

## Глава 1. О Компании

### 1.1 История Компании

РБК начал свою деятельность в 1993 году в качестве информационного агентства, специализирующегося на предоставлении финансовых и экономических новостей российского рынка. В течение нескольких лет Компания сумела завоевать лидирующую позицию на рынке деловой информации в стране. В 1995 году РБК первым из российских информационных агентств запустил собственный интернет-ресурс - Rbc.ru, который стал основным источником бизнес-новостей в России. В апреле 2002 года РБК вышел на фондовый рынок, осуществив первое на российском фондовом рынке публичное размещение ценных бумаг. В 2003 году Компания реализовала один из самых крупных своих медиапроектов: создала первый в России деловой телеканал. В 2006 году РБК расширил линейку своих нишевых медиапродуктов и вышел на рынок деловых печатных СМИ. При этом ежемесячный журнал «РБК» и ежедневная газета «РБК daily» в течение одного года продемонстрировали равные с лидерами рынка показатели аудитории. В 2007 году РБК выделил IT-бизнес и начал развивать направление неделового интернета. В 2008 году РБК консолидировал активы, связанные с направлением регистрации доменных имен и хостинга. В результате была создана группа компаний Hosting Community. В 2012 году РБК приобрел крупнейшего регистратора доменов и одного из ведущих российских хостинг-провайдеров – компанию RU-CENTER. В результате группа Hosting Community стала абсолютным лидером в российских сегментах регистрации доменных имен и хостинга.

Узнаваемость бренда РБК, а также большой опыт организации эффективных рекламных кампаний в сотрудничестве с другими СМИ способствовали развитию направления маркетинговых коммуникаций. В рамках данного направления РБК выступает в роли организатора наиболее престижных национальных премий – «Компания года», «Персона года», «Брэнд года/EFFIE» и «Марка №1 в России».

В последние годы РБК активно расширяет присутствие в сегменте мобильного интернета за счет запуска мобильных версий интернет-ресурсов Компании, а также выпуска мобильных приложений для популярных операционных систем. На сегодняшний день все ключевые медиапроекты РБК доступны в виде мобильных приложений, которые пользуются высоким спросом.

На протяжении двадцати лет своего существования Компания создает высококачественный контент, в результате чего сегодня РБК доверяют десятки миллионов людей по всей России и в странах СНГ. РБК первым диверсифицировал свои информационные каналы, давая возможность потребителю получать информацию наиболее удобным для него способом.

### 1.2 Направления деятельности

#### Интернет-ресурсы РБК

РБК является одним из крупнейших игроков российского интернета. Средняя месячная совокупная аудитория пользователей в 2013 году составила более 49,1 млн человек, по данным TNS.

Портал Rbc.ru является ведущим источником деловой и финансовой информации в Рунете. Портал предоставляет посетителям ленты новостей экономики, финансов и политики, аналитические материалы, комментарии и прогнозы, оперативные данные по всем сегментам финансового рынка, трансляции пресс-конференций и интервью с крупнейшими российскими бизнесменами и политическими деятелями.

Также РБК развивает тематические проекты с широким спектром контента: сайт ежедневной деловой газеты «РБК daily» - Rbcdaily.ru, портал финансовой информации Quote.rbc.ru, сайт о высоких технологиях Cnews.ru, сайт автоновостей Autonews.ru, информационный портал о рынке недвижимости Realty.rbc.ru, онлайн-ресурс о стиле жизни Style.rbc.ru, онлайн-гид по рынку туристических услуг Travel.rbc.ru, каталог краткосрочного образования Seminar.rbc.ru, база данных с предложениями о покупке и продаже бизнеса Biztorg.ru, магазин маркетинговых исследований различных рынков Research.rbc.ru, раздел о личных инвестициях и кредитовании частных лиц Lf.rbc.ru

Помимо линейки деловых интернет-проектов РБК также владеет рядом интернет-ресурсов и сервисов в области развлекательного интернета. Портфель активов РБК включает один из крупнейших в Рунете сайтов знакомств Loveplanet.ru, сайт обмена видеофайлами Smotri.com, интернет-мессенджер QIP, а также развлекательный портал Qip.ru

