ООО «О'КЕЙ-ФИНАНС»

Облигационный заем

2 000 000 000 рублей

Организатор

Raiffeisen BANK

Информационный меморандум

Ноябрь 2007 г.

Важная информация

ООО «О'КЕЙ-ФИНАНС» («Эмитент») уполномочило ЗАО «Райффайзенбанк Австрия» («Организатор») быть организатором выпуска корпоративных рублевых облигаций (государственный регистрационный номер 4-01-36244-R, «Облигации») на общую сумму 2 000 000 000 рублей. Эмитент уполномочил Организатора подготовить прилагаемый информационный меморандум («Меморандум»).

Информация, представленная в первой части меморандума, кратко описывает основные условия и структуру выпуска облигаций («Основные условия»). Основные условия полностью содержатся в проспекте облигаций, зарегистрированном Федеральной службой по финансовым рынкам Российской Федерации 22 марта 2007 г. При принятии решения об инвестировании в облигации инвесторы должны самостоятельно ознакомиться с проспектом эмиссии.

Информация, представленная в частях 2—5 меморандума, предоставлена Эмитентом. Организатор или его представители, или лица, аффилированные с Организатором и/или Эмитентом, не проводили проверку точности и полноты информации, содержащейся в меморандуме. Организатор не несет ответственности за полноту и/или точность информации, предоставленной Эмитентом.

Информация, содержащаяся в информационном меморандуме, не является исчерпывающей. Любое лицо, рассматривающее возможность приобретения облигаций, должно провести свой собственный анализ финансового положения эмитента и основных условий на основе информации, содержащейся в проспекте эмиссии.

Организатор не берет на себя обязательства по анализу финансовой и/или другой информации об Эмитенте и предоставлению дополнительной информации. Сотрудники Организатора не уполномочены предоставлять информацию, относящуюся к Эмитенту и/или облигациям и не содержащуюся в меморандуме.

Дата, указанная на меморандуме, не означает, что информация, содержащаяся в меморандуме, является полной и/или точной на эту дату. Организатор и Эмитент не берут на себя обязательство обновлять информацию, содержащуюся в меморандуме.

Содержание

1. Краткое описание основных условий выпуска облигаций 4
2. Использование средств, привлекаемых от размещения облигаций 5
3. Группа компаний «О'КЕЙ» 6
3.1. История и акционеры 7
3.2. Корпоративная структура 7
3.3. Управление 8
3.4. Операционная деятельность 9
3.5. Затраты 16
3.6. Финансовые результаты 17
3.7. Финансовые обязательства 19
3.8. Инвестиции 20
3.9. Стратегия / планы на 2007—2010 гг. 21
4. Краткий обзор отрасли 23
5. Приложения 26

1. Краткое описание основных условий выпуска облигаций

Эмитент	ООО «О'КЕЙ-ФИНАНС»
Поручители	ООО «О'КЕЙ» ЗАО «ДОРИНДА»
Облигации	Документарные процентные (купонные) облигации на предъявителя с обязательным централизованным хранением, с переменным купонным доходом и сроком погашения в 1092 день с даты начала размещения.
Номинальная стоимость каждой Облигации	1 000 рублей
Количество Облигаций в выпуске	2 000 000 штук
Общая номинальная стоимость Облигаций	2 000 000 000 рублей
Период выплаты купонов	182 дня
Дата погашения	В 1 092 день с даты начала размещения
Процентная ставка первого купона	Процентная ставка первого купона определяется на конкурсе в первый день размещения Облигаций.
Процентная ставка последующих купонов	Процентная ставка купонов, выплачиваемых до Даты погашения, устанавливается равной ставке первого купона.
Условия, порядок погашения и выплаты доходов по Облигациям	Погашение Облигаций и выплата купонного дохода по ним производятся Платежным агентом по поручению Эмитента в рублях в безналичном порядке.
Организатор выпуска	ЗАО «Райффайзенбанк Австрия»
Платежный агент	НП «Национальный депозитарный центр»
Депозитарий	НП «Национальный депозитарный центр»
Вторичное обращение Облигаций	Вторичное обращение Облигаций будет организовано на ФБ ММВБ и на внебиржевом рынке.

2. Использование средств, привлекаемых от размещения облигаций

Средства, полученные от размещения Облигаций, предполагается использовать на рефинансирование текущих кредитов Группы компаний «О'КЕЙ» для улучшения структуры ее финансовой задолженности.

3. Группа компаний «О'КЕЙ»

Сеть «О'КЕЙ» (Сеть, Группа, Компания, Группа «О'КЕЙ», О'КЕЙ) - динамично развивающаяся федеральная продуктовая сеть. По итогам 2006 г. по размеру выручки сеть «О'КЕЙ» вошла в десятку крупнейших продуктовых ритейлеров России.

О'КЕЙ осуществляет свою деятельность преимущественно в формате гипермаркетов. В 2006 г. Сеть стала мультиформатной за счет открытия 2 супермаркетов под брендом «О'КЕЙ-Экспресс» в Санкт-Петербурге. По состоянию на 1 ноября 2007 г. в состав сети О'КЕЙ входят:

- 16 гипермаркетов (11 - в Санкт-Петербурге, по два - в Ростове-на-Дону и Краснодаре и один - в Тольятти);
- торгово-развлекательный комплекс (ТРК) в Санкт-Петербурге;
- 4 супермаркета в Санкт-Петербурге.

Все гипермаркеты и ТРК находятся в собственности Группы. О'КЕЙ обладает одним из крупнейших в сфере розничной торговли банков земельных участков общей площадью 1 620 тыс. кв. м (716 тыс. кв. м - в собственности, 904 тыс. кв. м - в долгосрочной аренде). Участки расположены в Северо-Западном, Центральном, Приволжском и Уральском федеральных округах России. Подробнее см. п. 3.4. «Операционная деятельность».

По результатам независимой оценки, проведенной Colliers International, по состоянию на 31 декабря 2006 г. рыночная стоимость недвижимости в собственности О'КЕЙ составила 540 млн долл. При этом общая площадь всех объектов на эту дату составила 199,6 тыс. кв. м. В течение 1-го полугодия 2007 г. собственные торговые площади Сети увеличились на 29,3 тыс. кв. м за счет открытия 4 гипермаркетов (общая площадь увеличилась на 74,6 тыс. кв. м).

Поручителями по облигационному займу выступают:

- ООО «О'КЕЙ» - розничный торговый оператор Сети, на котором полностью в структуре Группы концентрируется выручка от розничной торговли;
- ЗАО «Доринда» - балансодержатель недвижимости Сети (зданий гипермаркетов и земельных участков).

С 2005 г. ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «ДОРИНДА» составляют консолидированную отчетность по МСФО. Аудитором отчетностей за 2005-2006 г. выступает KPMG. Следующая таблица показывает основные операционные и финансовые результаты О'КЕЙ в 2005—2006 гг.:

Показатель	2005	2006
Выручка от продаж, млн долл.	385	612
Валовая прибыль, млн долл.	59	107
EBITDA*, млн долл.	35	52
Чистая прибыль, млн долл.	88	52
Количество магазинов, шт.	5	12
Объем торговых площадей, тыс. кв. м.	33	81

* прибыль до уплаты процентных расходов, налогов и амортизационных отчислений, без учета курсовых разниц и переоценки основных средств

Источник: аудированная отчетность по МСФО ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «ДОРИНДА», данные Группы

Таким образом, консолидированная выручка О'КЕЙ за 2006 г. составила 612 млн долл., что на 59% больше, чем в 2005 г. За тот же период EBITDA выросла на 49% до 52 млн долл. По итогам 2006 г. чистая прибыль Группы составила 52 млн долл.

3.1. История и акционеры

Сеть «О'КЕЙ» была основана в 2001 г. компанией DORINDA HOLDING S.A., принадлежащей трем физическим лицам - гражданам России (Волчек Б.М., Коржев Д.В. и Троицкий Д.Э.).

Господа Коржев и Троицкий до 2005 г. являлись владельцами крупного производителя соков «Мултон», проданного компании Coca-Cola.

Развитие розничного бизнеса О'КЕЙ началось в Санкт-Петербурге в мае 2002 г., когда был открыт первый гипермаркет Сети. В настоящий момент в городе функционирует 11 гипермаркетов торговой площадью около 80 тыс. кв. м.

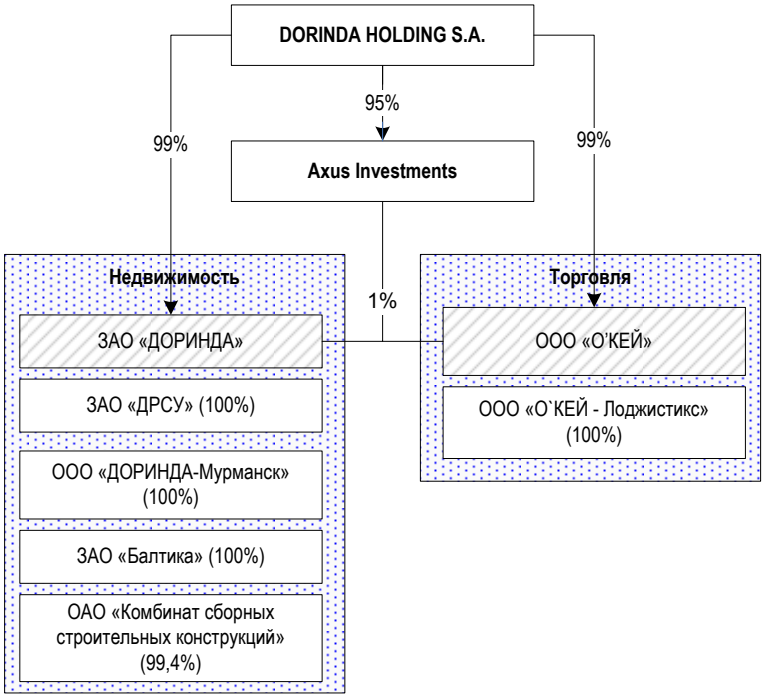
В 2005 г. сеть О'КЕЙ начала региональную экспансию и вышла за пределы Санкт-Петербурга:
- в июле 2005 г. был открыт гипермаркет в Ростове-на-Дону;
- в феврале 2007 г. – один гипермаркет в Тольятти;
- в марте и июле 2007 г. - два гипермаркета в Краснодаре;
- в начале ноября 2007 года – второй гипермаркет в Ростове-на-Дону.

