



**ОБЛИГАЦИОННЫЙ ЗАЕМ
ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА»
4 000 000 000 рублей**

Информационный меморандум

Организатор выпуска



Февраль 2007 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

О ПОРЯДКЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ	3
1. ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ	5
2. КРАТКИЙ ПОРТРЕТ ЭМИТЕНТА	7
3. ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ О КОМПАНИИ	9
ИСТОРИЯ ОБРАЗОВАНИЯ	9
СОБЫТИЯ ПОСЛЕ РАЗМЕЩЕНИЯ 2-ГО ВЫПУСКА ОБЛИГАЦИЙ.	9
КОРПОРАТИВНАЯ СТРУКТУРА	10
МЕНЕДЖМЕНТ КОМПАНИИ	12
4. КРАТКИЙ ОБЗОР РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ	13
5. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА ТД «КОПЕЙКА»	16
ТОРГОВЫЙ ФОРМАТ	16
ЧИСЛЕННОСТЬ И ГЕОГРАФИЯ СЕТИ	17
ПРОГРАММА ФРАНЧАЙЗИНГА	20
6. СИСТЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ	21
ТОВАРНЫЙ РЯД И ПРОГРАММА ЗАКУПОК	21
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА	22
РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ	22
СИСТЕМА ЛОГИСТИКИ	23
НЕДВИЖИМОСТЬ	24
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	26
7. ОБЗОР ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОМПАНИИ	27
8. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	33
9. ПРИЛОЖЕНИЯ	34
БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «КОПЕЙКА»	34
БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА»	39
БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ООО «КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ»	43

О порядке использования информации

Настоящий меморандум носит исключительно информационный характер и не является документом или частью пакета документов, подлежащих предоставлению в регистрирующие или иные государственные органы Российской Федерации или какого-либо иностранного государства в связи с регистрацией ценных бумаг, упомянутых в данном документе. При ознакомлении с данным меморандумом каждому потенциальному инвестору рекомендуется самостоятельно ознакомиться с Проспектом ценных бумаг, Решением о выпуске и другими официальными документами.

Данный меморандум не может рассматриваться в качестве средства побуждения к действиям любого характера с ценными бумагами Эмитента или компаний, которые упомянуты в настоящем документе. Основной целью Информационного меморандума является предоставление потенциальным инвесторам дополнительной информации об Эмитенте облигаций, Поручителях и других участниках размещения, сверх нормативного объема, предусмотренного российским законодательством.

Ни одно лицо не уполномочено предоставлять в связи с размещением облигаций какую-либо информацию или делать какие-либо иные заявления, за исключением информации и заявлений, содержащихся в Проспекте ценных бумаг, Решении о выпуске и Информационном меморандуме. Если такая информация была предоставлена или такое заявление было сделано, то на них не следует опираться как на информацию или заявления, санкционированные Эмитентом или Организатором финансирования.

Эмитент принимает на себя ответственность за информацию, содержащуюся в Информационном меморандуме, и подтверждает, что эта информация является правдивой и точной во всех существенных фактах и не вводит в заблуждение. Мнения и намерения Эмитента, выраженные в настоящем документе, являются добросовестными мнениями и намерениями Эмитента.

Ни одна из российских или иностранных национальных, региональных или местных комиссий по рынку ценных бумаг или какой-либо иной орган, регулирующий порядок совершения операций с ценными бумагами, не давал никаких специальных рекомендаций по поводу приобретения облигаций. Кроме того, вышеуказанные органы не рассматривали настоящий документ, не подтверждали и не определяли его адекватность или точность.

Эмитент принимает на себя ответственность только за правильное воспроизведение представленной им вышеуказанной информации, не принимает на себя иных обязательств, не делает никаких иных заявлений и не предоставляет иных гарантий относительно такой информации. Ни Эмитент, ни другие участники сделки не принимают на себя никаких обязательств по обновлению данных, мнений и выводов, содержащихся в настоящем меморандуме после даты его опубликования.

Заявления, относящиеся к Поручителям и Организатору, опираются на информацию, предоставленную ими Эмитенту, исключительно для использования в настоящем документе. Ни вручение Информационного меморандума, ни размещение облигаций ни при каких обстоятельствах не подразумевают отсутствия возможности неблагоприятных изменений в состоянии дел Эмитента после даты Информационного меморандума, либо после даты внесения последних изменений и/или дополнений в Информационный меморандум, равно как и то, что любая информация, предоставленная в связи с размещением облигаций, является верной на какую-либо дату, следующую за датой предоставления такой информации или за датой, указанной в документах, содержащих такую информацию, если эта дата отличается от даты предоставления информации.

В связи с тем, что вложения в ценные бумаги российских компаний сопряжены с риском, при принятии инвестиционного решения мы рекомендуем инвесторам самостоятельно определять для

себя значимость информации, содержащейся в настоящем Информационном меморандуме, и при рассмотрении возможности приобретения облигаций опираться на исследования и иные проверки, которые могут быть сочтены необходимыми. Организаторы не принимали и не принимают на себя обязательств по изучению положения дел и финансового состояния Эмитента в течение срока действия договоренностей, предусмотренных Информационным меморандумом, и не обязуются консультировать кого-либо из инвесторов или потенциальных инвесторов в облигации относительно изложенной информации.

1. Инвестиционное предложение

Вниманию инвесторов предлагаются облигации Открытого акционерного общества «Торговый Дом «КОПЕЙКА» (ранее и далее – Эмитент, Компания) – головной компании одной из крупнейших торговых розничных сетей в России.

Объем размещаемого облигационного займа составляет 4 000 млн руб., срок обращения выпуска – 5 лет. Ставка купона на срок до погашения облигаций будет установлена в ходе конкурса при размещении. Условиями выпуска предусмотрено приобретение Эмитентом облигаций по требованию их владельцев через три года после размещения по номинальной стоимости.

Предприятия группы «КОПЕЙКА» – ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА» и ООО «КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ» – предоставляют обеспечение по выпуску облигаций ООО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» в форме поручительства в общем размере 4 000 млн руб. плюс совокупный купонный доход. Каждый из поручителей несет солидарную с Эмитентом ответственность за исполнение обязательств по облигациям в пределах размера предоставленного обеспечения:

ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА» 2 000 млн руб.,

ООО «КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ» 2 000 млн руб.

Указанные суммы распространяются на обязательства по основной сумме долга по облигациям. Размер обеспечения, предоставленного каждым из Поручителей, увеличивается также на соответствующую долю купонного дохода по облигациям выпуска.

Около 70% средств, полученных от размещения данного выпуска облигаций, планируется направить на рефинансирование имеющихся кредитных обязательств Компании, другие 30% – на финансирование дальнейшего развития торговой сети «КОПЕЙКА».

Таблица 1. Основные условия выпуска облигаций

Эмитент	ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА»
Поручители по займу	ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА», ООО «КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ»
Форма выпуска	Неконвертируемые документарные процентные облигации на предъявителя с обязательным централизованным хранением
Серия	03
Государственный регистрационный номер выпуска	4-03-55165-Е от 18.05.2006
Номинальный объем выпуска	4 000 000 000 (Четыре миллиарда) рублей
Номинал одной облигации	1 000 (Одна тысяча) рублей
Срок обращения	5 лет (1 820 дней)
Купонный период	3 месяца (91 день)
Количество купонов	20
Ставка купона	Ставка 1-го купона определяется по итогам конкурса в день начала размещения выпуска; ставка 2-го – 20-го купонов равна ставке 1-го;
Приобретение облигаций по требованию владельцев с	Не предусмотрено

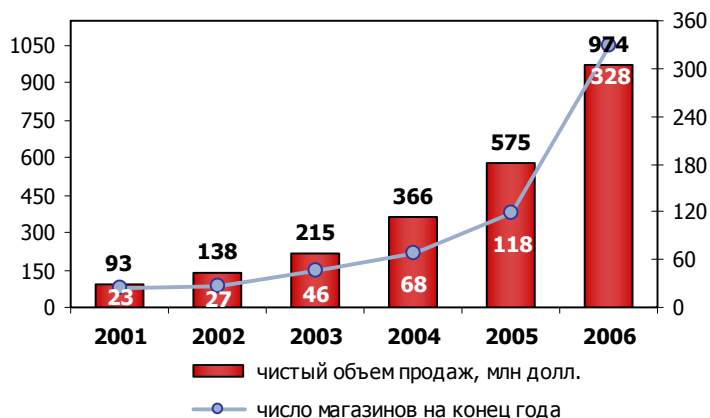
возможностью дальнейшего обращения (оферта)	
Способ размещения	Открытая подписка на ЗАО «Фондовая биржа ММВБ», конкурс по ставке купона
Цена размещения	100% от номинала
Обращение	ЗАО «Фондовая биржа ММВБ», внебиржевое
Депозитарий	Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр»
Организатор выпуска	Финансовая корпорация «УРАЛСИБ»
Андеррайтер (продавец при размещении)	ООО «УРАЛСИБ Кэпитал»
Платежный агент	ОАО «УРАЛСИБ»

2. Краткий портрет эмитента

БИЗНЕС ГРУППЫ

Торговый дом «КОПЕЙКА» – один из крупнейших операторов розничной торговли на российском рынке. Согласно объявленным компаниями сектора предварительным результатам 2006 г., по объему продаж «КОПЕЙКА» занимает 7-е место среди компаний розничной торговли в России и 4-е место среди торговых сетей формата «дискаунтер». В 2006 г. чистый оборот сети составил, по предварительным данным, 974 млн. долл. (667 млн. долл. за 9 месяцев).

График 1. Динамика численности сети и чистого объема продаж*



* Данные по объему продаж за 2006 г. носят предварительный характер и могут быть скорректированы в ходе подготовки годовой отчетности.

По состоянию на 01.01.2007 г. торговая сеть «КОПЕЙКА» насчитывает 328 магазинов, из них 276 – собственные, 52 действуют в рамках программы франчайзинга.

Основой сети являются универсамы в формате «дискаунтер» (ассортимент около 2,2 тыс. наименований, соотношение продовольственных и непродовольственных товаров 90/10, средняя общая площадь 940 кв. м.), их число составляет 319 из 328, в 2006 г они обеспечили 88,5% совокупного оборота.

В сеть Компании также входит 9 магазинов формата «супер-дискаунтер» (ассортимент до 8,5 тыс. наименований, доля продовольственных товаров 88%, средняя общая площадь 4 800 кв.м.).

Миссия компании - стать лидером на рынке продовольственной розницы России, предлагая качественные продукты на выгодных условиях в удобных магазинах. Удельные продажи на 1 кв.м. торговой площади в универсамах, вышедших на проектную мощность, составляют в Москве USD 12,5 тыс./год, в Московской области USD 10 тыс./год. Средняя сумма чека в магазинах «КОПЕЙКА» формата «дискаунтер» – около 228 руб. (USD 8,6).

Реализация стратегии ценового лидера осуществляется благодаря:

- ✦ низкозатратной системе логистики;
- ✦ сфокусированному и эффективному (с точки зрения рентабельности продаж) товарному ряду;
- ✦ присутствию в ассортименте Компании собственных брендов.

В настоящее время операции сети распространяются на 26 регионов России (Центрального и Приволжского федеральных округов), на территории которых проживает 34% населения РФ и формируется 44% оборота розничной торговли продовольственными товарами. Наибольшая часть – 120 из 328 или 37% – магазинов сети расположена в Москве, 58 магазинов действуют в Московской области, 65 – в близлежащих областях, 34 – в Нижегородской области, 25 – в Самарской области, 26 – в остальных регионах Центральной части России. План развития Компании в 2007 г. предполагает активную экспансию в уже существующих регионах присутствия.

СТРУКТУРА КОМПАНИИ

Юридически Компания представляет собой холдинговую структуру во главе с ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» – управляющей компанией холдинга, которой принадлежат 100% долей всех прочих предприятий группы.

По состоянию на 1 февраля 2007 г. 50% акций ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» принадлежат фонду прямых инвестиций ФК «УРАЛСИБ», другие 50% передано менеджерами-основателями Компании в собственность оффшорных компаний, в рамках исполнения сделки по продаже этой доли структурам ФК «УРАЛСИБ».

Предыдущие собственники компании Сергей Ломакин и Артем Хачатрян планируют продолжить работу в качестве топ-менеджеров.

В качестве основных операционных подразделений в структуре Компании на сегодня можно выделить: ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА», ООО «КОПЕЙКА-М.О.», ООО «КОПЕЙКА-ВОРОНЕЖ», ООО «Торговая Фирма «Самара-продукт» (управление розничным бизнесом в Москве, Московской области, Воронежской и Самарской областях), ООО «КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ» (владение и управление объектами недвижимости). Для развития розничного бизнеса в регионах начиная с 2005 г. всего создано 12 компаний - региональных операторов магазинов.

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Начиная с 2002 г. Компания подготавливает консолидированную финансовую отчетность по МСФО. С 2003 г. аудитором ТД «КОПЕЙКА» является компания Ernst&Young.

