК» и ежедневной бизнес-газеты «РБК Daily».

В целях мотивации персонала РБК обеспечивает работникам конкурентоспособный и рыночный уровень заработной платы в тесной связи

Среднесписочная численность сотрудников РБК в 2006 году

Подразделение	Численность (человек)
Медиа (без учета ТВ)	608
Телевидение	664
IT-направление	278
Административный и вспомогательный персонал	345
ВСЕГО	1895

Источник: данные Компании без учета приобретений

сковные дома отдыха. В 2006 году РБК совместно с Фондом Социального Страхования России организовал поездку детей сотрудников в летние оздоровительные центры.

Забывая о здоровье своих сотрудников, Компания стремится создать для них максимально комфортные условия работы, а также предоставить возможность интересно и с пользой проводить свободное от работы время. Так, например, в выходные дни работникам предлагаются различные экскурсионные поездки и спортивные мероприятия.

РБК помогает сторонним организациям и частным лицам. Например, РБК оказывает информационную поддержку Международному Благотворительному Общественному Фонду помощи детям при катастрофах и войнах, Благотворительному фонду Центрального федерального округа «Поддержка детей и семей в трудной жизненной ситуации», движению «Бизнес против СПИДа», социальным проектам «Сбор миллиард мелочью» и «Подари улыбку». Также РБК заключил договор с Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы о размещении социальной рекламы и информации по соответствующим проектам города на телеканале РБК-ТВ, Интернет-ресурсах компании и в газете «РБК daily».

В 2006 году РБК приобрел права на проведение национального конкурса «Народная Марка», по условиям которого четверть билетов на заключительный концерт бесплатно передаются в детские дома и учреждения для детей с ограниченными способностями.

Совместно со своими партнерами, включая, в частности, CNBC и CNN, РБК проводит семинары по обмену опытом. Для клиентов Компании IT-подразделение организывает бесплатные образовательные семинары. Также Компания проводит Интернет пресс-конференции с ректорами различных высших учебных заведений Москвы, которые рассказывают о специфике и возможностях обучения в представляемых ими ВУЗах.

Помимо вышеперечисленных организаций и мероприятий социально-экономической, культурной и спортивной направленности, в течение 2006 года РИА «РосБизнесКонсалтинг» осуществляло также информационное сопровождение событий Государственного Академического Большого Театра России, Кубка Кремля, Венского балла, «Премии Рунета», мюзикла «MAMMA MIA», конференции «Саммит Брендов Лидеров», награды «Супербренд», Международной Фитнес-Конвенции World Class.



Ценные бумаги Компании

1498

1499

1500



Глава IX

Компания ОАО «РБК Информационные Системы» стала публичной в 2002 году, проведя первое успешное IPO на российском рынке. В настоящий момент акции РБК включены в котировальные списки «А» второго уровня и котируются под тикером RBCI на двух крупнейших российских биржах: Московской Межбанковской Валютной Бирже (ММВБ) и Российской Торговой Системе (Фондовая Биржа РТС). Показатель рыночной капитализации РБК используется при расчетах основных российских фондовых индексов - РТС (RTSI) и ММВБ (MICEX Index), что характеризует акции Компании как рыночный инструмент высокой надежности со стабильным объемом торгов. С июня 2007 года акции РБК будут также включены в расчет индекса для небольших компаний - MSCI Russia Small Cap.

По состоянию на 31 декабря 2006 года уставной капитал ОАО «РБК Информационные Системы» состоял из 119 260 000 обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 0,001 рубля каждая, дающих равные права всем акционерам. РБК также имеет резерв в размере 30 000 000 объявленных акций, которые могут быть выпущены в короткий срок в случае необходимости.

В соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» и Уставом РБК, акционеры — владельцы обыкновенных акций

РБК имеют право участвовать в общем собрании акционеров с правом голоса по всем вопросам его компетенции, получать дивиденды, получать часть имущества (ликвидационную квоту) Компании в случае ее ликвидации. Во внутренних документах Компании отсутствуют ограничения на голосование и участие в уставном капитале для миноритарных и иностранных акционеров.

В течение 2006 года продолжила действовать программа американских депозитарных расписок (АДР) первого уровня, выпущенных в 2005 году на акции РБК. Депозитарное соглашение подписано с банком The Bank of New York. Конвертация акций Компании в АДР осуществляется в соотношении 4:1. АДР торгуются под тикером RINFY (CUSIP номер: 75523Q102) на внебиржевом рынке ОТС (over-the-counter). По состоянию на 31 декабря 2006 года количество АДР, выпущенных на акции РБК, составило 3 354 960 штук (11,25% от уставного капитала Компании).

