



Валерий Коланьков
председатель совета директоров
Издательского дома «РЦБ»

Александр Коланьков
президент Издательского дома «РЦБ»

Мы продолжаем публикацию отрывков из книги «История российского фондового рынка: депозитарии и регистраторы», подготовленной НДЦ и Автономной некоммерческой организацией «Экономическая летопись» (авторы-составители Николай Кротов и Олег Никульшин) к 10-летию НДЦ. Сегодня мы предлагаем вам воспоминания родоначальников Издательского дома «РЦБ» Валерия и Александра Коланьковых.

Валерий Васильевич: В ноябре 1992 г. на кухне обычной московской квартиры собрались четыре человека. Мы снова и снова перелистывали «карманного» формата брошюрку с обложкой зеленоватого оттенка — «пилотный» номер журнала «Рынок ценных бумаг». Журнала о том, чего в стране в то время еще просто не было. Мы размышляли о том, как продвигать «новорожденное» издание на рынок.

по-английски «анализ», но знания подвели, и потом приходилось объяснять, что это значит). Тогда же было принято решение о выделении финансирования для издания журнала. Сначала журнал рассматривался с двух точек зрения. Во-первых, как «долгоиграющий» самостоятельный бизнес-проект. Во-вторых, как способ быстро продвинуть на рынке имя главного акционера журнала — компании

«Аналайза» (а позже вышел и из состава акционеров) в новую компанию — консультационное агентство «Соболев», которое готовило аналитические материалы для *RussiaMoney* и до 1998 г. выпускало еженедельный бюллетень «Финансовый рынок» для российского рынка. Продукт был качественный. Несмотря на высокую цену подписки, у него было порядка 1 тыс. подписчиков.

Фактически мы были одними из первых в стране, кто начал пропагандировать investor relations.

У меня, автора идеи, был опыт работы в одном из ведущих экономических журналов советской эпохи и большое желание сделать собственный журнал. У моей жены — Татьяны Андреевны, сочетающей женскую интуицию и неженскую твердость, появилась уверенность в том, что необходимо что-то предпринять в условиях резко изменившейся жизни в стране. У старшего сына Александра был почти двухлетний опыт работы на растущих в то время как грибы товарных и фондовых биржах, уверенность в перспективности идеи и большой запас энергии. Наконец, младший сын, 16-летний Андрей, просто верил в правоту старших членов семьи и хотел им помочь. Я оформил заявку в Минпечати и осенью 1991 г. получил свидетельство о регистрации нового СМИ — журнала «Рынок ценных бумаг». До выхода «пилотного» номера оставался год.

Александр Валерьевич: В марте 1992 г. была создана новая компания для работы на фондовом рынке, назвали компанию «Аналайз» (вспоминали, как

«Аналайз». Но к осени 1993 г. наличие в составе акционеров только одной инвестиционной компании начало отрицательно влиять на имидж журнала. Мы предложили компаниям ОЛМА и «Грант» войти в состав акционеров журнала. Это были последние инвестиции акционеров в развитие журнала.

В 1995 г. к нам обратились западные партнеры. Нам предложили готовить еженедельные отчеты о российском финансовом рынке на английском языке для распространения на Западе. В то время уже входили в моду электронные информационные продукты. Появился совместный проект с ирландскими партнерами, каналом распространения которого стала сеть *Bloomberg*. Делалось это силами «Аналайза», в который был набран дополнительный штат аналитиков.

Через пару месяцев после начала проекта мы решили сделать российский его вариант. Но от лица «Аналайза» этого делать было нельзя, уровень доверия к такому информационному ресурсу был бы низок. Весной 1995 г. я ушел из

Весной 1996 г. мы поняли, что западные партнеры ведут странную финансовую политику. Это кончилось разрывом отношений и нашим выходом из проекта *RussiaMoney*. Для «Соболева» это была тяжелая ситуация, так как только на подписке от «Финансового рынка» мы не выживали, содержать штат хороших аналитиков — дорогостоящее дело. В то же время редакция журнала «Рынок ценных бумаг» подошла к такому этапу своего развития, когда было необходимо иметь в штате собственных квалифицированных экспертов. Было принято решение об объединении агентства «Соболев» и журнала «Рынок ценных бумаг». Слияние произошло летом 1996 г. С этого момента Издательский дом «РЦБ» приобрел те черты, которые он имеет сейчас.

В. В.: С усиленной командой нам удалось буквально за несколько месяцев вывести журнал на новый качественный уровень. В сентябре 1997 г. мы выпустили номер журнала с подзаголовком «Москва фондовая», его объем составил 400 страниц, по количеству рекламы в одном номере он даже попал в российскую книгу рекордов. Мы начали один за другим выпускать специальные номера и блоки в журнале, посвященные регионам, которые хотели выходить на рынок субфедеральных займов.

А. В.: Летом 1997 г. мы внимательно изучали, как на западных фондовых рын-



ках работает индустрия под названием *investor relations*. Мы видели огромный потенциал для этого рынка в России. Профессиональное оказание услуг по раскрытию информации и ее донесению до инвестиционного сообщества — это было нужно очень большому количеству эмитентов, думающих в тот момент о привлечении капитала. К осени 1997 г. люди почувствовали, что фондовый рынок — это реальный инструмент, с помощью которого можно и заработать деньги, и привлечь капитал для развития.

Фактически мы были одними из первых в стране, кто начал пропагандировать *investor relations*, для этого направления мы создали еще одну компанию — «Агентство Деловых Связей» (АДС).

Переговоров с потенциальными клиентами была масса, наши предложения были им интересны. Но в марте 1998 г. мы просто физически почувствовали, что рынок сжимается. А в начале июня 1998 г. рынок перестал воспринимать наши идеи. За 3 мес. до кризиса мы заморозили деятельность АДС. Однако, как и подавляющее большинство участников рынка, мы не могли предвидеть всего масштаба грядущего бедствия.

