



ООО «ТОП-КНИГА»

Информационный меморандум к выпуску облигаций. Ноябрь 2006 г.



Организатор: Инвестиционный банк «ТРАСТ»

107045, Россия, Москва, Уланский пер., 26

Дирекция Долговых Продуктов

тел. (495) 247-2591 факс (495) 208-2256

E-mail: debt@trust.ru <http://www.trust.ru>

Оглавление

ТОП-КНИГА: ключевые сильные стороны	3
Основные условия выпуска облигаций	4
ТОП-КНИГА – крупнейшая книготорговая компания России	5
Краткое описание	5
Конкурентное положение	6
Основные этапы развития компании	6
Участники ООО «ТОП-КНИГА»	7
Топ-менеджмент	8
Организационная структура компании	9
Миссия компании	9
Стратегия и планы развития	9
Система внутреннего контроля	10
Работа с поставщиками	11
Зарубежный опыт и контакты	12
Присутствие компании в интернете	12
Рекламная политика	12
Награды компании	13
Розничное направление деятельности компании «ТОП-КНИГА»	14
Магазины формата «Книгомир»	14
Книжно-канцелярские cash & carry «Литера»	15
Гипермаркеты «Лас-Книгас»	16
Книжно-канцелярские магазины малого формата «Пиши-Читай»	16
Магазины прессы «Городская сорока»	16
Сотрудничество с розничными сетями	17
Магазины-партнеры	17
Интернет-магазин «ТОП-КНИГА» и дистанционная продажа книг	18
Оптовое направление деятельности компании «ТОП-КНИГА»	19
Основные этапы развития оптового направления:	19
Ключевые показатели оптового направления продаж	19
Крупнейшие оптовые клиенты:	19
Основные принципы работы с оптовыми клиентами	20
Система заказов	20
Краткая характеристика российского книжного рынка	21
Основные показатели книжного рынка	21
Цена книги как основной фактор роста российского книжного рынка	23
Обеспеченность книгами и книжными магазинами	23
Читательская активность в России	24
Проблема замещения книг интернетом: мифы и реальность	24
Обзор финансового положения	25
Выручка и рентабельность	25
Структура затрат	27
Основные средства	27
Дебиторская и кредиторская задолженность	28
Кредитный портфель	28
Инвестиционная программа	29
Использование средств облигационного займа	29
Прогнозы финансовых показателей на 2006-2010 гг.	30
Приложение 1. Основные финансовые показатели ооо «ТОП-КНИГА» за 2004-9М 2006 гг. (РСБУ)	31
Приложение 2. Награды ТОП-КНИГИ за 2000-2006 гг.	33
Приложение 3. География розничной сети ООО «ТОП-КНИГА» на 01.10.2006 г. (Европейская часть России)	34
Приложение 4. География розничной сети ООО «ТОП-КНИГА» на 01.10.2006 г. (Азиатская часть России)	35

ТОП-КНИГА: КЛЮЧЕВЫЕ СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

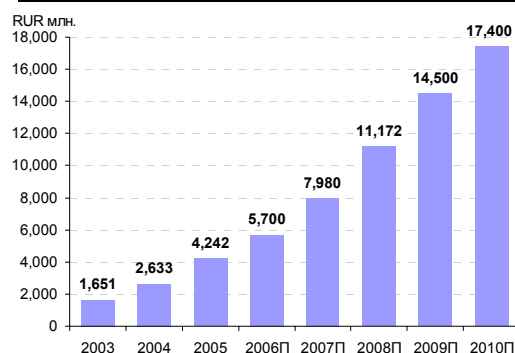
- **Крупнейшая книготорговая компания страны.** ТОП-КНИГА, с годовой выручкой около US\$210 млн. (прогноз 2006 г.), является самым крупным игроком российского книжного рынка. Компания контролирует около 10% продаж книг в России, заметно опережая своих ближайших конкурентов. По прогнозам компании, в 2008 г. ТОП-КНИГА займет 15% всего рынка. По оценке международных экспертов, ТОП-КНИГА занимает 14-е место среди крупнейших мировых книжных ритейлеров.
- **Обширная и разветвленная розничная сеть фирменных магазинов.** Сегодня ТОП-КНИГА имеет самую обширную розничную сеть среди отечественных книготорговых компаний – свыше 400 торговых точек в более чем 160 городах, расположенных на территории всех федеральных округов. В планах ТОП-КНИГИ к 2010 г. – довести число магазинов до 1000.
- **Мультиформатность.** ТОП-КНИГА развивает сеть фирменных магазинов в пяти различных форматах: магазины среднего формата, супермаркеты cash and carry, гипермаркеты, книжно-канцелярские магазины малого формата и небольшие магазины прессы. Кроме того, компания имеет собственный интернет-магазин с одноименным названием.
- **Широкий ассортимент предлагаемой продукции.** Благодаря наличию в структуре компании логистической инфраструктуры ТОП-КНИГА располагает самым широким предложением на рынке – ее актуальный ассортимент превышает 150 тыс. наименований книг. Вместе с тем на долю книг приходится 68% выручки компании, на продажи канцтоваров, мультимедийной продукции, открыток и игрушек – оставшаяся часть.
- **Простая организационная структура и прозрачная структура акционерного капитала.** Организационно ТОП-КНИГА представляет собой юридическое лицо – ООО «ТОП-КНИГА», основным участником которого (80%) является Г.А. Лямин (генеральный директор). В 2006 г. были созданы 2 дочерних компании в Узбекистане и Казахстане, но на данный момент их доля в общем обороте ТОП-КНИГИ незначительна.
- **Высокая для ритейлера операционная рентабельность.** По итогам 9 месяцев 2006 г. показатель «EBITDA margin» составил 10.1% (9.3% - в 2005 г.). По итогам 2006 года, согласно прогнозам компании, этот показатель составит около 9.3-9.6%.
- **Умеренная долговая нагрузка.** Текущая долговая нагрузка компании, оцениваемая показателем «Долг/EBITDA», соответствует уровню 2.4x. После привлечения облигационного займа этот показатель составит 3.0x, а с 2007 г. начнет постепенно снижаться.
- **Наличие публичной кредитной истории.** В феврале 2006 г. компания успешно дебютировала на долговом рынке, разместив облигации на сумму RUR700 млн. В феврале 2007 г., благодаря новому займу, ТОП-КНИГА намеревается полностью рефинансировать первый облигационный заем.
- **Автоматизация операционных процессов на базе ERP-системы и высокий уровень IT-технологий.** ТОП-КНИГА находится на завершающем этапе внедрения системы ERP-класса Oracle JDEdwards Enterprise One, осуществляемого в сотрудничестве с консалтинговой компанией Deloitte. Кроме того, в распоряжении компании - оригинальная система управления ассортиментом и обработки заказов, созданная собственными специалистами.
- **Динамично растущий книжный рынок с большим потенциалом роста.** Слабая насыщенность отечественного рынка книжными магазинами, из года в год повышающиеся цены на книги, стабилизовавшаяся в последние годы читательская активность населения создают, по мнению экспертов ТОП-КНИГИ, хороший потенциал для прироста рынка в 2007-2008 гг. не менее чем на 15% в год.

Основные финансовые показатели

RUR млн. (РСБУ)	2004	2005	9М 2006
Выручка	2,633	4,242	4,051
EBITDA	90	393	409
Чистая прибыль	38	117	110
Долг	231	920	1,252
Чистый долг	207	861	1,166
Собственный капитал	180	546	657
Всего активы	945	2,162	2,977
Показатели			
EBITDA margin (%)	3.4%	9.3%	10.1%
EBITDA/проценты (x)	10.1	5.5	4.5
Долг/EBITDA (x)	2.6	2.3	2.3
Чистый долг/EBITDA (x)	2.3	2.2	2.2
Долг/Капитал (x)	1.3	1.7	1.9

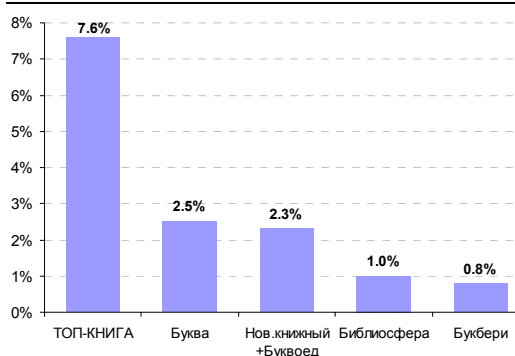
Источник: данные компании

Динамика выручки компании



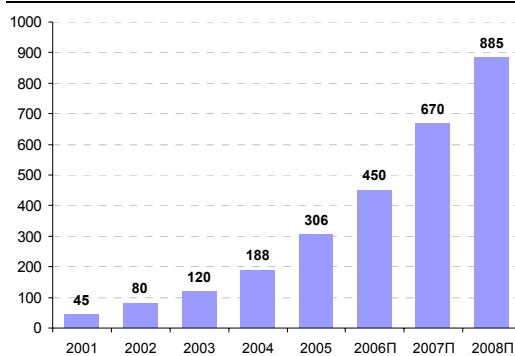
Источник: данные компании

Крупнейшие игроки книжного рынка России



Источник: данные компании

Динамика роста фирменной сети магазинов



Источник: данные компании

ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ ВЫПУСКА ОБЛИГАЦИЙ

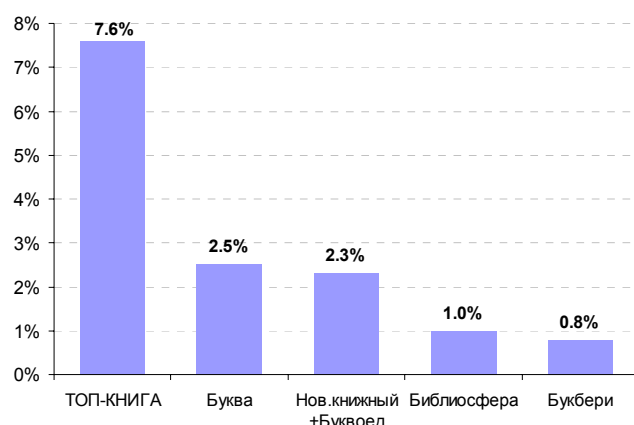
Эмитент	ООО «ТОП-КНИГА»
Поручитель	ООО «ТОП-КНИГА ИНВЕСТ»
Облигации	процентные документарные на предъявителя неконвертируемые с обязательным централизованным хранением в НДЦ серии 02
Объем выпуска (по номинальной стоимости)	1 500 000 000 рублей
Количество облигаций	1 500 000 штук номинальной стоимостью 1 000 рублей каждая
Порядок размещения	Открытая подписка через организатора торговли в соответствии с эмиссионными документами
Цена размещения	1 000 рублей (100% от номинальной стоимости)
Погашение	В 1 456-й день с даты начала размещения облигаций
Оферта	По номиналу в 5 (пятый) рабочий день 5 (Пятого) купонного периода
Купонный период	182 дня
Процентная ставка купонного дохода	Процентная ставка по 1-4 купонам определяется на конкурсе в первый день размещения облигаций. Процентные ставки по 5-8 купонам определяются Эмитентом перед началом пятого купонного периода
Порядок погашения и выплаты купонного дохода	Выплаты осуществляются платежным агентом в российских рублях в безналичном порядке
Платежный агент	ОАО Инвестиционный банк «ТРАСТ»
Организатор выпуска и агент по размещению облигаций	ОАО Инвестиционный банк «ТРАСТ»

ТОП-КНИГА – КРУПНЕЙШАЯ КНИГОТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ РОССИИ

Краткое описание

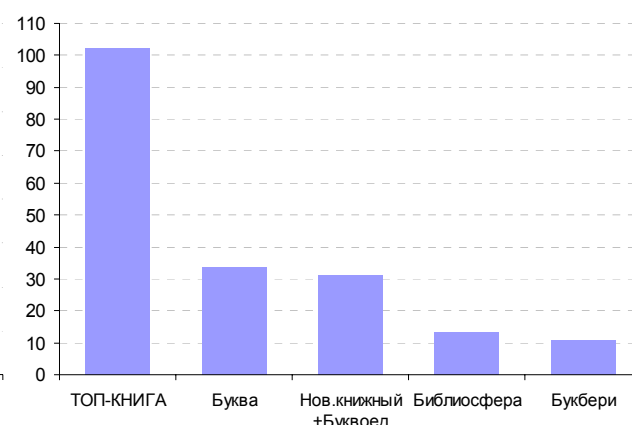
ТОП-КНИГА – национальная рознично-оптовая книоторговая компания, лидер книжного рынка России, заметно опережающая своего ближайшего конкурента. По оценкам компании, ее доля на розничном книоторговом рынке России в 2006 г. составит около 8% (6% - в 2005 г.). Достижения ближайших конкурентов, АСТ и ЭКСМО, оцениваются в 2.5% и 2.3%, соответственно.

ДИАГРАММА 1. ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ КНИГОТОРГОВЛИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В 2006 г.



Источник: данные компании

ДИАГРАММА 2. РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА ЛИДЕРОВ КНИЖНОГО РЫНКА ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2006 г. (US\$ МЛН.)



Источник: данные и оценки компании

В настоящее время ТОП-КНИГА располагает шестью оптово-распределительными центрами в Новосибирске, Тюмени, Москве, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге и Самаре. По состоянию на 1 ноября 2006 года розничная сеть компании насчитывает более 400 магазинов на всей территории России, которые в целом ежемесячно продают более 3 млн. экземпляров книг. Общая торговая площадь магазинов компании превышает 120 000 кв. м. Размещение магазинов ТОП-КНИГИ по территории России примерно соответствует географическому распределению плотности населения, и, как следствие, благодаря торговой сети компании более 60% городского населения страны имеет доступ к максимально большому ассортименту книг, изданных в России.

Основной залог успеха ТОП-КНИГИ — широкий ассортимент, ориентированный на актуальный покупательский спрос. В предложении компании более 150 тыс. наименований книг — это существенно превышает число наименований книг и брошюр, ежегодно издающихся в России. Кроме того, ТОП-КНИГА предлагает своим покупателям большой ассортимент канцелярских товаров, игрушек, открыток, прессы и медиапродукции.