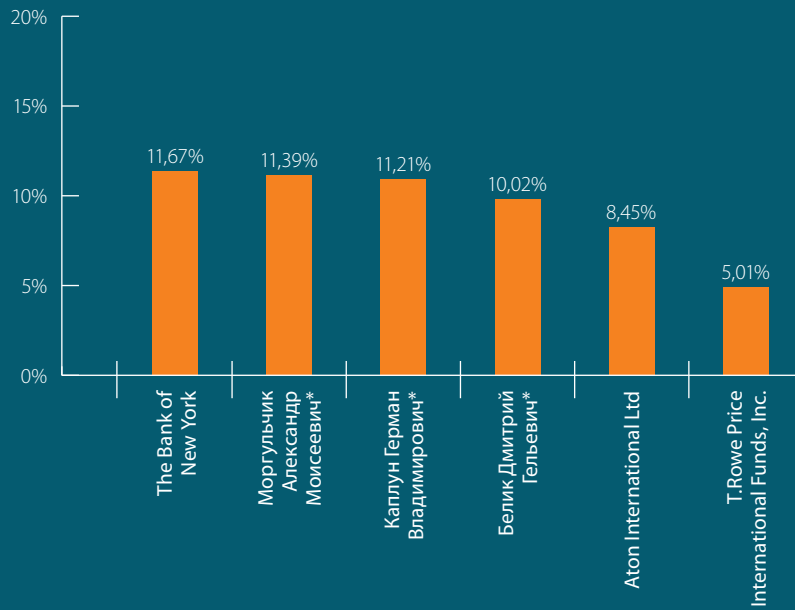
По состоянию на 31.12.2006, в реестре акционеров Компании значились следующие номинальные держатели акций РБК, владеющие более 5% акций: ЗАО «Депозитарно-Клиринговая Компания» (28,93%), Коммерческий банк «Дж.П. Морган Банк Интернешнл» (8,37%), ЗАО «ИНГ Банк (Евразия)» (21,46%), Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр» (5,72%).

Благодаря динамичному развитию, в 2006 году РБК поднялся с 100 на 76-е место в ежегодном рейтинге The Financial Times 100 крупнейших компаний Восточной Европы по показателю рыночной капитализации. В отчетном периоде РБК также в очередной раз вошел в топ-10 рейтинга АЭН (Агентство Экономических Но-

востей) наиболее активно и стабильно развивающихся российских компаний и банков в категории “Медийные, информационные, рекламные и консалтинговые компании”. В 2006 году рыночная капитализация Компании увеличилась на 52%.

Крупнейшие акционеры РБК*

(владеющие более 5% акций, по состоянию на 31.12.2006)



* Доля менеджмента указана в соответствии с данными реестра акционеров ОАО «РБК Информационные Системы». Однако фактически менеджмент владеет контрольным пакетом акций в уставном капитале Общества, так как менеджмент передал часть акций по договорам займа акций с безусловным сроком возврата. С учетом переданных в займ акций доля менеджмента составляет 60,2%.

4168020018
4168020019
4168020020
4168020021
4168020022
4168020023
4168020024
4168020025
4168020026
4168020027
4168020028
4168020029
4168020030
4168020031
4168020032
4168020033
4168020034
4168020035
4168020036
4168020037
4168020038
4168020039
4168020040
4168020041
4168020042
4168020043
4168020044
4168020045
4168020046
4168020047
4168020048
4168020049
4168020050
4168020051
4168020052
4168020053
4168020054
4168020055
4168020056
4168020057
4168020058
4168020059
4168020060
4168020061
4168020062
4168020063
4168020064
4168020065
4168020066
4168020067
4168020068
4168020069
4168020070
4168020071
4168020072
4168020073
4168020074
4168020075
4168020076
4168020077
4168020078
4168020079
4168020080
4168020081
4168020082
4168020083
4168020084
4168020085
4168020086
4168020087
4168020088
4168020089
4168020090
4168020091
4168020092
4168020093
4168020094
4168020095
4168020096
4168020097
4168020098
4168020099
4168020100

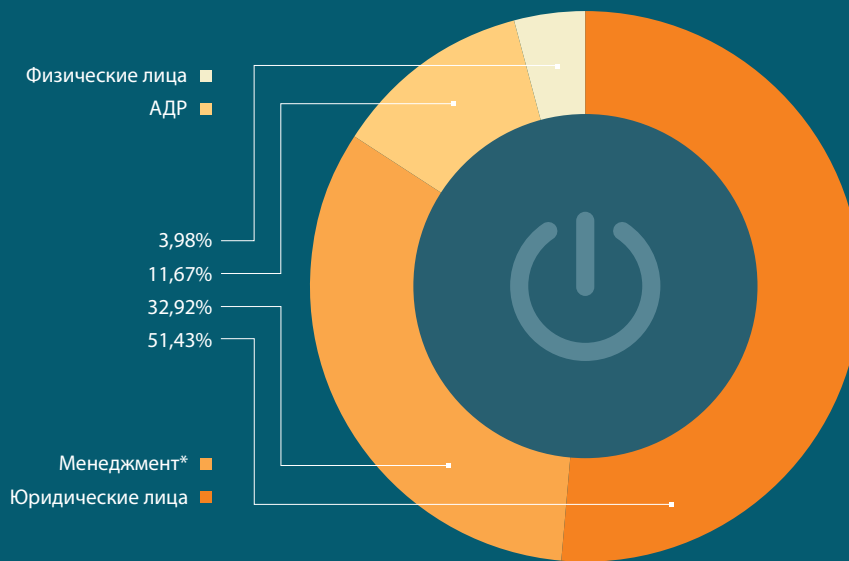
Дивидендная политика

РБК стремится к лидерству в быстрорастущих и высококонкурентных секторах масс-медиа и информационных технологий. Для достижения поставленной цели Компании требуются значительные капитальные вложения. Принимая во внимание амбициозные планы Компании по дальнейшему развитию, совет директоров РБК рекомендовал общему собранию акционеров не выплачивать дивиденды акционерам

