



**ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
«ИСКРАСОФТ»**

**ОБЛИГАЦИОННЫЙ ЗАЕМ
300 000 000 (ТРИСТА МИЛЛИОНОВ) РУБЛЕЙ**

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

ОРГАНИЗАТОР ЗАЙМА



УСЛОВИЯ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНФОРМАЦИИ.....	3
1. ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ	4
2. ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЗАО «ИСКРАСОФТ»	5
3. ПОРТРЕТ ЭМИТЕНТА.....	6
4. ИСТОРИЯ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»	7
5. ЮРИДИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»	9
6. ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИЙ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»	9
7. ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ ГРУППЫ.....	11
8. ГРУППА «ИСКРАСОФТ» НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ ТОРГОВЛИ ОТДЕЛОЧНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ.....	13
8.1. РОССИЙСКИЙ РЫНОК РИТЕЙЛА ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ: БЫСТРОЕ РАЗВИТИЕ И ВЫСОКИЙ ПОТЕНЦИАЛ.....	13
8.2. ПОЛОЖЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ» НА РЫНКЕ DIY-РИТЕЙЛА.....	16
9.ГРУППА «ИСКРАСОФТ» НА РЫНКЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ СТРОИТЕЛЬНО-ОТДЕЛОЧНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ	21
9.1. КРАТКАЯ ХАРАКТЕРСТИКА И ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА	21
9.2. ПОЛОЖЕНИЕ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»	22
10. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ИСКРАСОФТ».....	26
10.1. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ НА ОПТОВОМ РЫНКЕ ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ.....	27
10.2. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ИСКРАСОФТ»	27
11. АССОРТИМЕНТНЫЙ РЯД ПРОДУКЦИИ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»	29
12. ГРУППА КОМПАНИЙ «ИСКРАСОФТ»: SWOT-АНАЛИЗ.....	34
13. ОБЗОР ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»*	35
14. ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ». 40	
15. ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ ВЫПУСКА	42

УСЛОВИЯ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ 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 компании, которые упомянуты в настоящем документе. Основной целью Информационного меморандума является предоставление потенциальным инвесторам дополнительной информации об Эмитенте облигаций, Поручителе и других участниках размещения, сверх нормативного объема, предусмотренного российским законодательством.

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 использования такой информации. Ни Эмитент, ни другие участники сделки не принимают на себя никаких обязательств по обновлению данных, мнений выводов, содержащихся в настоящем меморандуме после даты его опубликования.

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.

1. ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Вашему вниманию предлагается информация об облигационном займе ЗАО «Искрасофт» (далее, Эмитент, Группа, Группа «Искрасофт», «Искрасофт»).

ЗАО «Искрасофт» - это операционный центр Группы компаний «Искрасофт», осуществляющей торговую деятельность отделочными материалами.

Группа компаний «Искрасофт» представляет собой крупную розничную сеть магазинов в Санкт-Петербурге и является одним из лидеров оптового рынка отделочных материалов.

Поручителями займа выступают компании Группы «Искрасофт»: управляющая компания Группы ООО «Искрасофт-Инвест» и компания ООО «Илан», занимающаяся оптовыми закупками продукции у внешних контрагентов и ее реализацией оптовым и розничным предприятиям Группы.

Целевым предназначением размещаемого займа выступают следующие направления:

- (1) реализация инвестиционной программы;
- (2) частичная реструктуризация текущего долга и пополнение оборотных активов.

Первое направление связано с дальнейшим развитием бизнеса, а именно с открытием новых универсальных магазинов в 2007 году общей площадью в 6 тыс. кв. метров. Сумма плановых затрат составляет около 159 млн. руб. (103 млн. руб. из них – это капитальные вложения и расходы на «пуск» торговых площадей, и 56 млн. руб. – это затраты на приобретение товарных запасов).

Инвестиционная программа также предусматривает модернизацию торгового и имеющегося складского оборудования, а также совершенствование программного обеспечения с переходом на ERP-систему. Совокупные инвестиции на модернизацию бизнеса и покупку нового программного обеспечения планируются на уровне около 66 млн. руб.