Будучи лидером национального книжного рынка, ТОП-КНИГА развивает свою стратегию по освоению все новых и новых регионов, в том числе рынков стран СНГ. Одновременно расширяется качественная структура розничной сбытовой сети: наряду с уже широко известными книжными магазинами «Книгомир», компания внедряет новые форматы - книжно-канцелярские супермаркеты (cash and carry) «Литера», гипермаркеты «Лас-Книгас», книжно-канцелярские магазины «Пиши-Читай» и магазины прессы «Городская сорока».

ТОП-КНИГА – активный член Российского книжного союза (РКС), национального отраслевого объединения. РКС – это негосударственная некоммерческая организация, консолидирующая ведущих отечественных издателей, распространителей книжной продукции, полиграфистов, представителей бумажной отрасли, а также ряд писательских организаций и ассоциаций участников книжного рынка, в частности: Ассоциацию книгоиздателей (АСКИ), Ассоциацию книгораспространителей независимых государств (АСКР), Межрегиональную ассоциацию полиграфистов (МАП). В 2006 г. по инициативе РКС разработана Национальная программа повышения грамотности и культуры чтения в России.

Конкурентное положение

В настоящее время на розничном книжном рынке России можно выделить несколько крупных, федеральных сетей, охватывающих многие регионы страны:

1. Книготорговая компания «ТОП-КНИГА» (более 426 магазинов в управлении, объединенных в национальные сети «Книгомир», «Литера», «Лас-Книгас» и др.)
2. Издательство «АСТ» (более 200 магазинов, объединенных в национальные сети «Буква» и др.),
3. Издательство «ЭКСМО» (сети «Новый книжный» и «Буквоед», 64 магазина),
4. Издательство «Инфра-М» (сеть «Библиосфера» - около 40 магазинов).

Помимо федеральных существует несколько сильных локальных торговых сетей, как правило, развивающихся в пределах одного города (области):

5. «Московский Дом Книги» (г. Москва, 36 магазинов),
6. Издательство «Азбука» (сети магазинов «Азбука» и «Снарк», г. С.-Петербург, около 30 магазинов).

Существует также несколько локальных сетей в городах-миллионерах, включающих, как правило, не более 10-15 магазинов. В их числе:

7. сеть «Санкт-Петербургский Дом Книги» (г. С.-Петербург, 15 магазинов),
8. сеть «Букбери» (г. Москва, 12 магазинов).

В течение 2006 года на книжном рынке появились новые игроки. В частности, компания «Дымов» (крупный производитель колбасы) открыла в Москве магазин «Республика» площадью около 1 000 кв. м (ул. Тверская). По ее заявлению, на очереди - открытие еще нескольких магазинов в столице. Помимо этого концерн «Калина» (производитель парфюмерии) открыл 5 книжных магазинов «Царь-Книга» в Уральском Федеральном округе.

В качестве своих основных конкурентов ТОП-КНИГА рассматривает прежде всего локальные сети, поскольку те хорошо знают рынок своего города и, как правило, имеют хорошее расположение на его территории. Основным приемом конкурентной борьбы в таких условиях является гибкое применение различных форматов: компания находит экономически «интересные» районы и определяет оптимальный для них формат торговли.

Основные этапы развития компании

1995 г. – создание оптовой книготорговой компании «ТОП-КНИГА» в Академгородке г. Новосибирска. К концу года число клиентов достигло 100.

1996 г. – Дальнейшее развитие оптового направления, расширение ассортимента книг, начало поставок товаров в книжные магазины Сибири.

1997 г. – Организация розничного направления бизнеса. Расширение ассортимента за счет новых товарных групп: канцелярии, открыток, периодических изданий. Организация доставки товаров в регионы Сибири.

1998 г. – Организация подразделения «Книга-почтой». Начало оптовых поставок товаров в Казахстан.

1999 г. – Открытие первого розничного магазина формата «Книгомир». Организация регулярных рейсов доставки «до двери» в 300-километровой зоне Новосибирского склада. Организация региональных оптовых представительств. Начало поставок товаров в удаленные регионы сибирского и дальневосточного федеральных округов. Рост клиентской базы до 500 постоянных оптовых покупателей.

2000 г. – Создание сети книжных магазинов «Книгомир». Открытие одного из крупнейших

магазинов России, «Сибирского Дома книги» с ассортиментом свыше 70 тысяч наименований книг. Выход сети «Книгомир» в Уральский федеральный округ.

2001 г. – Вступление ТОП-КНИГИ в РКС. Создание Интернет-магазина. Появление зарубежных партнеров в Канаде и США.

2002 г. – Открытие оптового склада в Тюмени. Открытие первого книжно-канцелярского cash&carry «Литера» в Новосибирске. Выход сети «Литера» на рынок Тюмени. Появление первого магазина нового формата «Городская сорока».

2003 г. – Новое направление работы компании: сотрудничество с крупными ритейлерскими сетями по созданию отделов печатной продукции (начало поставок книг и периодических изданий в сеть «Холидей-Классик»). Приход сети магазинов «Книгомир» в Москву. Открытие распределительного центра в Домодедово.

2004 г. – Открытие оптового отдела в Москве. Число оптовых клиентов компании достигло 1 000. Создание нового формата книжной торговли — гипермаркета. Открытие гипермаркета «Лас-Книгас» и супермаркета «Литера» в Москве. ТОП-КНИГА вошла в рейтинг газеты «Коммерсантъ» «ТОП-50 крупнейших ритейлеров России», где сразу заняла 36 место. Начало внедрения ERP-системы.

2005 г. – Открытие оптово-распределительного склада в Ростове-на-Дону. Открытие дочерних предприятий в Казахстане и Узбекистане. Появление зарубежных партнеров в Словакии, Швеции, Иране, Литве. Создание сети гипермаркетов «Лас-Книгас»: открытие второго магазина этой сети в Москве, первого – в Санкт-Петербурге и Челябинске. Создание сети малоформатных книжно-канцелярских магазинов «Пиши-Читай».

2006 г. – ТОП-КНИГА дебютирует на долговом рынке с облигационным займом на RUR700 млн. Начало активного освоения компанией Интернет-пространства: модернизация корпоративного сайта ТОП-КНИГИ, создание сайтов «Литера», «Книгомир», «Лас-Книгас» и «Книжная витрина». Начало оптовых продаж новой товарной группы - медиапродукции. Число клиентов, сотрудничающих с компанией на постоянной основе, достигло 1 500. Появление первых партнеров в Китае. Сеть магазинов «Городская сорока» вышла на московский рынок. Открытие супермаркетов «Лас-Книгас» в Томске, Красноярске и Воронеже. ТОП-КНИГА стала поставлять книги и периодические издания в федеральные сети «О'Кей» и «Лента».

Участники ООО «ТОП-КНИГА»

ТОП-КНИГА - частная компания. Собственники – физические лица, участвующие в ее оперативном и стратегическом управлении.

ООО «ТОП-КНИГА» зарегистрировано 5 июля 1995 г., свидетельство №ОК 341. Направление деятельности – оптово-розничная торговля, уставный капитал составлял на момент регистрации RUR4 370.

С 30 декабря 2005 г. размер уставного капитала равен RUR33 280. Размеры долей Участников Общества в настоящее время представлены в Таблице 1:

ТАБЛИЦА 1. СОБСТВЕННИКИ ООО «ТОП-КНИГА»

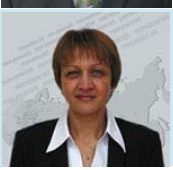
Совладелец	Должность в компании	Доля в обществе
Лямин Георгий Александрович	Генеральный директор	80%
Трифонов Михаил Юрьевич	Начальник управления продуктов	10%
Воронова Татьяна Майевна	Директор по корпоративному управлению	10%

Источник: данные компании

Топ-менеджмент

Топ-менеджмент компании ТОП-КНИГА всегда был и остается настоящей управленческой командой. Ее основу составили выпускники Новосибирского государственного университета.

ТАБЛИЦА 2. ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ ТОП-КНИГИ

Ф.И.О.	Должность	
	Лямин Георгий Александрович Генеральный директор	Родился в 1960 году в г. Барнаул. Окончил в 1982 году физический факультет Новосибирского государственного университета. В книжном бизнесе с 1991 г. Входит в рейтинг «Тысяча лучших менеджеров России», награжден Премией Ленинского Комсомола за успехи в области физики, в 2005 г. признан «Человеком года» на книжном рынке. Председатель комитета по исследованию книжного рынка Российского книжного союза.
	Воронова Татьяна Майевна Директор по корпоративному управлению	Родилась в г. Москва. Окончила биологический факультет Кемеровского государственного университета. В книжном бизнесе – с 1992 года. Цель деятельности: создание системы учета и контроля, которая позволяет оперативно получать необходимую информацию для принятия решений.
	Трифонов Михаил Юрьевич Начальник управления продуктов	Родился в 1968 году в г. Омск. Окончил механико-математический факультет Новосибирского государственного университета. В книжный бизнес пришел в 1992 году. Своим наиболее значимым проектом считает организацию и развитие ассортиментного отдела ТОП-КНИГИ.
	Касьянова Любовь Николаевна Начальник управления продаж	Родилась в Краснодарском крае. Окончила Новосибирский государственный университет, факультет естественных наук. До 1994 года занималась химией твердого тела. В книжный бизнес пришла в 1994 г.
	Скобинова Ирина Федоровна Начальник управления дивизионов	Родилась в Иркутской области. В 1991 году окончила НГПУ, в 1997 году – Томский государственный университет по специальности юриспруденция. В компании «ТОП-КНИГА» - с 2002 года. До прихода в организацию работала в компаниях Revlon, Venture Impex Company, Melsons Impex Company.
	Кухарёнок Андрей Мирович Начальник управления логистики	Родился в 1966 г. в Новосибирской области. В 1988 г. окончил Новосибирский Институт Инженеров Железнодорожного Транспорта по специальности инженер-механик. Последние 12 лет занимался логистикой в крупной фармацевтической компании «РОСТА». В 2005 году перешел на работу в ТОП-КНИГУ.
	Гроздова Ирина Николаевна Финансовый директор	Окончила Сибирскую Государственную Академию экономики и управления, факультет «Финансы и кредит» по специальности «Экономист». Аудитор (Аттестат ЦАЛАК Минфина РФ) с 1998 года. До прихода в компанию работала аудитором, финансовым директором Рубцовского молочного завода компании «Вимм-Билль-Данн». В ТОП-КНИГЕ - с июля 2004 года.
	Заруев Антон Вадимович IT-директор	Родился в 1968 году в г. Красноярск. В 1992 году окончил механико-математический факультет Новосибирского государственного университета по специальности математика и прикладная математика, а также Школу бизнеса Открытого университета (2002). В компанию «ТОП-КНИГА» пришел в июне 2004 года.
	Козеева Нурия Рафиковна Начальник управления форматов	Родилась в г. Омск. Окончила механико-математический факультет Новосибирского государственного университета. Маркетингом занимается с 1990 года, с 1999 года занимала пост генерального директора рекламного агентства. В книжный бизнес пришла в 2001 году.

Источник: данные компании

Организационная структура компании

В настоящее время все магазины, будучи объединенными в филиалы, находятся в прямом управлении центрального офиса компании, тем самым, все организационные подразделения образуют единое юридическое лицо – ООО «ТОП-КНИГА».

В 2006 г. ТОП-КНИГА вышла на рынки Узбекистана и Казахстана, учредив там две дочерних компании: ТОО «ТОП-КНИГА Астана» и «ТОР-КИТОВ TOSHKENT» MChJ. На данный момент объем осуществляемых «дочками» операций сравнительно мал, поэтому можно утверждать, что основная часть операционной деятельности компании осуществляется в рамках одного юридического лица.

Миссия компании

Миссия ТОП-КНИГИ – удовлетворять потребность людей в получении качественного продукта для развлечения, обучения и развития с целью создания нового качества жизни в самой большой стране мира. Компания видит свою цель в том, чтобы давать людям культурный продукт (книги, пресса, медиа, канцтовары), в котором они нуждаются, и, используя который неустанно самосовершенствуются. Тем самым, работая на рынке «культурных товаров», компания, в конечном счете, повышает качество жизни людей, способствует социальному развитию общества в целом.

Вместе с тем усилия компании «ТОП-КНИГА», не ограничиваясь рамками российской территории, направлены на то, чтобы донести отечественную книгу до различных слоев и групп русскоязычного населения в странах ближнего и дальнего зарубежья.

ТОП-КНИГА вносит свой немалый вклад в возрождение и развитие книжного рынка России:

- Устанавливая взаимовыгодные партнерские отношения с отечественными издательствами и оптовыми клиентами и, тем самым, способствуя продвижению книг во все регионы необъятной страны;
- Расширяя доступ россиян к наследию цивилизации посредством постоянно развиваемой сети книжных магазинов разных форматов;
- Внедряя эффективную систему логистики и обеспечивая поступление книги ее покупателю в течение 48 часов;
- Постоянно приближая стандарты качества обслуживания россиян к мировому уровню;
- Вводя в ассортимент дополнительные продукты и внедряя новые услуги, более полно отвечающие потребностям клиентов;
- Делясь знаниями и ноу-хау с партнерами и коллегами в интересах успешного развития книжного рынка в целом;
- Незамедлительно и эффективно реагируя на нужды оптовых и индивидуальных клиентов.

Стратегия и планы развития

Основным стратегическим приоритетом ТОП-КНИГИ является розничная торговля. В 2007 г. основные усилия компании будут сосредоточены не только на открытии новых сетевых магазинов, но и на повышении качества обслуживания в уже существующих.

При этом к 2010 году компания намерена увеличить общее число магазинов до 1000. Развитие сетевой розницы планируется в двух крупных форматах: гипермаркеты «Лас-Книгас» и книжно-канцелярские cash & carry «Литера», а также в двух средних и малых форматах: традиционные книжные магазины «Книгомир» и небольшие недорогие магазины для малых городов «Пиши-Читай».



ТОП-КНИГА продолжит активное продвижение как в регионы России, так и в страны ближнего зарубежья. Началом такого движения стало открытие осенью 2006 г. первого за пределами России магазина cash & carry «Литера» в столице Казахстана, Астане.

Для обеспечения эффективного управления быстро развивающейся розничной сетью в 2006 году компания начала работы по проведению инновационных мероприятий, которые планируется продолжить и завершить в течение 2007 года:

- введена дивизиональная система управления, предполагающая создание семи (в соответствии с территориальным делением России) управляющих центров в регионах;
- разработана и внедряется система стандартизации и контроля за соблюдением стандартов форматов;
- внедряется автоматизированная система бюджетного планирования и контроля на базе Oracle EPB, позволяющая соотносить размер финансового поощрения сотрудника с результатами его труда;
- разработаны и проходят тестирование новые форматы, отвечающие стратегии активного освоения смежных продуктовых сегментов: «Литера-офис» и магазин медиапродукции.