С 2006 г. О'КЕЙ начал развивать новый для себя формат супермаркета под брендом «О'КЕЙ-Экспресс». В мае 2006 г. в Санкт-Петербурге был открыт первый супермаркет. В настоящее время функционирует 4 супермаркета в Санкт-Петербурге общей торговой площадью более 4,1 тыс. кв. м. К концу 2008 г. планируется довести число супермаркетов до 18.

3.2. Корпоративная структура

DORINDA HOLDING S.A. является холдинговой компанией Группы, которая владеет 99% долей ООО «О'КЕЙ», розничного торгового оператора, и 99% акций в уставном капитале ЗАО «Доринда», балансодержателя недвижимости.

В следующей таблице представлена структура Группы по состоянию на 01 июля 2007 г.



*поручители по облигационному займу выделены штрихом
Источник: «О'КЕЙ», данные Группы

Структура Группы «О'КЕЙ» полностью прозрачна:

- вся недвижимость Сети (здания гипермаркетов, земельные участки, торгово-развлекательный центр) находится в собственности одной компании - ЗАО «Доринда», поручителя по облигационному займу;
- все денежные потоки от розничной торговли сконцентрированы на одной компании - ООО «О'КЕЙ», которая также является поручителем по займу;
- DORINDA HOLDING S.A. является холдинговой компанией Группы и владеет 99% долей ООО «О'КЕЙ» и 99% акций в уставном капитале ЗАО «Доринда».

ООО «О'КЕЙ-Лоджистикс» - импортер и поставщик продукции непродовольственного назначения в гипермаркеты Сети.

ООО «ДОРИНДА-Мурманск» - застройщик и девелопер, осуществляющий строительство гипермаркета в Мурманске.

ЗАО «Балтика» - инвестор при строительстве торгового комплекса на Заневском проспекте в Санкт-Петербурге, владеет правами на аренду земельного участка, которые находятся в стадии переоформления на ЗАО «Доринда».

ОАО «Комбинат сборных строительных конструкций» - владелец прав аренды на земельный участок в Москве.

ЗАО «ДРСУ» - владелец прав аренды на земельные участки в Москве. Согласно инвестиционным договорам застройщиком на данных участках является ЗАО «Доринда».

3.3. Управление

Стратегическое управление группой компаний «О'КЕЙ» осуществляется Советом директоров DORINDA HOLDING S.A, в который входят директора Группы. Оперативное управление осуществляется генеральными и функциональными директорами Группы и компаний Группы.

Управляющий директор Группы компаний «О'КЕЙ» - Лонге Патрик
Патрику Лонге 52 года, до 2001 года 19 лет работал в головном офисе «Ашан» во Франции. В России Лонге работает с сентября 2001 года, когда был назначен первым директором «Ашан» в России. С 2001 по 2007 гг. занимал должность директора «Ашан» в России. С марта 2007 года Патрик Лонге возглавил Сеть гипермаркетов О'КЕЙ.

Генеральный директор ООО «О'КЕЙ» - Макаров Игорь Александрович
Родился в 1965 году в Ленинграде, имеет высшее образование. В О'КЕЙ работает с 2001 года, до 2004 года был Генеральным директором ЗАО «ДОРИНДА», в настоящий момент Генеральный директор ООО «О'КЕЙ».

Генеральный директор ЗАО «ДОРИНДА» - Краузе Алексей Владиславович
Родился в 1961 году в Ленинграде, получил высшее строительное образование в Ленинградском инженерно-строительном институте, до прихода в ЗАО «ДОРИНДА» возглавлял строительные компании в Санкт-Петербурге, в компании работает с июня 2004 года в должности Генерального директора ЗАО «ДОРИНДА».

Финансовый директор Группы компаний «О'КЕЙ» – Пряников Дмитрий Николаевич
Родился в 1973 году в Ленинграде, получил высшее экономическое образование, в Компании работает с момента основания, занимая должность финансового директора ООО «ОКЕЙ», с 2006 года является финансовым директором Группы.

Директор по внутреннему контролю и аудиту – Молодцова Светлана Алексеевна
Родилась в Свердловской области, закончила Ленинградский институт авиационного приборостроения, с 1998 по 2006 гг. работала в компании «Мултон» на различных руководящих должностях в департаментах внутреннего аудита и налогового планирования. С августа 2006 года работает в Сети «О'КЕЙ» директором по внутреннему аудиту и контролю.

Директор по продажам ООО «О'КЕЙ» – Курбатов Владислав Александрович
Родился в 1971 году в Ленинграде, в 1992 году получил высшее образование, в Сети «О'КЕЙ» начал работать с марта 2002 года.

Коммерческий директор ООО «О'КЕЙ» - Осояну Евгений Дмитриевич
Евгений Осояну родился в 1976 году в Магдебурге, ГДР. В 1997 году получил высшее образование в РГГУ. С сентября 2006 года работает коммерческим директором ООО «О'КЕЙ».

3.4. Операционная деятельность

Сеть «О'КЕЙ» - одна из крупнейших федеральных продуктовых сетей. Основные данные о динамике операционных показателей Группы О'КЕЙ приведены в таблице ниже:

Показатель	12/2005	12/2006	06/2007
Количество гипермаркетов, в т. ч.	5	10	14
в Санкт-Петербурге	4	9	11
в других регионах	1	1	3
Количество супермаркетов, в т.ч.	0	2	2
в Санкт-Петербурге	0	2	2
Среднее количество товарных наименований в гипермаркете (SKU), шт.	35 000	35 000	35 000
Среднее количество товарных наименований в супермаркете (SKU), шт.	6 500	6 500	6 500
Средняя площадь магазина сети (кв.метр), торговая			
Гипермаркет	6 600	7 900	7 902
Супермаркет	0	1 256	1 256
Средняя численность работников магазина (чел.)			
Гипермаркет	410	390	385
Супермаркет	0	80	80

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Основным форматом Сети «О'КЕЙ» является гипермаркет, но, начиная с 2006 г., Компания приступила к развитию формата «супермаркет». В настоящий момент Группа управляет 16 гипермаркетами, 4 супермаркетами и одним торгово-развлекательным центром. По итогам 2006 г. в целом по Сети общее количество покупателей превысило 27 млн человек, средняя сумма чека составила 25,8 долл.

Гипермаркет

Гипермаркет «О'КЕЙ» является примером концепции классического европейского гипермаркета с широчайшим выбором различных товаров и услуг по доступным ценам, большой автомобильной парковкой, просторными торговыми залами, полным спектром дополнительных услуг, таких как детская игровая площадка, салон связи, пекарня, аптека, отделение банка, химчистка, кафе и пр.

Ассортимент товаров в гипермаркетах насчитывает более 35 тыс. наименований и представлен продуктами питания, продукцией собственной кулинарии и пекарни, одеждой, обувью, спортивными товарами, бытовой техникой, товарами для дома, игрушками и детскими товарами.

Одно из основных преимуществ гипермаркетов «О'КЕЙ» – удобное месторасположение. Каждый гипермаркет расположен на пересечении крупных транспортных потоков, по правую руку на пути следования с мест работы домой, на территориях, прилегающих к густонаселенным районам. В отличие от конкурентов, все гипермаркеты «О'КЕЙ» находятся в черте города, что позволяет им сочетать в себе широкий ассортимент и пешеходную доступность.

Отличительной особенностью магазинов «О'КЕЙ» является наличие собственных пекарен, кулинарного производства (в т.ч. изготовления блюд на заказ) и широкого ассортимента свежих товаров. Концепция магазинов предполагает предоставление российским потребителям услуг европейского уровня, основными характеристиками которого являются предложение качественных товаров, чистота и быстрое обслуживание.

В отличие от основных конкурентов, торговый зал гипермаркета «О'КЕЙ» обладает рядом преимуществ:

- отсутствием грузовых стеллажей (способ выкладки и хранения товаров на специальных стеллажах, характерный для дискаунтеров и магазинов среднего ценового сегмента);
- ярким освещением как торгового зала, так и внешнего фасада здания, парковки и складских помещений.

Важной особенностью гипермаркетов О'КЕЙ является гибкая ценовая политика. В магазинах Сети в широком ассортименте присутствуют товары для всех слоев населения. В отличие от О'КЕЙ конкурирующие сети не предлагают такой большой выбор товаров для потребителей со средним доходом.

Супермаркет

Основными отличиями супермаркетов О'КЕЙ от гипермаркетов являются:

- меньшая торговая площадь (600-2000 кв. м);
- меньший ассортимент непродовольственных товаров (более 6,5 тыс. наименований);
- несколько более высокий уровень цен;
- расположение у дома.

Формат супермаркета предполагает ориентацию на людей, совершающих небольшие покупки на ежедневной основе.

Ценовая политика и маркетинг

В основу ценообразования Сети заложен принцип предложения лучших (самых низких) цен на товары повседневного спроса и товары, пользующиеся наибольшим спросом. Приоритетная задача – поддержание доступности цен в магазинах за счет агрессивных рекламных кампаний и скидок на товары стратегической корзины (овощи, молочная продукция и хлебобулочные изделия).

География деятельности

В следующей таблице представлены данные о географической структуре продаж в 2005-2006 гг. и 1 п/г 2007 г. (млн долл.):

Показатель	2005		2006		1 п/г 2007	
	млн долл.	%	млн долл.	%	млн долл.	%
Санкт-Петербург	360	93,5%	531	86,7%	402,4	84,6%
Другие регионы	25	6,5%	81	13,3%	73,2	15,4%
Итого	**385**	**100,0%**	**612**	**100,0%**	**475,6**	**100,0%**

Источник: аудированная отчетность по МСФО ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «ДОРИНДА», управленческие данные за 1 п/г 2007 г.

В настоящий момент Санкт-Петербург является основным рынком Компании. По итогам 2006 г. 86,7% консолидированной выручки приходилось на этот регион. По состоянию на 1 ноября 2007 г. в Санкт-Петербурге работают 11 гипермаркетов О'КЕЙ. В последующем планируется довести число гипермаркетов в Санкт-Петербурге до 15.

