



РосБизнесКонсалтинг

Годовой отчет

2001

Содержание

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО (ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ Г.КАПЛУН)	3
О КОМПАНИИ	4
СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ	5
СТРУКТУРА ХОЛДИНГА.....	6
СОВМЕСТНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	7
ВЫБОРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ	9
РУКОВОДСТВО	9
БИОГРАФИЧЕСКИЕ СПРАВКИ ЧЛЕНОВ РУКОВОДСТВА	10
ПЕРСОНАЛ	12
БИЗНЕС.....	13
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ МЕДИА-БИЗНЕСА.....	14
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	20
РОССИЙСКИЙ БИЗНЕС В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	20
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....	22
КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	23
ПЛАНЫ КОМПАНИИ НА 2002 Г.....	24
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ	26
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ГРУППЫ КОМПАНИЙ РБК ЗА 2001 ГОД (МСФО) И АУДИТОРСКОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ	
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ОАО «РБК ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ» ЗА 2001 ГОД (РСФО)	

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО (ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ Г.КАПЛУН)

Уважаемые господа!

Прежде всего от имени акционеров, менеджмента и сотрудников ОАО «РБК Информационные Системы» хочу поблагодарить всех наших многочисленных клиентов и партнеров за работу с нами в 2001 году. Этот год стал для РБК годом качественного роста: согласно данным аудиторской проверки KPMG, совокупный доход компании составил 16,95 млн. долларов США. Чистая прибыль по итогам года составила 6,3 млн. долларов. EBITDA составила 7,7 млн. долларов. При этом прибыльны оба направления деятельности РБК: медиа-направление принесло компании 9,85 млн. долларов, IT-направление - - 7,1 млн. долл. Уже третий год подряд РБК демонстрирует как минимум двукратный рост. И сегодня компания выходит на новый уровень развития.

Необходимые для этого условия – это не только финансовая база, но и прозрачность деятельности компании, эффективность корпоративного управления. Только при соблюдении всех этих условий компания может получить полноценное признание на рынке, в том числе и на международном. Результаты размещения конвертируемых облигаций РБК в Швейцарии, когда спрос на ценные бумаги превысил предложение в несколько раз, показали, что РБК является компанией, которая соответствует западным стандартам прозрачности и открытости. Об этом свидетельствует и успех первого в истории постсоветской России IPO, которое осуществил РБК. Еще одно свидетельство качественного роста компании – то, что в ее работе принимают участие специалисты, которые обладают высоким международным авторитетом. Хочу выразить искреннюю благодарность таким известным представителям западного бизнеса, как господа Рудлофф, Осборн, Хаммонд, Мостовой, оказавшие нам большую честь, согласившись войти в совет директоров РБК.

РБК – это эффективная сплоченная команда, и достижения компании – это наши общие достижения. Благодарю всех коллег за совместную работу.

Компания растет, но ее принципы не меняются. Мы убеждены, что главные ресурсы нашей страны – это интеллект и образование. РБК делает и будет делать впредь все возможное, чтобы содействовать развитию России с помощью информационных технологий.

Г. Каплун, Председатель Совета Директоров ОАО «РБК Информационные системы»

О КОМПАНИИ

Деятельность Компании началась в 1993 г. с учреждения в г. Москве (Россия) ЗАО «Росбизнесконсалтинг» в качестве информационного агентства по предоставлению финансовых новостей российского рынка. В скором времени Компания стала использовать Интернет в качестве своей основной информационной площадки. В 1999 г. «Росбизнесконсалтинг» начал деятельность в области программного обеспечения и информационных технологий, следуя растущему рыночному спросу. Акции «Росбизнесконсалтинг» и дочерних предприятий в 2001 г. были консолидированы в холдинговой компании ОАО «РБК Информационные Системы». В «РБК» сегодня занято порядка 500 журналистов, редакторов, программистов, инженеров информационных технологий, специалистов по маркетингу и персонала поддержки, включая руководство.

Основной Интернет-ресурс Компании находится по адресу www.rbc.ru. Это был один из первых Интернет-ресурсов в России, образованный специально для предоставления высококачественных российских деловых и финансовых новостей в реальном времени через Интернет для российских руководителей, менеджеров и инвесторов, нуждающихся в самой свежей информации.

Компания привлекает к сотрудничеству рекламодателей, спонсоров и деловых партнеров и обеспечивает для них обширную и привлекательную с точки зрения демографических показателей аудиторию. Компания полагает, что эта аудитория состоит главным образом из обеспеченных, высокообразованных лиц, имеющих возможности принимать решения о крупных покупках. Возможность использования Интернета для выхода на эту очень четко очерченную с демографической точки зрения и привлекательную аудиторию позволила Компании продавать свои услуги рекламодателям по повышенным ценам, при том, что многие рекламодатели входят в перечень крупнейших международных компаний «Fortune 500».

За год, закончившийся 31 декабря 2001г., все Интернет-ресурсы Компании привлекли более девяти миллионов посетителей (с персональными Интернет-адресами), а общее количество просмотренных страниц на этих ресурсах достигло за год почти 720 миллионов.

В дополнение к продаже рекламы и подписки на финансовые новости Компания эффективно использует имеющийся выход на свою аудиторию для развития сопутствующего бизнеса в области информационных технологий. В ответ на появление спроса среди аудитории, пользующейся информационными средствами Компании, на такие Интернет-решения, как технология электронной коммерции и услуги в области веб-дизайна, Компания с 1999 г. начала предлагать эти технологии для продажи. Данная деятельность в области информационных технологий была расширена и включила разработку программного обеспечения, системной интеграции, консультирования и прочих продуктов и услуг. Менее чем за три года размер выручки от деятельности Компании в области информационных технологий почти превысил выручку от основной деятельности компании в области медиа.

Сегодня развитие бизнеса определяют информация и современные технологии. Доступ к оперативной, достоверной и полной информации и использование передовых технологических достижений - это необходимые составляющие успеха. РБК - лидер в сферах масс-медиа и разработки программных решений для среднего и крупного бизнеса - помогает добиться успеха сотням российских и зарубежных компаний.

Принцип РБК - предвосхищать изменения, которые произойдут на рынке, формировать тенденции, в русле которых будет развиваться рынок. Этот принцип и обуславливает стремительное развитие компании, созданной в 1993 г.. На сегодняшний день РБК располагает самой обширной аудиторией в бизнес-сообществе среди российских СМИ. Серьезный опыт, накопленный РБК в процессе создания и продвижения собственных проектов, компания успешно реализует в области разработки ИТ-решений для своих клиентов. Высокая квалификация специалистов РБК позволяет им создавать и внедрять

программное обеспечение, необходимое для эффективной деятельности крупных государственных и бизнес-структур. Благодаря высокой посещаемости веб-ресурсов РБК и их четкой направленности на определенные целевые группы компания контролирует более 1/2 российского рынка интернет-рекламы.

РБК - единственный в России и СНГ официальный представитель VeriSign, Network Solutions, AltaVista. Наша компания является партнером Intel, IBM и Oracle - лидеров мировой hi-tech индустрии.

На сегодняшний день в РБК работает свыше 500 специалистов, среди которых более 400 высококвалифицированных ИТ-инженеров, веб-разработчиков, программистов, дизайнеров, аналитиков и консультантов.

"Нашей миссией является содействие интеграции России в мировое информационное и экономическое сообщество с помощью внедрения высоких технологий", - говорит генеральный директор РБК Юрий Ровенский.

СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ

«РБК» полагает, что может использовать широкую известность своей торговой марки и обширную аудиторию своих пользователей для того, чтобы продолжать развитие своей деятельности. Бизнес Компании в области информационных технологий растет наиболее быстрыми темпами из всех направлений деятельности, и руководство считает, что синергия с медиа-бизнесом обеспечивает преимущества от разделения затрат и создания критической массы пользователей, что позволяет компании разрабатывать большее количество продуктов по меньшей себестоимости и предлагать их более широкой клиентской базе при меньшей стоимости продаж по сравнению с конкурентами. В этом состоит модель бизнеса компании, которая стала основой ее успеха.