Основные характеристики финансового состояния Компании:

- ✦ стремительный рост объема продаж (на протяжении последних пяти лет средний темп прироста 60% в год);
- ✦ высокий уровень рентабельности в 2004-2005 гг., но снижение рентабельности в 2006 г. (от 6,1% нормы EBITDA в 2005 г. до 4,1% по итогам 9 мес. 2006 г.). Существенная часть снижения обусловлена высокими темпами роста сети (увеличением количества магазинов, находящихся в стадии реконструкции и оснащения оборудованием);
- ✦ отсутствие долговой нагрузки вплоть до 2004 г., но значительное увеличение долговой нагрузки за 2006 г. в результате реализации стратегии ускоренного развития сети в регионах.

Объем долга Компании на начало IV квартала 2006 г. – 6,5 млрд. руб., 5,2 млрд. руб. из которого приходится на облигационные займы.

Таблица 2. Основные финансовые показатели ТД «КОПЕЙКА»*, млн руб.

Показатель	2002	2003	2004	2005	9м2006
Объем продаж	4 371	6 590	10 541	16 260	18 273
Темпы роста	55,4%	50,8%	60,0%	54,3%	65,2%
EBITDA	273	376	757	992	750
Норма EBITDA	6,2%	5,7%	7,2%	6,1%	4,1%
Собственный капитал	2 812	3 878	4 061	4 064	4 095
Долг (кредиты и займы)	256	-	1 411	3 232	6 547
Собственный капитал / Долг	10,98	-	2,88	1,26	0,63
Долг / EBITDA	0,94	-	1,86	3,26	6,55
EBITDA / Проценты к уплате	33,14	198	13,89	4,03	2,25

* Данные сводной отчетности. В 2002 гг. и 2003-2006 гг. использовались различные принципы подготовки отчетности, исключающие возможность ее прямого сопоставления. Отчетность за 9 месяцев 2006 г. не аудирована.

3. Основные факты о Компании

ИСТОРИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

История «КОПЕЙКИ» берет начало в 1993 г. Компания была основана тремя предпринимателями (Александром Самоновым, Сергеем Ломакиным и Артемом Хачатряном) как оптовый поставщик импортных продуктов питания местным дистрибьюторам. В 1997 г., когда рынок оптовых продаж в России подошел к стадии насыщения, бизнес было решено диверсифицировать – Компания вышла в сегмент розничных продаж и открыла первый в России магазин в формате Дискаунтер.

Первый «Экономный универсам» был открыт в мае 1998 г. Компания разработала оригинальную концепцию универсального магазина – без излишеств и с функциональной планировкой, позволяющей потребителю быстро и эффективно совершать покупки по минимальным ценам. Формат Дискаунтер «КОПЕЙКИ» предполагает магазин площадью 800 – 1 200 кв м и ассортиментом около 2,2 тыс. наименований. В отличие от «жестких» дискаунтеров, покупателям здесь предлагается полный продуктовый ряд, ассортимент включает как общенациональные бренды, так и товары торговых марок, принадлежащих самой Компании.

В 2001 г. под маркой «Копейка-Супер» Компания запустила новый формат универсального магазина – Супер-Дискаунтер. «Копейка-Супер» – это магазин площадью 2 000 – 3 500 кв м и ассортиментом около 7 тыс. наименований, до 20% из которых приходится на непродовольственные товары. В отличие от стандартного Дискаунтера, данный формат предполагает наличие полноценного мясного и деликатесного отделов, а также предложение широкого спектра непродовольственных товаров – от косметики и бытовой химии до одежды и обуви.

В том же 2001 г. «КОПЕЙКА» разработала и запустила франчайзинговую программу. В рамках программы Компания обеспечивает приобретателя франшизы набором корпоративных стандартов (планировка, оборудование, система организации торговли и сервиса), торговой маркой «КОПЕЙКА» и снабжает товарной линейкой, аналогичной представленной в собственных магазинах.

В середине 2002 г. контрольный пакет акций Компании (50,5%) был приобретен Нефтяной компанией «ЮКОС» – «ЮКОС-М», планировавшей развитие сети мини-маркетов на базе собственных автозаправочных станций, был заинтересован в приобретении технологий розничных продаж и профессиональной команды менеджмента. Однако данный проект не был реализован, и в конце 2003 г., в результате пересмотра корпоративной стратегии, нефтяная компания приняла решение о продаже доли в «КОПЕЙКЕ» как непрофильного актива. Покупателями пакета стали фонд прямых инвестиций под управлением Финансовой корпорации «УРАЛСИБ» (в то время – Финансовая корпорация «НИКойл») (50%) и акционеры - основатели Компании (0,5%).

СОБЫТИЯ ПОСЛЕ РАЗМЕЩЕНИЯ 2-ГО ВЫПУСКА ОБЛИГАЦИЙ.

22 февраля 2006 г. ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» был успешно размещен второй облигационный заем объемом 4,0 млрд. руб. В ходе конкурса при размещении было подано 76 заявок общим объемом 4,7 млн. рублей, всего было удовлетворено 66 заявок.

28 февраля 2006 г. Торговый Дом «КОПЕЙКА» принял в управление 48 магазинов и распределительный центр, работающие под вывеской «Эконта» в Нижнем Новгороде и прилегающих областях. Указанные активы были приобретены иностранным инвестиционным фондом у компании Millhouse Capital.

30 марта 2006г. ООО «Копейка-Девелопмент», дочерняя компания ОАО «Торговый дом «Копейка», погасила дебютный выпуск CLNs в размере US\$40.0 млн., размещенный полтора года назад совместными организаторами ФК «УРАЛСИБ» и МДМ-банк. Общий объем кредитного портфеля Группы компаний «Копейка» по итогам погашения составил 150 млн. долл.

4 апреля 2006 г. ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» приобрело 100% долей в ООО «Торговая Фирма «Самара-Продукт». 18 магазинов продовольственной сети расположены в Самаре, 2 в Новокуйбышевске, 1 в Чапаевске и 1 в Дмитровграде.

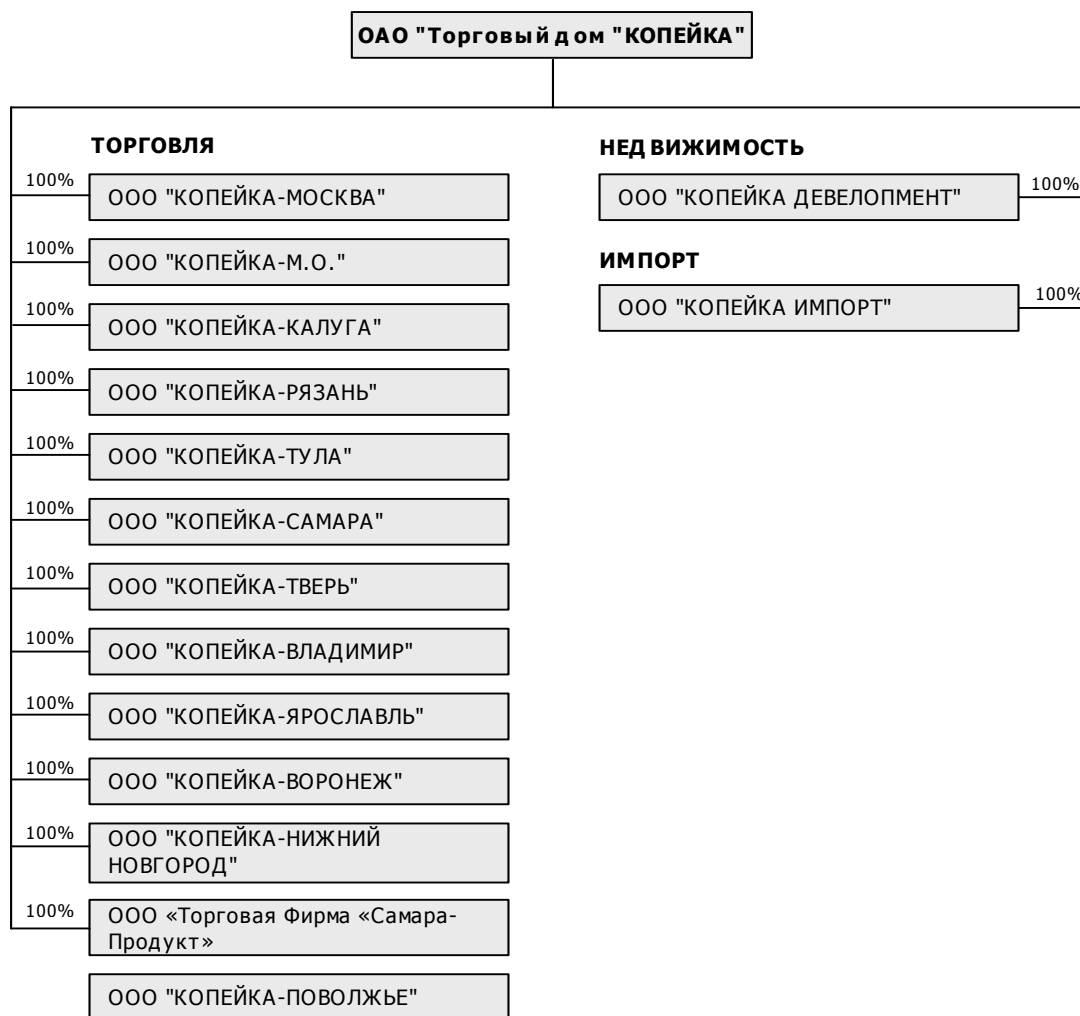
8 июня 2006 г. ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» сообщило о своих планах по проведению первоначального выпуска акций. Компания объявила о намерении своих акционеров разместить Глобальные депозитарные расписки (GDR) на Профессиональном рынке ценных бумаг Лондонской фондовой биржи до конца июля 2006г. в связи с выпуском обыкновенных акций и Глобальных депозитарных расписок.

27 июня 2006 г. ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» сообщило об отсрочке первоначального выпуска акций (IPO). Компания объявила о том, что запланированный первоначальный выпуск акций компании был отложен ввиду существующих рыночных условий.

КОРПОРАТИВНАЯ СТРУКТУРА

Юридически Компания представляет собой холдинговую структуру во главе с ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА». Все прочие предприятия группы полностью принадлежат головной компании, за исключением ООО «КОПЕЙКА-ПОВОЛЖЬЕ», которое находится под управлением на условиях франчайзинга.

Рисунок 1. Юридическая структура Компании



Источник: Компания

ОАО «ТД «КОПЕЙКА», является головной компанией холдинга, владеет 100% всех основных операционных подразделений Компании и отвечает за стратегическое планирование, общее управление активами и обязательствами холдинга.

Основными операционными подразделениями Компании на сегодняшний день являются:

ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА» - управляет торговой розничной сетью в Москве, насчитывающей 120 магазинов.

ООО «КОПЕЙКА-М.О.» - управляет розничным бизнесом Компании в Московской области, число магазинов в регионе составляет 58.

ООО «КОПЕЙКА-ВОРОНЕЖ» представляет Воронежский дивизион ТД «КОПЕЙКА», насчитывающий 18 магазинов.

ООО «Торговая Фирма «Самара-Продукт» представляет Самарский дивизион ТД «КОПЕЙКА» после приобретения ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» 100% долей компании 4 апреля 2006 г. Сегодня это - 26 универсамов, 19 из которых работают в Самаре и 7 – в близлежащих городах.

ООО «КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ» выступает прямым собственником либо арендатором недвижимости и оборудования, которые впоследствии сдаются в аренду (либо субаренду) операционной компании «КОПЕЙКА-МОСКВА».

В 2006 г. компания ООО «Совтранскарго», выступавшая собственником и арендатором автотранспортного парка в распоряжении Компании, оказывавшая транспортные услуги внутри торговой сети и осуществляющая доставку товаров от центров дистрибуции до центров продаж была присоединена к ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА».

МЕНЕДЖМЕНТ КОМПАНИИ

Сергей Солодов – Вице-президент ОАО «ТД «КОПЕЙКА». Родился в 1970 г. Окончил Московский автомобилестроительный институт. В должности вице-президента ОАО «ТД «КОПЕЙКА» с октября 2006 г., до этого занимал пост Председателя Совета директоров ОАО «ТД «КОПЕЙКА» (ноябрь 2005 г.), член Наблюдательного совета ОАО «БАНК УРАЛСИБ» (июль 2005 г.)

Ирина Петрищева - главный исполнительный директор ОАО «ТД «КОПЕЙКА». Год рождения 1965. В 2000 г. закончила Московскую Международную Высшую школу бизнеса (МИРБИС Институт), специальность менеджмент. В ОАО «ТД «КОПЕЙКА» с 2007 г. В период 2003-2007 гг. занимала ряд должностей в Главной исполнительной дирекции по финансовым инвестициям ОАО «БАНК УРАЛСИБ».

Александр Сидоренко – Исполнительный директор Финансовой дирекции ОАО «ТД «КОПЕЙКА» Родился в 1968 г. В 1999 г. окончил Всероссийский заочный финансово-экономический институт. Возглавляет Финансовый департамент с февраля 2007 г., до этого в 2005-2007 г. занимал ряд руководящих должностей в Управлении Контроллинга и Финансов ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА».