В связи с насыщенностью рынка гипермаркетов в Санкт-Петербурге и Ленинградской области Компания планирует развивать в этом регионе формат супермаркетов: в 2007 году будет открыто еще 4 супермаркета, в 2008 году - 10.

Москва

Компания рассматривает выход на московский рынок в качестве одной из приоритетных задач своего развития. В настоящий момент на разных стадиях находится несколько проектов: рассматриваются различные предложения по покупке земельных участков для строительства гипермаркетов. В 2008-2009 гг. Компания планирует открыть в Москве 4 гипермаркета.

Другие регионы

Стратегия Компании нацелена на региональную экспансию и увеличение своей доли в других регионах Российской Федерации в 2007-2010 гг. Формат гипермаркета является оптимальным способом региональной экспансии, позволяя в ограниченные сроки завоевывать значительные доли рынка.

По итогам 2006 г. Компания владела 1 гипермаркетом в Ростове, за 1 полугодие 2007 г. Компания открыла 3 гипермаркета в Тольятти и Краснодаре.

В дальнейшем О'КЕЙ планирует значительно увеличить долю регионов в консолидированной выручке за счет открытия гипермаркетов в крупных российских городах: Нижнем Новгороде, Мурманске, Красноярске, Тюмени, Уфе, Волгограде, Екатеринбурге и других городах России. По прогнозам Компании, к концу 2010 года доля региональных продаж в консолидированной выручке будет составлять уже около 40%, и гипермаркеты О'КЕЙ будут присутствовать в 10 регионах Российской Федерации (прогнозы построены исходя из уже имеющихся в регионах земельных участков).

Продажи

В следующей таблице представлены данные о динамике и структуре продаж сети «О'КЕЙ» в 2005-2006 гг.:

Показатель	2005		2006		изменение
	млн долл.	%	млн долл.	%	%
Розничная торговля	379,0	98,3%	597,0	97,6%	57,5%
Аренда	5,0	1,3%	13,0	2,1%	160,0%
Рекламные услуги	1,3	0,4%	2,3	0,3%	76,9%
Итого	**385,3**	**100,0%**	**612,3**	**100,0%**	**58,9%**

Источник: аудированная отчетность по МСФО ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «ДОРИНДА» за 2005-2006, управленческие данные за 1 п/г 2007г.

Ниже представлены данные о структуре продаж Сети в 1 п/г 2007 г.:

	млн долл.	%
Розничная торговля	463,7	97,5%
Аренда	9,1	1,9%
Рекламные услуги	2,8	0,6%
Итого	**475,6**	**100,0%**

Источник: управленческие данные за 1 п/г 2007г.

Выручка О'КЕЙ за 2006 г. составила 612 млн долл., что на 59% больше, чем в 2005 г. Рост продаж стал результатом как открытия новых гипермаркетов, так и роста продаж в уже существующих магазинах. Так, за 2006 г. продажи в существующих гипермаркетах выросли на 13,4% (в том числе за счет роста средней стоимости чека на 11,4% и количества покупок на 1,9%). За счет открытия 5 новых гипермаркетов во второй половине 2006 г. выручка увеличилась на 181 млн долл.

Дополнительными источниками дохода для Сети являются поступления от сдачи в аренду закассовых помещений гипермаркета и доходы от рекламных услуг. Каждый гипермаркет предлагает ряд дополнительных услуг (салон связи, аптека, отделение банка, химчистка, фудкорт, ремонт обуви, зоомагазин, книжный магазин), которые предоставляются арендаторами. Подобные дополнительные услуги позволяют предложить клиентам более широкий круг товаров и услуг и сделать гипермаркет удобным местом для осуществления необходимых покупок для всей семьи.

В 2006 г. доходы от аренды О'КЕЙ увеличились на 160% до 13 млн долл. В 1 п/г 2007 г. доходы от аренды составили уже 9,1 млн долл. По состоянию на конец июня 2007 г. Сеть сдавала в аренду 35,8 тыс. кв. м площади, включая:

- торговые площади в торговом центре (17,7 тыс. кв. м);
- закассовое пространство в гипермаркетах (18,1 тыс. кв. м).

Средняя арендная ставка составляла около 580 долл./кв. м в год. Арендаторами закассового пространства гипермаркетов являются международные и российские компании, такие как McDonald's, Сбербанк и др.

Доходы от рекламных услуг формируются за счет предоставления пространства гипермаркета, в т.ч. и торгового зала, для проведения промоакций и рекламных кампаний отдельных товаров и продуктов. По итогам 2006 г. доходы от рекламных услуг составили 2,3 млн долл., в 1 п/г 2007 г. – 2,8 млн долл.

Структура продаж Сети по основным товарным группам продовольственных товаров в 2004-2006 гг. (% от общего объема продаж) представлена в следующей таблице:

Товары	2004	2005	2006	1 п/г 2007
Овощи, фрукты, зелень, грибы, сухофрукты, орехи	7,8%	8,1%	9,1%	9,3%
Алкогольные напитки	9,0%	8,4%	8,5%	8,7%
Рыба, морепродукты	6,8%	6,5%	6,2%	6,3%
Колбасные изделия копчености	6,0%	6,0%	6,0%	5,8%
Мясо, субпродукты	3,8%	4,7%	5,2%	5,4%
Кулинария собственного производства	4,2%	4,7%	4,7%	4,9%
Итого основные позиции	**37,6%**	**38,4%**	**39,7%**	**40,4%**

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Одним из конкурентных преимуществ является наличие в каждом гипермаркете О'КЕЙ собственной пекарни и кулинарного производства (в т.ч. блюд на заказ), имеющих более высокую рентабельность в сравнении с прочими продуктами (средняя маржа составляет порядка 50-60%). Кулинария О'КЕЙ отличается высоким качеством и свежестью предлагаемой продукции. По итогам 2006 г. на кулинарию собственного производства приходилось 4,7% от общего объема продаж, что значительно выше данного показателя у основных конкурентов Сети.

Несмотря на тот факт, что гипермаркеты О'КЕЙ являются, прежде всего, продуктовыми гипермаркетами, в структуре продаж значительную долю (28,6%) занимают товары непродовольственного назначения, которые имеют более высокую маржу по сравнению с продуктами питания. В целом по Сети средний уровень наценки на товары непродовольственного назначения составляет 30-35%, тогда как на продовольственные – 17-20%.

Кроме того, в отличие от части продуктов питания, которые являются скоропортящимися, товары непродовольственного характера не требуют специальных условий хранения, и срок их хранения практически не ограничен.

Ниже представлены данные по крупнейшим группам непродовольственных товаров в структуре продаж О'КЕЙ в 2004-2006 гг. и 1 п/г 2007 г. (% от общего объёма продаж):

Показатель	2004	2005	2006	1 п/г 2007
Парфюмерия	4,6%	4,7%	4,2%	4,1%
Посуда	2,3%	2,0%	1,9%	1,8%
Женская одежда	1,6%	1,7%	1,7%	1,8%
Бытовая химия	1,7%	1,7%	1,7%	1,8%
Товары для спорта и отдыха	1,0%	1,2%	1,2%	1,4%
Итого основные позиции	**11,2%**	**11,3%**	**10,7%**	**10,9%**

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Одной из отличительных особенностей Компании является высокая по сравнению с другими сетями доля непродовольственных товаров под собственным брендом (т.н. private label) в общей структуре продаж. В 2006 г. доля private label в структуре продаж непродовольственных товаров составляла 3,7%. В дальнейшем Компания планирует увеличивать долю private label как в структуре продовольственных, так и непродовольственных товаров. Среди непродовольственных товаров под собственными марками представлены в основном одежда и аксессуары, в продовольственном сегменте - крупы, консервы и куриные яйца.

Органический рост Компании в 2006 году сопровождался не только увеличением общего количества покупок в Сети (на 44%), но и размером среднего чека (на 11,3%). Ниже приводятся данные о количестве покупок в неделю и среднем размере чека в 2005—2006 гг. и 1 п/г 2007 г.:

Показатель	2005	2006	Изменение	1 п/г 2007	Изменение
Средний размер чека (долл. / покупка)	23,2	25,8	+11,3%	25,9	+0,5%
Количество покупок в неделю (тыс.)	362,0	524,0	+44,0%	811,4	+54,8%

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Еще одним показателем эффективности Компании является средний объём продаж на 1 квадратный метр торговой площади по Сети, который по итогам 2006 г. составил 10 751 долл., что выше аналогичных показателей конкурентов. В следующей таблице представлены данные о среднем объеме продаж на 1 кв. м торговой площади (долл. / кв. м в год, без НДС):

Показатель	2005	2006	Изменение	1 п/г 2007
Средний объём продаж по гипермаркетам в целом	11 227	10 756	-4,2%	8 922
гипермаркеты в Санкт-Петербурге	11 906	10 930	-8,2%	9 056
гипермаркеты в других регионах	6 641	9 697	+46,0%	8 281
Средний объём продаж по супермаркетам	0	11 097	-	11 406
супермаркеты в Санкт-Петербурге	0	11 097	-	11 406
Итого средний объем продаж по сети	11 227	10 751	- 4,3 %	8 976

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Снижение показателя объема продаж на 1 кв. м в 2006 г. на 4% по сравнению с 2005 г. обусловлено открытием в конце 2006 г. 3 гипермаркетов «О'КЕЙ», выход которых на проектную мощность планируется в 2008 году. Снижение выручки на 1 кв. м торговой площади в 1 п/г 2007 г. вызвано в первую очередь открытием 4 новых магазинов за этот период (2 - в Санкт-Петербурге и 2 - в регионах), а также увеличением конкуренции на рынке розничной торговли в Санкт-Петербурге.

Кроме того, в сфере розничной торговли определенное влияние оказывает фактор сезонности. Так, на первую половину года обычно приходится несколько меньшая часть выручки, чем на вторую. Ниже представлены данные о распределении ежемесячной выручки Группы О'КЕЙ в 2006 г.:

	01/06	02/06	03/06	04/06	05/06	06/06	07/06	08/06	09/06	10/06	11/06	12/06	2006
Выручка, %	5,9	5,8	6,9	7,9	8,2	8,5	8,5	8,3	8,2	8,6	8,6	14,7	100,0

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Так, в 2006 г. по итогам 1-го полугодия Компания получила порядка 43% годовой выручки, тогда как во 2-м - 57%. Данный факт во многом связан с существенными поступлениями в декабре месяце: в канун новогодних праздников потребительская активность населения увеличивается.