При активном развитии розницы ТОП-КНИГА не оставляет в стороне и дальнейшее расширение своего оптового направления: наращивается логистическая инфраструктура (планируется открытие новых и увеличение площади имеющихся складов), растет и клиентская база. Помимо этого в зоне особого внимания ТОП-КНИГИ на 2007 г. будет оставаться и развитие online-торговли.

По оценкам экспертов компании, при прогнозе роста книжного рынка в 2007 г. на 15% объемы продаж ТОП-КНИГИ вырастут на 40-45%, а ее доля на рынке достигнет 12%. А в 2008 г. доля рынка, контролируемого компанией, составит 15%.

Система внутреннего контроля

Для повышения управляемости компании, оптимизации издержек и обеспечения полной прозрачности бизнеса ТОП-КНИГА в сотрудничестве с консалтинговой компанией Deloitte внедрила информационную систему Oracle JD Edwards EnterpriseOne.

В результате ТОП-КНИГА получила возможность не только объединить в единую систему склады и торговые объекты предприятия, но и надежно учитывать и оперативно контролировать процесс товародвижения.

Значительно упрощены процедуры заказа продукции, информация о реализации товаров в оперативном режиме поступает из информационных систем магазинов в ЦИС (центральную информационную систему) компании.

Используя возможности новой системы, аккумулирующей данные по движению товарных и финансовых потоков, компания может принимать более точные управленческие решения.

В настоящий момент новая система объединяет все склады компании - в Новосибирске, Домодедово, Москве, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Тюмени и Самаре, транспортные службы, оптовые отделы, отделы закупки и бухгалтерию.

В планах на 2007 год – включение в систему магазинов формата cash & carry «Литера», а также введение в систему информации по движению товаро-материальных ценностей магазинов других торговых марок: «Лас-Книгас», «Книгомир», «Пиши-Читай», «Городская сорока» и т.д.

Работа с поставщиками

Поставщиками «ТОП-КНИГИ» являются все крупные и средние издательства книжной и медиапродукции в России. Ассортимент небольших издательств компания получает как напрямую, так и через дистрибьюторов. При общем количестве поставщиков более 2 000 по книгам и около 200 – по медиа, крупнейшими для ТОП-КНИГИ являются:

среди книжных издателей:

- «АСТ» (15% от поставок книг)
- «Эксмо» (12%)
- «Просвещение» (6%),
- «Дрофа» (4%),
- «Олма-пресс» (3%)

среди издателей медиапродукции:

- «Новый Диск» (8% от поставок медиа),
- «Мистерия Звука» (5%),
- российское представительство «Universal Pictures» (4%).

ТОП-КНИГА имеет одни из самых низких закупочных цен на рынке у большинства издателей. Это связано с тем, что компания занимает основную долю в обороте этих издательств.

В зависимости от полученных закупочных условий ТОП-КНИГА осуществляет преференции в плане работы и продвижения ассортимента поставщика в своих торговых сетях. С осени 2005 года ТОП-КНИГА запустила Программу «Приоритетный поставщик». Участникам данной программы, в обмен на эксклюзивные закупочные условия, предоставлены преимущественные права по наличию их продукции в каналах продаж предприятия, а также дополнительные бонусы в виде BTL-акций и прочих программ продвижения в фирменных сетях компании. Традиционной практикой работы компании является заключение наряду с договором поставки договора о совместной промодеятельности.

Около 40% поставок осуществляется на условиях оплаты по факту продажи товара, около 30% (в основном, школьная и учебная литература) оплачивается по специальным графикам с окончательным расчетом после окончания учебного сезона, остальные поставки осуществляются с фиксированной отсрочкой платежа до 6 месяцев.

70% номенклатуры приобретенных товаров поставляется по договорам с возможностью возврата непроданного товара. В среднем по году доля возвращенного товара составляет около 10%. Для сравнения, в Европе доля возвратов составляет 15-20%, а в США достигает 25%. В условиях перепроизводства на книжном рынке, ТОП-КНИГА придерживается политики увеличения доли возвратов невостребованного товара с целью постоянного обновления, оздоровления ассортимента, предлагаемого конечному потребителю.

В отношениях с поставщиками компания придерживается принципа безусловного выполнения принятых обязательств, своевременной оплаты по счетам.

Зарубежный опыт и контакты

Компания «ТОП-КНИГА» поддерживает партнерские отношения со многими зарубежными книготорговыми организациями, поставляя книги в Чехию, Китай, Израиль, Англию, Словакию и другие страны. ТОП-КНИГА также плотно сотрудничает с крупнейшими зарубежными оптовыми книготорговыми компаниями: KNV и Libri (Германия), Ingram (США) и Bertrams (Великобритания).

В настоящее время в стадии разработки находится проект по участию ТОП-КНИГИ в объединенной европейской базе данных, которая даст возможность компании представлять свое коммерческое предложение одновременно на рынках ряда стран Европы, Америки и Азии.

За последние годы ТОП-КНИГА была участницей нескольких крупнейших международных книжных ярмарок: Франкфуртской, Лондонской, Варшавской, Пекинской ярмарок и всемирно известного Парижского книжного салона. Менеджеры компании используют переговоры во время ярмарки для подведения итогов сотрудничества с прежними партнерами, а также для построения отношений с новыми зарубежными партнерами.

В течение нескольких последних лет менеджеры компании «ТОП-КНИГА» совершают деловые поездки в ведущие книготорговые компании Европы, Северной Америки и Азиатского региона. Только в 2006 году ТОП-КНИГА провела встречи с лидерами мировой книготорговли: Barnes & Nobles и Borders (США, 2-е и 3-е место в мире), Indigo (Канада, 8-е место в мире), Fnac (Франция, №1 в мировой розничной книготорговле), Weltbild и Thalia (Германия – 7-я и 9-я строчки в мировой таблице о рангах соответственно).

Присутствие компании в интернете

Сайт компании «ТОП-КНИГА» (www.top-kniga.ru) работает с 1997 г., однако в 2006 г. он подвергся радикальному обновлению, в результате которого произошло разделение интернет-присутствия компании на собственно корпоративный сайт и на сайты фирменных сетей www.litera.ru, www.lasknigas.ru и www.knigomir.ru.

С целью создания в Интернете книжного портала был модернизирован сайт «Книжная витрина» (www.top-kniga.ru/kv/), содержащий, помимо рецензий и интервью с авторами, информацию о книжных новинках, фильмах, музыкальных новостях, компьютерных играх и программном обеспечении. Первый месяц эксплуатации обновленного сайта показал, что число посещений возросло в 3-4 раза и достигло более 1 000 посетителей в сутки. В рамках работ по созданию книжного портала запущен форум www.knigoForum.ru, поддерживающий обсуждения книг, авторов, тематических направлений.

Несмотря на то, что далеко не все работы по этим проектам завершены, уже сейчас наблюдается существенный рост посещаемости сайтов – ежедневно интернет-ресурсы компании посещают от 8 до 10 тысяч человек – и одновременно увеличиваются объемы on-line продаж.

Рекламная политика

Усилия по продвижению торговой марки «ТОП-КНИГА» в основном сосредоточены на книжном и смежных с ним рынках, объединяющих издателей и книготорговцев, а также производителей канцелярских товаров, прессы и медиапродукции. Акцент делается на формировании положительного имиджа компании средствами PR. Основные инструменты – регулярное участие в профильных ярмарках (Московская международная книжная выставка-ярмарка, Книги России, Нон Фикшн, КанцЭКСПО, Скрепка, ИгроМир и пр.) и публикации в профессиональных и бизнес-изданиях не только материалов о компании, но и обзоров о состоянии рынков.

Компания обладает имиджем аналитика на книжном рынке, т.к. регулярно проводит семинары и пресс-конференции для профессиональных участников рынка, публикует аналитические материалы, дает свои оценки и прогнозы развития книжного бизнеса в России. Широкий охват территории России фирменной торговлей определяет уникальную роль компании не только как знатока предпочтений и спроса жителей российской «глубинки», но и как эксперта в вопросах стратегии развития и решения основных проблем рынка.

Награды компании

Тот факт, что ТОП-КНИГА является крупнейшей книготорговой компанией страны, чья деятельность оказывает существенное влияние на дистрибуцию книг, тем самым давая возможность жителям российской «глубинки» приобщиться к культурному наследию, подтвержден многочисленными наградами и дипломами, полученными как от различных отраслевых и общественных организаций, так и от главного органа государственного управления отраслью – Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Помимо этого, компанией были получены другие призы и дипломы от многих издательств, различных организаций и форумов. Вместе с тем наиболее представительной и престижной наградой книжной отрасли, призом «Иванушка», учрежденным несколько лет назад журналом «Книжный бизнес», ТОП-КНИГА удостоивается ежегодно на протяжении нескольких последних лет.

РОЗНИЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «ТОП-КНИГА»

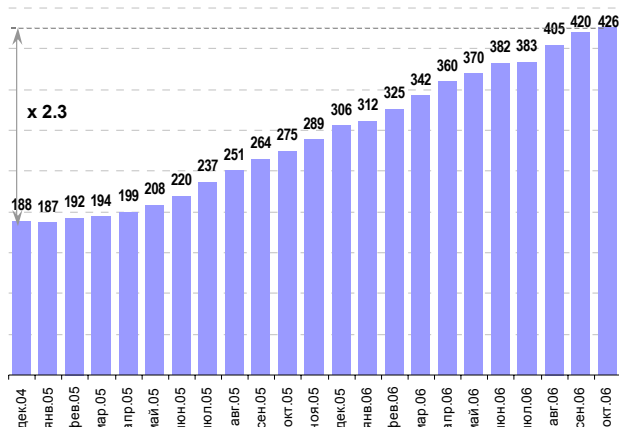
ТОП-КНИГА развивает розничное направление не только в нескольких форматах собственных магазинов, но и посредством заключения партнерских договоров с федеральными и региональными ритейлерами.

Собственная розничная сеть компании включает: магазины среднего формата «Книгомир», книжно-канцелярские cash and carry «Литера», гипермаркеты «Лас-Книгас», книжно-канцелярские магазины малого формата «Пиши-Читай» и магазины прессы «Городская сорока».

В настоящее время 2006 г. розничная сеть ТОП-КНИГИ состоит из 383 магазинов компании и 43 магазинов-партнеров в более чем 160 городах России, за последние полтора года число магазинов выросло более чем в 2 раза.

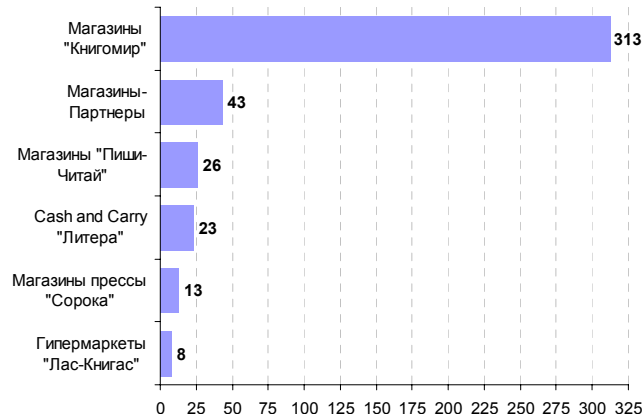
Качественный состав и динамика роста сети представлены на диаграммах.

ДИАГРАММА 3. ДИНАМИКА РОСТА ЧИСЛЕННОСТИ МАГАЗИНОВ ТОП-КНИГИ В 2005-2006 гг.



Источник: данные компании

ДИАГРАММА 4. СТРУКТУРА РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ТОП-КНИГИ



Источник: данные и оценки компании

Магазины формата «Книгомир»

Магазины данного формата занимают самую большую долю в структуре розничной сети компании. «Книгомир» – традиционный книжный магазин, площадью от 150 до 500 кв. м. Средний ассортимент составляет 20-50 тыс. наименований. Формат ориентирован преимущественно на покупателей со средним достатком.

Ассортимент магазинов всегда формируется в соответствии с локальными покупательскими предпочтениями, магазины «Книгомир» предлагают не только книги, но и широкий ряд сопутствующих товаров: канцелярия и игрушки, журналы и газеты, открытки и настенные календари, музыкальные альбомы популярных исполнителей и широкий выбор фильмов, электронные энциклопедии, развивающие игры и аудио-книги.

Поворотным моментом в развитии сети книжных магазинов «Книгомир» стало открытие в 2000 г. первого магазина за пределами Новосибирской области. На сегодняшний день компания открывает от 10 до 15 магазинов этого формата в месяц.

Сеть «Книгомир» объединяет более 300 магазинов, расположенных в 135 городах России – от Санкт-Петербурга до Владивостока. В планах на 2007 г. – открытие более 130 подобных магазинов.

ТАБЛИЦА 3. ГЕОГРАФИЯ ПРИСУТСТВИЯ МАГАЗИНОВ «КНИГОМИР»

Абакан	Дмитров	Квзнецк	Новочеркасск	Смоленск
Армавир	Домодедово	Курган	Норильск	Сочи
Архангельск	Дудинка	Курск	Ноябрьск	Ставрополь
Астрахань	Екатеринбург	Курчатов	Одинцово	Стерлитамак
Балаково	Елец	Лангепас	Октябрьский	Сургут
Балашов	Ессентуки	Лесосибирск	Омск	Сызрань
Барнаул	Железногорск	Ливны	Орел	Таганрог
Белгород	Заринск	Липецк	Оренбург	Талнах
Белорецк	Зеленоград	Лиски	Орехово-Зуево	Тамбов
Бердск	Иваново	Лысьва	Орск	Тобольск
Березники	Ижевск	Лянтор	Пенза	Тольятти
Бийск	Иркутск	Магнитогорск	Пермь	Томск
Благовещенск	Йошкар-Ола	Минеральные Воды	Петрозаводск	Троицк
Брянск	Казань	Мичуринск	Подольск	Тула
Великий Новгород	Калуга	Москва	Пыть-Ях	Тюмень
Великий Устюг	Каменск-Уральский	Мценск	Пятигорск	Улан-Удэ
Владивосток	Канск	Находка	Раменское	Ульяновск
Волгоград	Кемерово	Нефтекамск	Ростов-на-Дону	Уфа
Волгодонск	Киселевск	Нефтеюганск	Рубцовск	Чайковский
Волжский	Кисловодск	Нижевартовск	Рузаевка	Чебоксары
Вологда	Клин	Нижний Новгород	Рыбинск	Челябинск
Вольск	Клинцы	Нижний Тагил	Самара	Череповец
Воронеж	Кострома	Новомосковск	Санкт-Петербург	Чита
Выборг	Красногорск	Новороссийск	Саранск	Шахты
Георгиевск	Краснодар	Новосибирск	Сарапул	Энгельс
Горно-Алтайск	Красноярск	Новоуральск	Саратов	Юрга
Дзержинск	Кстово	Новочебоксарск	Северск	Ярославль

Источник: данные компании

Книжно-канцелярские cash & carry «Литера»

Сеть «Литера» объединяет магазины формата cash & carry. Магазины позиционируются как площадки для оптово-розничной торговли канцелярскими товарами и книгами. Концепция формата предполагает более низкие цены, чем в розничных магазинах, и дополнительные скидки, а также покупки товаров от единичных экземпляров до оптовой партии.