Стратегия деятельности в области информационных технологий состоит в том, чтобы продолжать развитие начатым путем, постоянно пополняя существующие продукты и услуги дополнительными программами, Интернет-решениями и различными услугами в области информационных технологий. Услуги Компании в области информационных технологий включают системную интеграцию, оффшорное программирование (экспорт программного обеспечения, сделанного по заказу иностранных клиентов), которые являются двумя наиболее быстро растущими секторами в области информационных технологий в России. Частично стратегия Компании состоит в повторном использовании или доработке существующих технологий или компонентов программ для создания новых продуктов и постоянного расширения существующей клиентской базы.

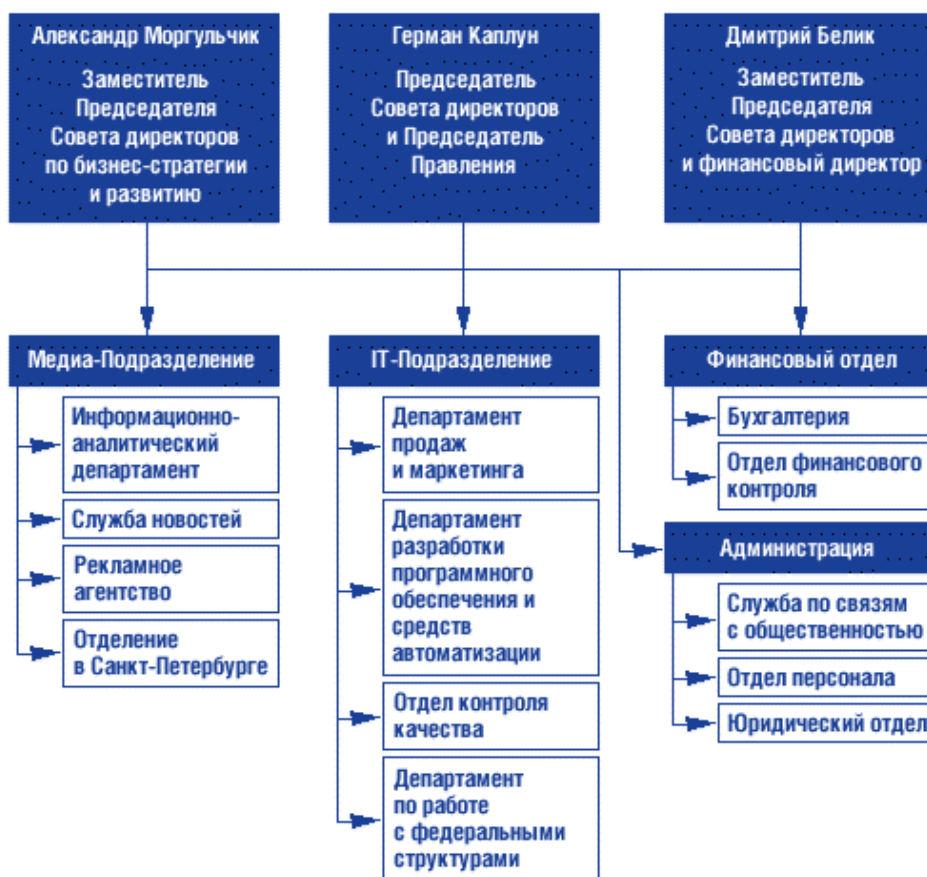
Стратегия Компании в области медиа-бизнеса аналогична стратегии в области информационных технологий в том, что она сосредоточена на расширении предложения услуг для традиционной аудитории Компании. В частности, Компания увеличивает количество дополнительных продуктов, таких как исследования и аналитические отчеты о конкретных компаниях и отраслях российской экономики. В то же время, Компания планирует осваивать дополнительные каналы распространения своих услуг в области медиа и тем самым наращивать клиентскую базу.

СТРУКТУРА ХОЛДИНГА

Холдинговая компания была создана и зарегистрирована 18 августа 2000 г. в качестве российского открытого акционерного общества (ОАО). Наименование общества - «Нетрус Холдинг», в соответствии с записью в регистре Московской регистрационной палаты за № 002.010.991. Впоследствии, 13 сентября 2001 г., ОАО «Нетрус Холдинг» было переименовано в ОАО «РБК - Информационные системы» и перерегистрировано под таким названием 24 сентября 2001 г.

ОАО «РБК Информационные Системы» представляет собой холдинг, которому полностью принадлежат все входящие в него дочерние компании.

Совет директоров					
Герман Каплун	Александр Моргульчик	Дмитрий Белик	Леонид Хазан	Екатерина Лебедева	Гиви Топчишвили
Олег Дятлов	Сергей Лукин	Майкл Хэммонд	Нил Осборн	Юрий Мостовой	Ханс-Йорг Рудлоф



Ниже приводится описание деятельности каждой из компаний, входящих в холдинг.

«РосБизнесКонсалтинг» была создана в качестве ЗАО (российского закрытого акционерного общества) в 1993 г., и с тех пор не прерывала своей деятельности. Компания является ведущим информационным агентством холдинга.

«РБК Софт» была создана в качестве ЗАО (российского закрытого акционерного общества) в 2000 г. В настоящее время компания не ведет деловой активности, но в своих планах холдинг намеревается замкнуть на нее разработку всех программных продуктов.

«РБК Центр» была создана в качестве ОАО (российского открытого акционерного общества) в 1998 г. Компания оказывает долгосрочные услуги, производит регистрацию

доменов, торговлю через сеть, оказывает услуги по системной интеграции, а также услуг в новых областях бизнеса.

«РБК Холдинг» была создана в качестве ЗАО (российского закрытого акционерного общества) в 2000 г. Она представляет холдинг в совместных предприятиях или акционерном капитале других предприятий (см. раздел «Совместные предприятия» на стр. 23).

«Издательский дом РосБизнесКонсалтинг» была создана в качестве ЗАО (российского закрытого акционерного общества) в 1997 г. Эта компания холдинга была зарегистрирована на Алтае, в свободной экономической зоне, что дало возможность воспользоваться соответствующими налоговыми льготами и повысить налоговую эффективность Компании.

<i>Наименование</i>	<i>Дата и место регистрации</i>	<i>Регистрационный номер</i>	<i>Зарегистрированный офис</i>
«РосБизнесКонсалтинг»	14 июля 1993 г., Московская регистрационная палата	652098	Москва, Профсоюзная ул., д. 85/35, офис 603-Т
«РБК Софт»	18 января 2001 г., Московская регистрационная палата	002.026.658	Москва, Ленинский пр., д. 75/9
«РБК Центр»	10 февраля 1998 г., Московская регистрационная палата	871656	Москва, Садово-Черногорская ул., д. 3В, стр. 1
«РБК Холдинг»	19 декабря 2000 г., Московская регистрационная палата	002.024.115	Москва, Ленинский пр., д. 75/9
«Издательский дом РосБизнесКонсалтинг»	26 ноября 1997 г., Администрация Алтайского края	Е.127	Горно-Алтайск, ул. Улгашева, д. 13.

Нынешняя структура холдинга сложилась в результате серии передач пакетов акций от бывших акционеров к нынешним компаниям, входящим в холдинг.

Совместные предприятия

Компания участвует в совместных предприятиях, когда необходимо учесть потребности потребителей, а также специфические условия заключения конкретных сделок. Политика Компании предусматривает владение не менее чем 50% акций компаний, в названии которых фигурирует название «РБК». Кроме того, Компания стремится участвовать в принятии наиболее важных решений, касающихся деловой активности таких предприятий. Компания, через «РБК Холдинг» имеет долевое участие в следующих совместных предприятиях.