Таким образом, Компания ожидает, что по итогам 2007 года показатель выручки на 1 кв. м торговой площади увеличится в сравнении с показателями 1-го полугодия 2007 г. и стабилизируется на уровне 9,5-10 тыс. долл./кв. м.

Поставщики

С целью повышения качества поставляемой продукции, выполняемых работ и услуг, а также обеспечения более эффективной структуры затрат Сеть «О'КЕЙ» тщательно подходит к выбору поставщиков продукции посредством сравнительного анализа и проведения процедуры тендеров.

Основные критерии выбора поставщиков:

- высокое качество поставляемой продукции или услуг;
- конкурентоспособность продукции поставщика и устойчивая положительная репутация на рынке;
- стабильные, бесперебойные поставки в срок, независимо от сезонности или спроса на товар другими покупателями;
- самостоятельная доставка продукции в согласованный с Компанией срок;
- цена поставляемой продукции или оказываемых услуг ниже либо не превышает цены альтернативных контрагентов;
- условия оплаты (предпочтение имеет поставщик, который поставляет продукцию на условиях отсрочки платежа, превышающий срок оборачиваемости запасов);

Общее количество поставщиков О'КЕЙ в 2006 г. достигло 740, при этом база поставщиков широко диверсифицирована: поставки 15 крупнейших производителей составляют менее 15% от общего объема закупок Сети, при этом на долю крупнейшего приходится менее 3% закупок. По данным за 2006 год средний срок оборачиваемости запасов составлял 18 дней при средней отсрочке платежа поставщикам в 27 дней, что открывает для Компании дополнительные источники финансирования своей деятельности без увеличения уровня долговой нагрузки.

Сеть активно работает с ведущими российскими и иностранными производителями и дистрибьюторами: Danone, Valio, Procter&Gamble, Русагро, Митлэнд, Парнас-М, Кампомос.

В О'КЕЙ внедрена централизованная система закупок, которая распространяется на все регионы присутствия Сети. Основная часть продукции доставляется поставщиками непосредственно в гипермаркеты. Непродовольственные товары импортного производства поставляются ООО «О'КЕЙ-Лоджистикс» на централизованные склады, с которых они впоследствии распределяются в гипермаркеты.

Логистика

Структура логистической цепочки сети гипермаркетов «О'КЕЙ» включает в себя все этапы формирования и движения заказов. Начиная с первоначального момента размещения заказов для производства товаров у поставщиков в странах Европы и Азии (private label) и заканчивая непосредственной доставкой отдельных групп товаров (например, крупногабаритных) покупателям.

Мониторинг за соответствием планируемых сроков готовности и отгрузки товарных партий реальным срокам производства и отгрузки осуществляется благодаря партнерству с лидерами рынка международных грузоперевозок (Maersk, OCCL и пр.). Работа с этими глобальными логистическими сетями позволяет минимизировать расходы на доставку и оптимизировать транспортные потоки. С 2007 года Компания начала заказывать существенную долю импортного товара непосредственно у иностранных производителей, что позволяет увеличить маржинальную прибыль при сохранении низких цен.

Таможенное оформление поступающих в адрес Компании товаров производится на Санкт-Петербургской и Балтийской таможнях. Благодаря отлаженной работе отдела логистики с компаниями-таможенными брокерами оформление товара производится в кратчайшие сроки, что минимизирует издержки, связанные с хранением товара на складах временного пользования.

В случае необходимости отдел логистики может обеспечить доставку крупногабаритной бытовой техники непосредственно из гипермаркета до покупателя.

Таким образом, Компания обеспечивает полный цикл оборота грузов, снижая затраты, связанные с их обработкой, и обеспечивая максимальный сервис для клиентов.

Складская сеть

Каждый гипермаркет оборудован собственным складским помещением общей площадью 2-3 тыс. кв. м. Такой размер складских помещений позволяет покрывать текущие потребности гипермаркета как в продуктах питания, так и непродовольственных товарах. По состоянию на середину 2007 г. общая площадь складских помещений составила 50,2 тыс. кв. м, в т.ч. склады в собственности Группы – 45,7 тыс. кв. м., или 91% от общей площади складов. Наличие собственных складских помещений позволяет заказывать и принимать большие партии товаров, что приводит к уменьшению стоимости заказанных товаров.

В следующей таблице представлены данные о структуре складских помещений Группы:

Показатель	12/2004		12/2005		12/2006		06/2007	
	кв. м.	%	кв. м.	%	кв. м.	%	кв. м.	%
Собственные склады	12 200	85%	15 200	90 %	34 700	89%	45 653	91,1%
Арендованные склады	2 200	15%	1 700	10 %	4 500	11%	4 500	8,9%
Итого	**14 400**	**100%**	**16 900**	**39 200**	**39 200**	**100%**	**50 153**	

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

В настоящее время Группа успешно сотрудничает с ведущими компаниями - операторами на рынке складских услуг. О'КЕЙ арендует 2 склада (общая площадь 4,5 тыс. кв. м.), преимущественно для товаров длительного хранения и непродовольственного характера.

На складах производится формирование заказов для непосредственной отправки в гипермаркеты Сети. Доставка осуществляется как в гипермаркеты Санкт-Петербурга, так и в гипермаркеты, расположенные в Ростове, Тольятти и Краснодаре.

Недвижимость и земельные участки

Общий объем торговых площадей Сети О'КЕЙ по состоянию на середину 2007 г. составляет 113,1 тыс. кв. м, 99% которых находится в собственности Группы. По состоянию на 31 декабря 2006 г. рыночная стоимость недвижимости, находящейся в собственности Сети, составляла 540 млн долл., в соответствии с результатами независимой оценки, проведенной Colliers International.

Все торговые площади, используемые Компанией под гипермаркеты, находятся в собственности ЗАО «ДОРИНДА». Помимо торговых площадей, каждый гипермаркет оборудован складским помещением размером 2-3 тыс. кв. м.

С 2006 г. Сеть приступила к реализации нового для себя формата «Супермаркет». Планируется, что для развития этого формата будут использоваться как собственные, так и арендованные площади. Причем в соответствии с утвержденным планом развития, основная часть супермаркетов будет располагаться на собственных торговых площадях.

Следующая таблица отражает сведения о собственных и арендованных торговых площадях Сети О'КЕЙ в 2004-2006 гг. и 1 п/г 2007 г., кв.м.:

Показатель	12/2004	12/2005	12/2006	06/2007
Общая торговая площадь, в т.ч.	26 100	33 100	81 000	113 137
Арендованные площади	-	-	1 692	1 692
Собственные площади	26 100	33 100	79 700	111 445

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Сеть О'КЕЙ обладает одним из крупнейших в отрасли розничной торговли банком земельных участков общей площадью 1 620 тыс. кв. м (в том числе 716 тыс. кв. м – в собственности, 904 тыс. кв. м - в долгосрочной аренде). Наличие в собственности земельных участков в дальнейшем избавляет О'КЕЙ от дополнительных расходов по аренде земли и затратам на ее приобретение по окончанию срока аренды.

Ниже представлена таблица, описывающая банк земельных участков Сети на 01 июля 2007 г.:

	в собственности	долгосрочная аренда
Северо-Западный регион		
Площадь участков, м^2	209 195	450 196
Кол-во участков	5	27
Южный регион		
Площадь участков, м^2	126 713	73 283
Кол-во участков	3	1
Приволжский регион		
Площадь участков, м^2	-	179 620
Кол-во участков	-	4
Центральный регион		
Площадь участков, м^2	380 007	166 324
Кол-во участков	3	3
Уральский регион		
Площадь участков, м^2	-	34 739
Кол-во участков	-	1
Общая площадь, м^2	**715 915**	**904 162**
Общее количество участков	**11**	**36**

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

На текущий момент в различной стадии переговоров находятся еще несколько перспективных участков под развитие Сети в разных регионах России.

3.5. Затраты

В следующей таблице представлены данные о структуре операционных затрат Сети О'КЕЙ за 2005—2006 гг. в млн долл. и %:

Показатель	2005		2006	
	млн долл.	%	млн долл.	%
Себестоимость, в т.ч.	325,8	92%	505,7	89,0%
Амортизация	2,7	0,8%	5,2	0,9%
Общие, административные и коммерческие расходы, в т.ч.	28,0	7,9%	62,2	10,9%
Затраты на оплату труда	14,7	4,2%	35,0	6,2%
Амортизация	1,8	0,5%	2,7	0,5%
Рекламу и маркетинг	2,3	0,7%	4,3	0,8%
Операционный лизинг	0,8	0,2%	1,6	0,3%
Ремонт и обслуживание оборудования	0,3	0,1%	2,2	0,4%
Связь и коммунальные услуги	1,3	0,4%	2,9	0,5%
Материальные затраты	0,7	0,2%	0,9	0,2%
Расходы на безопасность	1,8	0,5%	3,6	0,6%
Страхование и банковские комиссии	0,9	0,2%	1,9	0,3%
Юридические расходы	0,8	0,2%	1,4	0,2%
Операционные налоги	1,9	0,5%	3,0	0,5%
Прочее	0,7	0,2%	2,7	0,5%
Итого операционные расходы	**353,8**	**100,0%**	**567,9**	**100,0%**
Итого операционные расходы в % от выручки		**91,7%**		**92,8%**

Источник: аудированная отчетность по МСФО ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «ДОРИНДА» за 2005-2006 гг.

В 2006 г. объем операционных затрат составил 568 млн долл., что на 61% больше уровня 2005 г. Опережающий рост операционных затрат в сравнении с темпами роста выручки обусловлен динамичным развитием Сети и увеличением количества новых магазинов: операционные расходы в новых магазинах уже осуществляются в полном объеме, тогда как объемы выручки еще не достигают плановых значений.

Помимо себестоимости приобретаемых товаров, которая является основной статьей операционных затрат О'КЕЙ (около 89% всех затрат), другими значимыми статьями расходов являются затраты на оплату труда (более 6% затрат) и амортизация (около 1,5% затрат).