Сергей Ломакин – один из основателей Компании, генеральный директор ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА». Родился в 1973 г. В 1997 г. окончил Московский государственный горный университет, в 2003 г. завершил обучение по программе MBA Академии народного хозяйства при Правительстве РФ. До назначения на должность генерального директора (декабрь 2002 г.) возглавлял Департамент маркетинга компании «КОПЕЙКА-МОСКВА».

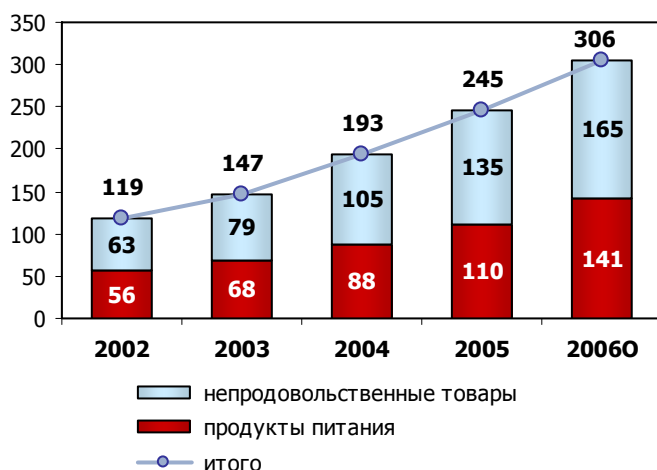
Артем Хачатрян – один из основателей Компании, директор департамента логистики ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА». Родился в 1975 г. В 1997 г. окончил Московский государственный горный университет. Возглавляет департамент логистики Компании с 1999 г., до этого занимал аналогичный пост в ЗАО «Кофейная торговая компания».

4. Краткий обзор рынка розничной торговли в России

На протяжении последних нескольких лет розничная торговля является одной из самых быстрорастущих отраслей экономики в России. Так, оборот российского рынка розничной торговли составил в 2006 г. порядка 306 млрд долл. Это примерно на 20% больше аналогичного показателя за 2005 г.

Согласно оценкам участников рынка, в ближайшие пять лет темпы роста отрасли сохранятся на высоком уровне – 13-16% в год. Оборот российского рынка розничной торговли в 2009 г. прогнозируется РБК на уровне 458 млрд долл. (по среднеуспешному сценарию), что более чем в полтора раза превышает современный показатель.

Рисунок 2. Оборот розничной торговли в России в 2002-2006 гг., млрд долл.



Источник: Росстат, Компания

Таблица 3. Прогноз оборота розничной торговли в России в 2007-2009 гг., млрд долл.

	2006О	2007П	2008П	2009П
Минимальный	306	335	378	420
Средний		358	408	458
Максимальный		366	422	478

Источник: РБК

Региональная структура рынка розничной торговли в России остается весьма неоднородной. Так, безусловным лидером рынка, чья доля в совокупном обороте достигает 34%, является Центральный федеральный округ. Высокая степень урбанизации (25% всех городов России с численностью населения более 50 тыс. человек), относительно высокий уровень доходов населения (37% от совокупных доходов населения страны) и хорошо развитая инфраструктура региона делают Центральный федеральный округ наиболее привлекательным с точки зрения перспектив развития отрасли розничной торговли.

Соотношение неорганизованной и организованный торговли в последние годы имеет тенденцию к увеличению последней. По предварительным прогнозам в 2006 г. ее доля составила 80%. Согласно прогнозам экспертов, в дальнейшем эта тенденция продолжится.

Таблица 4. Соотношение объемов продаж организованной и неорганизованной торговли в России в 2000-2006 гг.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006Е
Организованная торговля	74%	75%	76%	76%	78%	79%	80%
Продажа на вещевых, смешанных и продовольственных рынках	26%	25%	24%	24%	22%	21%	20%

Источник: Росстат, Компания

Открытые рынки и уличные киоски по-прежнему очень популярны в регионах, однако в силу отсутствия гарантированного качества предлагаемых товаров и ограниченных финансовых возможностей для саморазвития данные формы торговли неизбежно уступят место современным форматам. И в первую очередь ожидать смещения целевой аудитории следует в сторону магазинов-дискаунтеров.

Несмотря на стабильный рост доходов населения в России, в абсолютном выражении средний месячный уровень доходов остается чрезвычайно низким (по прогнозным данным РБК, 10244 руб. на человека в 2006 г.). Даже при прогнозируемых темпах роста доходов населения на уровне 8-10% в год, к 2009 г. средний месячный доход на душу населения достигнет всего лишь 15634 руб.

Согласно экспертным оценкам, доля современных форматов (гипер- и супермаркетов, дискаунтеров) в структуре оборота розничного рынка в 2009 г. составит уже 33%, из них 15% придется на долю дискаунтеров. Магазины в формате Дискаунтер станут одной из основных форм организованной торговли.

Доля продуктов питания в структуре оборота розничной торговли достигла в 2006 г. 46%. Ожидается, что рост реальных располагаемых доходов населения приведет к незначительному сокращению доли продуктов питания в структуре оборота розничной торговли – с текущих 46% до 43% к 2009 г.

ТД «КОПЕЙКА» занимает 7-е место в списке крупнейших ритейлеров по результатам 2006 г. Среди дискаунтеров «КОПЕЙКА» занимает 4-е место, после X5, «Магнита» и «Дикси».

Таблица 5. Ведущие компании на розничном рынке РФ по обороту, млн. долл.

№	Компания	2004	2005	2006
1.	X5**	1 766	2 374	3 450
2.	Метро СС	1 110	1 815	2 950*
3.	Магнит	997	1 553	2 504
4.	Ашан	620	1 350	2 350*
5.	Дикси	420	860	1 086
6.	Седьмой континент	496	713	1 066
7.	Копейка	366	575	974
8.	Виктория	377	608	915*
9.	Лента	451	649	900*
10.	Рамстор	490	600	n/a

*Оценка, прогноз

**Данные по выручке для компании X5 за 2004-2005 г. получены путем сложения показателей выручки компаний «Перекресток» и «Пятерочка».

Источник: РБК, Компания

По данным проведенного исследования потребителей в ноябре-декабре 2006 компанией МАСМИ по 20-ти городам, где представлена «КОПЕЙКА»:

Наиболее часто покупки делаются в магазинах «КОПЕЙКА», «Магнит» и «Пятерочка». В среднем, покупки там производятся 2-3 раза в неделю (в «Копейке» 3 раза в неделю), в отличие от «Ашана» и «Метро», специфика которых предполагает более редкое посещение (в среднем менее 1 раза в неделю).

Основная аудитория покупателей «Копейки» - женщины (74% от числа респондентов), от 35-54 лет (52%), высшее/незаконченное высшее образование (43%), женаты/замужем (68%), семья из 3-х человек (36%), доходы на семью в месяц – 300-700 долл. (40%).

При оценке «Копейки» 35% опрошенных отметили в качестве одного из основных достоинств магазина его удобное расположение, а также ценовую политику сети (низкие цены, скидки, спецпредложения).

Была проведена сегментация потенциальных покупателей по факторам выбора магазинов (Сервис, качество, ассортимент, цены/скидки, ценники, кассы, близость к дому). Выделенные сегменты – целевая аудитория «Копейки» на сегодняшний день.

Таблица 6. Сегментация потенциальных покупателей ТД «КОПЕЙКА»

	Охотники за качеством	Требовательные	Экономные	Рациональные	Безразличные	Всего
Доля в общем числе	12%	35%	24%	14%	15%	100%
Социально - демографические характеристики						
Доля мужчин в сегменте	36%	25%	20%	27%	33%	27%
Средний возраст, лет	38,9	42,3	45,4	42,9	41,9	43,1
Доля людей с высшим образованием	60%	43%	35%	43%	41%	43%
Доля женатых/живущих гражданским браком	75%	74%	66%	66%	66%	70%
Доля семей с детьми	39%	39%	37%	34%	38%	38%
Средний размер семьи, чел.	3,05	3,10	2,95	3,01	3,02	3,03
Доля работающих	77%	74%	61%	60%	68%	69%
Средний месячный совокупный доход семьи, руб.	21 239	18 584	12 501	14 155	16 199	16 644

Источник: Компания

5. Описание бизнеса ТД «КОПЕЙКА»

Торговый дом «КОПЕЙКА» – один из крупнейших операторов розничной торговли на российском рынке. Согласно объявленным компаниями сектора предварительным результатам 2006 г., по объему продаж «КОПЕЙКА» занимает 7-е место среди компаний розничной торговли в России и 4-е место среди торговых сетей формата «дискаунтер». В 2006 г. чистый оборот сети составил, по предварительным данным, 974 млн. долл. (667 млн. долл. за 9 месяцев).

ТОРГОВЫЙ ФОРМАТ

Основной целевой аудиторией Компании являются семьи с низким и средним уровнем доходов (со средним доходом семьи от 300 до 700 долл.). Основные факторы выбора магазина для данной категории покупателей – низкий уровень цен и удобство местоположения.

Магазины сети «КОПЕЙКА» представлены в двух торговых форматах:

- стандартный Дискаунтер или «Экономный универсам» (ассортимент около 2,2 тыс. наименований, соотношение продовольственных и непродовольственных товаров 90/10, средняя общая площадь 940 кв. м.) и
- Супер-Дискаунтер, отличающийся более широким ассортиментом представленных товаров (ассортимент до 8,5 тыс. наименований, доля продовольственных товаров 88%, средняя общая площадь 4 800 кв.м.).

Таблица 7. Сравнительные характеристики торговых форматов сети «КОПЕЙКА»

Наименование показателя	Дискаунтер	Супер-Дискаунтер
Число магазинов (без франчайзинга)	276	9
Средняя общая площадь, кв м	943,9	4 793,8
Средняя торговая площадь, кв м	503,2	2 377,0
Зона охвата, кв. км и чел. (Расчет проводился по средней зоне влияния)	4,5 кв.км. 16 000 чел.	12,56 кв. км. 45 000 чел.
Число торговых позиций	2 500-3 500	5 000-8 500
Продовольственные / непродовольственные товары	90,4/9,6	88,6/11,4
Число кассовых аппаратов	1 524	148
Численность персонала	12 000	500
Число посетителей за день (всего)	470 695*	39 477*

*по данным за декабрь 2006 г

Источник: Компания

Универсамы формата Дискаунтер составляют основу сети и обеспечивают около 88% совокупного оборота.

Формат Супер-Дискаунтера (под маркой «Копейка-Супер») был запущен в 2001 г. Основная идея, лежащая в основе данного формата, – обеспечить присутствие Компании в больших жилых массивах, для которых формат стандартного Дискаунтера оказывается недостаточным. Помимо большей площади, Супер-Дискаунтер предполагает наличие более широкого ассортимента товаров, в том числе и непродовольственных – от косметики и бытовой химии до одежды и обуви.

В целях наиболее эффективного использования торговых площадей Компания разработала 3 стандартных типо-размера магазина формата Дискаунтер, применяемого в зависимости от прогнозируемой численности покупательского потока. Каждый такой типо-размер определяет

необходимую для удовлетворения покупателей торговую площадь, вся излишняя площадь магазина передается в аренду третьим сторонам (среди них – видео-прокаты, салоны мобильной связи, фото-лаборатории и др.).

Таблица 8. Стандартные типо-размеры магазинов формата Дискаунтер

Число посетителей за день	Торговая площадь, кв м	Марка
1 000 – 1 500	до 499	S
1 500 – 2 500	500 – 749	M
2 500 – 3 500	от 750	L

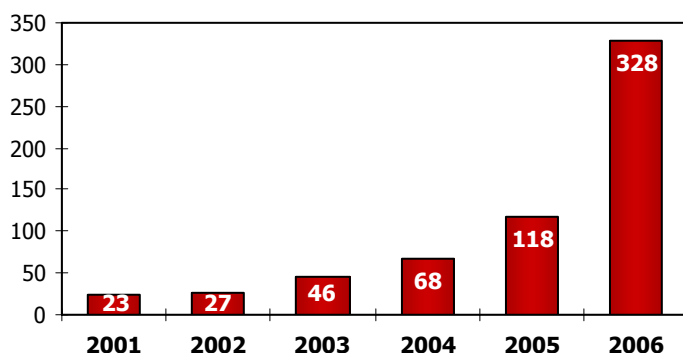
Источник: Компания

Все магазины сети «КОПЕЙКА» оборудованы и оформлены в соответствии со строгими корпоративными стандартами, оснащены современными системами вентиляции и освещения. Интерьер магазинов выполнен в красно-белой цветовой гамме.

ЧИСЛЕННОСТЬ И ГЕОГРАФИЯ СЕТИ

По состоянию на январь 2007 г. торговая сеть «КОПЕЙКИ» насчитывает 328 магазинов, из них 276 – собственные магазины, 52 действуют в рамках программы франчайзинга. В течение 2006 года число магазинов выросло на 178% (для сравнения, за 2005 год количество универсамов сети было увеличено на 73% с 68 до 118).