<i>Наименование</i>	<i>Дата и место регистрации</i>	<i>Регистрационный номер</i>	<i>Зарегистрированный офис</i>	<i>Долевое участие (%)</i>
ООО «Дом для ПК»	29 сентября 2000 г., Московская регистрационная палата	652098	Москва, Профсоюзная ул., д. 85/35, офис 603-Т	50
ООО «РБК Про»	13 марта 2001 г., Московская регистрационная палата	002.026.658	Москва, Ленинский пр., д. 75/9	51

«Телли»	3 ноября 1999 г., Московская регистрационная палата	087.357	Москва, Благовещенский пер., д. 10	50
«Меркот»	12 апреля 2000 г., Московская регистрационная палата	098.370	Москва, Гайвороновский пр-д, д. 20, стр. 1	60
«Никен»	12 апреля 2000 г., Московская регистрационная палата	098.260	Москва, Гайвороновский пр-д, д. 20	60
ЗАО «РБК Инжиниринг»	22 февраля 2001 г., Московская регистрационная палата	002.032.63 9	Москва, Ленинский пр., д. 75/9	100

Причина участия Компании в этих совместных предприятиях (большинство из которых являются по масштабу малыми предприятиями) заключается в создании условий для обеспечения эффективности затрат по размещению рекламы Компании. При этом сумма доходов от участия в совместных предприятиях в 2001 г. составила менее 2% от общих доходов Компании.

«Дом для ПК» является совместным предприятием с «Все для ПК Центр» для сетевой продажи компьютеров и офисных расходных материалов через веб-сайт «Все для ПК ». Совместное предприятие зависит от Компании в том, что касается рекламы, технической поддержки и обслуживания сервера. Несмотря на то, что СП получает ежедневные отчеты о продажах, партнер по СП курирует все ежедневные операции.

«РБК Про» представляет собой совместное предприятие, создание которого связано с наличием раздела «Путешествия» на веб-сайте Компании. На настоящий момент СП приносит Компании весьма скромную прибыль, но Компания убеждена в его потенциальных возможностях.

«Телли» является совместным предприятием. Совместному предприятию принадлежит веб-сайт с адресом www.krovatka.ru с русским «чатом», на котором предоставляются рекламные услуги, предназначенные для основной аудитории Компании. СП приносит Компании ежегодный убыток порядка \$50.000-60.000, в связи, с чем Компания намеревается воспользоваться своим правом выхода из совместного предприятия до мая 2002 г.

«Меркот» – это совместное предприятие, в котором Компании принадлежит 60%, а остальные 40% делят между собой частные лица. «Меркот» принадлежит один из крупнейших в России сайтов с обменом банерами, а также интернет-форум (www.webforum.ru). «Меркот» работает на условиях самокупаемости. Но, тем не менее, Компания осуществляет продажу рекламных мест на сайте, что приносит ей около \$150.000 прибыли в год.

В «Никен» Компании принадлежит 60%, остальные 40% делят между собой следующие три физических лица. «Никен» принадлежит популярный веб-сервер под названием «Hotbox» (www.hotbox.ru). В данный момент совместное предприятие работает на условиях самокупаемости. Прибыль совместного предприятия формируется за счет размещения рекламы, хотя РБК рассматривает возможность введения платы за подписку с абонентов. Компания считает, что «Никен» стратегически важна для развития бизнеса, поскольку является основой для продажи сетевых услуг как юридическим, так и физическим лицам.

ЗАО «РБК-Инжиниринг» полностью принадлежит холдингу, однако сейчас компания не работает. В настоящее время ведутся переговоры с западноевропейской компанией о создании совместного предприятия для продаж и поставки телекоммуникационного оборудования. В случае успеха, Компания окажет помощь вновь созданному совместному

предприятию в области рекламных услуг, PR, комплектования персоналом и создания клиентской базы. Остальные обязательства, например, предоставление оборудования и обеспечение оборотными средствами, принимает на себя партнер по совместному предприятию. «РБК-Инжиниринг» станет юридическим лицом, используемым для совместного предприятия.

ВЫБОРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Заверенные аудитом отчеты о прибылях и убытках за 2001 и 2000 г.г.:

	<i>Консолидированный</i>	<i>Комбинированный</i>
	<i>На период за 12 месяцев до 31 декабря 2001 г., в тыс. \$</i>	<i>За 12 месяцев до 31 декабря 2000 г., в тыс. \$</i>
Доходы	16.954	8.828
Себестоимость реализации	(8.343)	(3.933)
Валовая прибыль	8.611	4.895
Себестоимость дистрибуции	(1.074)	(100)
Административные расходы	(493)	(1.175)
Налоги, помимо налога на прибыль	(133)	(410)
Иные расходы, связанные с операциями	(20)	-
Прибыль от операций	6.891	3.210
Иные расходы, не связанные с операциями	-	(363)
Доходы/(убытки) по чистой валютной позиции	(344)	12
Прибыль до налогообложения	6.547	2.859
Налог на прибыль (возврат налога)	(245)	(222)
Чистая прибыль	6.302	2.637

РУКОВОДСТВО

Органы управления Компании представлены Советом директоров и Правлением (члены которых перечислены ниже). Правление осуществляет текущие функции по управлению Компанией и контролю за ней. В Правление входят пять членов, все из которых являются российскими гражданами. В компетенцию Совета директоров входит решение вопросов стратегического характера, он также осуществляет надзор за реализацией сформулированной стратегии со стороны менеджмента Компании. Кроме того, Совет Директоров формирует Комиссию по вознаграждению, которая определяет размер вознаграждения, выплачиваемого менеджменту Компании. Заседания Совета директоров проводятся на реже четырех раз в год. В совет входят пять иностранных граждан, которые привносят в Компанию дополнительный профессиональный опыт.

Структура руководства компанией отражает два различных направления ее деятельности, а именно СМИ и ИТ. Артем Инютин возглавляет Отдел СМИ, а Алексей Кузовкин руководит Отделом ИТ. Руководители каждого из этих отделов подчиняются Юрию Ровенскому, Председателю Правления Компании, который, в свою очередь, подчинен Герману Каплуну, Председателю Совета директоров компании. Александр Моргульчик, Заместитель Председателя по стратегии и развитию, Дмитрий Белик, Заместитель Председателя и Финансовый директор, а также г-н Каплун осуществляют коллективное руководство всеми операциями Компании.

Остальные менеджеры Компании указаны в нижеприведенной таблице. Более подробную информацию о менеджменте высшего звена можно почерпнуть из биографических справок менеджеров.

Имя	Должность
Совет Директоров	
Герман Каплун	Соучредитель и Председатель Совета директоров
Александр Моргульчик	Соучредитель и Заместитель Председателя
Дмитрий Белик	Соучредитель и Заместитель Председателя
Гиви Топчишвили	Член Совета Директоров
Сергей Лукин	Член Совета Директоров
Олег Дятлов	Член Совета Директоров
Екатерина Лебедева	Член Совета Директоров
Леонид Хазан	Член Совета Директоров
Ханс-Йорг Рудлофф	Член Совета Директоров
Нил Осборн	Член Совета Директоров
Майкл Хэммонд	Член Совета Директоров
Юрий Мостовой	Член Совета Директоров
Правление	
Юрий Ровенский	Председатель Правления
Герман Каплун	Исполнительный директор
Дмитрий Белик	Финансовый директор
Артем Инютин	Начальник отдела СМИ
Алексей Кузовкин	Начальник отдела IT
Прочие члены руководства Компании	
Екатерина Лебедева	Главный администратор
Леонид Хазан	Директор по маркетингу и связям с общественностью
Максим Филамофитский	Главный технический специалист
Евгений Ревзин	Главный редактор

Биографические справки членов руководства

Члены Совета директоров

Герман Каплун – Председатель Совета директоров. Г-н Каплун - специалист по консалтингу в области программного обеспечения. Ранее занимал должность Директора по банковским технологиям в «Московской компании по разработке программного обеспечения». Ему также принадлежит пакет акций в небольшом банке и в компаниях занимающихся продажей компьютерного оборудования, программных продуктов и недвижимости. Образование: кандидат экономических наук, Российская экономическая академия.

Александр Моргульчик – Заместитель Председателя по стратегии и развитию. Г-н Моргульчик обладает профессиональным опытом в области бухучета и финансов, участвовал в ряде коммерческих предприятий, в том числе в небольшом банке, компании, занимавшейся продажей компьютерного оборудования и программных продуктов, а также в риэлторской компании. Образование: кандидат экономических наук, Российская экономическая академия.

Дмитрий Белик – Заместитель Председателя и Финансовый директор. Был партнером г-на Каплуна и г-на Моргульчика в ряде предприятий. До сих пор является партнером в одной из риэлторских компаний. Образование: кандидат экономических наук, Российская экономическая академия.