По состоянию на середину 2007 г. в Группе работало около 6 тысяч человек. Весь персонал гипермаркетов и супермаркетов постоянно проходит обучение и аттестацию:

1. При запуске нового объекта все сотрудники проходят обучение в соответствии со своими должностями. Обучение проходит в форме 1-2 – дневных тренингов в учебном центре Компании, которые проводят профессиональные тренеры.

2. При наборе новых сотрудников в коллектив уже действующего гипермаркета, обучение новичков проходит регулярно в течение месяца в форме 1,5-часовых тренингов на местах, которые проводят менеджеры по персоналу и непосредственное руководство.

Все уже работающие сотрудники два раза в год проходят аттестацию и постоянно повышают квалификацию в учебном центре Компании в соответствии с ежегодным и ежемесячным планом обучения и задачами от высшего руководства. Обучение проходит преимущественно в активной форме - тренинги, интерактивные семинары и пр. Компания уделяет большое и постоянное внимание сохранению концепции и корпоративного стиля Сети «ОКЕЙ» в работе своих сотрудников всех уровней.

По итогам 1 п/г 2007 г. объем операционных затрат составил около 434,1 млн долл., в т.ч. 379,7 млн долл. – себестоимость закупаемой продукции, затраты на оплату труда – 54,4 млн долл., амортизация – 16 млн долл. Существенный рост объема и доли амортизационных отчислений в 1 п/г 2007 г. связан с увеличением объектов недвижимости на балансе за счет открытия новых 4 гипермаркетов.

3.6. Финансовые результаты

В следующей таблице представлены данные консолидированного отчета о прибылях и убытках Сети в соответствии с МСФО за 2005—2006 гг., и за 1 п/г 2007 г., млн долл.:

Показатель	2005	2006	1 п/г 2007
Выручка от продаж	385	612	476
Валовая прибыль	59	107	85
Прибыль до налогообложения	119	80	н/д
EBITDA	35	52	40
Чистая прибыль	88	52	н/д

*Прибыль до амортизационных отчислений, процентных расходов и налогов
Источник: аудированная отчетность по МСФО ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «ДОРИНДА», управленческие данные Группы за 1 п/г 2007 г.

Выручка Сети О'КЕЙ за 2006 г. возросла на 59% с 385 млн долл. в 2005 г. до 612 млн долл. Рост выручки связан, прежде всего, с активным открытием новых гипермаркетов и увеличением продаж в уже существующих, а также эффективной ценовой и маркетинговой политикой.

Рост выручки оказал позитивное влияние на динамику прибыли до амортизационных отчислений, процентных расходов и налогов (EBITDA). За 2006 г. EBITDA увеличилась на 49% по сравнению с 2005 г. до 52 млн долл. В целом темп роста EBITDA в 2006 году немного отставал от темпа роста выручки в связи с активным открытием новых магазинов (см п. 3.5 «Затраты»).

По итогам 2006 г. чистая прибыль составила 52 млн долл. Снижение чистой прибыли на 42% в сравнении с 2005 г. обусловлено тем фактом, что в 2005 г. Группа получила доход от переоценки недвижимого имущества в размере 103 млн долл., который и оказал существенное влияние на финансовый результат по итогам 2005 года. Доход от переоценки недвижимого имущества по итогам 2006 года составил 41 млн долл. Таким образом, снижение чистой прибыли не связано с ухудшением операционных показателей Группы и носит скорее виртуальный характер.

В следующих таблицах представлены данные консолидированного бухгалтерского баланса Сети гипермаркетов «О'КЕЙ» по состоянию на 31 декабря 2005—2006 гг., млн долл.:

Показатель	12/2005	12/2006
Внеоборотные активы, в т.ч.	442	730
Основные средства	327	548
Незавершенное строительство	41	48
Оборотные активы, в т.ч.	71	153
Запасы	23	59
Дебиторская задолженность	35	41
Денежные средства	11	50
Итого активы	**513**	**883**
Собственный капитал	215	271
Долгосрочные обязательства, в т.ч.	209	429
Кредиты и займы, в т.ч.	170	377
Займы от акционеров	122	147
Краткосрочные обязательства, в т.ч.	89	184
Кредиты и займы, в т.ч.	29	41
Займы от акционеров	0	0
Итого обязательства и капитал	**513**	**883**

Источник: аудированная отчетность по МСФО ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «Доринда»

В 2006 году размер основных средств Сети увеличился на 68%, достигнув 548 млн долл. Основными факторами, повлиявшими на увеличение основных средств на балансе стали:

- завершение строительства, введение в эксплуатацию новых гипермаркетов, приобретение новых земельных участков (+149 млн долл.);
- переоценка существующих объектов (+42 млн долл.);
- влияние курсовых разниц (+23 млн долл.).

Структура кредиторской задолженности

Ниже представлены данные о структуре кредиторской задолженности О'КЕЙ на 31 декабря 2006 г., млн долл.:

	12/2006
Кредиторская задолженность (платежи менее чем через 12 мес.), в т. ч.	141,0
Покупатели и заказчики	130,5
Авансы полученные	2,1
Перед персоналом	4,0
Налоги	2,9
Прочие	1,5

Источник: аудированная отчетность по МСФО ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «Доринда»

По состоянию на 31 декабря 2006 г. общий объем кредиторской задолженности Компании составлял 141 млн долл. Кредиторская задолженность Группы представляет собой, в основном, задолженность перед двумя группами поставщиков:

- поставщики товаров для торгового оператора;
- подрядчики, которые участвуют в строительстве гипермаркетов и супермаркетов.

При этом в составе кредиторской задолженности нет кредиторов, на долю которых приходилось бы более 2% от общей суммы кредиторской задолженности.

Структура дебиторской задолженности

Структура дебиторской задолженности Группы на 31 декабря 2006 г. представлена в следующей таблице, млн долл.:

	12/2006
Дебиторская задолженность (платежи менее чем через 12 мес.), в т.ч.	41,5
Покупатели и заказчики	2,0
НДС	23,6
Авансы	3,4
Налоги	8,8
Прочие	3,7

Источник: аудированная отчетность по МСФО ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «ДОРИНДА»

Основные дебиторы Сети - арендаторы помещений в зданиях гипермаркетов и покупатели рекламных услуг, оказываемых торговым оператором поставщикам товаров и прочим клиентам. В связи с тем, что основная деятельность торгового оператора - торговля розничными товарами через кассу без отсрочки оплаты, то по основной деятельности оператора не образуется дебиторской задолженности.

Значительная часть прочей дебиторской задолженности состоит из авансов, выданных подрядчикам по строительству новых гипермаркетов и супермаркетов.

Рост запасов Сети в 2006 г. в 2,6 раза до уровня 59 млн долл. обусловлен активным развитием Сети и открытием новых магазинов.

Капитал и обязательства

По состоянию на конец 2006 г. собственный капитал Сети составлял 270,5 млн долл., увеличившись за год на 26%. В структуре капитала Сети основная доля приходится на накопленную прибыль (159 млн долл., или 59% от суммы капитала).

По состоянию на 31 декабря 2006 г. в структуре привлеченных средств доля краткосрочных кредитов и займов (41 млн долл., или 7% от общей величины обязательств) является незначительной. Сроки оборота кредиторской задолженности превышают сроки оборота дебиторской задолженности и запасов, что позволяет Компании обходиться без значительного объема краткосрочного финансового долга.

В структуре долгосрочного финансирования существенную долю занимают займы от акционеров, которые по состоянию на 31 декабря 2006 г. составляли 35,3% от общей величины долгосрочных кредитов и займов (подробнее см. п. 3.7. «Финансовые обязательства»).

Позитивным моментом в финансовом состоянии Компании является наличие существенного объема свободных денежных средств на балансе: на 31 декабря 2006 г. эта сумма составляла 49,7 млн долл. Наличие денежных средств уменьшает фактический размер чистого долга Группы.

3.7. Финансовые обязательства

По состоянию на 31 декабря 2006 г. общая величина финансового долга Сети составляла 418,4 млн долл., в т.ч:

- общая сумма банковских кредитов Сети - 64%;
- общая сумма займов от аффилированных с учредителями Сети лиц - 35%;
- прочие займы - 1%.

Займы от аффилированных с учредителями Сети лиц (компании Starlington Limited и Ascent Capital Limited) предоставлены Группе на рыночных условиях, сроки погашения данных займов наступают в 2008-2010 гг. По договоренности с акционерами по окончанию срока данные займы могут быть пролонгированы.

Следующая таблица отражает данные о параметрах займов, полученных от аффилированных с учредителями Сети лиц по состоянию на 01 сентября 2007 г.:

Кредитор	Сумма, млн долл.	Валюта	Срок погашения
Starlington Limited	96,3	USD	декабрь 2010
Ascent Capital Limited	23,0	USD	июль 2009
Ascent Capital Limited	20,0	USD	декабрь 2008
Итого займы от акционеров	**139,0**		

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Основными внешними кредиторами Сети являются крупнейшие российские и зарубежные банки: Сбербанк РФ, ВТБ Северо-Запад, Райффайзенбанк Австрия, Сведбанк, Уралсиб. Преобладающая часть кредитов предоставлена в долларах США (более 55 %).

В следующей таблице представлена структура кредитного портфеля Группы по состоянию на 01 сентября 2007 г.:

Кредитор	Сумма, млн долл.	Валюта	Срок погашения
Сбербанк России	15,5	RUR	IV квартал 2010
Сбербанк России	17,4	RUR	I квартал 2008
Сбербанк России	7,7	RUR	I квартал 2008
Сбербанк России	13,1	RUR	II квартал 2012
Сбербанк России	10,4	RUR	III квартал 2008
Сбербанк России	32,4	USD	I квартал 2010
Сбербанк России	19,7	USD	I квартал 2011
Сбербанк России	30,0	USD	II квартал 2011
Райффайзенбанк	12,6	RUR	IV квартал 2010
Райффайзенбанк	25,8	RUR	I квартал 2011
Райффайзенбанк	12,8	RUR	II квартал 2008
Балтийский Банк	9,6	RUR	I квартал 2008
ОАО «ВТБ Северо-Запад»	15,4	RUR	IV квартал 2008
ОАО «ВТБ Северо-Запад»	21,4	USD	II квартал 2012
ОАО «ВТБ Северо-Запад»	50,0	USD	III квартал 2011
Сведбанк	15,9	USD	III квартал 2012
Сведбанк	10,5	USD	III квартал 2014
Финансбанк	4,9	RUR	IV квартал 2007
Уралсиб	22,3	USD	IV квартал 2009
Связь-Банк	9,6	RUR	IV квартал 2007
Промсвязьбанк	15,0	USD	II квартал 2008
ММБ	15,4	RUR	III квартал 2008
Итого	**387,4**		

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Таким образом, по состоянию на 01 сентября 2007 г. совокупный размер финансового долга Сети составляет 526,4 млн долл., величина чистого долга – 508,4 млн долл. Совокупный финансовый долг на 1 ноября 2007 года составляет 505,3 млн долл. Средства от размещения облигационного займа (2 млрд руб.) Компания планирует направить на рефинансирование краткосрочной задолженности.