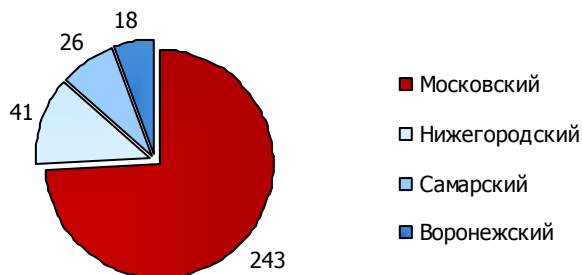
Рисунок 3. Динамика численности торговой сети «КОПЕЙКА»



Источник: Компания

В 2006 г. Компания перешла к дивизиональному построению системы управления розничным бизнесом. На сегодня, создано 4 дивизиона – Московский, Воронежский Нижегородский и Самарский.

Рисунок 4. Дивизиональная структура действующих универсамов ТД «КОПЕЙКА»



Источник: Компания

Флагманом является **Московский Дивизион**. По данным на 31 декабря 2006 года он насчитывает 243 универсама в Москве, Московской, Тверской, Ярославской, Рязанской, Тульской, Калужской, Смоленской, Брянской, Владимирской, Костромской, Орловской, Ивановской областях. Дивизион к началу 2007 года обслуживают 4 распределительных центра, еще 1 центр планируется открыть в течение года.

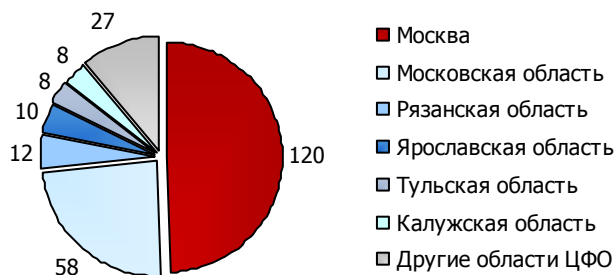
Нижегородский Дивизион создан в марте 2006 года путем создания ООО «КОПЕЙКА-Поволжье» на базе активов Группы компаний «Национальный Торговый Альянс» и на данный момент обслуживает 41 магазин. Операционная деятельность Дивизиона распространяется на Нижегородскую, Ивановскую, Костромскую области, Чувашию, Марий-Эл. Дивизион обслуживает распределительный центр «Федосеенко» расположенный в Воронеже.

Самарский Дивизион начал работу после приобретения ОАО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» 100% долей в ООО «Торговая Фирма «Самара-Продукт», 4 апреля 2006г. Сегодня это - 26 универсамов, 19 из которых работают в Самаре и 7 – в близлежащих городах. В начале осени уже реализован проект по вводу в эксплуатацию Распределительного Центра «Самара». В перспективе планируется открывать магазины не только в Самарской, но также в Ульяновской, Саратовской, Пензенской и Оренбургской областях.

Воронежский Дивизион развивает свою деятельность с середины 2006 г., когда были открыты первые собственные магазины в Воронежской области. По данным на декабрь 2006 г. в Воронежском Дивизионе работает 18 универсамов в Воронежской, Тульской, Курской, Белгородской, Липецкой, Орловской, Тамбовской областях. Дивизион обслуживает временный распределительный центр «Воронеж», открытие постоянного распределительного центра планируется в 2007 г.

Большая часть – 120 из 243 – магазинов Московского Дивизиона сосредоточена на сегодняшний день в Москве, 58 магазина действуют в Московской области, 12 – в Рязанской области, 10 – в Ярославской области, по 8 – в Тульской и Калужской областях, еще 27 – в остальных областях центральной части России.

Рисунок 5. Географическая структура универсамов Московского Дивизиона ТД «КОПЕЙКА»



Источник: Компания

Все универсамы «КОПЕЙКА» в Москве расположены в жилых массивах за пределами третьего транспортного кольца, в основном – в густо населенных «спальных» районах, большая часть магазинов находится в непосредственной близости от станций метро.

В процессе отбора торговых площадей Компания использует оригинальную методику для оценки местоположения нового магазина. Профиль каждого объекта определяется набором критериев, таких как:

- социально-демографическая ситуация в зоне охвата;
- характеристика прилегающего жилого массива;
- интенсивность транспортного движения и доступность мест для парковки;

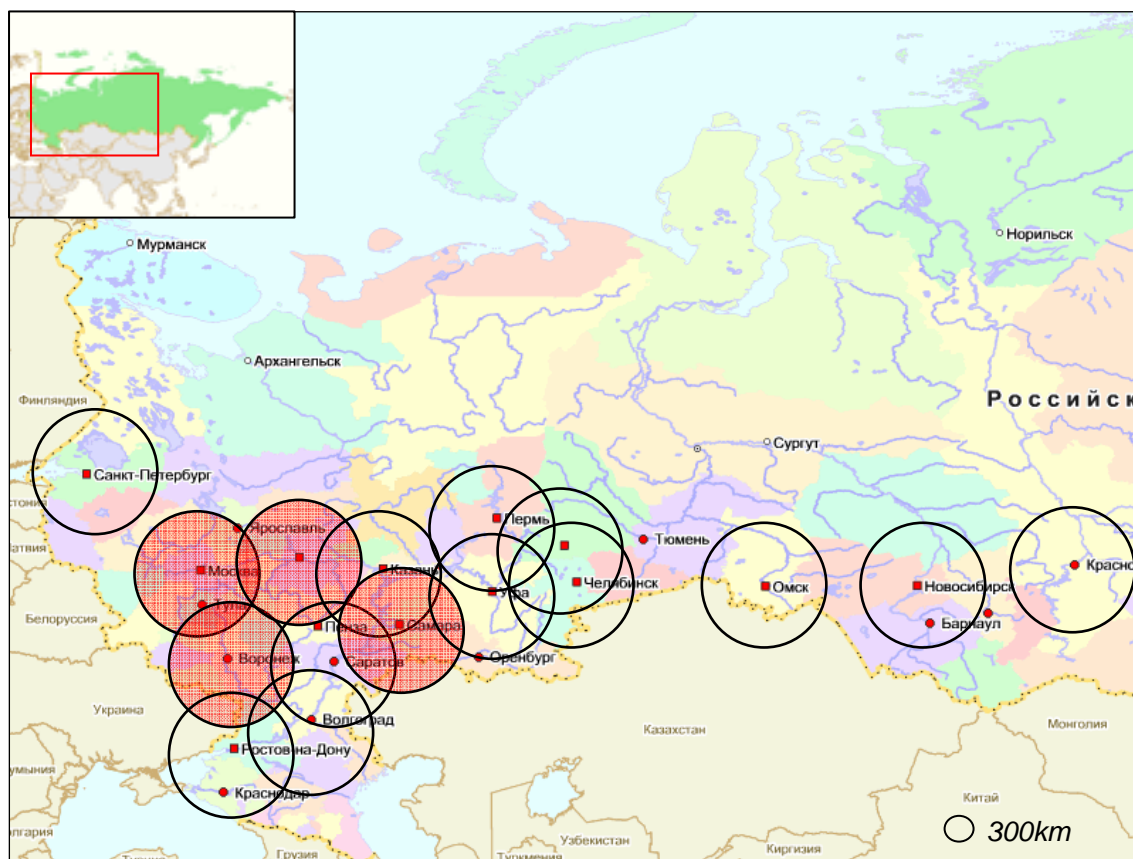
- локальная конкуренция (со стороны розничных сетей, рынков и традиционных продовольственных магазинов);
- планы и прогнозы по развитию района с точки зрения изменения коммерческой и жилой инфраструктуры.

На основе совокупности факторов прогнозируются число посетителей нового магазина, средняя сумма покупки, показатели удельных продаж и валовой рентабельности, рассчитываются показатели окупаемости открытия объекта.

План дальнейшего развития Компании предполагает активную региональную экспансию. Существующая система логистики ТД «КОПЕЙКА» обеспечивает возможность надежного снабжения торговой сети в радиусе до 300 км от действующих распределительных центров. На этом принципе основывается программа регионального развития Компании: так, в «первый круг» входят населенные пункты, расположенные на расстоянии до 300 км Москвы (Владимир, Калуга, Рязань, Тверь, Тула, Ярославль), – торговые точки в таких городах возможно обслуживать посредством уже существующих центров дистрибуции. Через некоторое время, когда торговая сеть в регионе набирает необходимую мощность, в нем организуется уже свой распределительный центр дистрибуции и по аналогичной схеме начинается освоение новых территорий.

В ближайшее время Компания планирует открывать по 2-3 региональных дивизиона в год. По оценкам Компании, выход каждого дивизиона на полную будет занимать 3-4 года.

Рисунок 6. Стратегические планы регионального развития ТД «КОПЕЙКА»



Источник: Компания

В настоящее время до 90% новых торговых объектов Компании приходится на регионы. Так, если за период с момента размещения второго облигационного займа, с февраля по декабрь 2006 г., число магазинов сети «КОПЕЙКА» в Москве увеличилось на 36 (с 84 до 120), то вне Москвы было открыто 174 новых магазинов – 36 в Московской области и 138 в регионах.

ПРОГРАММА ФРАНЧАЙЗИНГА

Первый франчайзинговый магазин сети «КОПЕЙКА» был открыт в 2001 г. По состоянию на январь 2007 г. в рамках программы франчайзинга действует 52 магазина.

Программа франчайзинга «КОПЕЙКИ» предполагает плотное сотрудничество между Компанией и приобретателем франшизы. Так, при покупке франшизы контрагент «КОПЕЙКИ» получает:

- продуктовый ряд и ценовую политику, аналогичные представленным в собственных магазинах сети;
- право на использование торговой марки «КОПЕЙКА»;
- набор стандартов и технологий, применяемых в собственных магазинах;
- доступ к единым информационным ресурсам;
- консультационные услуги;
- программу обучения персонала;
- маркетинговую поддержку.

Основной принцип, на который ориентируется франчайзинговая программа Компании: покупатель не должен заметить разницы между собственным магазином сети и франчайзинговым магазином. Во всех магазинах под брендом «КОПЕЙКА» действуют единые стандарты оформления, ценообразования и организации торговли.

Сотрудничество Компании с приобретателем франшизы осуществляется на основе заключаемого агентского договора. В соответствии с условиями договора, оборот магазина, действующего в рамках программы франчайзинга, включается в совокупный оборот Компании. Доход приобретателя франшизы определяется как фиксированное комиссионное вознаграждение (% от объема продаж).

6. Система организации торговли

ТОВАРНЫЙ РЯД И ПРОГРАММА ЗАКУПОК

Стандартная товарная линейка магазина «КОПЕЙКА» формата Дискаунтер насчитывает 2 200 позиций. Товарная линейка магазина формата «Супер-Дискаунтер» насчитывает порядка 7 500 позиций.

При общей численности товарной линейки, сопоставимой с конкурентами, ассортимент «КОПЕЙКИ» отличается большим числом представленных категорий товаров – линейка Компании более широкая, но в рамках каждой категории товаров представлено ограниченное число позиций.

Таблица 9. Ассортиментная политика розничных сетей - дискаунтеров

Компания	Число торговых позиций
Пятерочка	3 500
Магнит	3 000
Дикси	2 600
КОПЕЙКА	2 200
Lidl	1 100
ALDI	800

Источник: Мосвнешинформ, Management Ventures, Компания

Каждая позиция ассортимента Компании анализируется на предмет соответствия ряду стандартных требований, таких как узнаваемость марки, оборот, валовая маржа на место на полке и др. Состав товарной линейки пересматривается на ежемесячной основе с использованием системы SAP R/3.

Выбор поставщиков ТД «КОПЕЙКА» основывается на трех основных критериях, это – предлагаемые поставщиком система скидок, условия товарного кредитования и маркетинговая поддержка. Выступая в качестве основного контрагента по отношению ко многим поставщикам, Компания пользуется выгодными условиями товарного кредитования (с отсрочкой платежа до 45 дней) и развитой системой скидок. Придерживаясь стратегии ценового лидера, Компания отказывается от контрактных отношений с поставщиком в случае, если кто-то из прямых конкурентов получает у него лучшие ценовые условия.

На настоящий момент Компания сотрудничает с 700 поставщиками, доля каждого из которых в общем объеме поставок не превышает 6%.

Небрендовые товары (овощи и фрукты, хлеб и хлебобулочные изделия, крупы) закупаются Компанией на еженедельной основе посредством электронных торгов. По данной системе проходит в общей сложности до 15% совокупного объема поставок «КОПЕЙКИ».