«Литера» - современный супермаркет эконом-класса с торговой площадью от 1 000 до 2 000 кв. м. Ассортимент каждой площадки включает более 15 тысяч названий книг, а также более 5 тыс. наименований канцелярских товаров. Основным товарам сопутствуют более 4 тыс. наименований игрушек и развивающих игр, более 2.5 тыс видов открыток, а также около 1 000 периодических изданий и большой ассортимент CD и DVD.

Каждый магазин оборудован несколькими справочными компьютерами, облегчающими поиск нужного товара.

Необходимым атрибутом этого формата являются постоянно действующие распродажи, средний ассортимент которых составляет более 1 500 наименований различных товаров.

Первый книжный магазин, работающий в формате cash & carry, был открыт компанией «ТОП-КНИГА» в январе 2002 года в Новосибирске. В августе 2004 года первая «Литера» открылась и в Москве.

Сегодня «Литера» – это сеть из 23 магазинов в 10 российских городах с населением свыше полумиллиона человек. Коммерческий успех супермаркетов экономического класса доказал их жизнеспособность. В планах ТОП-КНИГИ на 2007 г. – открытие 15 новых площадок этого формата.

Гипермаркеты «Лас-Книгас»

При формировании концепции формата «Лас-Книгас» сохранялась ориентация на создание магазина с самым широким ассортиментом книг. Каждый гипермаркет вмещает более 80 тыс. наименований книг – это сравнимо с суммарным количеством изданных в течение года наименований книг.

Соответствуя стилю магазина современного формата, «Лас-Книгас», помимо книг, выходит в лидеры и по предложению медиапродукции: в каждом гипермаркете ассортимент медиатоваров превышает 10 тыс. наименований.

В качестве сопутствующих товаров гипермаркеты предлагают широкий ассортимент канцелярии, периодики, открыток, игрушек и сувенирной продукции. На очереди новое предложение – цифровая техника, которая появится на площадках в самое ближайшее время.

Современный формат «Лас-Книгас» ориентирован на более длительный и комфортный выбор покупателями необходимых товаров: во всех магазинах этой сети есть места для чтения, удобные кресла и диванчики. Компания продолжает курс на дальнейшее развитие этого формата. Дополнительным сервисом современного книжного гипермаркета станут Интернет-кафе и кофейня, тестовый запуск которых сделан на ряде площадок. Другим интересным дополнением будет детская площадка – часть площади гипермаркета планируется отдавать под небольшие игровые комплексы.

Гипермаркеты «Лас-Книгас» – самый молодой формат компании. Открытие первого магазина в подмосковных Химках состоялось в декабре 2004 г., весной 2005 г. в Москве был открыт второй гипермаркет, летом 2005 г. «Лас-Книгас» появился в центре Санкт-Петербурга, на Васильевском острове, а уже осенью того же года – в Челябинске.

В 2006 г. гипермаркеты «Лас-Книгас» открылись в Москве, в Томске и Красноярске, Воронеже. В планах до конца 2006 г. – появление гипермаркетов в Нижнем Новгороде и Кемерово, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге.

Планы 2007 г. – открытие 5 магазинов «Лас-Книгас» в Москве, Волгограде, Самаре, Саратове и Омске.

Книжно-канцелярские магазины малого формата «Пиши-Читай»

Магазины «Пиши-Читай» создаются, прежде всего, для жителей небольших городов и районных центров с населением от 20 до 50 тысяч человек.

«Пиши-Читай» – самые маленькие магазины ТОП-КНИГИ, средняя площадь – около 70 кв. м. Магазины этого формата расположены рядом с домом («магазин за углом»), ассортимент отвечает потребностям окружения, конкретного района – здесь книги, канцтовары, игрушки, открытки и медиапродукция. Формат ориентирован на покупателей с достатком ниже среднего, поэтому магазины предлагают товары с невысокой стоимостью.

Развитие формата «Пиши-Читай» началось в августе 2005 года открытием двух небольших книжно-канцелярских магазинов в районных центрах Новосибирской области. В настоящее время в сети «Пиши-Читай» 26 магазинов. До конца нынешнего года компания планирует открыть еще 5 торговых точек в небольших городах Брянской, Саратовской, Иркутской, Ростовской и Новосибирской областей. В планах на 2007 г. – открытие около 50 магазинов данного формата.

Магазины прессы «Городская сорока»

Магазин прессы «Городская сорока» является более современной альтернативой уличным киоскам городской прессы, т.к. основным преимуществом формата является свободный доступ к товару и более широкий ассортимент печатных изданий. Востребованность данного формата подтверждается зарубежным опытом: во многих странах можно встретить маленькие магазины, торгующие периодическими изданиями, где помимо журналов и газет можно купить книги, открытки, канцтовары и игрушки.

Магазины имеют небольшую торговую площадь – до 50 кв. м, размещаются преимущественно в центральной или торговой части города, а также вблизи транспортных развязок. Ассортимент магазина включает до 1 000 наименований периодических изданий.

В настоящее время сеть «Городская Сорока» объединяет 13 магазинов в 4 российских городах – Новосибирске, Томске, Барнауле и Москве. До конца нынешнего года появятся еще 2 магазина. В планах компании на следующий год – расширение сети более чем вдвое, до 33 магазинов.

Сотрудничество с розничными сетями

Важным направлением деятельности компании становится работа с федеральными и региональными розничными сетями по созданию на их торговых площадках «отделов», торгующих периодикой, книгами, открытками, игрушками и т.п. Стратегия компании по организации торговли в супермаркетах основана как на собственном опыте, так и на хорошем знакомстве с технологиями работы крупнейших зарубежных ритейлеров (Wal-Mart, Tesco, Sainsbury's, Asda и т.д.), которые активно включают в свой ассортимент печатную продукцию.

Первым опытом такого сотрудничества стал заключенный в мае 2003 года договор с сетью супермаркетов «Холидей-Классик» (г. Новосибирск). Следующий шаг в развитии этого направления – договор с сетью супермаркетов «Быстроном». В середине 2005 г. компания, используя полученный опыт, начала сотрудничать с красноярской сетью «АЛПИ», в 2006 г. – с челябинской сетью «Незабудка» и федеральными сетями супермаркетов «О`КЕЙ» и «Лента».

Сегодня ТОП-КНИГА управляет ассортиментом отделов печатной продукции в более чем 100 супермаркетах в разных федеральных округах России.

ТАБЛИЦА 4. ГЕОГРАФИЯ ПРИСУТСТВИЯ ОТДЕЛОВ КОМПАНИИ «ТОП-КНИГА» В СЕТЯХ СУПЕРМАРКЕТОВ

Название ритейлера	Регион	Название ритейлера	Регион
"АТРИУМ" ТРК	Федеральная сеть	Практик	Сибирский федеральный округ
О'КЕЙ	Федеральная сеть	ТД "МИТИНО"	Москва
Лента	Федеральная сеть	СибТэк	Томск
АЛПИ	Сибирский федеральный округ	Ваш Дом	Омск
Холидей-Классик	Сибирский федеральный округ	Акцент	Улан-Удэ
ТЦ "Гигант"	Новосибирск	Колорлон	Новосибирск
Мега Титан	Улан-Удэ	ЧИБИС	Кемерово
Командор	Красноярск	Купеческий	Омск
Быстроном	Сибирский федеральный округ	Лео - аптека	Кемерово
Лама	Томск	Диксон	Красноярск
Красный Яр	Красноярск	Два Кита	Улан-Удэ
Золотая Роща	Новосибирск	Континент	Новосибирск
Незабудка	Челябинск	Надежда	Омская область

Источник: данные компании

На сегодняшний день доля этого направления в общем товарообороте компании невелика (1.5% совокупной выручки компании за 9 месяцев 2006 г.), но, как показывает опыт зарубежных рынков, она может вырасти до 10-15%.

Магазины-партнеры

ТОП-КНИГА строит партнерские отношения не только с независимыми книжными магазинами, но и с магазинами смежного профиля, торгующими канцтоварами, медиапродукцией, периодикой и пр. В зависимости от договоренностей ТОП-КНИГА может определять для магазинов ассортимент, дизайн, интерьер, ценовую политику. Также возможно предоставление оригинального программного обеспечения компании для формирования заказа.

В настоящее время товарооборот магазинов-партнеров составляет около 10% розничного товарооборота компании.



Интернет-магазин «ТОП-КНИГА» и дистанционная продажа книг

Отдел «Книга-почтой», занимающийся каталожной торговлей, ТОП-КНИГА организовала в 1998 году. В 2006 г. компания продолжила развивать дистанционную торговлю посредством запуска фирменного интернет-магазина. В настоящее время суммарный оборот этого направления торговли составляет около RUR1 млн. в месяц, при этом на долю интернет-магазина приходится почти 50%.

Среди ближайших конкурентов ТОП-КНИГИ на рынке on-line торговли такие интернет-магазины, как «Болеро», «Библио-глобус», «Co@libri», «Библион» и ряд других. При этом следует учесть и еще одно немаловажное обстоятельство - все большее количество издательств создают собственные интернет-магазины или системы заказа через интернет (например, издательство «Питер»).

Основным конкурентным преимуществом Интернет-магазина ТОП-КНИГИ является большой ассортимент товаров (около 150 тыс. наименований, доступных со склада), а также развиваемая технология получения заказа не только посредством курьерской доставки, но и через широкую сеть фирменных книжных магазинов компании.

ОПТОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «ТОП-КНИГА»

Основные этапы развития оптового направления:

1995 г. – Создание книготорговой компании ООО «ТОП-КНИГА», развитие оптового направления, появление первых 100 оптовых клиентов.

1997 г. – Организация доставки в регионы Сибири, расширение ассортимента, увеличение количества товарных групп (канцелярия, открытки, периодика).

1998 г. – Расширение регионов доставки, начало поставок в Казахстан.

1999 г. – Организация регулярных рейсов доставки «до двери» в 300-километровой зоне склада. Организация региональных оптовых представительств и организация поставок в удаленные регионы Сибирского и Дальневосточного ФО. Появление первого клиента из дальнего зарубежья (Израиль). Прирост клиентской базы до 500 оптовых клиентов, работающих на постоянной основе.

2001 г. – Создание сети оптовых представительств в Сибирском ФО, появление зарубежных партнеров в Канаде и США.

2002 г. – Открытие распределительного склада в Тюмени. Первые поставки зарубежным партнерам в Великобританию и на Кипр.

2003 г. – Открытие распределительного склада в Москве. Прирост клиентской базы до 1 000 оптовых клиентов, работающих на постоянной основе. Первые поставки зарубежным партнерам в Швейцарию и Монголию.

2004 г. – Охват оптовой торговлей Центрального, Северо-Западного и Приволжского ФО, организация регулярных рейсов доставки «до двери» в этих регионах. Первые поставки зарубежным партнерам в Чехию и Германию.

2005 г. – Открытие складов в Екатеринбурге, Ростове, Санкт-Петербурге, открытие 2 «дочерних» компаний в Казахстане и Узбекистане. Первые поставки зарубежным партнерам в Словакию, Швецию, Иран, Литву.

2006 г. – Начало оптовых продаж товарной группы «медиапродукция». Прирост клиентской базы до 1 500 оптовых клиентов, работающих на постоянной основе. Первые поставки зарубежным партнерам в Китай.

Ключевые показатели оптового направления продаж

В настоящее время ТОП-КНИГА обслуживает более 1 500 оптовых клиентов на постоянной основе. В 2005 г. продажи оптового направления компании составили RUR1.01 млрд. (24% от совокупной выручки).

За 9 месяцев 2006 г. выручка оптового канала ТОП-КНИГИ достигла RUR880 млн. (20% от совокупной выручки). Прирост оптового оборота за 9 мес. 2006 г. по сравнению с аналогичным периодом 2005 г. составил 18%. Доля экспорта в оптовой выручке ТОП-КНИГИ составляет около 12%.

Крупнейшие оптовые клиенты:

1. Интернет-магазин «Озон» (Компания «Интернет Решения»);
2. Сеть магазинов «Букбери» (Москва);
3. Сеть магазинов «Сейлз» (Москва);
4. Торговый дом «Гулянда», «Джагамбек и К» (Алматы, Казахстан);

5. Сеть магазинов «Кузбасская книга» (Кемерово);
6. Сеть магазинов «Эврика» (Павлодар, Казахстан);
7. Русский книжный магазин «Homo Sapiens» (Вильнюс, Литва);
8. Сеть магазинов «Омский книготорговый дом» (Омск);
9. Сеть магазинов «Царь-книга» (Екатеринбург);
10. Сеть магазинов «Music Star» (Невинномысск);
11. Сеть магазинов «Ростовкнига» (Ростов-на-Дону);
12. Сеть киосков «Метропресс» (Санкт-Петербург);
13. Сеть магазинов «Буквояд» (Санкт-Петербург);
14. Сеть магазинов «Глобус» (Чита);
15. Сеть магазинов «Книжный клуб плюс» (Томск);
16. Сеть магазинов «Книги» (Новый Уренгой);
17. Сеть магазинов «Книги» (Ханты-Мансийск).

Основные принципы работы с оптовыми клиентами

Оптовым клиентам предлагаются к закупке все группы товаров, с которыми работает компания «ТОП-КНИГА»: книги, игрушки, периодические издания, канцтовары, открытки, медиапродукция, торговое оборудование.