РБК по результатам деятельности Компании за 2006 год и реинвестировать средства в реализацию возможностей дальнейшего роста. Данное решение соответствует дивидендной политике РБК, принятой в 2003 году, которая предполагает направление большей части чистой прибыли на развитие Компании в ближайшие годы. РБК планирует придерживаться данной политики, пока Компания стремительно развивается, и финансовые показатели ее деятельности соразмерно увеличиваются.

Структура акционерного капитала РБК

(по состоянию на 8.12.2006)



* Доля менеджмента указана в соответствии с данными реестра акционеров ОАО «РБК Информационные Системы». Однако фактически менеджмент владеет контрольным пакетом акций в уставном капитале Общества, так как менеджмент передал часть акций по договорам займа акций с безусловным сроком возврата. С учетом переданных в займ акций доля менеджмента составляет 60,2%.

Отчет о корпоративном управлении





Глава X

РБК рассматривает корпоративное управление как систему взаимоотношений между менеджерами Компании и ее владельцами по вопросам обеспечения эффективности деятельности Компании и защите интересов владельцев. В своей работе РБК руководствуется общепризнанными мировыми стандартами раскрытия информации, соблюдает требования российского законодательства в области корпоративного управления и следует основным положениям Кодекса корпоративного поведения ФКЦБ.

Так, в Компании принят основополагающий документ - Кодекс корпоративного управления, отражающий политику РБК в данной области. Кодекс дополняют несколько документов, включающие: «Положение об общем собрании акционеров», «Положение о совете директоров», «Положение о ревизионной политике», «Положение об информационной политике», «Положение о дивидендах» и «Положение о существенных корпоративных действиях». Все вышеперечисленные документы находятся в открытом доступе - на корпоративном сайте РБК www.rbcinfosystems.ru.

Права акционеров

На участие в уставном капитале РБК имеют право любые категории инвесторов, в том чис-

ле миноритарные и иностранные. Причем, акционеры Компании, владеющие не менее 2% акций, имеют право внести вопрос в повестку дня общего собрания акционеров, могут выдвинуть кандидата в совет директоров РБК, ревизионную комиссию, а также предложить кандидата в аудиторы Компании.

Аудитор и регистратор

По окончании каждого финансового года совет директоров РБК рассматривает различные кандидатуры внешнего аудитора РБК, на основании чего дает рекомендации общему собранию акционеров об утверждении аудитора на последующий финансовый год. Так, в соответствии с решением общего собрания акционеров от 29 июня 2006 года, внешним аудитором РБК выбрана независимая компания КПМГ. Компания имеет безупречную репутацию на рынке аудиторских услуг и не оказывает РБК дополнительных неаудиторских услуг. Реестр владельцев акций ведет специализированный и независимый от РБК регистратор – ЗАО «ИРКОЛ».

Раскрытие информации

РБК стремится к максимальной прозрачности своей деятельности и обеспечению равного и своевременного доступа к раскрываемой информации своим акционерам и инвесто-

Генеральный директор



Юрий Ровенский

Член совета директоров
Генеральный директор

До прихода в РБК в 2000 году работал в Государственной инвестиционной корпорации России в качестве советника председателя. В прошлом также работал в Российском союзе промышленников и предпринимателей и являлся экспертом Всемирного банка. Имеет опыт фундаментальных исследований: в течение 7 лет работал в РЭА им. Г.В.Плеханова, в том числе в ранге проректора. В 2006 году возглавил рейтинг высших руководителей в категории «Медиа-бизнес», составленный Ассоциацией менеджеров

и ИД «Коммерсантъ». Образование: доктор экономических наук, профессор, имеет дипломы Гарвардского университета и университета Гронинген (Нидерланды).

Вознаграждения, выплаченные генеральному директору за последний завершённый финансовый год, составили 679 786, 07 рублей.

Правление ОАО «РБК Информационные Системы»

Председатель правления:

Юрий Ровенский

Генеральный директор

Члены правления:

Артем Инютин

Директор медиа-подразделения

Алексей Кузовкин

Директор IT-подразделения (генеральный директор ОАО «Армада» с 2007 года)

Екатерина Лебедева

Директор рекламного агентства ООО «РБК-Реклама»



ОАО «РБК Информационные Системы»

Россия, 117393, г. Москва, ул. Профсоюзная, 78
тел.: +7 (495) 363 1111, факс: +7 (495) 363 1125
www.rbkinfosystems.ru