

Глава 5. Риск-менеджмент

Деятельность РБК сопряжена с определенными рисками, которые можно подразделить на внешние (независящие от Компании) и внутренние (обусловленные деятельностью Компании). Стратегия управления рисками, включающая систему внутреннего контроля, предусматривает их регулярное выявление и оценку с целью минимизации и предотвращения. Далее приведено описание основных рисков, с которыми Компания может столкнуться. Указанный ниже перечень рисков не является исчерпывающим.

Внешние риски:

Экономические и финансовые риски

- Зависимость экономики России от ситуации в других крупнейших странах мира может негативно отразиться на внутреннем рекламном рынке и, в частности, активности транснациональных корпораций. Для снижения зависимости от рекламной выручки РБК развивает направление интернет-сервисов.
- Экономический спад приводит к снижению покупательной способности населения и снижению деловой активности компаний, рекламирующих свои товары и услуги на ресурсах РБК, что может оказать существенное негативное влияние на выручку Компании. Для минимизации данного риска РБК стремится к диверсификации своей деятельности.
- Снижение стоимости российского рубля относительно доллара США может оказать негативное влияние на операционные результаты Компании. Несмотря на то, что большую часть выручки РБК получает от продажи рекламы в российских рублях и затратная база Компании также номинирована в основном в рублях, часть долговых обязательств Компании номинирована в долларах США, поэтому укрепление доллара относительно рубля увеличивает долговую нагрузку Компании.
- Рост инфляции увеличивает операционные расходы Компании, в первую очередь, в части заработной платы, а также снижает покупательскую способность таких рублевых активов РБК, как денежные средства и депозиты. В РБК внедряется система мотивации управленческого персонала и команды по продажам рекламы, которая зависит от выполнения целей по росту финансовых показателей.
- Банковский кризис может оказать существенное негативное влияние на ликвидные активы РБК, в случае если банки-контрагенты РБК обанкротятся, и Компании не удастся получить доступ к средствам, находящимся в этих банках. В целях минимизации данного риска РБК имеет счета в нескольких банках.

Политические риски

- Деятельность российских медиакомпаний может быть подвержена политически-мотивированным действиям, которые могут иметь существенное негативное влияние на инвестиционную стоимость Компании. На протяжении более чем 20 лет РБК имеет статус

объективного источника информации. В соответствии с редакционной политикой информационного агентства РБК, Компания не дает оценку политическим событиям.

Правовые риски

- Изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность российских медиакомпаний, в том числе вопросов налогообложения, может оказать существенное негативное влияние на операционную деятельность РБК. Для минимизации данного риска РБК пользуется услугами профессиональных юристов, которые на регулярной основе занимаются мониторингом изменений нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность Компании.
- Потеря лицензий или невозможность получения новых лицензий для осуществления операционной деятельности может оказать существенное влияние на масштабы операций РБК и объемы получаемой выручки. Для минимизации данного риска РБК ведет тщательный контроль за сроками действия полученных лицензий и следит за соответствием своих операций предъявляемым требованиям.

Рыночные риски

- Рекламный рынок развивается циклично и отражает экономическую ситуацию в стране. Чтобы снизить зависимость от рекламной выручки, РБК стремится к диверсификации выручки, в том числе за счет развития интернет-сервисов.
- Ярко выраженная сезонность рекламного рынка для деловых СМИ выражается в неравномерном получении доходов Компанией в течение года. Развитие интернет-сервисов – главный инструмент для выравнивания доходов РБК в течение года.
- Законодательные инициативы, связанные с ограничением рекламного времени в эфире телевизионных каналов, а также запретом рекламы определенных товаров в разных СМИ, могут негативно отразиться на доходах Компании. Присутствие в трех крупнейших сегментах рекламного рынка позволяет РБК перераспределять рекламные бюджеты между сегментами. При этом РБК стремится к привлечению новых категорий рекламодателей и развитию отношений с теми категориями, которые слабо представлены в клиентской базе.
- Сокращение расходов на рекламу может оказать существенное негативное влияние на выручку Компании и операционные результаты РБК. В целях минимизации данного риска Компания стремится к диверсификации своих доходов. При этом РБК ведет работу над совершенствованием качества своих медиаресурсов и сервисов.
- Рост конкуренции на российском медиарынке и появление новых, более сильных игроков может оказать существенное негативное влияние на показатели операционной деятельности РБК. В целях защиты от конкуренции Компания стремится к расширению своих операций на медиарынке и ведет работу над совершенствованием качества своих ресурсов и сервисов.
- Замедление темпов роста инфраструктуры интернета может негативно сказаться на бизнесе РБК. Несмотря на то, что основным фокусом Компании является интернет,

Компания также ведет свою деятельность в сегментах телевидения и прессы. Таким образом, диверсификация бизнеса РБК является средством для минимизации данного риска.