Второе направление предполагает реструктуризацию имеющейся долговой нагрузки в размере около 66 млн. руб., а также пополнение товарных запасов с целью увеличения торговых оборотов Группы.

Табл.1. Параметры второго облигационного займа ЗАО «Искрасофт»

Наименование эмитента	Закрытое акционерное общество «Искрасофт»
Поручители	Общество с ограниченной ответственностью «Илан» Общество с ограниченной ответственностью «Искрасофт-Инвест»
Размещаемые ценные бумаги	Неконвертируемые процентные документарные облигации на предъявителя серии 02 с обязательным централизованным хранением в количестве 300 000 (триста тысяч) штук номинальной стоимостью 1000 (одна тысяча) рублей каждая
Номер и дата государственной регистрации выпуска	4-02-01550-Ј от 26 декабря 2006 года
Срок обращения	3 года (1092 дня)
Дата размещения	Февраль 2007 года
Цена размещения	100% от номинальной стоимости
Периодичность выплаты купонов	6 месяцев (182 дня)
Количество купонов	6
Ставка купона	Процентная ставка по первому купону определяется путем проведения Конкурса среди потенциальных покупателей Облигаций в первый день размещения Облигаций. Процентная ставка по остальным купонам (второму, третьему, четвертому, пятому и шестому) равна процентной ставке по первому купону
Способ размещения	Открытая подписка
Возможность досрочного приобретения	Предусматривается возможность приобретения Эмитентом Облигаций по соглашению с их владельцем (владельцами) с возможностью их дальнейшего обращения в момент погашения 2-го купона
Организатор торгов	ЗАО «Фондовая биржа «ММВБ»
Вторичное обращение	ЗАО «ФБ «ММВБ», внебиржевой рынок
Организатор размещения	Инвестиционная группа «Планета Капитал»
Депозитарий, платежный агент	Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр»
Финансовый консультант	ЗАО «Инвестиционная компания АВК»

2. ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЗАО «ИСКРАСОФТ»



Рис.1. Факторы инвестиционной привлекательности Группы компаний «Искрасофт»



3. ПОРТРЕТ ЭМИТЕНТА

Группа компаний «Искрасофт» - один из старейших игроков рынка отделочных материалов, ведущий свою деятельность с 1993 года.

Розничная сеть Группы компаний «Искрасофт» широко представлена в Санкт-Петербурге 13 магазинами с совокупной площадью в 5798 кв. м, в число которых входит 4 универсальных супермаркета и 9 специализированных по товарным группам магазинов.

География оптовых продаж Группы охватывает практически все регионы России (около 40 городов), что закрепило за ней статус федерального игрока рынка отделочных материалов.

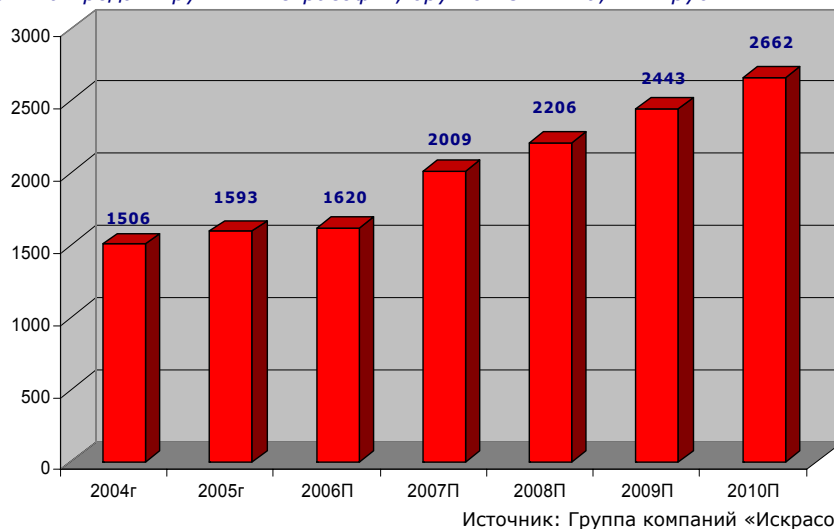
Укрепление позиций на рынке Группе «Искрасофт» достигается за счет комплексного подхода к обслуживанию клиентов: помимо постоянного изучения потребительского спроса на отделочные материалы развивается сопутствующее направление по оказанию дополнительных услуг, что позволяет в полной мере обеспечить удобство обслуживания и учесть индивидуальные пожелания покупателей. Дополнительные услуги включают в себя:

- предоставление консультационных услуг;
- ремонтные услуги;
- предоставление услуг по доставке товара.