Ключевым звеном ассортиментной политики Компании является продвижение недорогих и качественных товаров под собственными брендами. На настоящий момент Компании принадлежат торговые марки «Liberhaus» (товары для дома), «Ромашкино» (молочные продукты), «Hanse» (одежда), «It's Fun» (товары для отдыха), «Axil» (бытовая химия), «25% бесплатно», «Призма» (соки), «Рестория» (замороженные полуфабрикаты), «Номинал» (товары из разных товарных категорий по низким ценам), «Домашняя» (водка), «Haselhoff» (пиво). Доля собственных брендов в общей структуре продаж составила за 2006 г. 14%, а доля в валовой прибыли – 17%. В дальнейшем планируется рост данного показателя.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Ориентируясь на аудиторию с низким уровнем доходов, ТД «КОПЕЙКА» старается придерживаться стратегии ценового лидера.

Основные принципы ценовой политики Компании:

- «Каждый день низкие цены» – Компания стремится предложить покупателям базовые товары повседневного спроса по ценам не выше, чем у конкурентов;
- «Самые низкие цены» – Компания стремится выделить круг товаров, по которым потребители неосознанно делают вывод о ценовом уровне магазина, и назначить на них минимальные на рынке цены;
- «Локальное конкурентное ценообразование» – при наличии острой локальной конкуренции Компания может пойти на снижение цен в отдельно взятом магазине до минимального по сравнению с ближайшими конкурентами уровня.

Возможность реализации стратегии ценового лидера достигается Компанией благодаря:

- а). низкозатратной системе логистики;
- б). сфокусированному и эффективному (с точки зрения рентабельности продаж) товарному ряду;
- с). присутствию в ассортименте Компании собственных брендов.

РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ

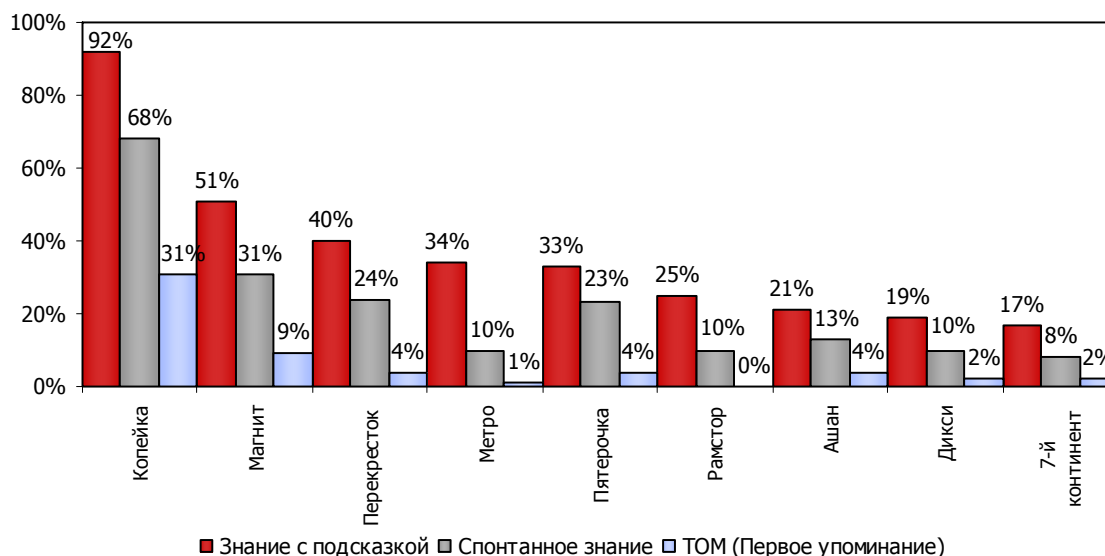
Основными инструментами маркетинговой политики Компании являются:

- ежедневные рекламные акции в отношении отдельных товаров (презентации, сэмплинг и т.д.);
- информационные кампании (реализуемые посредством СМИ и Direct mail), анонсирующие специальные предложения магазинов «КОПЕЙКА»;
- наружная и внутренняя реклама;
- BTL-мероприятия.

Маркетинговый бюджет составляется на основе результатов деятельности Компании и представляет собой фиксированный процент от продаж. Все рекламные акции по отношению к отдельным товарам финансируются за счет поставщиков.

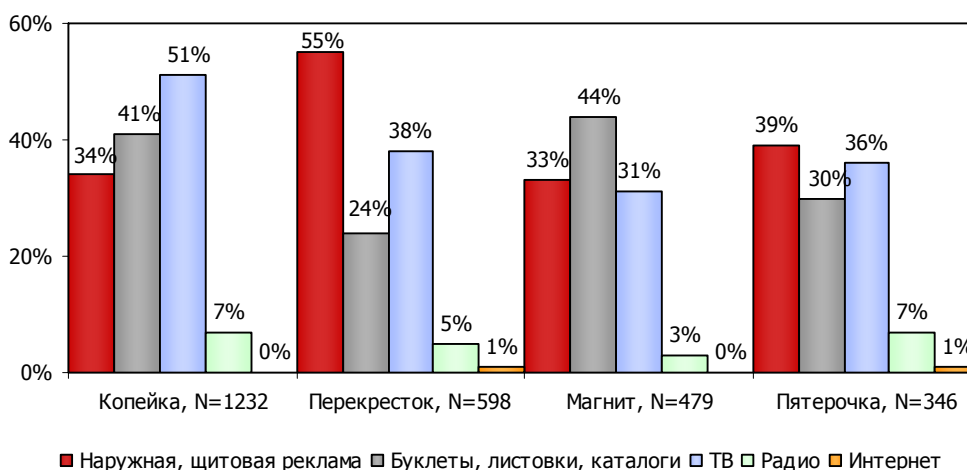
На протяжении последних лет рекламный бюджет Компании составлял в среднем 0,4-0,6 % объема продаж. В абсолютном выражении он увеличился с 2,2 млн долл. в 2003 г. до 7,2 млн долл. в 2006 г. Рост рекламного бюджета сделал возможным использование телевизионной рекламы, призванной повысить в частности региональную узнаваемость бренда «КОПЕЙКИ».

По данным проведенного исследования потребителей в ноябре-декабре 2006 компанией МАСМИ по 20-ти городам, где представлена «КОПЕЙКА» 1-е место по знанию бренда занимает Копейка, 2-е место занимает Магнит, а на 3-м месте – Перекресток.

Рисунок 7. Узнаваемость бренда «КОПЕЙКА» в 20 городах присутствия.

Источник: Компания

Первое место по знанию рекламы ритейлеров среди покупателей занимает «КОПЕЙКА». Половина из тех, кто видел рекламу универсамов «КОПЕЙКА», видели ее по телевизору.

Рисунок 8. Популярность мест размещения рекламы среди респондентов.

Подавляющее большинство респондентов смотрят телевизор каждый день, чаще всего «Первый канал», «Россию» и НТВ. Радио слушают реже (в среднем 3-4 дня в неделю). Лидеры по опросу – «Русское радио» и «Европа Плюс». Газеты и журналы читают 2-3 раза в неделю. В основном предпочитают «Комсомольскую правду», «Из рук в руки», «Аргументы и факты», «7 дней» и «Лизу».

СИСТЕМА ЛОГИСТИКИ

Система логистики Компании базируется на следующих принципах:

- основная часть товаров (до 95% всего ассортимента, за исключением ограниченного числа скоропортящихся продуктов) доставляются поставщиками в центры дистрибуции Компании, через которые уже осуществляется дальнейшее распределение продукции внутри торговой сети;

- доставка продукции от центров дистрибуции в магазины реализуется силами собственного автотранспортного парка Компании в строгом соответствии с графиком;
- процесс обработки заказов автоматизирован и осуществляется посредством единой информационной системы, объединяющей торговую сеть и центры дистрибуции и обеспечивающей возможность незамедлительного начала обработки заказа с момента его получения складом.

Действующая система логистики обеспечивает 95-97%-ную точность обработки заказов и их гарантированное исполнение в течение 24 часов.

Использование в логистической схеме центров дистрибуции позволяет оптимизировать использование торговых площадей Компании, обеспечивает контроль качества и необходимую предпродажную подготовку доставляемых товаров, а также облегчает процесс приемки товара в магазинах. В настоящее время в рамках сети «КОПЕЙКА» действуют три центра дистрибуции. Все они расположены на территории Московской области.

Таблица 10. Действующие центры дистрибуции Компании.

Дивизион, название	Площадь, кв м	Местоположение	Описание
МОСКОВСКИЙ			
РЦ "Ухтомский"	22 969	Московская область	Действующий РЦ (низко- и среднетемпературные режимы хранения)
РЦ "Видное"	25 651	Московская область	Действующий РЦ (стандартный режим хранения)
РЦ "Овощи-фрукты" (Амурская база)	3 800	Москва	Овощи-фрукты ("куст" обслуживания 1)
РЦ "Овощи-фрукты" (Бирюлёвская база)	2 200	Москва	Овощи-фрукты ("куст" обслуживания 2)
РЦ-2007	20 000		Планируемый к открытию в 2007 г.
НИЖЕГОРОДСКИЙ			
РЦ "Федосеенко"	27 521	г. Нижний Новгород	Действующий РЦ (со всеми температурными режимами)
ВОРОНЕЖСКИЙ			
РЦ "Воронеж" (временный)	2 008	г. Воронеж	Временный РЦ
РЦ "Воронеж" (постоянный)	8 021	г. Воронеж	Планируемый к открытию в 2007 г. (взамен временного)
САМАРСКИЙ			
РЦ "Самара"	7 927	г. Самара	Действующий РЦ (со всеми температурными режимами)
РЦ "Аврора"	1 481	г. Самара	Временный РЦ (до марта - апреля 2007 г.)

Источник: Компания

Транспортные услуги внутри сети (в том числе доставка товаров от центров дистрибуции до торговых точек) осуществляется с помощью собственного автопарка, который насчитывает в настоящее время 265 грузовых машин и 157 легковых автомобилей, автобусов и вспомогательных машин.

НЕДВИЖИМОСТЬ

По состоянию на январь 2007 г. собственная действующая сеть Компании, без учета франчайзинговых магазинов, насчитывает 276 магазинов, общая площадь которых согласно планам БТИ достигает 284 тыс. кв. м., из них торговая площадь составляет 153 тыс. кв. м.

Из действующих объектов 88 (40% совокупной общей и 36% торговой площади) находится в собственности Компании. Рыночная стоимость введенных в эксплуатацию и действующих универсамов, на которые зарегистрированы права собственности и которые числятся на балансах компаний Группы на 31.12.2006, составляет 173,5 млн. долл.

Еще 188 торговых объектов используются на правах аренды. Договора аренды заключаются на срок до 15 лет, средний срок до окончания действующих договоров – 8,2 года.

Таблица 11. Фонд торговых площадей в распоряжении Компании*

* Без учета франчайзинговых магазинов

	Число магазинов	Общая площадь, тыс. кв м	Торговая площадь, тыс. кв м
Действующие магазины	276	284	153
в собственности	88	116	55
аренда	188	168	99
Магазины на стадии ремонта и подготовки к открытию	103	81	48
в собственности	5	6	3
аренда	98	75	46
ИТОГО	379	365	202
в собственности	93	122	58
аренда	286	243	145

Источник: Компания

Согласно дальнейшим планам развития торговой сети и пополнения фонда недвижимости, соотношение объектов в собственности и арендуемой недвижимости запланировано на уровне 20 / 80.

Сегмент автономных объектов торговой недвижимости малой площади, в котором осуществляется подбор и приобретение объектов для размещения универсамов «Копейка», характеризуется следующими параметрами.

Таблица 12. Характеристика сегмента автономных объектов торговой недвижимости малой площади.

№	Наименование параметра	Значение параметра
1	Диапазон площадей объектов недвижимости	500-3000 кв. м
2	Тип здания	Нежилое, отдельно стоящее или встроенно-пристроенное
3	Вид права	Аренда или собственность

Источник: Компания

Развитие сегмента в 2006 г. характеризуется следующими фактами:

- Наибольший дефицит торговых помещений имеет место в Москве, и составляет по оценкам компании «Миэль-недвижимость» не менее 1,5 млн. кв. м при объемах строительства, не превышающих 100–120 тыс. кв. м в год. Рост стоимости объектов торговой недвижимости составил 19%. Это максимальное значение среди всех российских городов.
- Средняя стоимость торговой недвижимости в Москве по итогам 2006 г. находится по оценкам компании «Миэль-недвижимость» в диапазоне 3500-3700 USD за кв. м. Средняя

цена на площади автономных магазинов, расположенные на первых этажах жилых домов в Москве выросла на 32,4% по сравнению с 2005 г. и составила \$3800–4000 за кв. м.

- В регионах присутствия сети «Копейка» цены на автономные объекты торговой недвижимости в 2006 г. также выросли, но их прирост оказался ниже, чем в Москве, и находится в диапазоне 10-15% за год.
- В 2006 году наметилась следующая тенденция: компании считают наиболее перспективными для себя рынки не только городов – административных центров субъектов РФ, но и городов с населением 200-300 тыс. человек и менее. Экспансию в регионы ведут не только крупнейшие игроки рынка, но и другие операторы, независимо от размера сети.
- В регионах из-за возросшей активности сетевых ритейлеров неуклонно снижается количество объектов, наиболее соответствующих требованиям компаний. Появление дефицита предложения в регионах ожидается в ближайшее время.