#### **Регистрация доменов и хостинг**

Компании, принадлежащие РБК и оказывающие услуги в области регистрации доменных имен и хостинга, объединены в группу компаний Hosting Community. В рамках направления регистрации доменных имен компании Hosting Community предлагают услуги по регистрации и сопровождению доменных имен во всех доменах мира. Кроме того, регистраторы предлагают полный набор дополнительных услуг, связанных с доменами — работа на вторичном рынке, юридическое сопровождение сделок, помощь в разрешении споров о принадлежности доменного имени, парковка доменов. Оказание услуг хостинга, включает в себя услуги по размещению сайтов, программных приложений и другой информации на оборудовании провайдера. Компания-хостер обеспечивает размещение информации, корректную работу оборудования, постоянный доступ к информации и информационную защиту. Помимо основных услуг, компании группы Hosting Community оказывают услуги по аренде и размещению серверов, предоставлению SSL-сертификатов и различные дополнительные сервисы.

В настоящее время Hosting Community включает следующие операционные компании: регистраторы R01, RU-CENTER, Reggi, имеющие аккредитацию международной корпорации ICANN, хостеры Хостинг-Центр, SpaceWeb и PeterHost, а также телекоммуникационная компания Гарант-Парк-Телеком. Группа Hosting Community является крупнейшим в России сообществом

регистраторов доменных имен и хостинг-провайдеров. По состоянию на ноябрь 2013 года, по оценке Hosting Community, доля группы на рынке доменных имен в национальных зонах России составляли: .RU – 47,7%, .РФ – 53,7%, .SU – 63,2%. На рынке хостинговых услуг Hosting Community занимает 26,3% рынка, без учета иностранных хостинг-провайдеров и небольших веб-студий, которые оказывают услуги по размещению сайтов на собственном оборудовании. Услугами компаний Hosting Community пользуются более миллиона клиентов.

### **Телеканал РБК**

Телевизионный канал РБК был запущен в 2003 году. На сегодняшний день канал РБК является единственным российским специализированным деловым каналом, ориентированным на освещение экономических и финансовых событий в стране и мире. В течение дня в эфире телеканала транслируются актуальные комментарии, интервью и аналитика российских и зарубежных экспертов, прямые включения с мест событий, тематические передачи и обзоры отраслей экономики, данные международных информационных агентств. В выходные дни сетка вещания канала дополняется также программами о спорте и стиле жизни. Более 95% контента канала РБК создается журналистами Компании и посвящено России, а информационные партнеры РБК предоставляют данные по западным рынкам.

Канал РБК ведет круглосуточное вещание. Трансляция канала РБК осуществляется посредством кабельных сетей, спутников, а также через интернет. Телеканал имеет две собственные станции в Ростове-на-Дону и Новосибирске. Смотреть телеканал можно в крупных городах на всей территории России. Техническое проникновение канала РБК в целом по стране составляет свыше 75 млн человек. В Москве - на ключевом рынке - вещание ведется во всех округах города, а в Подмосковье телеканал доступен во всех крупных городах области. Кроме того, канал РБК транслируется на территории стран СНГ и Балтии, в Западной Европе, Северной Африке, Ближнем Востоке и Центральной Азии.

Трансляция канала РБК ведется из современного высокотехнологичного телевизионного комплекса, расположенного в Москве. Кроме того, в Москве канал имеет две удаленные ТВ-студии: в центре столицы в гостинице Арарат Парк Хаятт и в международном деловом центре «Москва-Сити», а также удаленную студию в Санкт-Петербурге. Помимо этого, в Нью-Йорке расположен собственный корреспондентский пункт канала РБК, через который осуществляются прямые включения из мирового финансового центра.

Средняя месячная аудитория канала РБК в России в 2013 году составила 22,3 млн зрителей, по данным TNS.

### **Печатные издания РБК**

В сегменте печатных СМИ РБК выпускает два деловых издания: ежедневную газету «РБК daily» и ежемесячный журнал «РБК». Оба издания вышли в свет в 2006 году в связи с высоким спросом со

стороны рекламодателей на размещение рекламы на ресурсах РБК и быстро завоевали ведущие позиции на рынке деловой прессы.