Оптовый договор заключается на рамочной основе для осуществления регулярных поставок. Товар предлагается к продаже по оптовой цене, индивидуальной для каждого склада. В соответствии с объемом ежемесячных закупок клиенту предоставляется скидка от оптовой цены по объявленному коммерческому предложению.

В 300-километровой зоне любого склада доставка товара осуществляется по принципу «до двери» автомобильным транспортом с собственным экспедированием грузов по утвержденному графику. В удаленные регионы отправка осуществляется через транспортные компании. Оптовым клиентам в Казахстане поставки осуществляются через дочернее предприятие, которое осуществляет таможенную очистку полученных грузов и отправляет продукцию в города, где расположены магазины клиентов.

Система заказов

Оптовым клиентам ежедневно осуществляется рассылка прайс-листов через сайт компании. Поскольку общий ассортимент номенклатуры на складах составляет более 100 тысяч наименований, для удобства работы ежедневно формируется несколько видов прайс-листов (основные, тематические, дополнительные, накопительные ТОП-1000, новинки и т.д.), из которых клиент на сайте компании может выбрать наиболее удобный.

Основная часть заказов поступает по электронной почте, около 10% - по факсу или по телефону. Заказы комплектуются в день приема и доставляются клиентам, находящимся в 300-километровой зоне доставки со склада, уже на следующий день. Доставка осуществляется «до двери» по адресу, указанному в заявке клиента. Отправка заказов через транспортные компании осуществляется по согласованию с клиентом накопленными партиями в соответствии с графиком доставки транспортных компаний.

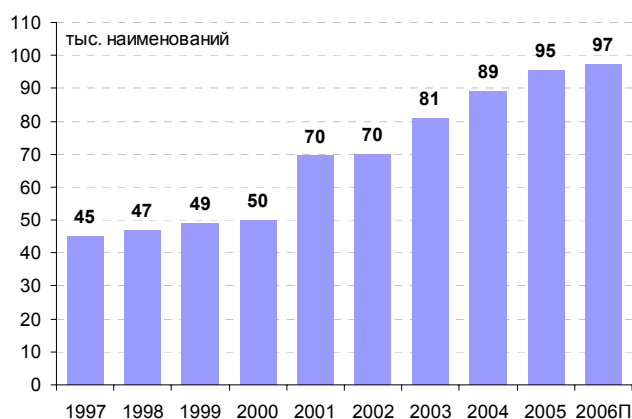
КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО КНИЖНОГО РЫНКА

Основные показатели книжного рынка

По данным Российской книжной палаты, в 2005 году в стране было выпущено 95 500 наименований книг. По прогнозам, в 2006 году ассортимент выпущенных книг и брошюр вплотную приблизится к 100-тысячной отметке. В мире планку в 100 000 различных наименований книг удалось преодолеть лишь Соединенным Штатам, Китаю и Великобритании.

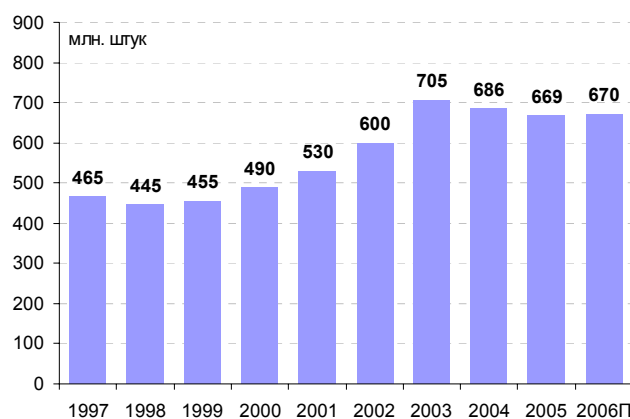
Начало новейшей истории России (1991-1998 гг.) ознаменовалось кризисом книжной отрасли, в результате чего совокупный тираж книжной продукции снизился в 4 раза – с 1.63 млрд. единиц книг до 408 млн. единиц книг. Начиная с 1998 г. тираж последовательно рос и в 2003 г. достиг 705 млн. единиц. В последние 4 года наметилась некоторая стабилизация количества издаваемой продукции на уровне 670-700 млн. штук.

ДИАГРАММА 5. ДИНАМИКА СОВОКУПНОГО АССОРТИМЕНТА КНИЖНОЙ ПРОДУКЦИИ



Источник: данные компании

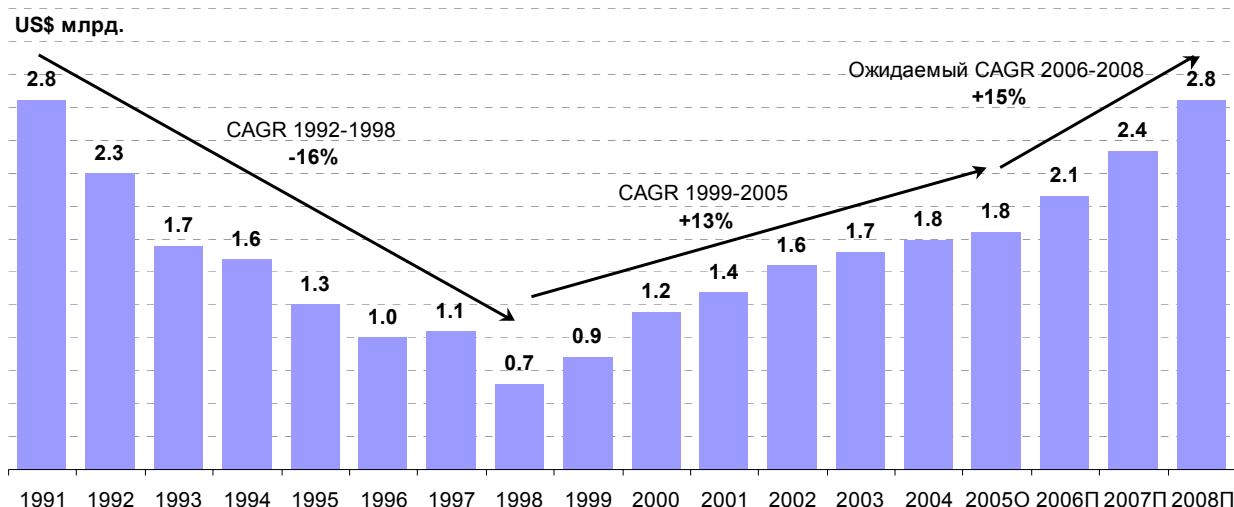
ДИАГРАММА 6. ДИНАМИКА СОВОКУПНОГО ТИРАЖА КНИЖНОЙ ПРОДУКЦИИ



Источник: данные и оценки компании

На конец 2005 г. в России насчитывалось около 4 000 издательств, выпускающих книги. Как и в предыдущие годы, рынок характеризуется высокой концентрацией: большинство крупных издательств находится в Центральном и Северо-Западном федеральных округах, они и выпускают основную массу книг и брошюр (более 90%).

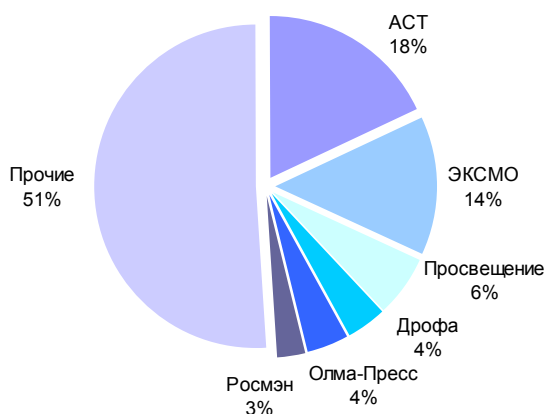
ДИАГРАММА 7. ДИНАМИКА РОССИЙСКОГО КНИЖНОГО РЫНКА В 1991-2008 ГГ.



Источник: данные компании, оценки ТРАСТ

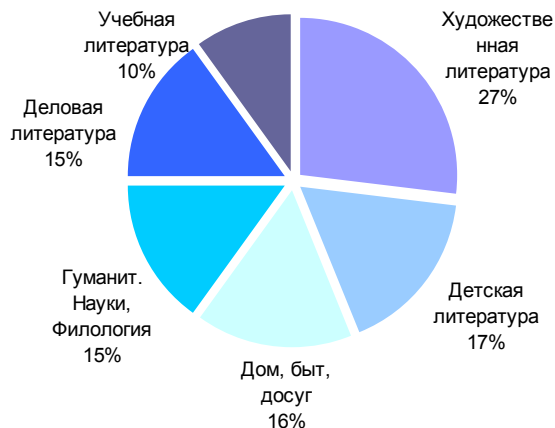
На коммерческом рынке реально присутствует продукция 2 000 издательств, среди которых можно выделить издательства «первого эшелона», выпускающие чуть менее 50% от общего тиража: «АСТ», «Эксмо», «Просвещение», «Олма-пресс», «Дрофа».

ДИАГРАММА 8. ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ИЗДАТЕЛЬСТВ НА КНИЖНОМ РЫНКЕ РОССИИ



Источник: данные компании

ДИАГРАММА 9. СТРУКТУРА КНИЖНОГО РЫНКА ПО ЖАНРАМ КНИГ

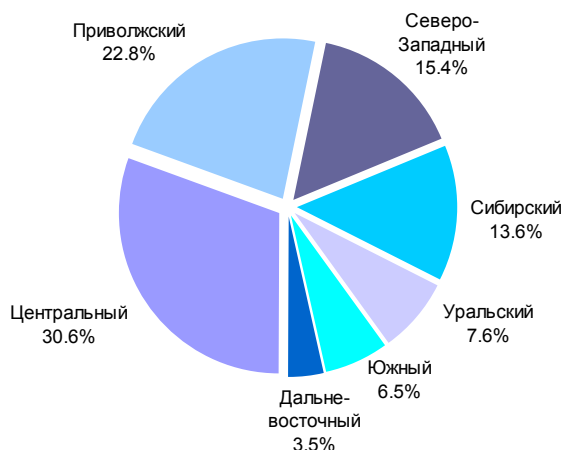


Источник: данные и оценки компании

Объем российского книжного рынка в 2005 г. оценивался ТОП-КНИГОЙ в US\$1.85 млрд. В 1998-2005 гг. книжный рынок рос среднегодовыми темпами около 13.5%. По прогнозам компании, в 2006 г. он вырастет на 15% и достигнет US\$2.1 млрд. В 2007-2008 гг. среднегодовые темпы роста книжного рынка останутся, по прогнозам компании, на том же уровне, что позволит рынку к концу 2008 г. достичь US\$2.8 млрд.

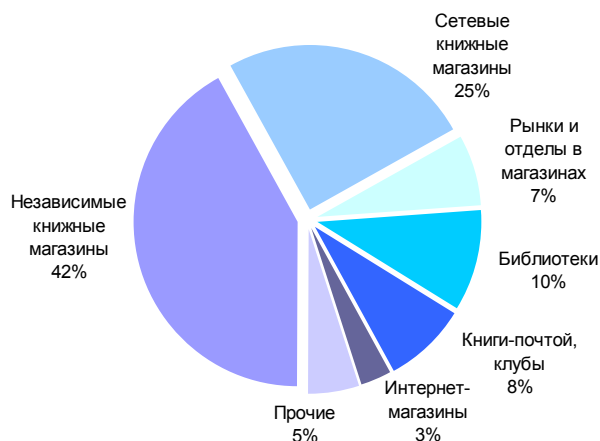
В 2005 г. около 31% розничного книжного рынка приходилось на Центральный и Приволжский (23%) федеральные округа. Примерно равные доли на книжном рынке занимали Сибирский, Северо-Западный федеральные округа. Доля Дальневосточного округа составляла около 4%.

ДИАГРАММА 10. ДОЛИ ОКРУГОВ НА КНИЖНОМ РЫНКЕ РОССИИ, 2005



Источник: данные компании

ДИАГРАММА 11. ДОЛИ РАЗЛИЧНЫХ КАНАЛОВ ПРОДАЖ КНИЖНОЙ ПРОДУКЦИИ, 2005



Источник: данные и оценки компании

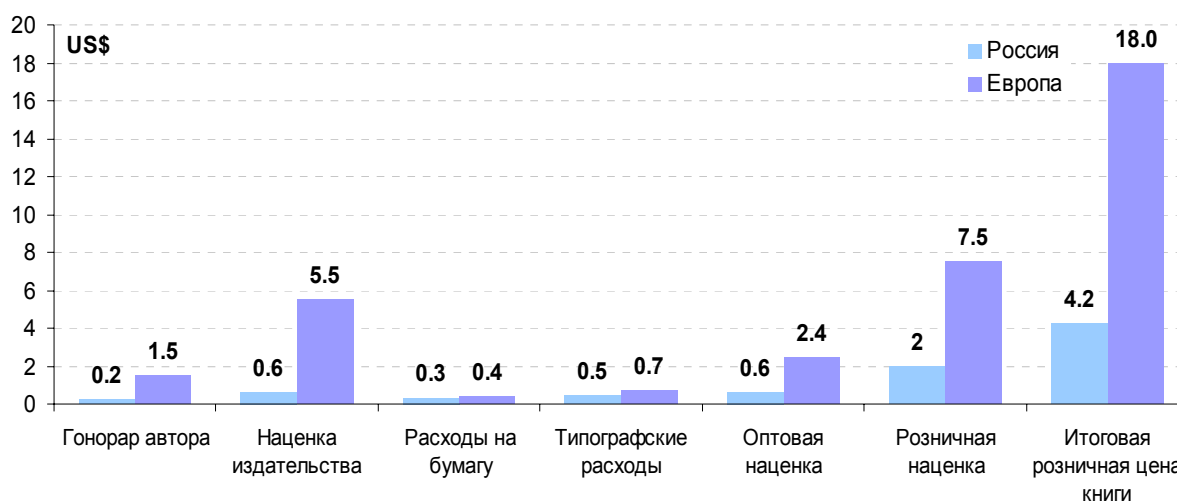
В настоящее время через книжные магазины проходит около 70% всех продаж книг. На сетевые магазины приходится 25% книжных продаж, доля независимых книжных магазинов более чем в 1.5 раза выше – 42%. По-прежнему большое количество продаж книг в России приходится на неорганизованные форматы – отделы в промтоварных, продуктовых магазинах, палатки, развалы, рынки. По мере роста и развития российского книжного рынка, по прогнозам ТОП-КНИГИ, доля сетевых книжных магазинов, как основного формата продаж, значительно возрастет.