На основе данных риэлторов и консультантов специалистами ТД «Копейка» получены следующие значения рыночных цен на объекты, поиск и приобретение которых осуществляется в Москве и других городах:

Таблица 13. Цены на вторичном рынке торговой недвижимости в сегменте автономных объектов в 2006 г.

№	Наименование региона	Диапазон цен, USD за кв. м gross
1	г. Москва	1200-5000
2	Московская область	700-3000
3	Регионы, прилегающие к Московской области (Московский дивизион)	600-2500
4	Регионы Нижегородского дивизиона	750-4500
5	Регионы Воронежского дивизиона	300-2100
6	Регионы Самарского дивизиона	700-3700

Источник: Компания

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках торговой сети «КОПЕЙКА» действует единая корпоративная информационная система, обеспечивающая:

- централизованный контроль за операциями во всех магазинах сети в режиме реального времени;
- централизованный контроль за уровнем складских запасов и своевременное размещение заказов у поставщиков;
- проведение единой в рамках всей сети ценовой политики;
- оперативную обработку заказов, поступающих от магазинов.

Информационная система Компании построена на базе SAP R/3 (Industrial solution Retail) и представляет собой набор полностью интегрированных баз данных поставок, отгрузок, складского хранения, продаж. Розничные операции в магазинах обрабатываются посредством кассовых аппаратов OMRON, соединенных с SAP R/3. Финансовые отчеты Компании строятся на основе данных, выдаваемых информационной системой.

Все рабочие места сотрудников магазинов и центров дистрибуции объединены локальной сетью, обеспечивающей доступ к ресурсам информационной системы Компании.

7. Обзор финансовых показателей Компании

Начиная с 2002 г. Компания составляет консолидированную финансовую отчетность по Международным стандартам (МСФО).

В настоящем Информационном меморандуме приводится обзор результатов Компании за 2003-2005 гг. и 9 месяцев 2006 г. Отчетность за 2003-2005 гг. проаудирована Ernst&Young, аудит отчетности за 9 месяцев 2006 г. не проводился.

Таблица 14. Данные консолидированной отчетности ТД «КОПЕЙКА», млн руб.

БАЛАНС

АКТИВ	2003	2004	2005	9м 2006
ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	3 798,8	4 857,9	7 122,0	9 881,6
Основные средства	1 620,4	2 649,2	4 869,9	6 789,9
Нематериальные активы	2 153,9	2 160,3	2 168,2	2 823,0
Отложенные налоговые активы	3,1	4,4	66,7	228,9
Прочие внеоборотные активы	21,4	44,0	17,2	40,1
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	690,2	1 616,9	2 152,2	3 419,3
Товарно-материальные запасы	323,1	582,2	866,7	1 346,1
Дебиторская задолженность	48,1	68,4	132,2	510,0
Авансы выданные	19,1	70,0	123,1	277,1
НДС к возмещению	181,6	362,7	711,4	830,5
Денежные средства	86,2	513,1	300,4	300,8
Форвардный валютный контракт	-	-	4,6	-
Прочие оборотные активы	32,1	20,6	13,8	154,8
ИТОГО	4 489,0	6 474,8	9 274,2	13 300,9

ПАССИВ	2003	2004	2005	9м 2006
СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ	-	-	4 063,9	4 095,3
Уставный капитал	-	-	2 959,2	2 959,2
Нераспределенная прибыль	-	-	1 104,6	1 136,1
ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	3 968,1	4 208,0	148,8	4 183,0
Отложенные налоговые обязательства	90,3	119,0	141,4	231,0
Прочие долгосрочные обязательства	-	27,9	7,4	-
Займы и кредиты	-	-	-	3 952
Чистые активы, принадлежащие учредителям	3 877,9	4 061,0	-	-
КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	520,9	2 266,8	5 061,6	5 022,6
Кредиторская задолженность	428,2	776,9	1 614,0	2 169,6
Задолженность по налогам и сборам	70,6	42,0	92,1	77,6
Займы и кредиты	-	1 410,9	3 232,4	2 594,8
Задолженность по дивидендам	-	-	5,0	0,5
Прочие краткосрочные обязательства	22,1	37,0	118,1	180,0
ИТОГО	4 489,0	6 474,8	9 274,2	13 300,9

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

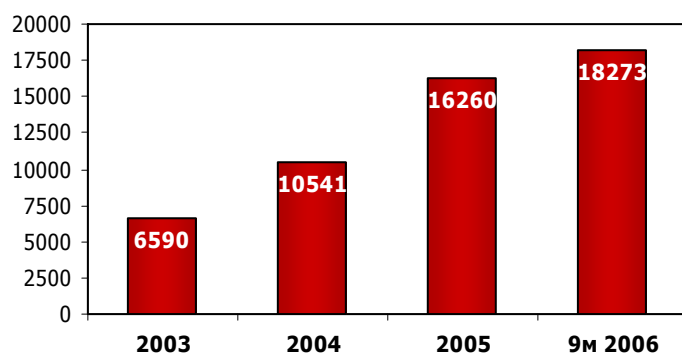
Наименование показателя	2003	2004	2005	9м 2006
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	6 590,2	10 541,3	16 259,9	18 272,6
в т.ч. от розничной торговли	5 015,5	8 681,8	12 697,4	15 311,2
от оптовой торговли и финансовых операций	1 541,6	1 810,8	3 469,9	2 841,2
от прочей деятельности	33,2	48,7	92,6	120,2
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	(5 374,1)	(8 448,6)	(12 853,6)	(14 324,4)
Валовая прибыль	1 216,1	2 092,7	3 406,3	3 948,1
Коммерческие, управленческие и административные расходы	(816,4)	(1 295,6)	(2 288,6)	(3 026,1)
Расходы на открытие новых магазинов	(9,5)	(32,1)	(119,6)	(164,8)
Амортизационные отчисления	(103,9)	(160,0)	(237,1)	(313,9)
Прочие операционные расходы	(14,1)	(8,0)	(6,3)	(7,1)
Прибыль от операционной деятельности	272,2	596,9	754,7	436,3
Курсовые разницы	-	55,4	(56,5)	31,5
Проценты к получению	21,3	3,3	4,6	8,4
Проценты к уплате	(1,9)	(54,5)	(246,1)	(341,8)
Прибыль до налогообложения	291,6	601,0	456,6	134,4
Налог на прибыль	(80,8)	(162,5)	(192,5)	(102,9)
Чистая прибыль	210,8	438,5	264,1	31,4

Источник: Компания

ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Операционные показатели деятельности Компании отражают стремительную динамику развития бизнеса. Так, объем продаж ТД «КОПЕЙКА» по итогам 9 месяцев 2006 г. вырос относительно аналогичного периода 2005 года на 65,2% и составил 18 273 млн руб. (приблизительно 667 млн долл.).

Рисунок 9. Динамика объема продаж ТД «КОПЕЙКА», млн руб.



Источник: Компания

Снижение значений показателей прибыльности Компании за 9 месяцев 2006 г. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года является, главным образом, результатом выхода Компании в 2006 г. на новые региональные рынки, что обусловило увеличение расходов на открытие новых магазинов и увеличение административно-управленческих расходов. Так, прибыль Компании до

уплаты процентов, налогов и амортизации (EBITDA) составила по итогам 9 месяцев 2006 г. 750,2 млн руб. против 767,1 млн руб. за аналогичный период 2005 года, норма EBITDA Компании за 9 месяцев 2006 г. составила 4,1% против 6,9% за 9 месяцев 2005 г.

Снижение величины прибыли Компании одновременно с ростом собственных средств, капитала и активов стало причиной снижения показателей нормы рентабельности активов, собственного капитала и капитала. Снижение нормы чистой рентабельности вызвано увеличением расходов на открытие новых магазинов и увеличением долговых обязательств Компании и, как следствие, ростом процентных расходов (333,4 млн руб. за 9 месяцев 2006 г. против 162,0 млн руб. за аналогичный период 2005 г.).

Таблица 15. Показатели прибыли Компании, млн руб.

	2003	2004	2005	9м 2006
Валовая прибыль	1 216	2 093	3 406	3 948
Прибыль до уплаты процентов, налогов и амортизации (EBITDA)	376	757	992	750
Чистая прибыль	211	438	264	31

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

Таблица 16. Показатели рентабельности

Показатель	2003	2004	2005	9м 2006
Валовая рентабельность	18,5%	19,9%	20,9%	21,6%
Норма прибыли до уплаты процентов и налогов и амортизации (норма EBITDA)	5,7%	7,2%	6,1%	4,1%
Чистая рентабельность	3,2%	4,2%	1,6%	0,2%
Рентабельность капитала*	5,4%	8,0%	3,6%	0,5%
Рентабельность собственного капитала	5,4%	10,8%	6,5%	1,02%
Рентабельность активов	4,7%	6,8%	2,8%	0,3%

* Капитал = Собственный капитал + Заемные средства

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

БАЛАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

По состоянию на 30 сентября 2006 г. совокупные активы Компании составили 13 301 млн руб., увеличившись с начала года на 43%. Рост активов произошел преимущественно за счет выхода Компании на новые региональные рынки, что обусловило приобретение новых торговых помещений и пополнение оборотных активов.

Рисунок 10. Структура активов Компании по состоянию на 30 сентября 2006 г.



Источник: данные Компании, расчеты Организатора

74% совокупных активов Компании составляют внеоборотные активы. Основными статьями внеоборотных активов являются Основные средства и Нематериальные активы.

Основные средства на балансе Компании по состоянию на 30 сентября 2006 г. оцениваются в 6 789,9 млн руб. (+ 39% с начала года) и отражают, главным образом, находящуюся в собственности Компании торговую недвижимость.

Таблица 17. Структура основных средств Компании по состоянию на 30 сентября 2006 г.

Статья основных средств	Балансовая стоимость, млн руб.
Здания	3 008,0
Незавершенное строительство	1 606,3
Торговое оборудование	1 246,0
Лизинг	610,2
Транспортные средства	215,8
Прочее	103,6
ИТОГО	6 789,9

Источник: Компания

По строке Нематериальные активы консолидированного балансового отчета отражена преимущественно деловая репутация Компании.

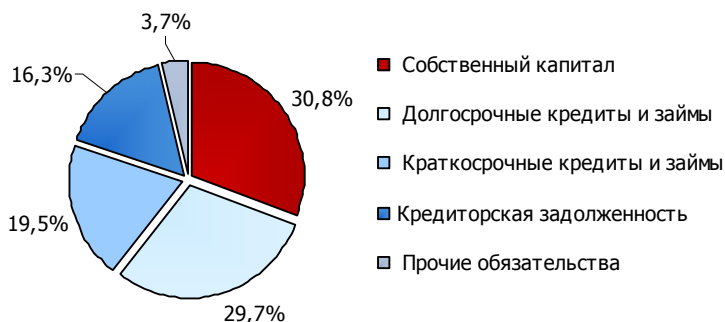
Доля прочих статей внеоборотных активов в балансе незначительна. На долю всех прочих внеоборотных активов приходится 2,0% валюты баланса (269 млн руб. в абсолютном выражении).

Основная статья оборотных активов Компании – запасы (товары для перепродажи). Стоимость товарно-материальных запасов на 30 сентября 2006 г. составляет 1 346 млн руб., увеличившись с начала года на 55%. Рост данного показателя связан с общим ростом оборота Компании.

6% валюты баланса (830,5 млн руб.) приходится на НДС к возмещению. Следующая по величине строка активов – дебиторская задолженность (510,0 млн руб. в абсолютном выражении). Величина дебиторской задолженности Компании увеличилась относительно начала 2006 г. более чем в 3,8 раз, что связано с быстрым расширением бизнеса Компании. Объем денежных средств на балансе Компании по состоянию на 30 сентября 2006 г. - 300,8 млн руб. На долю Прочих оборотных активов приходится 3,2% валюты баланса.

Собственный капитал по-прежнему остается основной статьей пассивов Компании. По состоянию на 30 сентября 2005 г. собственный капитал составил 4 095,3 млн руб. (из них 2 959 млн руб. – уставный капитал), увеличившись с начала года на 0,8% за счет нераспределенной прибыли. Величина нераспределенной прибыли на балансе Компании на последнюю отчетную дату составила 1 136,1 млн руб. против 1 104,6 млн руб. на начало года.

Рисунок 11. Структура пассивов Компании по состоянию на 30 сентября 2006 г.



Источник: данные Компании, расчеты Организатора

Несмотря на высокую долю собственного капитала в структуре баланса, источником роста активов Компании на 30 сентября 2006 г. стали привлеченные средства – 6 546,8 млн руб. (49,2% валюты баланса), из них порядка 79% - публичные долговые обязательства, а именно: первый

облигационный заем на сумму 1 200 млн руб., размещенный в июне 2005 г., и второй облигационный заем на сумму 4 000 млн руб., размещенный в феврале 2006 г.