Газета «РБК daily» предоставляет своим читателям ежедневный обзор актуальных деловых новостей России и мира. Газета специализируется на анализе ситуации в различных отраслях российской экономики и ведущих компаниях страны. Газета «РБК daily» входит в тройку самых популярных деловых ежедневных газет Москвы. Журнал «РБК» - ежемесячный деловой журнал, дающий возможность в одном издании получить качественную информацию и аналитику различных отраслей российской и мировой экономик. Журнал «РБК» является самым популярным ежемесячным деловым изданием в Москве, а также вторым по популярности бизнес-изданием в России.

### **Маркетинговые коммуникации**

В рамках данного направления РБК выступает в роли организатора престижных ежегодных национальных премий – «Компания года», «Персона года», «Финансовый Олимп», «Брэнд года/EFFIE» и «Марка №1 в России», а также проводит парусные бизнес-регаты.

### **1.3 Бизнес-модель**

Основную часть выручки РБК получает от продажи рекламных мест на своих медиаплощадках в интернете, на телевидении и в печатных изданиях. В структуре совокупной выручки доля рекламных продаж составляет порядка 65%. Остальную часть составляют выручка от предоставления услуг по регистрации доменов и хостинга, доходов от дополнительных сервисов в интернете, а также распространения печатных изданий через точки продаж. В последние годы Компания проводит политику, направленную на сокращение доли рекламной выручки за счет развития направления регистрации доменов и хостинга и наращивания доходов от дополнительных сервисов в интернете. Тем самым РБК стремится снизить зависимость объемов квартальной выручки от сезонных колебаний рекламного рынка. Сезонность рекламного рынка определяется спадом активности рекламодателей в январе, первой половине февраля и летний период и высокой активностью осенью и особенно в предновогодний период. Для РБК, ориентированного преимущественно на деловую аудиторию, сезонные спады более ярко выражены по сравнению с медиакомпаниями, ориентированными на широкую аудиторию.

Компания получает рекламную выручку посредством размещения рекламы на собственных площадках в интернете, на телевидении, а также в деловых печатных изданиях. Таким образом, Компания присутствует в трех основных сегментах российского рекламного рынка, что позволяет привлекать большое количество рекламодателей, а также осуществлять пакетные продажи рекламы. Пакетное предложение рекламных услуг представляет собой предложения по комплексному размещению рекламы на нескольких площадках и/или в нескольких сегментах.

Продажу рекламных услуг Компания осуществляет как силами собственной команды менеджеров по продаже рекламы, так и посредством сотрудничества со всеми крупными рекламными

агентствами страны. В 1998 году РБК перешел на рекламную модель бизнеса, и, начиная с этого периода, Компания формировала собственную структуру продаж рекламы. В результате, сегодня служба продаж РБК – это команда профессионалов, обладающих глубоким знанием рекламного рынка и опытом эффективных продаж. При этом важным направлением в работе рекламной службы Компании является активное сотрудничество с рекламными агентствами. В настоящее время Компания сотрудничает со всеми ведущими рекламными агентствами страны, что позволяет получить доступ к крупным рекламодателям, в частности, транснациональным компаниям, которые предпочитают проводить рекламные кампании через специализированные агентства. Залогом эффективных рекламных продаж РБК является сочетание прямых продаж и работы с рекламными агентствами.

Выручка от дополнительных сервисов в интернете формируется из комиссий, взимаемых с пользователей за определенные услуги. К дополнительным сервисам в интернете относятся платная подписка на расширенную версию ленты новостей, доступ к информационно-аналитической системе QuoteTerminal, продажа готовой маркетинговой информации (исследования рынков по различным отраслям, бизнес-планы, аналитические отчеты и др.), оплата дополнительных услуг на развлекательных ресурсах РБК, в частности, сайте знакомств Loveplanet.ru (платные услуги по поднятию анкеты в рейтинге, а также размещению анкеты на привилегированной позиции) и в мессенджере QIP (комиссия за осуществление звонков на городские и мобильные телефоны).