3.8. Инвестиции

Инвестиционная деятельность Сети О'КЕЙ направлена на открытие новых гипермаркетов и супермаркетов. Процесс открытия нового магазина можно разбить на несколько последовательных этапов:

1. Поиск, оценка, согласование условий приобретения и принятие решения по перспективному земельному участку. Основными факторами при выборе участка являются:
   - расположение участка относительно магистралей, заселенность близлежащих жилых районов, оживлённость транспортных потоков, удобство въезда-выезда;
   - определённое количество человек в 15-минутной пешеходной доступности - для супермаркетов и 10-минутной транспортной доступности - для гипермаркетов;
   - наличие рядом с участком торгово-развлекательных центров;
   - хорошая визуализация участка.

2. Оценка стоимости и сроков строительства:
   - утверждение строительных бюджетов;
   - проведение тендеров;
   - заключение договоров на проектно – изыскательские работы;
   - заключение договора генерального подряда со строительной организацией на основании проведенного тендера;
   - заключение или одобрение субподрядных договоров;
   - заключение договоров на поставку торгового оборудования.

3. Контроль качества строительных работ на протяжении всего строительства.

4. Подготовка объекта к открытию начинается за несколько месяцев до официального открытия. Она включает в себя:
   - наем персонала;
   - обучение персонала;
   - проведение рекламной кампании перед открытием объекта;
   - создание начального товарного запаса непосредственно перед открытием.

Время реализации проекта по открытию магазина зависит от ряда факторов, в т.ч. правовых, технических и прочих, которые ограничивают немедленное использование участка под строительство, а также обусловливается необходимостью выполнения налагаемых местными властями инвестиционных условий.

Компания стремится уложиться в 16-18 месячный инвестиционный период от поиска участка до открытия магазина. При этом общая сумма инвестиций в каждый объект варьируется в пределах 25—30 млн долл. В среднем структура инвестиционных затрат по открытию одного гипермаркета выглядит следующим образом:

Стоимость земельного участка, тыс. долл.	8 000
Стоимость строительно-монтажных работ на 1 кв. м общей площади, долл.	1 250
Стоимость оборудования в расчете на 1 кв.м торговой площади, долл.	700
Средняя строительная площадь 1 гипермаркета, кв.м	13 000
Средняя торговая площадь 1 гипермаркета, кв.м	7 900

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Ниже представлены данные о структуре капитальных вложений в 2005 - 2006 гг. в млн долл.:

	2005	2006
Затраты на открытие новых магазинов	146,3	221,7
Затраты на переоборудование магазинов	1,8	17,2
Прочие капитальные вложения	0,4	0,6
Прочие основные средства	1,6	2,2
Итого	**150,1**	**241,7**

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

В 2006 году объем инвестиций в открытие новых магазинов составил 305,9 млн долл. (с учетом затрат на переоборудование), что на 104% выше, чем объем аналогичных инвестиций в 2005 г.

Следующая таблица отражает запланированную структуру капитальных вложений в 2007-2009 гг., млн долл.:

	2007	2008	2009
Затраты на открытие новых магазинов	175	145	292
Затраты на переоборудование магазинов	23	37	35
Итого	**198**	**182**	**327**

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Основными источниками финансирования капитальных вложений являются привлеченные средства, в том числе займы от аффилированных с акционерами лиц.

3.9. Стратегия / планы на 2007—2010 гг.

Стратегия развития Сети О'КЕЙ направлена на увеличение рыночной доли в Санкт-Петербурге, выход на московский рынок, а также на расширение присутствия в других регионах России. К концу 2010 г. Компания планирует управлять 41 гипермаркетом и 54 супермаркетами общей торговой площадью более 300 тыс. кв. м. В следующей таблице представлены прогнозные значения основных операционных показателей Сети О'КЕЙ в 2007-2010 гг.:

Показатели	2007	2008	2009	2010
Количество гипермаркетов	16	20	36	41
Количество супермаркетов	8	18	38	54
Количество торговых центров	1	2	3	3
Общий объем торговой площади, тыс. кв м	117,5	136,9	245,3	309,2
Количество регионов присутствия	4	6	9	10
Доля Санкт-Петербурга в общем объеме продаж	80,0%	68,2%	48,7%	41,6%

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

В связи с постепенным насыщением рынка Санкт-Петербурга форматом гипермаркета, Сеть «О'КЕЙ» планирует для увеличения доли рынка активно развивать формат супермаркета за счет открытия в городе 14 новых супермаркетов к концу 2008 года. В краткосрочной перспективе, региональная экспансия Сети направлена на открытие гипермаркетов в следующих городах (открытия в 2007 – 2010 годах):

Регион	2007	2008	2009	2010
Санкт-Петербург	2	2	2	0
Ростов-на-Дону	1	0	0	0
Краснодар	2	0	0	0
Мурманск	0	1	0	0
Тольятти	1	0	0	0
Нижний Новгород	0	0	2	0
Москва	0	0	3	2
Тюмень	0	0	1	0
Уфа	0	0	1	0
Красноярск	0	1	0	0
Новосибирск	0	0	1	0
Прочие	0	0	6	3
Итого	**6**	**4**	**16**	**5**

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

За период 2007-2010 гг. Компания планирует увеличить выручку в 5,3 раза до 3,3 млрд долл. Прогноз выручки базируется на прогнозе товарооборота существующих и планируемых к открытию магазинов.
Ниже представлен прогноз основных финансовых показателей отчёта о прибылях и убытках О'КЕЙ в 2007 - 2010 гг. (млн долл.):

Показатель	2007	2008	2009	2010
Выручка	1 114	1 550	2 451	3 267
Валовая прибыль	232	344	540	724
EBITDA	97	156	245	327
Чистая прибыль*	30	61	86	121

*в прогнозах не учитывается возможная переоценка объектов недвижимости
Источник: О'КЕЙ, данные Группы

Ниже представлен прогноз основных балансовых показателей О'КЕЙ в 2007 - 2010 гг., млн долл.:

Показатель	2007	2008	2009	2010
Основные средства	536	736	1111	1082
Незавершенное строительство	143	239	221	476
Оборотные активы	184	291	337	436
Капитал	289	364	414	478
Кредиты и займы, в т.ч.	513	706	972	1 294
Займы от акционеров	43	33	20	10
Кредиторская задолженность	155	196	334	271

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

4. Краткий обзор отрасли

В 2005 г., по данным Госкомстата, российский рынок розничной торговли достиг оборота в 7,038 трлн руб. и вошел в десятку крупнейших рынков мира и в пятерку крупнейших в Европе. За 2006 г. оборот розничной торговли достиг объема в 8,628 трлн руб., что на 22,6% выше значения за 2005 г., на фоне устойчивого экономического роста и повышения доходов населения, стабильной валютной и денежной политики.

В 2001-2006 гг. средние темпы роста российского розничного рынка составляли 24,7% в долларовом выражении, существенно превышая темпы роста других секторов российской экономики.

В рейтинге привлекательности развивающихся рынков, составленном консалтинговой компанией A.T.Kearney, российский рынок розничной торговли занимает второе по привлекательности место в мире, уступая лишь индийскому.

Рост доходов населения, наблюдавшийся последние 5 лет, отразился не только на увеличении объема потребления, но и способствовал изменению потребительских предпочтений. Особенно четко эта тенденция прослеживается в крупных городах России. Это дало стимул для роста различных направлений розничной торговли, а также смещению акцентов в сторону непродовольственных товаров. Это характерно для текущей фазы развития розничного рынка и свойственно большинству развивающихся рынков.

На данный момент среднестатистическая российская семья тратит на продукты питания около 42% располагаемого дохода, в то время как в большинстве стран Восточной Европы эта доля не превышает 30%, а в США – 10%. По мере роста благосостояния населения России будет происходить увеличение доли потребляемых непродовольственных товаров.

Основные форматы организованной розничной торговли

С 2000 г. организованная розничная торговля сформировалась как полноценная отрасль российской экономики. Организованная розничная торговля отличается использованием современных торговых форматов (дискаунтер, супермаркет, гипермаркет, «магазин у дома») с четким рыночным позиционированием. За период 2000-2006 гг. доля торговых сетей в общих продажах розничного сектора в общих продажах розницы выросла с 1% до 25%, что оставляет значительный потенциал для дальнейшего роста отрасли. В европейских странах доля организованной розничной торговли продуктами питания превышает 70-80%, в то время как в ряде стран Восточной Европы составляет не менее 30%. По оценкам экспертов, данный показатель российского рынка в ближайшие годы продолжит демонстрировать тенденцию к росту и достигнет 35% к 2010 г.

В следующей таблице представлены характеристики основных форматов магазинов, распространенных в России:

Формат	Целевая группа	Объем торговых площадей	Ассортимент, кол-во позиций (SKU)	Основные представители формата
Гипермаркет/ Cash&Carry	Широкие слои населения с разными доходами	Более 5,000 кв. м	30,000-60,000	Ашан, Metro, Лента, Карусель, О'кей, Мосмарт
Супермаркет	Широкие слои населения с разными доходами	700-4,000 кв. м.	7,000-20,000	Перекресток, Рамстор, ОКЕЙ-Экспресс Седьмой Континент
Дискаунтер	Населения с низкими доходами	300-1,000 кв. м	2,000-5,000	Пятерочка, Дикси, Копейка,Магнит
«Магазин у дома»	Жители в местах массовой застройки	300-500 кв. м	До 1,000	Дейли, 7 шагов, ЕДА

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

На сегодняшний момент самым распространенными форматами остаются супермаркеты и дискаунтеры. Именно супермаркеты стали первым форматом организованного ритейла. Вторым форматом, который получил широкое распространение, стали дискаунтеры. С момента своего появления этот формат

характеризовался наибольшими темпами роста, что было обусловлено низкой покупательной способностью населения. Дискаунтер предлагал по низким ценам именно тот набор продуктов, который был востребован населением.