Гиви Топчишвили – г-н Топчишвили является Президентом и совладельцем компании *Media Press Corp.*, издательства, которое публикует в Нью-Йорке периодические издания для русскоговорящего населения. Он также является Генеральным директором *Global Advertising Strategies*, нью-йоркской компании, занимающейся маркетингом и рекламой, и нацеленной на рыночные ниши. Образование: степень магистра химико-физических наук, МХТУ.

Сергей Лукин – Начиная с 1991 г., г-н Лукин занимал руководящие должности в российских компаниях, занимающихся системной интеграцией в нефтегазовой области и банковском секторе. Свою деловую карьеру он начал в компании «Аэрофлот» в 1987 г. Образование: высшее экономическое.

Олег Дятлов – В начале своей профессиональной карьеры г-н Дятлов работал в одной из крупнейших компаний в области системной интеграции в Западной Сибири. Он занимал руководящие должности в подобных компаниях, начиная с 1989 г. Образование: высшее экономическое.

Леонид Хазан – Директор по маркетингу и связям с общественностью. До прихода в компанию в 1998 г. г-н Хазан занимал руководящую должность в «Банке Москвы», где он отвечал за обработку информации. Образование: высшее образование в области экономического менеджмента, Российский гуманитарный университет.

Екатерина Лебедева – Главный администратор. Г-жа Лебедева занимала руководящие посты в «Технобанке», а затем, в 1999 г., перешла на работу в Компанию. Образование: кандидат экономических наук, МТИ.

Ханс-Йорг Рудлофф – Г-н Рудлофф с августа 1998 г. занимает пост Исполнительного Председателя Совета Директоров компании *Barclays Capital*. Ранее он был Председателем и партнером в семейной фирме *MC BBL Securities*. С 1980 по 1994 г. г-н Рудлофф работал в качестве Председателя и Главного управляющего инвестиционного банка *Credit Suisse First Boston*.

Майкл Хэммонд – Г-н Хэммонд является одним из партнеров в компании *City Capital Corporation Limited* и до недавнего времени занимал пост Управляющего директора в *ABN-AMRO Rothschild*. Ранее он работал на этой же должности в компаниях *Fleming's*, *UBS Warburg* и *Swiss Bank Corporation*. Свою профессиональную деятельность г-н Хэммонд начал в банке *Credit Suisse First Boston* в 1982 г., после чего он занимал различные должности в высшем руководстве отделений банка в Нью-Йорке, Токио и Лондоне.

Нил Осборн – г-н Осборн является Управляющим директором периодического издания *Euromoney*, где он работает с 1983 г. До того он служил редактором в журнале для Институциональный Инвестор в Нью-Йорке.

Юрий Мостовой – член Совета директоров. Г-н Мостовой поступил на работу в компанию *Barclay's Capital* в январе 2002 г. на должность Старшего начальника департамента. До этого момента он возглавлял, в качестве президента, собственную фирму *Interval LLC*, а также занимал должности вице-президента в банке *Citibank* и нью-йоркском *Lehman Brothers*.

Члены исполнительного комитета

Юрий Ровенский – Председатель Правления (Генеральный директор). До поступления на работу в Компанию в 2000 г. г-н Ровенский работал в Государственной инвестиционной корпорации России в качестве Советника председателя. Прочий профессиональный опыт г-на Ровенского включает в себя работу в Российском союзе промышленников и предпринимателей, а также в Миссии Всемирного банка в Москве. Он также имеет опыт фундаментальных исследований: в течение 7 лет работал проректором РЭА им. Г.В.Плеханова. Образование: доктор экономических наук, степень получена в МГУ, кроме того, защитил курсовые работы по маркетингу и финансовому анализу в бизнес-школе Гарвардского университет и в университете Гронинген (Нидерланды).

Артем Инютин – Директор отдела СМИ. Г-н Инютин отвечает за бизнес в области СМИ с 1997 г. Он занимал должность Главного администратора компании РБК с 1994 по 1997 г. До прихода в компанию г-н Инютин работал руководителем группы в одном из Российских НИИ, которая занималась разработкой программного обеспечения для баз данных. Он также работал в рекламном агентстве в качестве Главного бухгалтера. Образование: МГТУ, Российская финансовая академия.

Алексей Кузовкин – Начальник отдела IT. Г-н Кузовкин начал свою карьеру в Компании в 1993 г. в качестве инженера-программиста и затем дослужился до Главного технического специалиста. На свою нынешнюю должность Начальника отдела он был назначен в 1999 г. Образование: МЭИ.

Прочие менеджеры

Максим Филамофитский – Главный технический специалист. Г-н Филамофитский руководил Отделом баз данных РБК с 1998 по 1999 г. Свою профессиональную деятельность он начал Компьютерном научно-исследовательском центре при МГУ, где он специализировался в области высоко производительных ЭВМ и кластеров. В 1997 г. г-н Филамофитский поступил на работу в компанию Advanced Chemistry Development Inc.(Канада) в качестве Главного специалиста. Образование: диплом с отличием специалиста по автоматизированным системам вычислительных комплексов (АСВК) МГУ.

Евгений Ревзин Главный редактор. Г-н Ревзин поступил в РБК на должность Заместителя главного редактора в 2000 г. Свою профессиональную деятельность он начал в журнале «Дарин», где с 1995 г. работал в должности Заместителя главного редактора. В 1998 г. г-н Ревзин перешел на работу в Информационный отдел телекомпании РТР в качестве комментатора. Образование: диплом МГУ с отличием.

ПЕРСОНАЛ

В штате РБК насчитывается 482 сотрудника, работающих по найму, и ежемесячные регулярные затраты Компании на оплату труда составляют приблизительно 0,3 миллиона долларов США. Типовые выплаты сотруднику, работающему по найму, включают премии, которые могут достигать до 10 процентов от продаж.

Штатная численность сотрудников по подразделениям и специализации на настоящий момент приведена в следующей таблице:

Отделы и специальности	Количество
Средства массовой информации	
Журналисты	114
Внештатные корреспонденты	60
Реклама	
Руководство	2
Отдел продаж	31

Продажа информации	
Руководство	3
Отдел продаж	9
Аналитики	10
Прочие	20
Информационные технологии	
Руководство	7
Программисты	141
Отдел продаж	12
Прочие	13
Администрирование	
Исполнительное высшее руководство	11
Финансовый отдел	3
Бухгалтерия	14
Прочие	23
Вспомогательный персонал	9
Итого	482

Поскольку Компания в значительной степени является специализированной обслуживающей компанией, за исключением некоторых "готовых" информационных исследовательских продуктов и решений в области информационных технологий, ее единственным и самым крупным видом текущих расходов является оплата труда наемных работников.

Как и в других компаниях, специализирующихся в области информационных технологий и программного обеспечения, технический персонал, включая программистов, осуществляет работу по разнообразным проектам в группах. Такие группы представляют собой коллективы, которые в случае необходимости можно назначать и переназначать для реализации определенных проектов. Расходы отслеживаются на основе трудозатрат в человеко-часах в рамках проекта.

БИЗНЕС

Компания является крупным российским предприятием в области медиа-бизнеса и информационных технологий. Штаб-квартира Компании находится в Москве и имеет отделения в Санкт-Петербурге и Нью-Йорке. В настоящее время персонал Компании насчитывает почти 500 сотрудников, из которых приблизительно 80% - это журналисты, аналитики, консультанты и инженеры по программному обеспечению.

В дополнение к подписчикам на медиа-услуги, рекламодателям и клиентам в области информационных технологий, Компания обслуживает различные ведомства российского правительства, более 300 банков и инвестиционных компаний, фирмы, предоставляющие услуги в сфере бухгалтерского учета, и прочие финансовые учреждения, а также компании в области медиа и информационных технологий. Основными корпоративными клиентами Компании являются несколько крупных международных аудиторских фирм и ряд компаний, входящих в список «Fortune 500». Среди правительственных учреждений- клиентов Компании можно назвать Министерство путей сообщения, Министерство труда, Минатом и Министерство экономического развития и торговли.