Цена книги как основной фактор роста российского книжного рынка

Объем российского книжного рынка в стоимостном выражении не очень велик. Основной причиной этого является невысокая цена на книги. Если в высокоразвитых странах Западной Европы розничная цена на книгу достигает US\$18, в странах Восточной Европы – US\$6-10, то в России – около US\$4 (2006 г.).

По оценкам ТОП-КНИГИ, со средней стоимости книги западноевропейский автор получает в 15 раз больше, чем российский. В то же время цены на бумагу и типографию в России приближены к мировым. Издательство в Европе получает в 15 раз больше, чем издательство в России, а европейскому оптовику и розничному продавцу достается в 7.5 раз больше выручки, чем российскому.

ДИАГРАММА 12. СТРУКТУРА СРЕДНЕЙ СТОИМОСТИ КНИГИ В РОССИИ И ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ



Источник: данные и оценки компании

Подобная структура стоимости российской книги не учитывает интересы всех участников цепи распространения книжной продукции и не дает возможности издательствам повышать качество издания, а книготорговым предприятиям – налаживать цивилизованные каналы сбыта, расширять географическое присутствие и увеличивать ассортиментное наполнение магазинов.

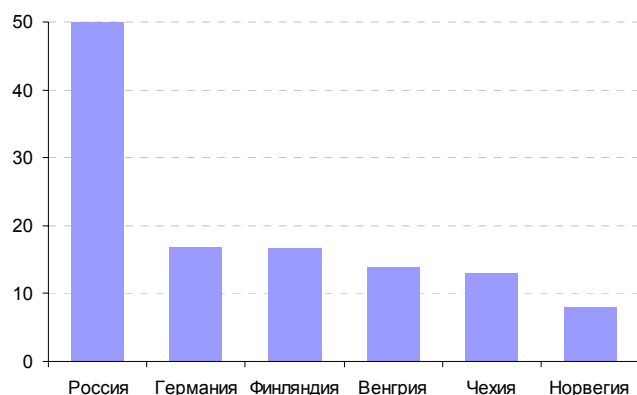
Именно цена, по мнению компании, будет основным фактором роста российского книжного рынка, в то время как количество проданных книг в натуральном выражении уменьшится незначительно или вообще не уменьшится. Ежегодный рост цены на книгу до 2009 года ожидается компанией в размере 15%. Соответственно, книжный рынок, по оценкам ТОП-КНИГИ, будет ежегодно расти, как минимум на 15%. Учитывая низкую эластичность спроса на книги, т.е. слабую зависимость количества купленных книг от цен на них, можно ожидать, что число проданных книг не будет значительно падать.

Обеспеченность книгами и книжными магазинами

Рынок России не насыщен книгами, т.к. по количеству проданных книг на душу населения наша страна заметно отстает от лидеров: не более 5 книг на чел. в России против 6 книг на чел. в Китае и 6-7 книг во Франции (экспертные оценки).

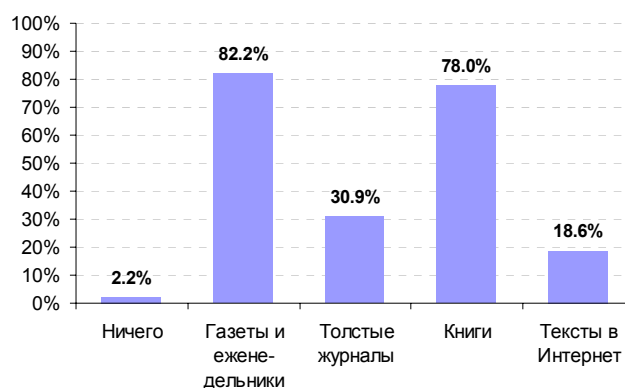
Также не насыщен рынок книжными магазинами. Сегодня в России работает порядка 3 000 книжных магазинов, ежегодно открываются сотни новых, при этом на 1 магазин приходится примерно 50,000 жителей. Этот показатель в развитых странах находится на уровне около 15 000 жителей на 1 магазин. Оценивая потенциал России, можно сказать, что при такой «плотности» количество магазинов может составлять около 10,000. Таким образом, в ближайшие годы можно ожидать увеличения числа магазинов в 2-3 раза. Исходя из такого прогноза, ТОП-КНИГА планирует открыть в последующие годы несколько сотен фирменных магазинов.

ДИАГРАММА 13. ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ КНИЖНЫМИ МАГАЗИНАМИ (ТЫС. ЖИТЕЛЕЙ НА 1 МАГАЗИН)



Источник: данные ЛЕВАДА-центр

ДИАГРАММА 14. ДАННЫЕ ОПРОСА «ЧТО ВЫ ЧИТАЕТЕ НЕ РЕЖЕ 1 РАЗА В МЕСЯЦ» (% ОТ ВСЕХ ОПРОШЕННЫХ)



Источник: данные ЛЕВАДА-центр

Читательская активность в России

Доля читающего населения в целом по России постепенно снижается, но, тем не менее, остается достаточно высокой. Сейчас россияне читают в среднем 7.1 часа в неделю. Это седьмое место после Индии, Таиланда, Китая, Филиппин, Египта и Чехии. Книга в России по популярности уступает лишь газетам и еженедельникам. По опросам ТОП-КНИГИ, не менее 78% россиян открывают книгу для чтения хотя бы один раз в месяц.

Однако на основании данных, полученных от исследовательской компании ComCon 2, можно утверждать, что с 2001 по 2005 гг. на фоне падения доли покупателей примерно на 10% наблюдается тенденция увеличения среднего количества купленных книг на 1 чел. примерно на 14%.

Проблема замещения книг интернетом: мифы и реальность

Одним из самых популярных товаров, продающихся через Интернет, по данным исследований, являются книги. Книжная продукция занимает в ассортименте наиболее крупных интернет-магазинов от 50% до 90%. Самыми популярными книжными онлайн-магазинами считаются «Озон», «Болеро», «Библион». Однако в интернете постоянно появляются новые ресурсы, что заставляет прогнозировать усиление конкуренции на рынке книжной интернет-торговли в ближайшее время.

По оценкам РБК, доля продаж книг через интернет в начале 2006 г. составляла около 3% от общего оборота книжной торговли в нашей стране, а к 2007 году доля интернет-продаж литературных произведений может вырасти до 6%.

Что же касается конкуренции розничных и интернет-каналов продажи книг, то для оценки ситуации в России целесообразно обратить внимание на опыт США. Американский рынок книготорговли пережил в своем развитии ряд этапов, к которым подходит рынок российский. Уровень обеспеченности американцев компьютерной техникой и проникновение интернета в США в десятки раз выше отечественного, однако доля книжных интернет-магазинов на рынке США составляет всего 10%. В странах Европы этот показатель ниже. Руководство ТОП-КНИГИ в ближайшей перспективе оценивает Интернет не как серьезного конкурента классическим книжным магазинам, а как дополнительный ресурс чтения и покупок книг. По данным британской исследовательской компании EPS (www.epsltd.com), доля электронных книг в общем количестве читаемой литературы начнет заметно увеличиваться только с 2015 года, когда она достигнет 10%.

ОБЗОР ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ

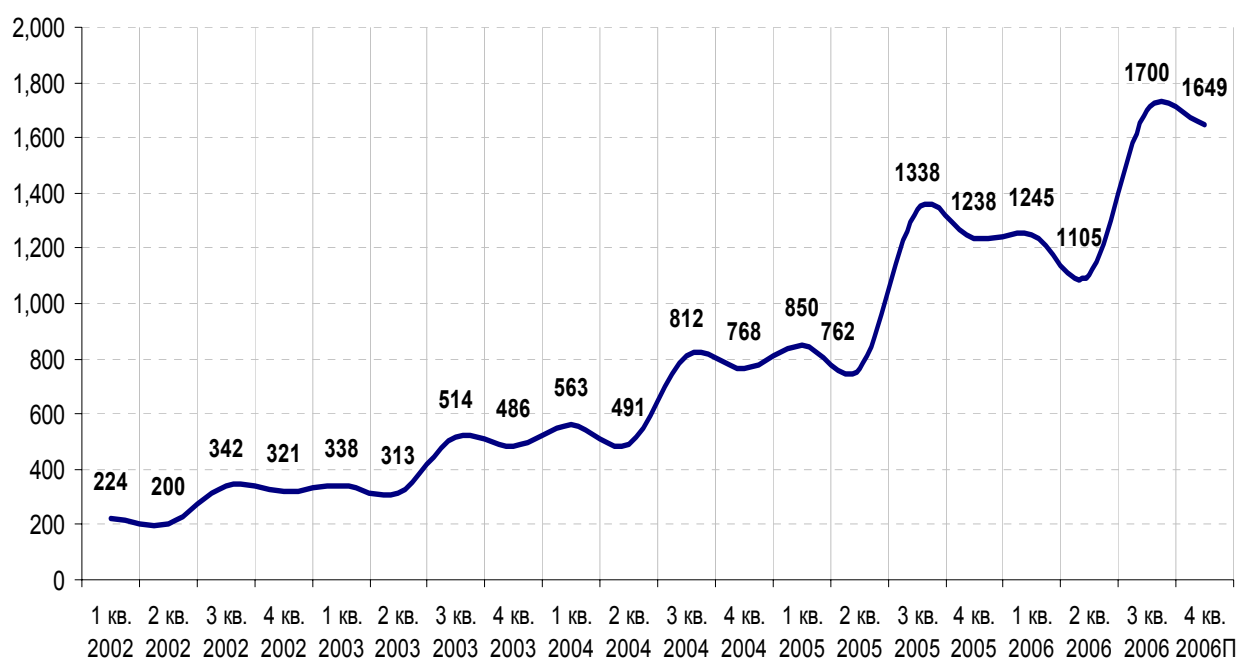
Анализ финансового положения компании «ТОП-КНИГА» проводится на основе отчетности по РСБУ. С 2002 г. аудитором отчетности по РСБУ является компания «АУДИТ-РИЦ» (лицензия №Е001255 от 24.07.2002). Нижеприведенный анализ основан на аудированной консолидированной финансовой отчетности по РСБУ за 2004-9М 2006 гг. (ПРИЛОЖЕНИЕ 1).

В середине 2006 г. ТОП-КНИГА заключила договор с компанией PricewaterhouseCoopers на проведение диагностики и последующего аудита финансовой отчетности в соответствии с МСФО. Целью сотрудничества с одной из крупнейших аудиторских компаний является получение заключения о достоверности отчетности и повышение прозрачности компании.

Выручка и рентабельность

Для компаний, торгующих книжными изделиями, характерна четко выраженная сезонность продаж, пик которых приходится на вторую половину года, причем наблюдается он в 3-м квартале. Это объясняется началом школьного сезона и массовой закупкой учебной и школьной литературы и канцтоваров. Высокие продажи в 4-м квартале обычно связаны с покупками подарков к Новому Году.

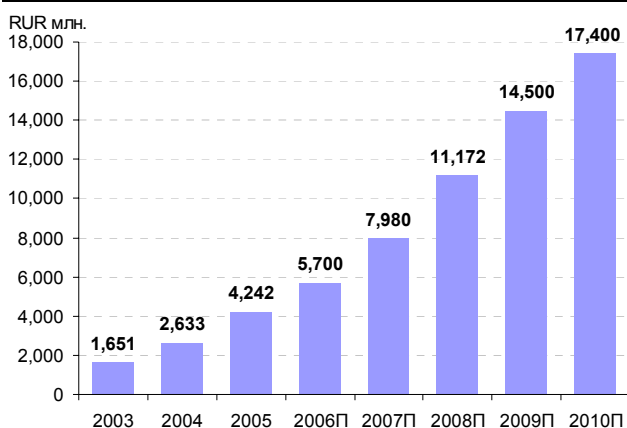
ДИАГРАММА 15. СЕЗОННОСТЬ ВЫРУЧКИ ТОП-КНИГИ В 2002-2006 гг.



Источник: данные компании

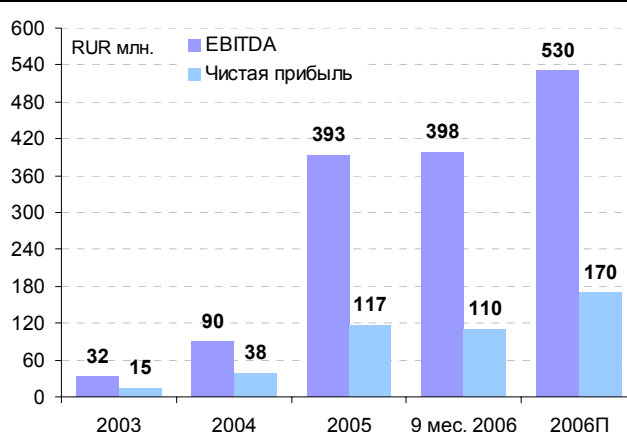
За 3-й квартал 2006 г. компанией «ТОП-КНИГА» было реализовано продукции на RUR1.7 млрд., что на 53% выше, чем во 2-м квартале 2006 г. Выручка за 4-й квартал 2006 г. прогнозируется на уровне RUR1.65 млрд. Всего же во втором полугодии 2006 г. выручка, по ожиданиям, будет на 42% выше, чем в первом полугодии 2006 г. В целом данная пропорция согласуется с колебаниями выручки в предыдущие годы.

ДИАГРАММА 16. ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ



Источник: данные компании

ДИАГРАММА 17. РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ



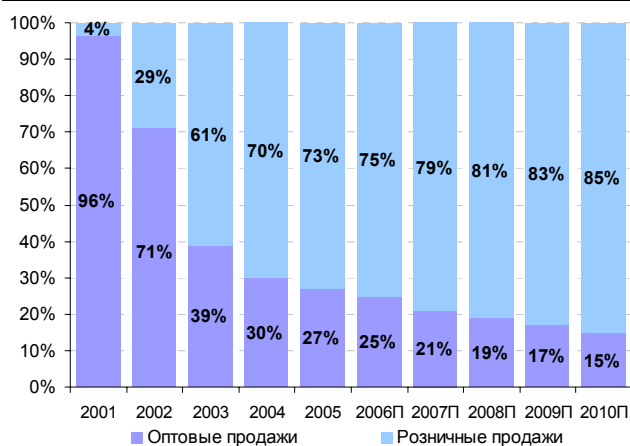
Источник: данные компании

Таким образом, если в 2005 г. выручка компании составила RUR4.24 млрд., то в 2006 г. она вырастет на 34% и составит RUR5.7 млрд. (US\$210 млн.). Фактически за 9 месяцев 2006 г. выручка ТОП-КНИГИ составила RUR4.05 млрд. Согласно прогнозам руководства, ТОП-КНИГА продолжит динамично развиваться, и в 2008 г. ее выручка может достичь RUR11.2 млрд. (US\$400-450 млн.), а в 2010 году – RUR17.4 млрд. (US\$600-650 млн.).