По состоянию на 31 декабря 2006 г. долговые обязательства Компании увеличились на 1446,8 млн руб. и составили 7 993,6 млн руб.

Таблица 18. Долговые обязательства Компании по состоянию на 31.12.2006 г., млн руб.

Форма привлечения, источник		Валюта	Сумма задолженности, RUR или эквивалент	Начало кредитного договора	Окончание кредитного договора
КРЕДИТЫ					
1	Commerzbank	USD*/RUR	543,49	10.10.2005	15.05.2007
2	МДМ-Банк	RUR	520	26.10.2006	31.12.2007
3	МДМ-Банк	RUR	200	07.12.2006	31.12.2007
4	Уралсиб	USD*	921,55	22.11.2006	22.11.2007
ОВЕРДРАФТ					
5	Газпромбанк	RUR	608,6	12.12.2006	08.06.2007
ПУБЛИЧНЫЕ ДОЛГОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
6	Облигации	RUR	1 200	21.06.2005	17.06.2008
7	Облигации	RUR	4 000	22.02.2006	15.02.2012
ИТОГО			7 993,64		

* По курсу 26,33 руб. за 1 долл США

Источник: Компания

Величина кредиторской задолженности на балансе Компании по состоянию на 30.09.2006 г. составляет 2 170 млн руб. (+ 34% с начала года). Доля кредиторской задолженности в общей структуре пассивов составляет около 16%.

На долю всех прочих долгосрочных и краткосрочных обязательств Компании приходится в совокупности 3,7% валюты баланса или 489,1 млн руб. в абсолютном выражении.

РАСЧЕТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Таблица 19. Коэффициенты ликвидности

Показатель	2003	2004	2005	9м 2006
Текущая ликвидность	1,33	0,71	0,43	0,68
Критическая ликвидность	0,26	0,26	0,09	0,16
Дебиторская задолженность / Кредиторская задолженность	11,2%	8,8%	8,2%	23,5%
(Дебиторская задолженность + Запасы) / Кредиторская задолженность	86,7%	83,7%	61,9%	85,6%

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

Показатели ликвидности Компании характерны для крупной торговой организации. Низкие расчетные показатели ликвидности объясняются сочетанием двух факторов. С одной стороны, у Компании доля оборотных активов составляет незначительную часть активов, а с другой, Компания пользуется выгодными условиями товарного кредитования, выступая в качестве ключевого контрагента по отношению ко многим своим поставщикам, что положительно отражается на величине краткосрочных обязательств.

Таблица 20. Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатель	2003	2004	2005	9м 2006
Собственный капитал / Валюта баланса	0,87	0,63	0,44	0,31
Заемные средства / Валюта баланса	-	0,22	0,35	0,49
Собственный капитал / Заемные средства	-	2,88	1,26	0,63

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

Таблица 21. Показатели долгового покрытия

Показатель	2003	2004	2005	9м 2006
Заемные средства / Выручка	-	0,13	0,20	0,27
Долг / EBITDA	-	1,86	3,26	6,55
EBITDA / Процентные расходы	198	13,89	4,03	2,19

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

Несмотря на размещение Компанией двух публичных займов в 2005-2006 гг., показатели финансовой устойчивости и долгового покрытия остаются на достаточно высоком уровне: собственный капитал составляет 31% валюты баланса, доля кредитов и займов в структуре баланса Компании – 49%, прибыль Компании до уплаты процентов и налогов, обесценения и амортизации (EBITDA) более чем в 2 раза перекрывает расходы по обслуживанию долга.

Таблица 22. Оценка оборачиваемости

Показатель	2003	2004	2005	9м 2006
Оборачиваемость ТМЗ в днях	22	25	25	25
Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях	3	2	3	8
Оборачиваемость кредиторской задолженности в днях	29	34	46	40

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

Показатели оборачиваемости Компании свидетельствуют об ее успешной торговой деятельности. Средний срок оборачиваемости кредиторской задолженности на 7 дней превышает совокупную оборачиваемость запасов и дебиторской задолженности, что позволяет Компании частично финансировать оборотный капитал за счет поставщиков.

8. Контактная информация

ЭМИТЕНТ

Открытое акционерное общество «Торговый Дом «КОПЕЙКА»

127287, г. Москва, Петровско-Разумовский пр-д, д. 28

Тел.: (495) 777-12-99, 221-30-66, факс: (495) 777-12-39

www.kopeyka.ru

ПОРУЧИТЕЛИ

Общество с ограниченной ответственностью «КОПЕЙКА-МОСКВА»

127287, г. Москва, Петровско-Разумовский пр-д, д. 28

Тел.: (495) 777-12-88, факс: (495) 777-12-39

Общество с ограниченной ответственностью «КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ»

127287, г. Москва, Петровско-Разумовский пр-д, д. 28

Тел.: (495) 777-12-88, 221-30-60, факс: (495) 777-12-88, доб. 10-06

ОРГАНИЗАТОР, АНДЕРРАЙТЕР, ПЛАТЕЖНЫЙ АГЕНТ, АГЕНТ ПО ИСПОЛНЕНИЮ ОФЕРТЫ

Финансовая корпорация «УРАЛСИБ»

119048, г. Москва, ул. Ефремова, д. 8

Бизнес-блок по рынкам долгового капитала

Тел.: (495) 723-78-62, факс: (495) 788-61-78

Бизнес-блок по операциям с долговыми инструментами

Тел.: (495) 788-08-88, факс: (495) 785-12-06

www.uralsibcap.ru

УПОЛНОМОЧЕННЫЙ ДЕПОЗИТАРИЙ

Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр» («НДЦ»)

125009, г. Москва, Средний Кисловский пер, д. 1/13, стр. 4

Тел.: (495) 956-27-90, 956-27-91, факс: (495) 956-27-92

www.ndc.ru

ФОНДОВАЯ БИРЖА

Закрытое акционерное общество «Фондовая биржа ММВБ»

125009, г. Москва, Большой Кисловский пер., д. 13, стр. 1

Тел.: (495) 234-48-11, факс: (495) 705-96-22

www.micex.ru

9. Приложения

Бухгалтерская отчетность ООО «Торговый Дом «КОПЕЙКА» на 30.09.06 г.

тыс. руб.

Актив	Код по-казателя	Пояснения	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2		3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	110		964	866
Основные средства	120		9694	67393
в том числе:				
земельные участки	121			
здания и сооружения	122			
машины, оборудование, инвентарь	123		4605	61885
транспортные средства	124		5089	5508
прочие	125			
Незавершенное строительство	130			
Доходные вложения в материальные ценности	135			
в том числе:				
здания и сооружения	136			
машины, оборудование и инвентарь	137			
транспортные средства	138			
Долгосрочные финансовые вложения	140		3671194	7312697
в том числе:				
инвестиции в дочерние общества	141		2600704	3244514
долговые ценные бумаги	142			
предоставленные займы	143		1070490	4068183
прочие	144			
Отложенные налоговые активы	145		6885	31745
Прочие внеоборотные активы	150		12981	123789
в том числе:				
вложения во внеоборотные активы	151		12689	119857
права пользования	152		292	3932
Итого по разделу I	190		3701718	7536490
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	210		350	27848
в том числе:				
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211		3	17
затраты в незавершенном производстве	213			
товары для перепродажи	214			108
товары отгруженные	215			
расходы будущих периодов	216		347	27723
прочие запасы и затраты	217			
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220		1721	1011
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230			
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240		582269	696107
в том числе:				
покупатели и заказчики	241		43644	145567
авансы выданные	242		5390	30352
расчеты по налогам и сборам	243		35805	17600
прочие дебиторы	244		497430	502588
Краткосрочные финансовые вложения	250			30000
в том числе:				
долговые ценные бумаги	252			
предоставленные займы	253			30000
прочие	254			
Денежные средства	260		5570	9927
Прочие оборотные активы	270			1
Итого по разделу II	290		589910	764894
БАЛАНС	300		4291628	8301384

Пассив	Код по-казателя	Поясне-ния	На начало отчетного периода	На конец отчет-ного периода
1	2		3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	410		2725146	2725146
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411		()	()
Добавочный капитал	420		20094	20094
Резервный капитал	430			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470		455	2169
в том числе:				
нераспределенная прибыль прошлых лет	471		88	455
чистая прибыль текущего года	472		275439	1714
прибыль, направленная на выплату доходов участникам	473		261300	0
Итого по разделу III	490		2745695	2747409
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	510		1200000	5200000
в том числе:				
обязательства по процентам	511			
основная сумма долга	512			
Отложенные налоговые обязательства	515		33923	48974
Прочие долгосрочные обязательства	520			
Итого по разделу IV	590		1233923	5248974
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	610		297741	234717
в том числе:				
обязательства по процентам	611		3516	40858
основная сумма долга	612		294225	193859
Кредиторская задолженность	620		9230	69745
в том числе:				
поставщики и подрядчики	621		6600	55236
авансы полученные	622			7
задолженность перед персоналом	623		277	10755
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	624		15	777
задолженность по налогам и сборам	625		58	2948
прочие кредиторы	626		2280	22
Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов	630		5039	539
Доходы будущих периодов	640			
Прочие краткосрочные обязательства	660			
Итого по разделу V	690		312010	305001
БАЛАНС	700		4291628	8301384

СПРАВКА о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах				
Арендованные основные средства	910		2726	2726
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение	920			
Товары, принятые на комиссию	930			
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов	940			
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950		575650	6791071
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960		2583372	2340598
Износ объектов внешнего благоустройства и других аналогичных объектов	980			
Нематериальные активы, полученные в пользование	990			

Руководитель _____ Самонов А.В. _____ Главный бухгалтер _____ Белецкий Б.Д.
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

« 30 » сентября 20 06 г.

Отчет о прибылях и убытках

за 9 месяцев 20 06 г.

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Организация ОАО ТД "КОПЕЙКА"

по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика 7715582470

ИНН

Вид деятельности Управ. холдинг компан., капиталов. в собств.

по ОКВЭД

Организационно-правовая форма / форма собственности

по ОКОПФ/ОКФС

Открытое акционерное общество

по ОКЕИ

Единица измерения: тыс. руб. / млн. руб. (ненужное зачеркнуть)

Коды		
0710002		
2006	6	30
7715582470		
74.15,65.23.3,70.12,74.12		
47	34	
384/385		

Показатель		Пояснения	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код			
1	2		3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности				
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010		246577	
в том числе:				
продажи розничные	011			
продажи оптовые	012		3917	
аренда	013			
ремонтно-строительные работы	014			
маркетинговые услуги	015			
транспортные услуги	016			
прочие продажи	017		242660	
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020		-3917	()
в том числе от продажи:				
товаров в розницу	021			
товаров оптом	022		-3917	
ремонтно-строительных работ	023			
услуг аренды и прочих работ (услуг)	024			
Валовая прибыль	029		242660	
Коммерческие расходы	030		()	()
Управленческие расходы	040		-203338	()
Прибыль (убыток) от продаж	050		39322	
Прочие доходы и расходы				
Проценты к получению	060		272204	
Проценты к уплате	070		-320913	()
Доходы от участия в других организациях	080			
Прочие операционные доходы	090		741039	
Прочие операционные расходы	100		-759146	()
Внереализационные доходы	120		26022	
Внереализационные расходы	130		-6623	()
Чрезвычайные доходы	131			
Чрезвычайные расходы	132		()	()
Прибыль (убыток) до налогообложения	140		-8095	
Отложенные налоговые активы	141		24860	
Отложенные налоговые обязательства	142		-15051	
Текущий налог на прибыль	150		()	()
Налог на доходы в виде дивидендов, удержанный налоговым агентом	151			
Налог на прибыль прошлых лет	152			
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190		1714	
СПРАВОЧНО.				
Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	199		14618	
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200		-4809	

Расшифровка отдельных статей доходов и расходов

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	доходы	расходы	доходы	расходы
1	2	3	4	5	6
Продажа ОС и прочих активов					
Выбытие ОС и прочих активов					
Услуги банков		х	(276)	х	
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании			(12)		
Прибыль (убыток) прошлых лет					
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств					
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте		25040	(3357)		
Отчисления в оценочные резервы		х		х	
Списание дебиторских и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности					

Руководитель

(подпись)

Самонов А.В.

(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

(подпись)

Белецкий Б.Д.

(расшифровка подписи)

« 30 » сентября 20 06 г.

Бухгалтерская отчетность ООО «КОПЕЙКА-МОСКВА» на 30.09.06 г.

тыс. руб.