С ростом благосостояния набор продуктов, их качество, оформление и обслуживание данного типа магазинов перестали устраивать население. В результате некоторые сети стали менять свой формат, уходить от «жесткого» дискаунтера.

Начиная с 2005 г. наиболее динамично развивающимся форматом стал «гипермаркет», его доля в объемах продаж современных форматов возросла с 4% в 2004 г. до 17% по итогам 2006 г. На данный момент гипермаркеты – единственный формат, в котором иностранные компании на равных конкурируют с отечественными. Именно он был признан российскими и западными компаниями как один из оптимальных для региональной экспансии. Строительство одного или нескольких гипермаркетов позволяет сразу занять существенную долю на рынке. При этом отсутствует прямая конкуренция с местными компаниями, которые в основном работают в форматах супермаркетов и дискаунтеров.

Ниже представлены данные о динамике долей различных форматов в общем объеме российской розничной торговли:

Формат	2004	2005	2006	2007П	2008П
Гипермаркет	4%	13%	17%	19%	22%
Супермаркет	43%	37%	36%	36%	33%
Дискаунтер	42%	38%	37%	37%	37%
«Магазин у дома»	1%	3%	3%	3%	4%
Другое	10%	9%	7%	5%	4%

Источник: О'КЕЙ, данные Группы

В следующей таблице представлены данные о десяти крупнейших российских розничных продуктовых сетях в 2006 г.:

Компания	Доля рынка,%
X5 Retail Group	2,4
Metro	1,7
Магнит	1,7
Auchan	1,4
Лента	0,7
Дикси	0,7
Копейка	0,7
Седьмой Континент	0,7
Виктория	0,6
О'КЕЙ	0,5

Источник: РБК

Подробная характеристика сегмента гипермаркетов в Санкт-Петербурге

Санкт-Петербург – второй после Москвы город, который имеет столь же огромное значение для развития современного российского ритейла. Именно в Санкт-Петербурге были основаны сети гипермаркетов, которые впоследствии стали федеральными – О'КЕЙ, Карусель, Лента. Здесь же наблюдается наибольшая концентрация гипермаркетов, а их доля в общем товарообороте современных форматов уже превышает 30%.

На 31 декабря 2006 г. в городе функционировало 40 гипермаркетов иностранных и федеральных сетей. К концу 2007 г. планируется, что их число превысит 50.
По показателю объема торговых площадей на 1 тыс. жителей (290 кв. м) Санкт-Петербург уже обогнал как средние европейские города (170 кв. м), так и Москву (около 100 кв. м). Но, несмотря на количественную насыщенность рынка, в Санкт-Петербурге остается относительно незаполненной ниша супермаркетов, функции которых частично выполняют гипермаркеты, находящиеся в черте города. В связи с этим

сочетание признаков классического гипермаркета, отдельных элементов магазина у дома и супермаркета является сильным конкурентным преимуществом «О'КЕЙ» на рынке розничной торговли Санкт-Петербурге.

Прогнозируется, что при сохраняющихся темпах развития уже к 2009 г. все современные форматы торговли займут в Санкт-Петербурге более 90% рынка розничной торговли. Результатом такого развития и повышения концентрации торговли может стать то, что формат гипермаркетов (а также дискаунтеров) останется под контролем небольшого числа крупных игроков.

Конкуренты в формате «гипермаркет»

Лента

Компания первой в Санкт-Петербурге стала осваивать формат гипермаркета. Первый магазин был открыт в 1999 г. До 2005 г. стратегия компании базировалась на укреплении позиций на рынке Санкт-Петербурга с помощью строительства магазинов формата cash&carry. В настоящий момент компания позиционирует себя как «клуб оптовой покупки». В 2005 г. Лента начала региональную экспансию.

Сейчас в различных регионах России функционирует 21 торговый комплекс сети (в т.ч. 13 - в Санкт-Петербурге, 2 - в Новосибирске, по одному комплексу - в Тюмени, Астрахани, Волгограде, Барнауле, Омске и Тольятти). Сеть также имеет собственный дистрибуционный центр компании в Санкт-Петербурге. В настоящее время идет строительство еще 12 магазинов сети «Лента».

Наш гипермаркет

Компания «Наш гипермаркет» учреждена группой «Седьмой континент» в 2005 г. с целью развития бизнеса в сфере гипермаркетов. На конец июня 2007 г. открыто 5 гипермаркетов в разных регионах России (Москве, Санкт-Петербурге, Рязани, Челябинске), а также 1 гипермаркет в Минске. Ассортимент представлен 40 тыс. товаров, при этом превалируют товары продовольственного характера. В ближайшей перспективе «Седьмой Континент» планирует продолжить региональную экспансию своих гипермаркетов. Приоритетными являются регионы с минимальным присутствием гипермаркетов конкурентов.

Мосмарт

Сеть развивает 4 формата: гипермаркет (6,5-18 тыс. кв.м), макси (4,5-5,5 тыс. кв.м), экспресс (1,5-2,5 тыс. кв.м), «Мосмартик» (80-400 кв.м).

Первый объект сети был открыт в Москве в 2003 г. В настоящий момент в сеть входят 30 магазинов, в т.ч. 4 гипермаркета и 20 магазинов «Мосмартик» в Москве и Московской области, 1 гипермаркет в Тюмени (франшиза), по одному магазину «Макси» и «Экспресс» – в Краснодаре, 1 магазин «Макси» в Санкт-Петербурге, 3 магазина «Экспресс» в Челябинской области, по одному магазину «Экспресс» в Ульяновске и Новокузнецке, а также 1 магазин «Макси» в Новокузнецке.

Карусель

Один из самых молодых, но очень динамичных игроков на рынке гипермаркетов. Является новым проектом основателей «Пятерочки». X5 Retail Group имеет колл-опцион на приобретение сети в 2008 году.

Первый гипермаркет сети открылся в 2004 г. По состоянию на середину 2007 г. Карусель оперирует 22 гипермаркетами, в т.ч. в Санкт-Петербурге (13 гипермаркетов), Ленинградской области (2 гипермаркета), Московской области (4 гипермаркета), Нижнем Новгороде (1 гипермаркет), Ижевске (1 гипермаркет), Волгограде (1 гипермаркет).

Metro AG (Metro Cash&Carry, Real)

Первые два магазина международной сети были открыты в Москве в 2001 г. Основные отличия магазинов от форматов конкурентов – обслуживание только юридических лиц и, как следствие, более высокий средний чек по сравнению с конкурентами. Компания ведет активную региональную экспансию, на сегодняшний день открыто уже 30 магазинов в 22 городах России.

С 2005 г. компания вышла на сегмент гипермаркетов со своей маркой Real. Пока гипермаркеты Real открыты лишь в Москве и Тольятти. В мае 2007 года еще один гипермаркет открылся в Санкт-Петербурге.

Гипермаркеты Real компания открывает в тех городах, где уже есть торговые центры Metro Cash & Carry или в близко расположенных городах. В 2005 г. ООО «Реал-Гипермаркет» и холдинг «Марта» договорились о содействии холдинга в развитии сети гипермаркетов Real в крупнейших городах России. Гипермаркеты Real стали якорными арендаторами в двух крупных торговых центрах «Парк Хаус», в строительство которых в Тольятти и Казани инвестирует холдинг «Марта» и ГК «Время».

Auchan

ООО «Ашан-Россия» – российский филиал транснациональной корпорации Auchan Groupe, работающей в 11 странах мира. По итогам 2005 г. мировая розничная сеть, принадлежащая Auchan Groupe, включала 365 гипермаркетов, 654 супермаркета в 6 странах. Оборот группы, включая налоги, достиг 41 млрд евро. На текущий момент одним из приоритетных направлений Auchan Groupe стали страны Восточной Европы, в т.ч. и Россия. К концу 2006 г. уже открыто 14 гипермаркетов в 4 регионах России.

В 2005 г. IKEA подписала соглашение с сетью «Ашан», в соответствии с которым «Ашан» будет якорным арендатором в пяти новых торговых комплексах «МЕГА», два из которых расположены в Санкт-Петербурге и по одному - в Москве, Нижнем Новгороде и Екатеринбурге.

За три года компании удалось сформировать репутацию «магазина низких цен», что было достигнуто за счет наличия в ассортименте значительной доли российских товаров, продающихся по очень низким ценам. Другим направлением работы группы в России является развитие формата супермаркета под брендом Atak.

5. Приложения

5.1. Консолидированная аудированная отчетность ООО «О'КЕЙ» за 2006 г., составленная в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).
5.2. Консолидированная аудированная отчетность ЗАО «ДОРИНДА» за 2006 г., составленная в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).
5.3. Консолидированная сводная отчетность ООО «О'КЕЙ» и ЗАО «ДОРИНДА» за 2006 г., составленная в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).