В течение 2003–2006 гг. компания последовательно увеличивала операционную рентабельность. Если в 2004 г. показатель «EBITDA margin» составлял 3.4%, а в 2005 г. – около 9.3%, то по итогам 9 месяцев 2006 г. он достиг 10.1%. За 9 месяцев 2006 г. компания заработала RUR110 млн. чистой прибыли (+74% к сопоставимому периоду прошлого года).

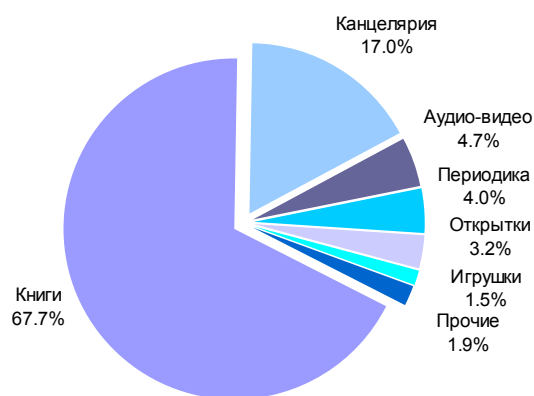
По итогам 9М 2006 г. 68% выручки компании было получено от продажи книг, 17% – от продажи канцелярской продукции, 15% выручки составила аудио- и видеопродукция, периодика и открытки. Доля некнижной продукции в ассортименте компании последовательно увеличивается. В 2003 г. на некнижные позиции пришлось 17% совокупной выручки, в 2004 г. – 21%, в 2005 г. – 26%. По оценкам ТОП-КНИГИ, в 2006 г. доля мультимедиа, канцелярии, открыток и игрушек достигнет 35% выручки компании и ежегодно будет возрастать.

ДИАГРАММА 17. СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ ПО ФОРМАМ ПРОДАЖ



Источник: данные компании

ДИАГРАММА 18. СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ ПО ВИДАМ ПРОДАВАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ, 9М 2006



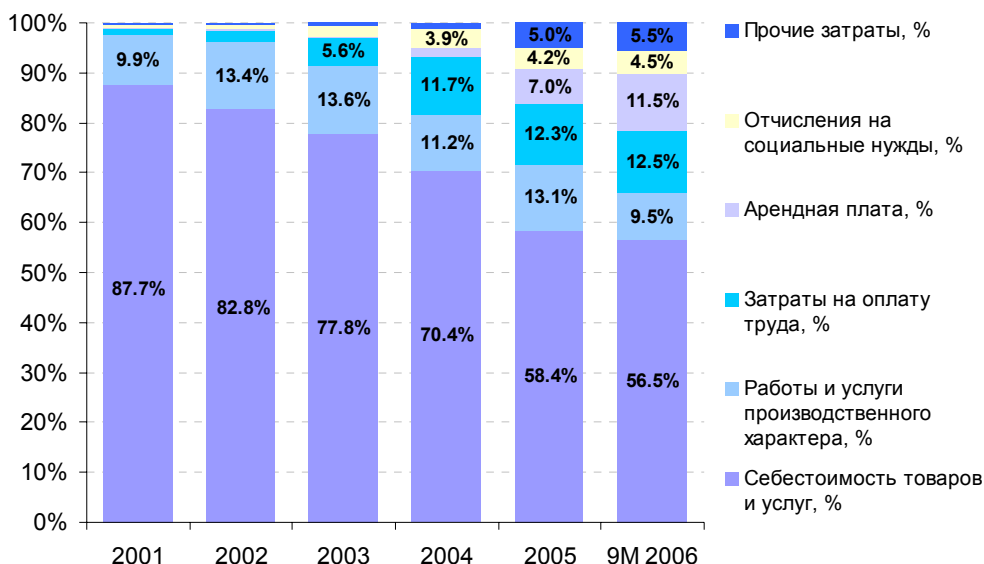
Источник: данные компании

Изначально ТОП-КНИГА начинала свою деятельность как оптовый книготорговец. Доля оптовых продаж в 2001 г. достигала 96%. Затем приоритетом для компании стало развитие розничной сети магазинов. Эта тенденция хорошо иллюстрируется графиком: за 6 лет с 2001 по 2006 гг. доля розничной продажи книг и сопутствующей продукции увеличилась с 5% до 75% от совокупной выручки. К 2010 году доля розничной продажи книг возрастет до 85%.

Структура затрат

По итогам 9 месяцев 2006 года в структуре затрат компании основная доля приходилась на себестоимость закупаемой у издательств продукции - 56%, вторым по размеру элементом затрат являются расходы на оплату труда - 12.5%. На долю арендных отчислений приходится 11.5% всех затрат.

ДИАГРАММА 19. СТРУКТУРА ЗАТРАТ ТОП-КНИГИ В 2000-9М 2006 гг.



Источник: данные компании

Основные средства

Остаточная стоимость основных средств ТОП-КНИГИ на 01.10.2006 г. составила порядка RUR631 млн. Доля недвижимого имущества в составе основных средств – 65%. Структура основных средств представлена ниже.

ТАБЛИЦА 5. СОСТАВ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА 01.10.2006 Г.

Наименование ОС	Остаточная стоимость (RUR млн.)
Здания, земельные участки	407
Оргтехника	76
Складское оборудование	38
Сетевое оборудование	21
Прочие основные средства (торговое оборудование, транспортные средства, мебель)	89
Всего основных средств	631

Источник: данные компании

В настоящее время совокупный размер торговых площадей ТОП-КНИГИ превышает 120 тыс. кв.м. из них 5% - это помещения, находящиеся в собственности, оставшиеся 95% - арендованные. Примерно по 40% арендованных помещений заключены договора долгосрочной аренды сроком до 5 лет. Как правило, долгосрочные договоры заключаются на помещения для гипермаркетов «Лас-Книгас» и супермаркетов cash and carry «Литера».

Оставшиеся 70% арендованных помещений де-юре находятся в краткосрочных договорах аренды, но фактически отношения с арендодателями ежегодно продлеваются. Обязательным условием данных договоров является фиксирование размера арендной платы на весь период и преимущественное право ТОП-КНИГИ продлевать договор аренды.

Из 6 имеющихся на сегодняшний момент складов два основных (в Новосибирске и Московской области), на которые приходится до 85 % товарооборота, являются собственностью компании. Кроме того, имеется собственный склад в г. Ростов-на-Дону. Остальные три склада – в Тюмени, Санкт-Петербурге и Самаре – арендного типа.

В 2007-2010 гг. компания планирует выкуп торговых помещений в собственность. При этом выкупаться будут помещения, в которых расположены наиболее эффективные магазины ТОП-КНИГИ. За 4 года компания планирует направить на эти цели до RUR850 млн.

Дебиторская и кредиторская задолженность

По итогам 9 месяцев 2006 г. дебиторская задолженность ТОП-КНИГИ находилась на низком для торговой компании уровне – RUR469.0 млн., или 16% от валюты баланса. Просроченной дебиторской задолженности не было.

По данным на 01.10.2006 г. уровень кредиторской задолженности составил порядка 36% от валюты баланса (RUR1.07 млрд.), что объясняется принятыми формами расчетов с поставщиками, просроченная кредиторская задолженность у ТОП-КНИГИ на тот момент отсутствовала.

Кредитный портфель

Для финансирования деятельности компания использует как собственные, так и заемные средства.

В качестве постоянных и надежных партнеров компании выступают как крупные российские банки – Сберегательный банк РФ, Альфа-Банк, УРАЛСИБ, Банк Москвы, Внешторгбанк, так и дочерние структуры иностранных банков – Райффайзенбанк, Банк «Сосьете Женераль».

На сегодняшний день в вышеперечисленных банках для ООО «ТОП-КНИГА» открыты лимиты кредитования на сумму около RUR1.5 млрд., из них около 25% - без обеспечения, 55% - с предоставлением в залог товаров в обороте и 20% - с предоставлением в залог недвижимости в качестве обеспечения исполнения обязательств. Сроки кредитования варьируются от 1 года до 4 лет, а процентные ставки от 7 до 10% в зависимости от условий кредитования.

По состоянию на 1 октября 2006 г. объем долга компании составил RUR1.25 млрд. (US\$46.8 млн.), в т.ч. RUR0.7 млрд. (56%) – облигационный займ и RUR0.5 млрд. – кредиты банков. Средний размер процентной ставки по кредитам банков по состоянию на 01.10.2006 г. составил 9.6%, средняя продолжительность кредита – 669 дней. В качестве обеспечения исполнения обязательств по кредитам банков в залог предоставлены: недвижимость на сумму RUR281 млн., товары в обороте на сумму RUR377 млн.

ТАБЛИЦА 6. КРЕДИТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ ООО «ТОП-КНИГА» ПО СОСТОЯНИЮ НА 01.10.06 Г.

Наименование кредитора	Сумма, млн.руб.
Сибирский банк Сбербанка России	379
ОАО АЛЬФА-БАНК	91
ЗАО Райффайзенбанк Австрия	63
Облигации	700
Прочие займы, %	20
ИТОГО	1 252

Источник: данные компании

К концу года размер кредитного портфеля будет составлять около RUR1.6 млрд., при этом показатель «Долг/EBITDA» прогнозируется на уровне 3х. Несмотря на большие потребности в инвестициях, за счет роста выручки и рентабельности компания не ожидает какого-либо значительного роста показателя «Долг/EBITDA». По оценкам компании, показатель долговой нагрузки «Долг/EBITDA» достигнет своего максимума (3.0х) в 2006 г. и затем будет постепенно снижаться.

Политика компании в области заимствований направлена на снижение стоимости привлеченных средств, а также на увеличение сроков. Если по итогам 2004 года доля кредитов со сроком погашения более 1 года составляла 2%, 2005 г. – 38%, то по итогам 9 мес. 2006 года доля долгосрочных заимствований составляет – 75% от общей суммы кредитного портфеля.

В феврале 2006 года компания разместила дебютный выпуск облигаций на сумму RUR700 млн. сроком на 3 года. Данный выпуск является не первым публичным заимствованием на рынке. В 2004-2005 году компания активно размещала собственные векселя. Всего за это время было выпущено и успешно погашено векселей на сумму свыше RUR560 млн.

Инвестиционная программа

Основными направлениями инвестиционной программы в ТОП-КНИГИ на 2007-2010 гг. (RUR2.7 млрд.) являются:

1. Развитие розничной сети;
2. Создание системы распределительных складов;
3. Приобретение помещений для магазинов;
4. Приобретение оборудования для оснащения магазинов;
5. Приобретение программных продуктов.

ТАБЛИЦА 7. ГРАФИК КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ НА 2007-2010 ГГ.

Наименование	2007		2008		2009		2010	
	Кол-во	RUR млн.	Кол-во	RUR млн.	Кол-во	RUR млн.	Кол-во	RUR млн.
Открытие гипермаркетов "Лас-Книгас"	5	55	5	61	5	67	5	74
Открытие Cash & Carry "Литера"	15	120	10	88	5	48	-	-
Открытие книжных магазинов "Книгомир", "Пиши-Читай", «Городская Сорока»	200	400	200	400	100	200	100	200
Приобретение в собственность помещений для магазинов		200		250		200		200
Открытие оптово-распределительных центров	3	130	2	120	1	100		
Приобретение основных средств для существующих объектов		30		30		30		30
Разработка и приобретение программных продуктов		10		10				
ИТОГО		945		959		645		504

Источник: данные компании

Розничная сеть

В 2007-2010 гг. компания планирует продолжать активное развитие розничной сети и к 2010 году намерена довести количество розничных торговых объектов до 1000.

Общая сумма инвестиций в развитие розничной сети за эти годы составит около RUR1.7 млрд.

Распределительные центры

В настоящее время ТОП-КНИГА объединяет шесть оптовых складов (Новосибирск, Тюмень, Москва, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург). В 2006 году компания открыла склад в Самаре и ввела в эксплуатацию 2-ю очередь складского комплекса в Домодедово. Это позволило значительно сократить затраты на транспортировку, время доставки товара до конечного пункта назначения.

В 2007-2009 гг. компания планирует открыть 1 распределительный центр на базе имеющегося собственного помещения, 3 распределительных центра арендного типа, а также построить два склада в крупных городах РФ. Общая сумма инвестиций за 3 года составит около RUR350 млн.

Использование средств облигационного займа

ТОП-КНИГА имеет намерение досрочно погасить облигации своего дебютного выпуска в феврале 2007 г. (RUR700 млн.).

Кроме того, вырученные от размещения облигационного займа средства компания планирует направить на:

1. досрочное погашение банковских кредитов (RUR460 млн.)
2. финансирование инвестиционной программы (RUR340 млн.).

Прогнозы финансовых показателей на 2006-2010 гг.

Компания «ТОП-КНИГА» к 2010 г. планирует достичь выручки RUR17.4 млрд. (US\$600-650 млн.). Показатель «EBITDA margin» в 2007-2010 гг. планируется удерживать в диапазоне 9.0-10.0%. В 2006 г. ТОП-КНИГА намеревается заработать около RUR160 млн. чистой прибыли, а за 4 года, с 2007 по 2010 гг., – не менее RUR2.1 млрд.

Уровень долга после привлечения нового облигационного займа вырастет не более чем на RUR350 млн., в силу того, что его большая часть пойдет на рефинансирование существующего выпуска облигаций и банковских кредитов. Вследствие этого показатель «Долг/EBITDA» достигнет 3.0х в 2006 г. и затем начнет постепенно снижаться из-за опережающего роста величины EBITDA над темпами роста долга. По прогнозам компании, показатель «Долг/EBITDA» составит около 1.4х в 2010 г., а уровень долга не превысит RUR2.4 млрд.