Двумя основными направлениями деятельности Компании являются: медиа-бизнес и информационные технологии. Деятельность Компании в области медиа включает предоставление бизнес-информации (финансовые и деловые новости), новости общего характера, рекламу и исследовательские отчеты, аналитические обзоры и

консультирование. Деятельность в области информационных технологий включает решения «под ключ», общее программирование, системную интеграцию, научно-исследовательскую деятельность и консультирование в сфере информационных технологий.

Выручка «РБК» по направлениям деятельности

В тыс. \$	1999*	2000	2001
Медиа-бизнес	2.550	6.003	9.835
Информационные технологии	300	2.825	6.791
Прочее	10	0	328
Итого	2.860	8.828	16.954
Рост	-	209%	92%

* Согласно неаудированной отчетности

Основной Интернет-ресурс компании находится по адресу www.rbc.ru. Это один из первых российских Интернет-ресурсов, предоставляющих высококачественные российские деловые и финансовые новости в реальном времени для руководителей, менеджеров и инвесторов, которым необходима самая свежая информация.

«РБК» работает с рекламодателями, спонсорами и деловыми партнерами и обеспечивает для них обширную с демографической точки зрения аудиторию. Компания полагает, что ее аудитория состоит из обеспеченных, высокообразованных людей, которые способны принимать решения о крупных покупках. Возможность использования Интернета для выхода на эту демографически четко определенную и привлекательную аудиторию позволила Компании размещать рекламу по повышенным ставкам.

Своим опытом по разработке и поставке решений в области информационных технологий Компания в первую очередь обязана необходимостью развития собственного медиа-бизнеса. Информационные технологии теперь являются отдельным направлением деятельности Компании, не связанным с медиа-бизнесом. Компания сумела за счет существующей клиентской базы развивать рекламу и другие направления медиа-бизнеса, а также деятельность по информационным технологиям.

Одной из наиболее сильных сторон Компании является возможность предлагать одновременно информационные материалы, технологии и связь для делового сообщества по всему миру. «РБК» полагает, что узнаваемость ее торговой марки среди российского делового сообщества уже достаточно высока, и намерена и далее активно развивать ее путем рекламы, привлечения спонсоров и рекламных кампаний.

Деятельность в области медиа-бизнеса

Введение

Компания начала свою деятельность в области медиа в 1993г, и этот бизнес стал первым из существующих на сегодня основных направлений деятельности. С того момента РБК значительно диверсифицировала свой бизнес и сегодня, предоставляемая компанией информация включает политические и деловые новости, комментарии аналитиков, котировки ведущих бирж и внебиржевого рынка. Основным активом Компании является ее аудитория, которую Компания смогла завоевать за счет:

- Предоставления новостей, содержащих своевременную деловую и финансовую информацию из различных источников, включая сеть источников в различных регионах России;
- Особого внимания к интересам и потребностям российского делового сообщества;

- Ступенчатого уровня доступа к услугам: бесплатные услуги, платная подписка и плата за просмотр; и
- Эффективного канала продаж через Интернет.

Выручка в области медиа поступает из следующих источников:

- Продажа информации, предоставляемой через Интернет, в том числе подписки и специализированных аналитических отчетов и других материалов;
- Реклама, спонсорство и электронная коммерция; и
- Новости общего характера.

Интернет-реклама нацелена на аудиторию, имеющую необходимость в получении деловых и финансовых новостей. Согласно Интернет-исследованиям, эта аудитория состоит главным образом из предпринимателей, руководителей компаний, менеджеров высшего и среднего звеньев (смотрите ниже раздел «Клиентская база»). На своих Интернет-сайтах Компания размещает как собственные материалы, так и материалы, приобретенные из других источников.

Целевая аудитория Компании ожидает получать предоставляемую через Интернет информацию и дополнительные услуги, соответствующие определенным интересам и потребностям, связанным с российским рынком, и отличные от услуг, предлагаемых англоязычными сайтами или сайтами с однородной информацией межрегиональной направленности. В связи с этим, Компания позиционирует себя в более дорогом сегменте медиа-рынка и не имеет прямой конкуренции со стороны новостных порталов, нацеленных на массовый рынок.

Высокий уровень трафика, генерируемого порталами, и четко определенная, обширная деловая аудитория делают их интересными для рекламодателей. Фактически, это позволяет Компании взимать повышенные ставки за размещение рекламы на своем основном портале. Реклама является важным источником поступления выручки от медиа-бизнеса, доля которого составляет около 46% от суммарной выручки Компании в 2001 г.

У «РБК» молодая и энергичная сбытовая и маркетинговая команда, известная своими инновационными подходами. Компания была одной из первых, которая ввела бегущую новостную строку, новости-молнии и другие способы моментального распространения информации в российском Интернете. Подобные инновационные продукты и в целом инновационный подход Компании способствовали тому, что она получила контракты на предоставление информации для крупнейших мировых информационных компаний.

Рынок медиа

Оценки количества регулярных пользователей Интернета в России сильно различаются. Согласно данным, выпущенным российским Министерством связи в феврале 2002 г. количество регулярных пользователей Интернета в России составляло в 2001 г. 4,3 млн., что на 39% больше по сравнению с предыдущим годом. По оценкам компании «*IDC*», ведущей на мировом рынке компании в области медиа, информационных технологий и исследований, в России, которые в 2001 г. хотя бы раз в месяц использовали Интернет около 3,8 млн. человек. Газета «*Коммерсант*», компании «*Accenture*» и «*SpyLog*», которые в течение 2001 г. вели статистический индекс Интернета, оценивают, что в 2001 г. регулярно пользовались Интернетом от 4 млн. до 4,5 млн. россиян, что на 54% больше по сравнению с предыдущим годом. Согласно этим данным размер российской Интернет аудитории достиг пика в декабре 2001 г., когда Интернетом, по крайней мере, один раз в месяц воспользовались как минимум 8,5 млн. россиян (даже если это было в первый раз). По оценкам Министерства связи количество регулярных пользователей Интернета в России возрастет к 2004 г. до 10 млн. человек, а к 2010 г. превысит 26 млн.

Данные по количеству пользователей Интернета в России, оценки объема российского рынка Интернет-рекламы также сильно различаются. В отсутствие официальных общепризнанных оценок основным индикатором, который используется участниками рынка, являются данные рыночных исследований. Прогнозы оборота рекламных агентств

на 2002 г. варьируются от \$3 до \$14 миллионов. Однако эти цифры отражают оборот рекламных агентств в целом, не учитывая отдельно оборот от рекламы на Интернет-порталах и рекламы, размещаемой напрямую. Согласно аудированной финансовой отчетности выручка Компании от Интернет-рекламы в 2001 г. превысила \$5,8 миллионов, а суммарная выручка от рекламы превысила \$7,7 миллиона.

По оценкам Российского центра Интернет-технологий (РОСИТ) размер рынка Интернет-рекламы в России составит в 2002 г. \$8 миллионов, а в 2003 г. - \$15 миллионов. Прогнозы компаний «Arthur Andersen» и «UBS Brunswick Warburg» более оптимистичные, что видно из приводимой ниже таблицы:

Название	2002 г. (млн. \$)	2003 (млн. \$)
Arthur Andersen (оптимистический сценарий)	70	150
UBS Brunswick Warburg (средний сценарий)	30	50
ROCIT (консервативный сценарий)	8	15

Источник: Snews

«РБК» полагает, что поскольку Интернет завоевывает все более широкое признание среди российских компаний и потребителей, потенциал роста Интернет-рекламы больше по сравнению с потенциалом традиционных рекламных площадок. Данные Российской ассоциации рекламных агентств подтверждают это мнение. Согласно данным Ассоциации в 2001 г. наиболее быстрыми темпами в России росла Интернет-реклама, а также реклама в кинотеатрах, темпы роста которых составили соответственно 67% и 75%.

Согласно данным Ассоциации рекламный рынок в России вырос примерно на 54% до \$1,73 миллиарда, достигнув в 2001 г. докризисного уровня. Российские рекламодатели ожидают сохранения высоких темпов роста.