В. В.: После 17 августа в течение следующих двух месяцев журнал потерял 100% рекламы и 60% подписки.

А. В.: Осень 1998 г. и зима 1999 г. — это зажатые в кулак нервы. Мы закрыли бюллетень «Финансовый рынок», а вместе с ним фактически потеряли агентство «Соболев». Стоял вопрос о том, что и АДС мы не вытаскиваем. Бизнес резко сжался, а это означало неизбежное сокращение персонала.

И, тем не менее, я считаю, что кризис 1998 г. нужно было пережить, чтобы понять истинную цену многих вещей. Он соз-

дал условия для «самоочищения организма». До кризиса мы делали один журнал. Сейчас меньшим числом сотрудников выпускаем 3 журнала, несколько приложений, готовимся выпускать еще несколько продуктов, проводим конференции по всей стране, развиваем интернет-сервис. Я знаю, что у сотрудников, которые прошли через кризис, есть чувство гордости, что мы все вместе выстояли.

Кризис рождает осознанную необходимость остановиться и подумать, что и зачем мы делаем. И что делать дальше. Самым простым решением было закрыть-ся. Но нам удалось разработать и реализовать план не только выживания, но и дальнейшего развития Издательского дома. План состоял из трех пунктов.

Первое: необходимо было доказать рынку, что мы живы и что с нами по-прежнему можно иметь дело. Нужна была громкая и дерзкая акция. И мы решили провести конференцию. Причем сразу 3-дневную. Это была большая смелость с нашей стороны, если учесть, что мы никогда прежде этим не занимались. Нашим партнером тогда стало рейтинговое агентство *EA-Ratings*, которое сейчас фактически влилось в *Standard & Poor's*. Я очень благодарен лично директору этого агентства Алексею Новикову и его коллегам за помощь по содержательной подготовке той первой нашей конференции. Но за 10 дней до нее у нас не было ни одного спонсора, весной 1999 г. почти никто не был готов к маркетинговым акциям. Поэтому еще одна наша искренняя благодарность Вениамину Симонову, который тогда возглавлял аналитическую службу ММВБ, а также Андрею Кривошеину и Александру Сысоенко — тогда зампредам Москомзайма. Эти люди поверили в нашу идею, и по их протекции ММВБ и Мос-

комзайм стали нашими спонсорами. Конференция собрала более 300 участников (очень много для тех дней). Так началось развитие нашего конференционного бизнеса и возрождение журнального бизнеса, которые с тех пор идут параллельно, дополняя друг друга.

Второе: стала очевидной необходимость более серьезного подхода к организации продаж. Ведь за нами нет и никогда не было бюджетных денег или денег олигархов. Все, что мы делаем — журналы и конференции, существует только потому, что востребовано рынком. А значит, продажи и маркетинг — это то, чему мы обязаны уделять огромное внимание.

И, наконец, третий пункт нашего плана «по вытаскиванию самих себя из болота»: в условиях полного коллапса на фондовом рынке продолжать делать ставку только на один узкоспециализированный журнал уже бессмысленно, нужно искать новые ниши, пытаться диверсифицировать линейку издательских продуктов.

В. В.: Первыми попытками были журналы «Товарный рынок» и «Управление компанией». В начале 2000 г. государственные структуры активно обсуждали необходимость появления в стране организованного товарного рынка. Нам показались, что слова вот-вот должны превратиться в дела. И мы выпустили журнал. Оказалось — рано. Дела начинают появляться только сейчас, на рубеже 2006–2007 гг., и мы задумываемся над тем, чтобы возобновить этот проект. Журнал «Управление компанией» успешно выходит уже более 5 лет, но конкуренция в этом сегменте рынка профессиональных изданий заставляет нас искать новый его формат.

В 2003 г. на гребне волны реструктуризации российской электроэнергетики по совету зампреда РАО ЕЭС Вячеслава Синюгина (сейчас председатель правления ОАО «ГидроОГК») и председателя правления АТС Дмитрия Пономарева мы начали выпуск журнала «ЭнергоРынок», который быстро и уверенно занял лидирующую позицию в новой нише.

Были попытки запуска проектов в области личных финансов и рынка недвижимости и ипотеки, но они оказались неудачными. Впрочем, еще не вечер...

В 2004 г. у нас появились совместные издательские проекты с ММВБ («Биржевое обозрение») и с НДЦ («Депозитарий»). Последний проект — одно из любимых «детей» Андрея Андреевича Козлова, и мы считаем честью для себя то, что нам было доверено право участвовать в его выпуске. ■

СПРАВКА

Коланьков Валерий Васильевич

1976 — 1983 — зам. редактора отдела журнала «Вопросы экономики»

1984 — 1991 — преподаватель политэкономии в Московском горном институте, старший научный сотрудник, доцент Академии общественных наук при ЦК КПСС

1992 — 2002 — главный редактор журнала «Рынок ценных бумаг»

2002 — по н. в. — председатель совета директоров Издательского дома «РЦБ»

Коланьков Александр Валерьевич

1991 — 1992 — брокер, брокерская компания «Граникс» (РТСБ)

1992 — 1995 — заместитель генерального директора инвестиционно-аналитического центра «Аналайз»

1995 — 1997 — генеральный директор консультационного агентства «Соболев»

1997 — 1998 — генеральный директор «Агентства деловых связей»

1998 — 2000 — заместитель главного редактора журнала «Рынок ценных бумаг»

2000 — 2005 — генеральный директор Издательского дома «РЦБ»

2005 — по н. в. — президент Издательского дома «РЦБ»