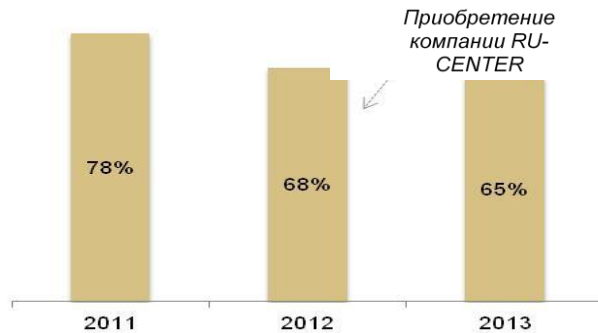
Выручка от услуг по регистрации доменных имен представляет собой комиссию, взимаемую с клиента за регистрацию доменного имени в выбранной им зоне на срок до одного года. Размер комиссии определяется в зависимости от зоны, в которой регистрируется домен. По истечению года для продления регистрации доменного имени на следующий год пользователь вновь оплачивает комиссию. Выручка от услуг хостинга также формируется в виде платы, взимаемой с клиента, в зависимости от срока оказания услуг (от 1 месяца до 1 года), а также набора предусмотренных тарифом услуг. Таким образом, доходы от услуг по регистрации доменных имен и хостинга представляют собой регулярные платежи клиентов за оказываемые услуги. Помимо основных услуг существуют также ряд дополнительных услуг, таких как, например, услуги по аренде и размещению серверов, предоставлению SSL-сертификатов, созданию сайтов.

**Сезонность выручки РБК - доля квартальной выручки в структуре годового консолидированного показателя (усредненный показатель за последние три года)**

1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
19%	25%	22%	34%

Источник: данные Компании

**Доля рекламной выручки в структуре консолидированной выручки РБК**



Источник: данные Компании

В отличие от выручки, которая подвержена сезонным колебаниям, затратная база РБК состоит, преимущественно, из постоянных расходов. Расходы на оплату труда занимают наибольшую долю в структуре расходов Компании. Данная статья включает выплату сотрудникам основных окладов и премий. Рост расходов на оплату труда связан с увеличением численности персонала, а также повышением уровня заработной платы сотрудников. В последние годы в Компании наблюдается умеренный рост численности персонала. При этом, для того чтобы поддерживать лидирующие позиции на рынке, РБК заинтересован в привлечении и сохранении сотрудников с высокой квалификацией.

Коммерческие расходы являются второй по величине статьей затрат. Коммерческие расходы включают комиссии рекламным агентствам, а также затраты на продвижение собственных проектов Компании на сторонних ресурсах. Расходы, связанные с выплатой комиссий рекламным агентствам, являются основными переменными расходами, т.к. напрямую связаны с ростом рекламной выручки РБК.

Себестоимость формируют расходы на печать, телекоммуникационные расходы (доступ в интернет, регистрация и продление доменных имен, распространение телевизионного сигнала, расходы на дата-центры), расходы на покупку информации.

Административные расходы Компании включают затраты по аренде и содержанию офисных зданий, затраты на содержание административных и технических подразделений, а также заработную плату административного персонала.

**1.4 Стратегия развития**

В конце 2013 года РБК определил направления среднесрочного развития. Миссия РБК в рамках сформулированной стратегии - сформировать платформу, решающую ключевые задачи для современного бизнеса. В основу новой концепции заложен принцип «Бизнес – это просто!».

С одной стороны, РБК будет стремиться сохранить позицию крупнейшей медиакомпании страны в сегменте деловой b2c информации. Ключевыми приоритетами РБК по данному направлению на ближайшие 3 года являются: рост аудитории и продаж на уровне не ниже рынка, полная

реализация потенциала РБК как платформы 360°, а также достижение уровня прибыльности не ниже среднерыночного<sup>3</sup>.

Одновременно с этим РБК намерен развивать направление b2b информации и сервисов для бизнеса. В рамках данного направления компания планирует удовлетворить все потребности не только людей, но и компаний в вопросах строительства и успешного ведения бизнеса.

Таким образом, в соответствии с выработанной стратегией, РБК сконцентрируется на развитии своей ключевой компетенции – создании качественных деловых медиапродуктов. Также компания определит наиболее оптимальные пути выхода в сегмент b2b сервисов для бизнеса. Благодаря расширению присутствия в сегменте b2b, РБК диверсифицирует источники дохода за счет продажи платного контента и сервисов.

Целями РБК на 2014 год является завершение реструктуризации бизнес-процессов, оптимизации управленческой структуры, пересмотр редакционной и коммерческой политики. При этом, несмотря на процессы реорганизации бизнеса, РБК стремится сохранить денежную рентабельность медиасегмента как минимум на уровне 2013 года.

---

<sup>3</sup> Для платформ, бизнес-модель которых построена на продажах медийной рекламы