Стратегия медиа-бизнеса

Компания полагает, что основными факторами роста медиа-бизнеса, и в особенности новостного бизнеса, будут:

- консолидации в медиа-отрасли;
- развитие новых и улучшение существующих информационных продуктов;
- развитие рынков капитала в России; и
- общий рост российской экономики.

«РБК» ожидает продолжение роста выручки от рекламы, сопутствующего росту медиа-бизнеса. Руководство ожидает, что росту будет способствовать новое федеральное законодательство, налагающее определенные ограничения на рекламу на телевидении, и недавно внесенные поправки в налоговое законодательство, разрешающие не включать расходы на рекламу в налогооблагаемую базу.

Эти возможности Компания учла и при разработке стратегического развития в области медиа-бизнеса. Стратегия Компании в этом направлении включает:

- Дальнейшее усовершенствование и пополнение продуктов и услуг в области медиа и Интернета, уделяя особое внимание дополнительным веб-услугам и продуктам. К ним относятся продажа архивной информации, аналитические отчеты по отраслям и конкретным компаниям, индивидуальные проекты осуществления особых исследований и консультирование. Новые продукты и услуги будут разрабатываться независимо или в некоторых случаях путем образования стратегических альянсов, партнерств или приобретений.

- Дальнейшее увеличение узнаваемости торговой марки Компании в России и СНГ. С этой целью Компания сосредоточит свои усилия на расширении каналов дистрибуции и увеличении продаж.

Финансовые новости и деловая информация

Через свой основной портал «РБК» предоставляет широкий диапазон информационных и новостных продуктов на финансовые и корпоративные рынки России и СНГ, а также для прочих средств массовой информации. К ним относятся новости в реальном времени, финансовые показатели российских и мировых бирж, цифровые, текстовые и графические базы данных, анализ новостей и исследования по отдельным компаниям и отраслям.

Выручка, полученная от предоставления продуктов в области финансовых новостей в 2001 г. приводится в следующей таблице:

Продукт	Число подписчиков в 2001 г.	Выручка в 2001 г., тыс.\$
Новости и котировки в Интернет	4.305	1.816
Проч. новости и комментарии	734	177
Исследования и аналитические отчеты	132	89
Итого	5.171	2.082

Источник: «Росбизнесконсалтинг»

Выручка от продаж новостной и финансовой информации в 2001 г. достигла почти \$2,1 миллионов, что составило 12% от суммарной выручки. Продажи новостей и информации выросли за прошлый год на 12%.

Продукты и услуги

Продукты в области финансовых новостей и деловой информации можно разделить на следующие категории:

- *Интернет-новости.* «РБК» предоставляет информацию более чем 5000 подписчикам через Интернет и по электронной почте. Подписчиками Компании являются крупнейшие мировые базы данных и агентства новостей, которые распространяют по своим сетям информацию, предоставленную Компанией. Информация доступна через Интернет, по широкополосным радиоканалам в Интернет (через каналы Комкор-ТВ), через WAP (протокол беспроводных приложений) и пейджеры. Для своих подписчиков на финансовые новости, поставляемые через Интернет, Компания разработала ряд программных продуктов и финансовых инструментов для анализа рынка он-лайн.
- *Котировки в режиме реального времени.* «РБК» имеет собственный индекс акций, который отслеживает динамику портфеля российских «голубых фишек». Компания также предоставляет котировки в режиме реального времени и интерактивные графики со всех российских и крупнейших международных бирж, а также со своей собственной торговой платформы.
- *Новости и комментарии, распространяемые на бумажных и цифровых носителях.* Информация о деловых новостях также предлагается подписчикам в печатном виде и на дисках CD-ROM.
- *Аналитические и исследовательские отчеты.* «РБК» стремится предлагать все более широкий ассортимент дополнительных веб-продуктов, включая аналитические и исследовательские продукты, в том числе отчеты о конкретных

компаниях и отраслях промышленности. Многие из этих отчетов доступны через Интернет и продаются в готовом виде ряду клиентов. Исследовательский отдел Компании также предоставляет услуги по подготовке исследовательских материалов по индивидуальным специальным заказам.

Клиентская база

Подписчики имеют полный доступ к услугам Компании в области финансовых и деловых новостей, которые доступны на ее основном портале. Согласно опросам (см. Таблицу, приведенную ниже) около 70% подписчиков являются российскими компаниями, расположенными в Москве и Санкт-Петербурге.

Примерно 70% всех подписчиков на деловые и финансовые новости получают их через Интернет и обеспечивают почти 84% от суммарной выручки от общего количества новых подписок. В 2001 г. количество новых подписчиков составило более 5000, а средний с одной подписки - примерно \$40.

Аудитория «РБК» принимала участие в Интернет-опросах, проведенных в мае 2001 г. компаниями «Pro Active International» и «MASMI Research Group». Результаты этих исследований позволили получить детальную демографическую информацию об аудитории компании, сводка которой приводится ниже:

Демографические данные	Описание
Возраст	50% являются независимыми в финансовом отношении людьми в возрасте от 25 до 34 лет
Пол	78% мужчины 22% женщины
Профессиональный статус	42% являются обеспеченными предпринимателями или руководителями компаний 54% являются менеджерами высшего или среднего звена
Финансовое положение (ежемесячный доход)	53% имеют доход от 1000 до 1500 евро 11% имеют доход от 1500 до 2500 евро 7% имеют доход от 2500 до 5500 евро 2% имеют доход более 5500 евро
Образование	82% имеют высшее образование 81% понимают английский язык и говорят по-английски 17% имеют профессиональное образование
Географическое местонахождение	55% живут в Москве 12% живут в Санкт-Петербурге 27% живут в основных промышленных центрах 6% живут в иностранных государствах
Покупательная способность	43% уезжают в отпуск за границу как минимум раз в год 22% переехали в новый дом или квартиру 32% готовы купить иностранный автомобиль
Компьютеризация	75% имеют доступ в Интернет на работе 22% имеют доступ в Интернет дома и проводят в Интернете в среднем 137 минут в день 57% сделали «РБК» начальной страницей на своих компьютерах 98% имеют электронную почту

Источник: MASMI

Поскольку «РБК» предлагает своим клиентам четко определенную, обширную целевую аудиторию, Компания может продавать рекламу на своем главном портале по повышенным ставкам.

Реклама

Выручка «РБК» от рекламы (как видно из приводимой ниже таблицы) за последние три года выросла в девять раз.

Выручка от рекламы	1999	2000	2001
Показ рекламы, количество кликов, млн.	87,7	244,9	442,4
Выручка от рекламы за один просмотр, тыс. \$	702	2.449	5.840
Прочее, в тыс. \$	248	1.699	1.913
Итого выручка от рекламы	950	4.149	7.753

Источник: «Росбизнесконсалтинг»

Продолжение роста выручки от рекламы будет обеспечиваться за счет увеличения деловой аудитории и роста рекламных бюджетов у крупных компаний. Рост аудитории в свою очередь частично является результатом увеличения количества российских пользователей Интернета, а также повышения интереса к деловым новостям и финансовой информации по мере развития экономики.

В настоящее время «РБК» обслуживает примерно 1000 рекламодателей, значительная часть которых – это другие компании, работающие в области информационных технологий, финансовых или медиа-услуг. Многие клиенты также занимаются каким-либо видом оптовой или розничной торговли.

В 2001 г. у Компании появилось много новых клиентов, связанных с автомобильной промышленностью, а также из числа производителей предметов роскоши. Вдобавок, в 2001 г. увеличилось количество российских рекламодателей, составляющих более чем две трети от 20 крупнейших по объему продаж рекламодателей. 20 крупнейших рекламодателей в 2001 г. обеспечили выручку в \$2,43 миллиона, что составляет примерно 31% от суммарной рекламной выручки «РБК».

Новости общего характера

Для более широкой традиционной аудитории, не относящейся к основной аудитории Компании в области деловых новостей, «РБК» имеет отдельную команду, которая пишет новости общего характера, т.е. не связанные с финансами или деловым миром. Данная команда публикует в среднем 300-350 новостей в день. Эти новости размещаются в ежедневной Интернет-газете «Утро», выпускаемой «РБК».