- Постепенное насыщение сегмента интернет-рекламы и связанное с этим снижение темпов его роста может негативно отразиться на темпах роста интернет-выручки РБК. Для минимизации данного риска РБК проводит работы по диверсификации выручки и клиентской базы, усовершенствованию своих медиаплощадок, развитию направления креативных, эффективных и комплексных решений для рекламодателей.
- Невозможность продления или разрыв отношений с третьими сторонами, которые обеспечивают распространение контента Компании, может негативно отразиться на рейтингах РБК и привести к снижению выручки Компании. С целью минимизации данного риска РБК стремится к расширению партнерской сети.
- Неполучение оплаты выполненных услуг от клиентов может негативно отразиться на финансовом положении Компании. Для минимизации данного риска РБК осуществляет оценку платежеспособности своих клиентов. Условия по срокам и размеру оплаты для клиентов устанавливаются в соответствии со сложившейся на рынке практикой.
- Изменение рыночной стоимости инвестиций, которые осуществляет РБК на медиарынке, может оказать влияние на финансовые показатели Компании. Для минимизации данного риска РБК проводит оценку рисков перед инвестированием, а также последующий регулярный мониторинг справедливой стоимости инвестиций.
- Новые технологии могут повысить риск пиратства информации, что в свою очередь может ограничить возможности Компании в охране ее интеллектуальной собственности, а также блокировать рекламу клиентов. Для того чтобы минимизировать данный риск, Компания имеет собственный штат IT-специалистов, которые занимаются поиском и разработкой технологий, направленных на защиту Компании от неправомерных действий третьих лиц.

Внутренние риски

- Потеря ключевого персонала ввиду роста конкуренции на российском медиарынке может негативно сказаться на росте РБК. Для минимизации данного риска в Компании готовится резерв сотрудников на руководящие должности. В случае необходимости, Компания может привлечь сотрудников на руководящие позиции со стороны.
- Снижение спроса на деловую/иную информацию и сервисы РБК может оказать негативное влияние на выручку РБК. Компания имеет диверсифицированный портфель ресурсов и сервисов, ориентированных на разную аудиторию, и таким образом защищает себя от данного риска.
- Снижение медиарейтингов (аудитории) РБК в интернете, телевидении и прессе может оказать существенное негативное влияние на размер рекламной выручки РБК. Для того чтобы минимизировать данный риск, РБК стремится к улучшению качества своих ресурсов и сервисов.

- Ограниченные денежные ресурсы Компании как результат обслуживания долговой нагрузки не позволяют РБК инвестировать во все проекты, которые могут представлять интерес. РБК стремится к росту денежного операционного потока за счет повышения монетизации текущих проектов, запуска новых, а также диверсификации клиентской базы и выручки.
- Проблемы интеграции приобретаемых компаний, невозможность найти компании для приобретения в соответствии со стратегией развития, неоправданность сделанных инвестиций могут привести к получению операционных результатов ниже, чем ожидает Компания. РБК использует консервативный подход к оценке риска предполагаемых инвестиций в медиаактивы и проводит необходимый due diligence перед тем, как принять решение об участии в сделке.
- Сбой аппаратного и программного обеспечения может привести к потере части аудитории, оказать негативное влияние на репутацию и отрицательно отразиться на выручке от продажи рекламы. В РБК существуют резервные серверы и автономные генераторы, которые могут обеспечить бесперебойное функционирование медиаресурсов Компании в случае необходимости.
- Невозможность поддерживать репутацию и узнаваемость бренда РБК на высоком уровне может оказать существенное негативное влияние на деятельность Компании. Бизнес-модель РБК основана на использовании единой базы контента и единого бренда для своих тематических СМИ. Компания использует единый бренд РБК для всех деловых ресурсов в сегментах интернет, телевидения и прессы. Это способствует усилению синергии между ресурсами Компании и дает РБК очевидные преимущества в конкуренции с другими, менее диверсифицированными медиакомпаниями. Так, РБК использует возможности снижения затрат на создание контента и увеличивает объем рекламных поступлений за счет перекрестных продаж. Также с помощью перекрестного продвижения своих продуктов РБК содействует росту узнаваемости существующих и вновь создаваемых брендов Компании.