Актив	Код по-казателя	Пояснения	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2		3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	110		8	7
Основные средства	120		589 632	1 337 443
в том числе:				
здания и сооружения	122		124 917	676 768
машины, оборудование, инвентарь	123		459 278	644 081
транспортные средства	124		5 437	16 594
Долгосрочные финансовые вложения	140		-	102 990
в том числе:				
предоставленные займы	143		-	102 990
Отложенные налоговые активы	145		660	1 307
Прочие внеоборотные активы	150		313 128	1 184 069
в том числе:				
вложения во внеоборотные активы	151		22 007	543 605
прочие внеоборотные активы учтенные в составе расходов будущих периодов	152		234 587	379 308
авансы выданные на приобретение основных средств	153		56 534	261 156
Итого по разделу I	190		903 428	2 625 816
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	210		912 485	1 339 130
в том числе:				
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211		17 682	30 958
затраты в незавершенном производстве	213		-	-
готовая продукция и товары для перепродажи	214		737 491	801 386
товары отгруженные	215		157 312	499 321
расходы будущих периодов	216		3 895	5 964
прочие запасы и затраты	217		0	1 501
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220		223 594	126 563
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230		14 568	32 736
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240		731 508	1 856 905
в том числе:				
покупатели и заказчики	241		614 264	1 386 269
авансы выданные	242		59 246	115 092
расчеты по налогам и сборам	243		13 398	328 795
прочие дебиторы	244		44 600	26 749
Краткосрочные финансовые вложения	250		90 000	19 800
в том числе:				
предоставленные займы	253		90 000	19 800
Денежные средства	260		206 477	126 869
Прочие оборотные активы	270		1 687	12 119
Итого по разделу II	290		2 180 319	3 514 122
БАЛАНС	300		3 083 747	6 139 938

Пассив	Код по-казателя	Поясне-ния	На начало отчетного периода	На конец отчет-ного периода
1	2		3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	410		119 121	119 121
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470		538 435	765 924
в том числе:				
нераспределенная прибыль прошлых лет	471		-	538 435
нераспределенная прибыль текущего года	472		-	282 489
прибыль, направленная на выплату доходов участниками	473		-	(55 000)
Итого по разделу III	490		657 556	885 045
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	510		-	1 149 100
в том числе:				
обязательства по процентам	511		-	0
основная сумма долга	512		-	1 149 100
Отложенные налоговые обязательства	515		51 914	82 582
Итого по разделу IV	590		51 914	1 231 682
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	610		242 967	620 922
в том числе:				
обязательства по процентам	611		481	14 049
основная сумма долга	612		242 486	606 873
Кредиторская задолженность	620		1 768 070	2 980 154
в том числе:				
поставщики и подрядчики	621		1 650 115	2 793 775
авансы полученные	622		11 028	79 418
задолженность перед персоналом организации	623		47 835	58 024
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	624		2 758	8 677
задолженность по налогам и сборам	625		43 339	21 080
прочие кредиторы	626		12 995	19 180
Задолженность перед участниками (учред.) по выплате	630		367 135	422 135
Итого по разделу V	690		2 378 172	4 023 211
БАЛАНС	700		3 087 642	6 139 938
СПРАВКА о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах				
Арендованные основные средства	910		1 779 579	2 067 987
в том числе по лизингу	911		-	-
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение	920		-	-
Товары, принятые на комиссию	930		489	4
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов	940		531	544
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950		28 565	13
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960		2 468 113	5 748 133
Износ объектов внешнего благоустройства и других аналогичных объектов	980		2 830	3 580

Руководитель

(подпись)

Ломакин С.А.

(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

(подпись)

Белецкий Б.Д.

(расшифровка подписи)

« 30 » сентября 20 06 г.

Отчет о прибылях и убытках

за 9 месяцев 20 06 г.

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Организация ООО "КОПЕЙКА-МОСКВА" по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика ИНН

Вид деятельности торговля по ОКВЭД

Организационно-правовая форма / форма собственности

частная по ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: тыс. руб. / млн. руб. (ненужное зачеркнуть) по ОКЕИ

Коды		
0710002		
2006	9	30
49894227		
7715196234		
52		
65	16	
384/385		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	18 159 794	11 269 293
в том числе:			
продажи розничные	011	17 210 537	10 547 397
продажи оптовые	012	386 471	448 672
аренда	013	62 027	28 676
маркетинговые услуги	014	499 702	242 383
прочие	015	1 057	2 165
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(14 174 868)	(8 824 858)
в том числе от продажи:			
товаров в розницу	021	(13 810 887)	(8 407 025)
товаров оптом	022	(363 981)	(417 833)
Валовая прибыль	029	3 984 926	2 444 435
Коммерческие расходы	030	(3 489 606)	(1 774 551)
Прибыль (убыток) от продаж	050	495 320	669 884
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	118	1 363
Проценты к уплате	070	(52 764)	(778)
Прочие операционные доходы	090	45 130	19 056
Прочие операционные расходы	100	(48 476)	(23 698)
Внереализационные доходы	120	42 203	34 407
Внереализационные расходы	130	(90 875)	(79 861)
Чрезвычайные расходы	132	-	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	390 656	620 373
Отложенные налоговые активы	141	647	(254)
Отложенные налоговые обязательства	142	(30 668)	(13 318)
Текущий налог на прибыль	150	(79 777)	(146 351)
Налог на прибыль прошлых лет	152	1 631	-
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	282 489	460 448
СПРАВОЧНО.			
Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	199	(93 757)	(148 906)
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	(16 040)	(11 019)

Расшифровка отдельных статей доходов и расходов

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	доходы	расходы	доходы	расходы
1	2	3	4	5	6
Продажа ОС и прочих активов		45 130	(29 539)	8 724	4368
Выбытие ОС и прочих активов		-	(5 701)	-	40755
Налоги, относимые на финансовые результаты		-	-	-	7280
Услуги банков		-	(13 236)	-	10306
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании		538	(116)	1 064	308
Прибыль (убыток) прошлых лет		229	(8 095)	71	138
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств		25 630	(25 293)	29 186	29041
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте		2	(1)	1	2
Отчисления в оценочные резервы		x	-	x	(168)
Списание дебиторских и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности		214	-	195	23

Руководитель _____ Ломакин С.А.
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер _____ Белецкий Б.Д.
(подпись) (расшифровка подписи)

« 30 » октября 20 06 г.

Бухгалтерская отчетность ООО «КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ» на 30.09.06 г.

тыс. руб.

Актив	Код по-казателя	Поясне-ния	На начало отчетного года	На конец отчет-ного периода
1	2		3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	110		-	-
Основные средства	120		41 320	63 030
в том числе:				
земельные участки	121		1 984	1 984
здания и сооружения	122		-	555
машины, оборудование, инвентарь	123		20 376	30 469
прочие ОС	125		18 961	30 022
Незавершенное строительство	130		116 769	48 176
Доходные вложения в материальные ценности	135		1 798 549	1 997 069
в том числе:				
здания и сооружения	136		1 746 032	1 984 604
машины, оборудование и инвентарь	137		52 517	12 465
транспортные средства	138		-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140		30 940	30 940
в том числе:				
инвестиции в дочерние общества	141		30 940	30 940
долговые ценные бумаги	142		-	-
предоставленные займы	143		-	-
Отложенные налоговые активы	145		-	1 499
Прочие внеоборотные активы	150		490 349	284 558
в том числе:				
вложения во внеоборотные активы	151		460 515	265 843
права пользования	152		29 834	18 715
Итого по разделу I	190		2 477 927	2 425 272
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	210		144 642	46 359
в том числе:				
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211		193	140
затраты в незавершенном производстве	213		142 309	44 464
готовая продукция и товары для перепродажи	214		1 233	1 233
товары отгруженные	215		-	-
расходы будущих периодов	216		907	522
прочие запасы и затраты	217		-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220		91 480	37 930
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230		535	535
в том числе покупатели и заказчики	231		-	-
прочие	232		535	535
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240		552 470	1 536 982
в том числе:				
покупатели и заказчики	241		236 755	1 385 442
авансы выданные	242		106 786	48 091
расчеты по налогам и сборам	243		207 034	100 723
прочие дебиторы	244		1 895	2 725
Краткосрочные финансовые вложения	250		436 310	206 996
в том числе:				
долговые ценные бумаги	252		427 261	199 017
предоставленные займы	253		9 049	7 979
Денежные средства	260		10 360	6 923
Прочие оборотные активы	270		78	6 442
Итого по разделу II	290		1 235 875	1 842 167
БАЛАНС	300		3 713 802	4 267 439

Пассив	Код по-казателя	Пояснения	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2		3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	410		840 469	840 469
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411		-	-
Добавочный капитал	420		229 336	229 336
Резервный капитал	430		-	-
в том числе:				
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432		-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470		(64 079)	142983
в том числе:				
нераспределенная прибыль прошлых лет	471		(64 079)	(64 079)
нераспределенная прибыль текущего года	472		x	236 562
прибыль, направленная на выплату доходов участником	473		-	(29 500)
Итого по разделу III	490		1 005 726	1 212 788
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	510		970 420	2 302 643
в том числе:				
обязательства по процентам	511		-	-
основная сумма долга	512		970 420	2 302 643
Отложенные налоговые обязательства	515		26 494	19 972
Прочие долгосрочные обязательства	520		7 511	
Итого по разделу IV	590		1 004 425	2 322 615
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	610		1 493 036	581 358
в том числе:				
обязательства по процентам	611		55 539	33 864
основная сумма долга	612		1 437 497	547 495
Кредиторская задолженность	620		202 439	113 002
в том числе:				
поставщики и подрядчики	621		178 100	11 422
задолженность перед персоналом организации	622		8 637	42 234
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623		788	216
задолженность по налогам и сборам	624		14 099	42
авансы полученные	625		509	10 937
прочие кредиторы	626		306	48 150
Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов	630		8 176	37 676
Доходы будущих периодов	640		-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660		-	-
Итого по разделу V	690		1 703 651	732 036
БАЛАНС	700		3 713 802	4 267 439
СПРАВКА о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах				
Арендованные основные средства	910		25 283	29 306
в том числе по лизингу	911		-	-
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение	920		-	-
Товары, принятые на комиссию	930		-	4 012
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов	940		-	1
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950		2 878 250	1 071 196
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960		1 028 988	3 395 535
Износ объектов внешнего благоустройства и других аналогичных объектов	980		2 369	2 369
Нематериальные активы, полученные в пользование	990		-	-

Руководитель

(подпись)

Архипов К.С.

(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

(подпись)

Белецкий Б.Д.

(расшифровка подписи)

« 25 » октября 20 06 г.

Отчет о прибылях и убытках

за 9 месяцев 20 06 г.

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Организация ООО "КОПЕЙКА ДЕВЕЛОПМЕНТ" по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика ИНН

Вид деятельности аренда по ОКВЭД

Организационно-правовая форма / форма собственности

тыс.руб. по ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: тыс. руб. / млн. руб. (ненужное зачеркнуть) по ОКЕИ

Коды		
0710002		
46834354		
7704167231		
70.31 70.12 70.14 72.2 51.7		
65		16
384/385		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), в т.ч.	010	1 133 756	479 417
продажи оптовые	012	(0)	4 791
аренда	013	717 880	325 275
ремонтно-строительные работы	014	409 520	118 997
прочие продажи	017	6 356	30 354
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(505 125)	(241 425)
в том числе от продажи:			
товаров оптом	022	-	(4 561)
ремонтно-строительных работ	023	(382 583)	(112 627)
услуг аренды и прочих работ (услуг)	024	(122 542)	(124 237)
Валовая прибыль	029	628 631	237 992
Коммерческие расходы	030	(5 660)	(0)
Управленческие расходы	040	(55 146)	(108 548)
Прибыль (убыток) от продаж	050	567 825	129 444
ПРОЧИЕ ДОХОДЫ И РАСХОДЫ			
Проценты к получению	060	50 258	6 185
Проценты к уплате	070	(278001)	(147885)
Прочие операционные доходы	090	6 392 702	1 849 393
Прочие операционные расходы	100	(6434009)	(1816648)
Внереализационные доходы	120	60 695	304 080
Внереализационные расходы	130	(45111)	(357590)
Прибыли (убытки) прочие	139	(253 466)	(162465)
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	140	314 359	(33 021)
Отложенные налоговые активы	141	1 499	(2)
Отложенные налоговые обязательства	142	6 521	9 557
Текущий налог на прибыль	150	(86055)	(4927)
Налог на прибыль прошлых лет	152	238	(42)
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	236562	(28435)
СПРАВОЧНО.			
Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	199	(75446)	7925
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	(2589)	(3297)

Расшифровка отдельных статей доходов и расходов

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	доходы	расходы	доходы	расходы
1	2	3	4	5	6
Продажа ОС и прочих активов		5 706 058	(5526763)	782 404	(743019)
Выбытие ОС и прочих активов		686 644	(900352)	1 066 816	(1061998)
Услуги банков		-	(3 977)	-	(11337)
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании		6 246	(10)	411	(24)
Прибыль (убыток) прошлых лет		13	(1003)	1	(28)
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств		-	-	-	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте		54 354	(1 799)	303 373	(348 649)
Отчисления в оценочные резервы		x	185	x	91
Списание дебиторских и кредиторских задолженностей с истекшим сроком исковой давности		-	-	-	-

Руководитель _____ Архипова К.С. _____ Главный бухгалтер _____ Белецкий Б.Д. _____
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

« 25 » _____ октября 20 06 г.