Интернет-газета «Утро» публикует материалы на достаточно широкий круг тем, представляющих интерес для русскоязычной аудитории и представителей международных деловых кругов, в том числе местные, региональные и мировые новости в режиме реального времени, погоду, программы местного телевидения и спорт. Большая часть информации, предоставляемой «РБК», поступает из собственных источников, хотя Компания также имеет договоренности с региональными агентствами новостей в России и СНГ о распространении их информации. Эти источники информации общего характера имеют большое значение для Компании, поскольку позволяют расширять аудиторию путем привлечения новых целевых групп.

Поскольку новости общего характера предоставляются бесплатно, они дают выручку только за счет рекламы, а не подписки. Поэтому наиболее показательным индикатором результатов деятельности этого подразделения является размер аудитории портала www.utro.ru, на котором публикуется Интернет-газета «Утро». Согласно данным Компании в третьем квартале 2001 г. общее количество посетителей сайта Компании, посвященного новостям общего характера, выросло почти на 52% с 12,1 миллиона посещений до 18,4 миллиона, а в четвертом квартале – почти на 30% с 18,4 миллиона до 23,9 миллиона.

Деятельность в области информационных технологий**Введение**

Начав свою деятельность как медиа-компания, «РБК» приобрела большой опыт, связанный с техническими аспектами работы в Интернете и управления информационными потоками в режиме реального времени. «РБК» получила опыт в техническом обеспечении высокого трафика в пиковые часы, особенно в момент крупных событий, а программисты Компании соответственно разработали собственное программное обеспечение для управления материалами, позволяющее работать с такими потоками. Данное программное обеспечение заинтересовало некоторых клиентов компании и таким образом стало первым продуктом в области информационных технологий, реализацию которого начала Компания. С годами спектр разработанных продуктов значительно расширился и вышел за рамки только Интернет-продукции, и теперь в него входят программы по управлению предприятием и работе с клиентами, базирующиеся на Интернет решениях в области информационных технологий, государственные контракты на разработку программного обеспечения, разработка программ для иностранных клиентов по индивидуальным заказам (оффшорное программирование), системная интеграция и консультационные услуги.

Выручка Компании в области информационных технологий за год, закончившийся 31 декабря 2000 г., достигла почти \$6,8 миллиона, что составило примерно 40% от суммарной выручки.

Доход от деятельности Компании в области информационных технологий формируется из следующих источников: от продаж ранее разработанного программного обеспечения или решений «под ключ», программирования по индивидуальным заказам для российских и зарубежных клиентов, веб-услуги с добавленной стоимостью, консультирование в области информационных технологий и системная интеграция. Научно-исследовательская деятельность выделена в отдельное подразделение внутри департамента информационных технологий, но многие разрабатываемые им продукты, в конце концов, доводятся до продажного состояния и реализуются в качестве решений «под ключ».

Следующая таблица демонстрирует динамику роста выручки от каждого вида услуг области информационных технологий за последние три года:

Реализация услуг в области информационных технологий (тыс. \$)	1999	2000	2001
Программирование, решения «под ключ» и научно-исследовательская деятельность	300	2.505	3.685
Оффшорное программирование (иностраные клиенты)	-	300	1.505
Системная интеграция и консультирование в области информационных технологий	-	20	1.601
Итого	300	2.825	6.791

Источник: «Росбизнесконсалтинг»

Российский бизнес в области информационных технологий

Согласно IDC общий объем российского рынка информационных технологий в 2001 г. вырос примерно на 25% и превысил \$3,3 миллиарда. Это составляет около 1% от общего ВВП.

Прогнозы, касающиеся развития российского рынка информационных технологий сильно различаются. Федеральное правительство, которое активно финансирует эту отрасль и способствует ее развитию, ожидает, что рынок информационных технологий вырастет к 2005 г. в два - три раза, а к 2010 г. – в пять-шесть раз.

Российское федеральное правительство активно поддерживает развитие сектора информационных технологий России. Федеральная программа «Электронная Россия»,

которая была принята на период с 2002 по 2010 гг., была разработана Министерством связи с целью развития информационных технологий по всей стране. Она призвана улучшить доступ российских граждан к информационным ресурсам и увеличить уровень автоматизации на основе информационных технологий в различных государственных и частных организациях. В частности, согласно этой программе, к 2010 г. государственные министерства и ведомства на 65% перейдут на безбумажный документооборот.

Стратегия деятельности в области информационных технологий

Одна из основных целей деятельности Компании в области информационных технологий состоит в том, чтобы стать лидером в области предоставления интегрированных программных решений на российском рынке. Другие перспективные области развития в сфере информационных технологий включают оффшорное программирование (аутсорсинг), системную интеграцию и новые научно-исследовательские проекты, в том числе системы фильтрации электронной почты «анти-спам» и системы распознавания голоса. Государственные заказы будут по-прежнему обеспечивать значительную долю выручки, хотя с учетом трудностей в получении государственных контрактов Компания не намерена излишне полагаться на выручку от них.

Компания намерена осуществлять стратегические приобретения других компаний, а в отдельных случаях и ключевых сотрудников, владеющих определенными техническими знаниями и ноу-хау, недостающих Компании. Компания считает, что укрепление интеллектуальных ресурсов (людских и технологических) позволит ей расширить портфель продуктов и клиентскую базу.

Конкуренция в сфере информационных технологий

Российский рынок информационных технологий является очень конкурентным. Услуги и продукты в области информационных технологий предлагают примерно 8000 компаний. Согласно *Slews* более половины заказов в области информационных технологий в России размещаются в мелких фирмах или передаются частным лицам, которые не сообщают о своей выручке от деятельности в области информационных технологий. В то же время, оборот восьми крупнейших компаний информационных технологий в 2001 г. составил примерно 12% от общего, что говорит о начале консолидации рынка информационных технологий.

Корпоративные клиенты

«РБК» предоставляет услуги программирования в Windows и разработку приложений в UNIX, а также программирование баз данных. Компания использует все современные технологии программирования, в том числе XML, RUP, Java, .NET и технологии крупных компаний по производству программного обеспечения (Oracle, IBM, Microsoft и Sun).

В настоящее время у «РБК» есть более 70 контрактов на программирование. Крупнейшими клиентами являются хорошо известные российские компании - «голубые фишки», ведомства российского правительства и ряд международных компаний, входящих в перечень «Fortune 500».

Оффшорное программирование

Компания полагает, что российские программисты могут отвоевать себе долю рынка оффшорного программирования, объем которого составляет \$6 миллиардов и на котором доминируют индийские компании. «РБК» полагает, что эта возможность основывается на повышении стабильности в России и боязни среди множества европейских и американских компаний потерять значительную часть интеллектуальной собственности и ноу-хау в пользу индийских конкурентов, что снижает их заинтересованность в передаче работы по программированию индийским фирмам.

Оффшорное программирование – это очень важная часть деятельности компании в области программирования. Выполнением заказов на оффшорное программирование в настоящее время занято примерно 30 программистов.

Государственные заказы

Государственные заказы обеспечили значительную долю всей выручки от программирования в 1999 и 2000 гг. Ряд государственных компаний в настоящее время рассматривает заявки на выполнение различных проектов, среди которых есть и заявки Компании.

Решения «под ключ»

Решения «под ключ» - это готовые к использованию приложения или компоненты программного обеспечения, разработанные ранее для медиа-бизнеса, по индивидуальному заказу клиента или в рамках научно-исследовательского проекта. Решения «под ключ» можно разделить на четыре категории:

- *Корпоративные решения* включают программы по управлению отношениями с клиентами (CRM), управлению графиками работы и персоналом, корпоративные информационные системы, системы управления проектами и корпоративные поисковые системы (в сотрудничестве с Alta Vista).
- *Интернет-решения* включают разработку веб-узлов и управление имеющимися на них материалами, электронную коммерцию и решения для Интернет-магазинов (Easy Shop), и WAP (Easy WAP).
- *Решения в области логистики и управления предприятием* включают планирование ресурсов предприятия (ERP), управление цепочкой поставок (SCM), дилерской сетью, системой электронных закупок и электронной логистики.
- *Финансовые услуги* включают информацию о ценных бумагах и котировках, управление портфелем, Интернет-трейдинг, финансовые игры и технический анализ.