ТАБЛИЦА 8. ПРОГНОЗ ОСНОВНЫХ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТОП-КНИГИ НА 2007-2010 ГГ.

	2004	2005	2006П	2007П	2008П	2009П	2010П
Выручка, RUR млн.	2,633	4,242	5,700	7,980	11,172	14,500	17,400
Прирост выручки, %		161%	134%	140%	140%	130%	120%
EBITDA, RUR млн.	90	393	530	760	1,120	1,450	1,750
EBITDA margin, %	3.4%	9.26%	9.3%	9.5%	10.0%	10.0%	10.1%
ЧП, RUR млн.	38	117	160	300	450	590	750
ЧП margin, %	1.4%	2.76%	2.8%	3.8%	4.0%	4.1%	4.3%
Долг, RUR млн.	231	920	1,604	2,200	2,600	2,600	2,400
Долг/EBITDA (х)	2.6	2.3	3.0	2.9	2.3	1.8	1.4

Источник: данные компании



ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ООО «ТОП-КНИГА» ЗА 2004-9М 2006 ГГ. (РСБУ)

	2004	2005	9 мес. 2006
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ			
Выручка	2,633	4,242	4,051
Себестоимость товаров и услуг	(1,803)	(2,364)	(2,177)
Валовая прибыль	831	1,879	1,874
Коммерч., администр. и проч. операционные расходы	(757)	(1,609)	(1,586)
EBITDA	90	393	409
Амортизация	(16)	(123)	(121)
EBIT	74	270	288
Процентные расходы	(9)	(72)	(91)
Прочие доходы (расходы)	(11)	(34)	(42)
Налог на прибыль	(15)	(46)	(45)
Чистая прибыль	38	117	110
ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ			
Операционный денежный поток	11	(218)	н.д.
Капвложения	(309)	(443)	н.д.
Инвестиции кроме капвложений	5	6	н.д.
Свободный денежный поток	(293)	(655)	н.д.
Увеличение долга, нетто	225	689	н.д.
Денежный поток от финансовой деятельности	225	689	н.д.
Увеличение денежных средств и их эквивалентов	(68)	34	н.д.
БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС			
Денежные средства и их эквиваленты	25	59	86
Торговая дебиторская задолженность	158	412	469
Запасы	347	828	1,495
Прочие текущие активы	90	114	88
Итого текущие активы	620	1,414	2,138
Основные средства	170	564	631
Прочие внеоборотные активы	155	184	208
Итого внеоборотные активы	325	749	840
ИТОГО АКТИВЫ	945	2,162	2,977
Краткосрочный долг	227	582	310
Торговая кредиторская задолженность	534	696	1,068
Прочие текущие пассивы	-	-	0
Итого текущие пассивы	761	1,278	1,379
Долгосрочный долг	4	338	942
Итого долгосрочные пассивы	4	338	942
Итого собственный капитал (вкл. долю меньшинства)	180	546	657
ИТОГО ПАСИВЫ	945	2,162	2,977
ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ			
Совокупный долг	231.3	920.2	1,252.2
Чистый долг	206.6	861.4	1,166.2
EBITDA margin (%)	3.4%	9.3%	10.1%
EBITDA/Процентные расходы (x)	10.1	5.5	4.5
Совокупный долг/EBITDA (x)	2.6	2.3	2.3
Чистый долг/EBITDA (x)	2.3	2.2	2.2
Долгосрочный долг/Капитал (%)	2.3%	38.2%	58.9%
Долгосрочный долг/Совокупный долг (%)	1.8%	36.7%	75.2%
Совокупный долг/Итого активы (%)	24.5%	42.6%	42.1%
Совокупный долг/Собственный капитал (%)	128.8%	168.4%	190.7%
Текущие активы/Текущие пассивы (%)	81.4%	110.6%	155.1%
Операционный денежный поток/Капвложения (%)	3.6%	-49.3%	н.д.
Операционный денежный поток/Совокупный долг (%)	4.8%	-23.7%	н.д.
Прирост EBITDA (%)	180.0%	338.2%	н.д.
Прирост капитальных вложений (%)	660.8%	43.2%	н.д.

Источник: данные компании

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. НАГРАДЫ ТОП-КНИГИ ЗА 2000-2006 ГГ.

Год	Награда	Кто награждает	За что награждают ТОП-КНИГУ
2000	Приз «Иванушка-2000» и диплом	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	За выдающиеся достижения в книжном бизнесе,
	Почетная грамота	Министерство Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, Ассоциация книгораспространителей независимых государств, Оргкомитет Третьей Национальной ярмарки «Книги России»	За большой вклад в развитие книгораспространения
2001	Приз «Иванушка-2001» и диплом	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	За выдающиеся достижения в книжном бизнесе,
	Почетная грамота	Министерство Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, Ассоциация книгораспространителей независимых государств	За большой вклад в развитие книгораспространения
	Серебряный диплом	Новосибирский областной благотворительный фонд культуры	За большой вклад в развитие культуры г. Новосибирска и Новосибирской области
2002	Приз «Иванушка-2002» и диплом	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	Лучший книгораспространитель года
2003	Приз «Иванушка-2003» и диплом	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	За выдающиеся достижения в книжном бизнесе, победителю рейтингов «Книжного бизнеса»
	Диплом первого областного конкурса «Признание молодежи»	Глава администрации Новосибирской области	За поддержку молодежи и вклад в реализацию молодежной политики области
2004	Приз «Иванушка-2004» и диплом	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	Лямин Г.А. награжден званием «Альтруист года» за последовательное проведение в жизнь идеи повышения престижа КНИГИ.
	Приз «Иванушка-2004» и диплом	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	Лучший книгораспространитель года
	Благодарственное письмо	Мэр Новосибирска	За вклад в поддержку и развитие детского художественного творчества, укрепление престижа культуры родного города
	Приз «Иванушка-2005» и диплом «Человек года»	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	За выдающийся вклад в развитие российского книгораспространения.
2005	Приз «Иванушка-2005» и диплом	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	Книгораспространитель года №1
	Благодарственное письмо	Российский детский фонд Новосибирское областное отделение	За постоянное и щедрое участие в реализации Федеральной программы «Детская библиотека», за помощь в комплектовании книжного фонда сельских библиотек, приютов и детских домов
	Приз «Иванушка-2005» и диплом	Отраслевой журнал «Книжный бизнес»	Лучший оптовый книгораспространитель десятилетия

Источник: данные компании

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ГЕОГРАФИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ООО «ТОП-КНИГА» НА 01.10.2006 Г. (ЕВРОПЕЙСКАЯ ЧАСТЬ РОССИИ)



Источник: данные компании

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ГЕОГРАФИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ООО «ТОП-КНИГА» НА 01.10.2006 Г. (АЗИАТСКАЯ ЧАСТЬ РОССИИ)



Источник: данные компании

ДИРЕКЦИЯ ДОЛГОВЫХ ПРОДУКТОВ

Управляющие директора

Константин Мохначев
Александр Курбатов

Департамент организации эмиссий

Анатолий Иофе
Денис Никитин
Анна Тигеева

Департамент структурирования и сопровождения проектов

Ольга Думанская
Татьяна Лукьянец

Контактная информация

Телефон (495) 247-25-91
Факс (495) 208-22-56
E-mail debt@trust.ru

Департамент синдицирования и первичного размещения эмиссий

Денис Тулинов (495) 789-32-60
Александр Панфилов

Департамент структурного долгового финансирования

Александр Буяновский

ДИРЕКЦИЯ ПРОДУКТОВ С ФИКСИРОВАННОЙ ДОХОДНОСТЬЮ

Управляющие директора

Пиотр Пьеха +7 (495) 247-25-90
Майкл Воркман +7 (495) 207-75-28

Департамент исследований долговых рынков

Телефон +7 (495) 247-90-75
Факс +7 (495) 247-23-85
E-mail research.debtmarkets@trust.ru

Группа кредитного анализа

Алексей Демкин
Виктория Кибальченко
Леонид Игнатьев

Группа стратегического анализа

Павел Пикулев
Александр Щуриков
Тимур Семенов

Макроэкономика

Евгений Надоршин

Выпускающая группа

Стивен Коллинз
Татьяна Андриевская
Юлия Тонконогова
Камилла Шарафутдинова

Департамент торговли

Телефон +7 (495) 247-25-90/95
Факс +7 (495) 247-28-77
E-mail sales@trust.ru

Петр Тер-Аванесян
Дмитрий Игумнов

Андрей Лифшиц +7 (495) 247-25-92
Евгений Гаринов

Андрей Шуринов
Андрей Мионов

Вексельный рынок

Игорь Михайлов

Департамент клиентской торговли

Денис Зибарев +7 (495) 789-36-22
Валентина Сухорукова +7 (495) 247-25-90
Наталия Шейко +7 (495) 247-28-39
Джузеппе Чикателли +7 (495) 789-35-93
Илья Бучковский +7 (495) 540-95-78
Себастьян де Толмес де Принсак

Департамент РЕПО и производных инструментов

Наталия Храброва +7 (495) 789-36-14
Варвара Пономарёва +7 (495) 789-98-29

REUTERS: TRUST

TRUSTBND/RUR1 ОФЗ
TRUSTBND/RUR2 Субфедеральные облигации
TRUSTBND/RUR3 Телекоммуникационные облигации
TRUSTBND/RUR4 Корпоративные еврооблигации
TRUSTBND/RUR5 Корпоративные еврооблигации
TRUSTBND/RUR1 Суверенные и субфедеральные еврооблигации
RUSTBND/EUR2 Корпоративные еврооблигации (нефть и газ, телеком)
TRUSTBND/EUR3 Корпоративные еврооблигации (промышленность)
TRUSTBND/EUR4 Корпоративные еврооблигации (банки и финансы)
TRUSTBND/EUR5 Корпоративные еврооблигации (банки и финансы)
TRUSTBND/EUR6 Корпоративные еврооблигации (банки и финансы)
TRUSTBND/RF30 Russia 30

BLOOMBERG: TIBM

TIBM11. Рублевые корпоративные облигации
TIBM12. Суверенный долг и ОБВЗ
TIBM13. Корпоративный внешний долг
TIBM4. Макроэкономика и денежный рынок
TIBM2. Навигатор долгового рынка
TIBM3. Анализ эмитентов

WEB: <http://www.trust.ru>

Настоящий отчет не является предложением или просьбой купить или продать какие-либо ценные бумаги или связанные с ними финансовые инструменты либо принять участие в какой-либо стратегии торговли. Хотя информация и мнения, изложенные в настоящем отчете, являются, насколько нам известно, верными на дату отчета, мы не предоставляем прямо оговоренных или подразумеваемых гарантий или заключений относительно их точности или полноты. Представленная информация и мнения не были специально подготовлены для конкретной операции любых третьих лиц и не представляют детальный анализ конкретной ситуации, сложившейся у третьих лиц. Мы можем изменить свое мнение в одностороннем порядке без обязательства специально уведомлять кого-либо о таких изменениях. Информация и заключения, изложенные в настоящем отчете, не заменяют независимую оценку инвестиционных потребностей и целей какого-либо лица. Мнения, выраженные в данном отчете, могут отличаться или противоречить мнениям других подразделений АКБ «ТРАСТ» («Банк») в результате использования разных оценок и критериев, а также проведения анализа информации для разных целей. Данный документ может использоваться только для информационных целей. Описание любой компании или компаний, или их ценных бумаг, или рынков, или направлений развития, упомянутых в данном отчете, не предполагают полноты их описания. Утверждения относительно прошлых результатов не обязательно свидетельствуют о будущих результатах. Банк и связанные с ним стороны, должностные лица, директора и/или сотрудники Банка и/или связанные с ними стороны могут владеть долями капитала компаний или выполнять услуги для одной или большего числа компаний, упомянутых в настоящем отчете, и/или намереваются приобрести такие доли капитала и/или выполнять либо намереваться выполнять такие услуги в будущем (с учетом внутренних процедур Банка по избежанию конфликтов интересов). Банк и связанные с ним стороны могут действовать или уже действовали как дилеры с ценными бумагами или другими финансовыми инструментами, указанными в данном отчете, или ценными бумагами, лежащими в основе таких финансовых инструментов или связанными с вышеуказанными ценными бумагами. Кроме того, Банк может иметь или уже имел взаимоотношения, или может предоставлять или уже предоставлял финансовые услуги упомянутым компаниям (включая инвестиционные банковские услуги, фондовый рынок и прочее). Сотрудники Банка или связанные с ним стороны могут или могли быть также сотрудниками или директорами упомянутых компаний (с учетом внутренних процедур Банка по избежанию конфликтов интересов), изложенных в настоящем отчете. Цитирование или использование всей или части информации, содержащейся в настоящем отчете, допускается только с прямо оговоренного разрешения Банка. Настоящий отчет может быть использован инвесторами на территории России с учетом действующего законодательства РФ. Иностранные инвесторы (включая, но не ограничиваясь: Швейцария, Королевство Нидерландов, Германия, Италия, Франция, Швеция, Дания, Австрия) могут использовать настоящий отчет только, если они являются институциональными инвесторами по законодательству страны регистрации. Настоящий отчет подготовлен Банком, который не зарегистрирован в качестве брокера-дилера уполномоченным органом по регистрации финансовых организаций США, распространяется контрагентам Банка в США и предназначается только для этих лиц, которые подтверждают, что они являются основными институциональными инвесторами США, как это определено в Правилах 15a-16 Закона США о ценных бумагах от 1934 года, и понимают и принимают все риски, связанные с операциями с финансовыми инструментами (включая ценные бумаги). Настоящий отчет подготовлен Банком, который не зарегистрирован уполномоченным органом по регистрации финансовых организаций Великобритании, и распространяется контрагентам Банка в Великобритании, не являющимися частными инвесторами.

Каждый аналитик Департамента исследований долговых рынков, частично или полностью отвечающий за содержание данного отчета, подтверждает, что в отношении каждого финансового инструмента или эмитента, упомянутых в отчете: (1) все выраженные мнения отражают его личное отношение к данным ценным бумагам или эмитентам; (2) его вознаграждение напрямую или косвенно не связано с рекомендациями или взглядами, выраженным в отчете; и (3) он не проводит операции с финансовыми инструментами компаний, анализ деятельности которых он осуществляет. Банк не несет никакой ответственности за использование кем-либо информации, основанной на мнении аналитика Департамента исследований долговых рынков в отношении какого-либо финансового инструмента.