Консолидированный бухгалтерский баланс Группы О'Кей на 31 декабря 2006 г., в соответствии с МСФО, тыс. долларов США

	31 декабря 2006 г.	31 декабря 2005 г.
ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Основные средства	22 288	2 080
Незавершенное строительство	10 407	896
Нематериальные активы	356	175
Отложенные налоговые активы	373	3
Прочие внеоборотные активы	4 509	519
Всего внеоборотные активы	**37 933**	**3 673**
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Материальные запасы	58 488	23 224
Торговая и другая дебиторская задолженность	16 857	13 376
Выданные краткосрочные займы	18 723	11 486
Денежные средства и их эквиваленты	31 797	11 096
Всего оборотные активы	**125 865**	**59 182**
ИТОГО АКТИВЫ	**163 798**	**62 855**
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Долгосрочные обязательства		
Чистые активы, относимые на счет участников	38 988	23 572
Всего долгосрочные обязательства	**38 988**	**23 572**
Текущие обязательства		
Заимствования	494	-
Расчеты с поставщиками и другая кредиторская задолженность	122 692	37 923
Текущий налог на прибыль к уплате	1 602	1 360
Другие резервы предстоящих расходов и платежей	22	-
Всего текущие обязательства	**124 810**	**39 283**
ВСЕГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВ	**163 798**	**62 855**

Консолидированный отчет о прибылях и убытках Группы О'Кей за 2006 г. в соответствии с МСФО, тыс. долларов США

	2006	2005
Выручка	597 770	380 722
Себестоимость продаж	(488 589)	(318 433)
Валовая прибыль	**109 181**	**62 289**
Общие, административные и коммерческие расходы	(89 069)	(47 091)
Прочие операционные доходы и расходы	1 274	1 575
Операционная прибыль	**21 386**	**16 773**
Процентный доход	7	13
Курсовой расход	(3)	-
Прибыль до налогообложения	**21 390**	**16 786**
Налог на прибыль	(9 773)	(5 419)
Чистая прибыль	**11 617**	**11 367**

Консолидированный отчет о движении денежных средств Группы О'Кей за 2006 г., в соответствии с МСФО, тыс. долларов США

	2006	2005
ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК ОТ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		
Операционная прибыль (убыток)	21 390	16 786
Корректировки на:		
Износ и амортизационные отчисления	2 505	1 106
Процентный доход	(7)	(13)
Операционный денежный поток до учета изменений в оборотном капитале	**23 888**	**17 879**
Увеличение торговой и другой дебиторской задолженности	(7 065)	(4 358)
Увеличение запасов	(32 062)	(6 453)
Увеличение расчетов с поставщиками и другой кредиторской задолженности	78 686	14 354
Операционный денежный поток с учетом изменений в оборотном капитале	**63 447**	**21 422**
Процентные доходы	7	13
Налог на прибыль	(10 021)	(4 167)
Чистый денежный поток от основной деятельности	**53 433**	**17 268**
ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		
Приобретение основных средств	(35 117)	(3 560)
Доход от продажи основных средств	2	9
Выдача займов	(39 930)	(36 466)
Доход от погашения займов	33 956	28 667
Приобретение нематериальных активов	(188)	(210)
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности	**(41 277)**	**(11 560)**
ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬСНОСТИ		
Вклады акционеров	6 028	1 331
Поступления заемных средств	478	-
Чистый денежный поток от финансовой деятельности	6 506	1 331
Эффект от изменения валютного курса	2 039	508
Чистое увеличение денежных средств и их эквивалентов	20 701	7 547
Денежные средства и их эквиваленты на начало года	11 096	3 549
Денежные средства и их эквиваленты на конец года	**31 797**	**11 096**

Консолидированный бухгалтерский баланс Группы Доринда на 31 декабря 2006 г., в соответствии с МСФО, тыс. долларов США

	31 декабря 2006 г.	31 декабря 2005 г.
ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Инвестиционная собственность	511 191	313 893
Основные средства	15 007	11 410
Незавершенное производство	37 891	40 376
Нематериальные активы	24	11
Долгосрочные займы выданные	3 698	864
Отложенные налоговые активы	-	1 082
Прочие внеоборотные активы	125 115	71 233
Итого внеоборотные активы	**692 926**	**438 869**
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Запасы	225	10
Дебиторская задолженность	39 446	21 487
Краткосрочные займы выданные	3 204	1 369
Денежные средства	17 866	93
Итого оборотные активы	**60 741**	**22 959**
ИТОГО АКТИВЫ	**753 667**	**461 828**
КАПИТАЛ		
Уставный капитал	2	2
Добавочный капитал	84 542	79 922
Нераспределенная прибыль	130 674	113 494
Курсовая разница	16 626	(2 044)
Итого капитал	**231 844**	**191 374**
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Долгосрочные обязательства		
Долгосрочные кредиты и займы	377 420	169 812
Отложенные налоговые обязательства	49 319	36 918
Отложенный налоговый доход	338	494
Обязательства по лизинговым платежам	1 661	2 258
Итого долгосрочные обязательства	**428 738**	**209 482**
Краткосрочные обязательства		
Краткосрочные кредиты и займы	59 740	40 462
Кредиторская задолженность	33 143	20 324
Отложенный налоговый доход	202	186
Итого краткосрочные обязательства	**93 085**	**60 972**
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	**521 823**	**270 454**
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА И КАПИТАЛ	**753 667**	**461 828**

Консолидированный отчет о прибылях и убытках Группы Доринда за 2006 г. в соответствии с МСФО, тыс. долларов США

	2006	2005
Выручка	53 537	28 532
Себестоимость продаж	(17 182)	(7 358)
Валовая прибыль	**36 355**	**21 174**
Прибыль от переоценки инвестиционной собственности	41 172	103 274
Общие, административные и коммерческие расходы	(12 122)	(4 857)
Прочие операционные доходы и расходы	**(1 290)**	**(2 360)**
Операционная прибыль	**64 115**	**117 231**
Процентный доход	316	109
Финансовые расходы	(28 712)	(11 708)
Курсовые разницы	22 663	(3 692)
Прибыль до налогообложения	**58 382**	**101 940**
Налог на прибыль	(18 193)	(24 991)
Чистая прибыль	**40 189**	**76 949**

Консолидированный отчет о движении денежных средств Группы Доринда за 2006 г., в соответствии с МСФО, тыс. долларов США

	2006	2005
ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК ОТ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		
Операционная прибыль (убыток) до налогообложения	58 382	101 940
Корректировки на:		
Износ и амортизационные отчисления	5 765	3 424
Убыток от выбытия основных средств и инвестиционной собственности	160	2 200
Прибыль от переоценки инвестиционной собственности	(41 172)	(103 274)
Убыток от списания сомнительных долгов	539	42
Процентные доходы	(316)	(109)
Лизинговые платежи (процентная часть)	133	152
Процентные расходы	27 953	11 097
Прочие процентные расходы	626	459
Убыток от курсовых разниц	(22 613)	5 665
Денежный поток от операционной деятельности до изменений оборотного капитала	**29 457**	**21 596**
Уменьшение/(увеличение) дебиторской задолженности	(11 480)	(13 318)
Уменьшение/(увеличение) запасов	(208)	(7)
Уменьшение/(увеличение) кредиторской задолженности	4 336	(2 716)
Уменьшение/(увеличение) задолженности перед бюджетом	(196)	503
Денежный поток от операционной деятельности	**21 909**	**6 058**
Проценты уплаченные за вычетом процентов полученных	(40 655)	(14 593)
Налог на прибыль уплаченный	(8 687)	(945)
Чистый денежный поток от операционной деятельности	**(27 433)**	**(9 480)**
ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		
Приобретение основных средств	(219 422)	(114 096)
Приобретение НМА	(11)	(10)
Поступления от продажи основных средств и инвестиционной собственности	39 031	309
Займы выданные за вычетом погашенных	(6 566)	(1 401)
Поступления по кредитам и займам	2 824	247
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности	**(184 144)**	**(114 951)**
ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		
Прочие поступления вкладов в капитал от акционеров	888	925
Поступления займов	349 400	155 402
Погашения займов	(120 241)	(32 446)
Лизинговые платежи	(1 246)	(2 256)
Чистый денежный поток от финансовой деятельности	**228 801**	**121 625**
Эффект от изменения курсов валют	549	(59)

Чистое увеличение остатка денежных средств	17 224	(2 806)
Остаток денежных средств на начало года	93	2 958
Остаток денежных средств на конец года	**17 866**	**93**

Консолидированный бухгалтерский баланс О'Кей и Доринда на 31 декабря 2006 г., в соответствии с МСФО, тыс. долларов США

	Примечание	31 декабря 2006 г.	31 декабря 2005 г.
ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Основные средства		548 338	327 383
Незавершенное строительство		48 298	41 272
Гудвилл		-	-
Прочие нематериальные активы		380	187
Долгосрочные займы выданные		3 698	864
Отложенный налоговый актив		373	1 085
Прочие внеоборотные активы		129 624	71 750
Всего внеоборотные активы		**730 711**	**442 541**
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы		58 710	23 235
Дебиторская задолженность		41 510	34 834
Краткосрочные займы выданные		2 710	1 369
Денежные средства и их эквиваленты		49 663	11 189
Всего оборотные активы		**152 593**	**70 626**
ИТОГО АКТИВЫ		**883 304**	**513 167**
АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ			
Уставный капитал		40	3
Добавочный капитал		91 942	86 194
Нераспределенная прибыль		159 878	131 269
Курсовые разницы		18 821	-2 520
Капитал, находящийся в распоряжении акционеров		270 681	214 946
Доля миноритариев		-119	-
Всего капитал		**270 562**	**214 946**
ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты		377 420	169 812
Отложенные налоговые обязательства		49 319	36 918
Отложенные доходы		338	494
Прочие долгосрочные обязательства		1 661	2 258
Всего долгосрочные обязательства		**428 738**	**209 482**
КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Кредиты и займы		41 017	28 976
Кредиторская задолженность		141 042	58 218
Текущий налог на прибыль		1 602	1 360
Прочие резервы по обязательствам		22	-
Отложенные доходы		202	186
Всего краткосрочные обязательства		**183 885**	**88 739**
ВСЕГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		**612 623**	**298 222**
ИТОГО АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		**883 185**	**513 167**

Консолидированный отчет о прибылях и убытках О'Кей и Доринда за 2006 г. в соответствии с МСФО, тыс. долларов США

	Примечание	2006	2005
Выручка от продаж		612 355	385 332
Себестоимость продаж		(505 771)	(325 791)
Валовая прибыль		**106 584**	**59 541**
Прибыль (убыток) от переоценки инвестиционный собственности		41 172	103 274
Общие, административные и коммерческие расходы		(62 235)	(28 026)
Прочие операционные доходы и расходы		(171)	(785)
Операционная прибыль		**44 178**	**30 730**
Проценты к получению		323	122
Проценты к уплате		(28 712)	(11 708)
Курсовые разницы		22 660	(3 692)
Прибыль до налогообложения		**79 622**	**118 725**
Налог на прибыль		(27 966)	(30 410)
Чистая прибыль		**51 655**	**88 316**