В настоящее время Компания является единственным российским представителем *VeriSign*, *Network Solutions* и *Alta Vista*. Компания участвует в программе *Intel* «Провайдер электронного бизнеса» и программе *IBM* «Партнерство с миром для программного обеспечения».

Научно-исследовательская деятельность

«РБК» предоставляет свои услуги в области программирования крупнейшим промышленным и финансовым компаниям, а также разным государственным учреждениям. Основные клиенты Компании в области научно-исследовательской деятельности включают крупную российскую нефтегазовую компанию и один из крупнейших в мире банков.

Проекты в области научно-исследовательской деятельности можно разделить на связанные с веб-узлами или Интернетом и решения «под ключ» для розничных клиентов.

Проекты в области научно-исследовательской деятельности, связанные с разработкой веб-узлов и Интернет-услуг были полностью завершены в 2001 г. и в 2002 г. не потребуют дополнительных инвестиций. Проекты, касающиеся решений для розничных клиентов, находятся на разных стадиях доработки, и пять из десяти текущих проектов потребуют в 2002 г. дополнительных инвестиций.

Компания использует ряд критериев для принятия решения о запуске того или иного нового научно-исследовательского проекта. Компания старается повторно использовать ранние разработки, компоненты программ и ноу-хау. Кроме того, она внимательно следит за новостями на западном рынке информационных технологий и изучает перспективы применения этих новых подходов в России, включая опросы потенциальных клиентов.

Будущие проекты в области научно-исследовательской деятельности включают, помимо прочего, программное обеспечение для фильтрации электронной почты («анти-спам») и систему распознавания речи для русского языка.

Системная интеграция

Системная интеграция – это новая услуга в сфере информационных технологий, запущенная компанией в 2001 г. Она состоит в объединении в единое целое широкого спектра решений в области информационных технологий, и включает, в том числе сетевую инфраструктуру, консультирование, системное проектирование, прокладку кабелей, «интеллектуальные» здания, беспроводные технологии и прочие программные и аппаратные решения.

«РБК» также продает свои продукты через альянсы с ведущими мировыми поставщиками услуг в сфере информационных технологий и системной интеграции, о чем говорится выше в разделе «Решения «под ключ»».

Консультирование в области информационных технологий

Для того чтобы предоставлять полный пакет услуг своим клиентам, Компания также предлагает консультирование в сфере информационных технологий. Эти услуги не ограничиваются Интернетом и включают аудит информационных систем и программного обеспечения, анализ и развитие существующей инфраструктуры информационных технологий, анализ деятельности, стратегическое планирование, управление информационными технологиями, ре-инжиниринг, консолидация систем, подготовка концепций, промышленная оценка и маркетинговый анализ.

Разработка веб-узлов /инструментов для их редактирования

Основываясь на своем опыте программирования и деятельности в области электронной коммерции, Компания предлагает широкий спектр услуг в области разработки веб-узлов, программирования и консультирования. Услуги Компании в области разработки веб-узлов включают все от креатива (в том числе внешний и функциональный дизайн) до полного тестирования, интеграции и запуска веб-узла. «РБК» также предоставляет постоянную поддержку веб-узлов после их запуска по контрактам поддержки.

Инструменты редактирования веб-узлов позволяют создавать веб-узлы пользователям, не знакомым с HTML и программированием. Инструменты редактирования веб-узлов, предлагаемые Компанией, включают системы модульного построения веб-узлов с веб-интерфейсом.

Дополнительные веб-услуги

«РБК» поставляет различные дополнительные Интернет-услуги в области информационных технологий для поддержки и диверсификации своей клиентской базы в области медиа. Сюда входят:

- *Услуги обеспечения безопасности сайтов.* «РБК» предоставляет услуги цифровой сертификации, будучи эксклюзивным представителем *Thawte* (компания группы *VeriSign*) в России. Новое российское законодательство в области цифровой подписи вошло в действие в январе 2002 г. Поэтому Компания ожидает, что рынок услуг цифровой сертификации будет расширяться.
- *Услуги безопасной электронной почты.* «РБК» предоставляет услуги деловой электронной почты с широкими функциональными возможностями. Почта доступна через Интернет, а также по протоколам IMAP и POP3. Услуга включает возможность перенаправления сообщений. Учетная запись электронной почты Компании при доступе по всем протоколам использует безопасное соединение SSL. Вдобавок, все протоколы электронной почты поддерживают SSL.

- *Регистрация доменных имен.* «РБК» предоставляет услуги регистрации доменных имен, которые достаточно легко продавать при относительно низкой себестоимости для Компании. Компания рекламирует доменные имена для потребителей и объясняет их преимущества. Услуги включают регистрацию доменных имен и хостинг. Поскольку Компания не имеет лицензии на хостинг, эту деятельность она перепоручает субподрядчикам.

«РБК» обладает не эксклюзивной лицензией компании «*Network Solutions*» в России, а также лицензией РосНИИРОСа (национального российского регистратора доменных имен). Это дает возможность Компании предлагать регистрацию доменных имен по-русски и по-английски в доменных зонах «.com», «.net» и «.org», а также регистрацию доменных имен по-английски в зонах «.ru», «.biz» и «.info».

ПЛАНЫ КОМПАНИИ НА 2002 Г.

- *Приобретение информационных агентств.* Вместо воссоздания или копирования существующих информационных продуктов собственными силами, Компания считает, чтобы более эффективным будет купить информационные компании, занимающие определенную нишу в сфере бизнеса, которые будут дополнять активы средств информации Компании, чтобы консолидировать их в единый информационный поток. Это расширит клиентскую базу, уменьшит конкуренцию и сократит издержки при одновременном повышении качества и количества информационных услуг. Это также должно позволить Компании занять некоторые сегменты рынка и ценовые категории без ущерба для марки «РБК».
- *Приобретение рекламных агентств.* В целях дальнейшего расширения каналов распространения для средств информации Компания в настоящее время определяет рекламные агентства, которые могли стать интересными целями для приобретения.
- *Приобретение предприятий в сфере информационных технологий.* Руководство может принять решение о приобретении предприятий в сфере информационных технологий для расширения своей клиентской базы и получения прав на новые продукты, решения или технологии в сфере информационных технологий, которые будут дополнять ее существующий диапазон товаров и услуг.
- *Органичный рост.* Компания будет расширять свою деятельность в области средств информации для включения в нее более широкого диапазона дополнительных продуктов и услуг, например, углубленных исследований и аналитических отчетов, архивов новостей с возможностью поиска и специальных продуктов, которые изготавливаются по специальному заказу клиента. Рост в сфере информационных технологий будет обусловлен продолжением продаж интегрированного программного обеспечения и системной интеграцией на российский рынок. Все это будет дополняться иностранными контрактами на программирование для зарубежных клиентов.
- *Найм ключевых специалистов.* В некоторых случаях, когда успех определенных информационных и рекламных агентств или проектов зависит от активного участия небольшой группы специалистов, Компания будет скорее не приобретать все предприятие, а просто делать интересные предложения и нанимать на работу ключевых специалистов.
- *Использование новых информационных сред, особенно телевидения.* Менеджмент в настоящее время разрабатывает бизнес-план, предусматривающий создание нового предприятия и телевизионного канала деловых и финансовых новостей в России.
- *Развитие деятельности фокус-групп для рекламного сбыта.* Компания планирует и в дальнейшем использовать фокус-группы для исследования рынка с тем, чтобы

определять мнение целевой аудитории Компании по некоторым товарам и услугам и получать помощь в формулировании эффективной стратегии сбыта. Такие мероприятия будут включать изучение аудитории по рыночным сегментам, проверку удобства и простоты использования сайта, оптимизацию сайта и проверку баннеров - все это является критерием эффективности рекламы.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

Дополнительная информация о Компании может быть получена непосредственно у Компании при личном обращении или по просьбе, представленной в письменном виде или по телефону. Обращаться следует по адресу:

ОАО «РБК Информационные Системы»
Профсоюзная улица, дом 78, строение 1
Москва 117420
Российская Федерация
Вниманию: Игоря Ланского,
Департамент по связям с инвесторами
Телефон: +7-095-363-0313