«Искрасофт» сотрудничает с более чем 100 отечественными и зарубежными производителями строительно-отделочных материалов из Великобритании, США, Германии, Франции, Швеции, Бельгии, Дании, Голландии, Италии, Финляндии и других стран, зарекомендовавшими себя на мировом рынке как производители качественных и надежных материалов. Практически каждый год существования Группы отмечен приобретением статуса официального дистрибьютора или представителя производителей и поставщиков отделочных материалов.

Ассортимент предлагаемых Группой «Искрасофт» товаров отличается особой избирательностью в сторону продукции, характеризующейся высоким качеством, современными технологиями производства, экологичностью и изысканным дизайном. Как следствие, ключевыми потребителями, на которых ориентирована Группа «Искрасофт», выступают покупатели со средним и выше среднего уровнями доходов (так называемые покупатели уровня «средний плюс» и «премиум минус»).

Рис.2 Динамика продаж Группы «Искрасофт», брутто-величина, млн. руб.



С момента своего образования и до настоящего времени компания динамично развивается. С 2004 по 2006гг. розничный товароборот вырос более чем на 70%, причем такой рост достигнут на существующих торговых площадях. Увеличение товароборота было достигнуто за счет тщательной работы с ассортиментом и ориентации в сторону продаж более высокорентабельных товаров. Как следствие, размер розничной выручки на 1 кв. м торговой площади с 3000 долл. в 2004г. вырос до 5000 долл. в 2006г., что позволяет Группе войти в тройку лидеров по данному показателю в Санкт-Петербурге.

В активах Группы «Искрасофт» - крупный логистический комплекс площадью 11,3 тыс. кв. м, приобретенный в 2001 году и расположенный вблизи Санкт-Петербурга.

За годы своего существования торговая марка «Искрасофт» приобрела широкую известность. Согласно результатам независимого исследования рынка строительно-отделочных материалов Санкт-Петербурга, проведенного компанией «Комкон-СПб» в апреле 2006 года, торговая марка «Искрасофт» известна 87 % покупателей.

Избирательность в ассортименте, комплексное обслуживание и высококвалифицированный персонал Группы «Искрасофт» позволили ей занять достойное место среди большого числа представителей рынка отделочных материалов.

4. ИСТОРИЯ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»

Группа «Искрасофт» работает на рынке отделочных материалов с 1993 года и является одним из пионеров среди ритейлеров отделочной продукции Северо-Запада.

С первых дней существования осваивались два направления торговли: розничное и оптовое.

Начало розничной торговли было связано с открытием в 1993 году двух специализированных магазинов по продаже напольных покрытий и обоев в Санкт-Петербурге. В следующие два года было открыто еще два специализированных магазина: «Кафель» и «Сантехника». Впоследствии Группа, ориентируясь на потребность покупателей в одномоментном приобретении различных материалов, открывает магазины нового формата – крупные супермаркеты, в которых широко представлены и поставщики и ассортимент отделочных материалов.

Первый супермаркет начал свою работу уже в 1996 году. В настоящее время розничная сеть Группы «Искрасофт» насчитывает 4 супермаркета и 9 специализированных магазинов общей площадью 5 798 кв. м.

Табл.2. Розничная сеть «Искрасофт»

Магазин	Адрес	Площадь	Год открытия
специализированный магазин «Сантехника»	г. Санкт-Петербург, Лесной пр., 65/4	333	1994
универсальный магазин отделочных материалов	Санкт-Петербург, Заневский пр., 28	825	1996
универсальный магазин	г. Сестрорецк	300	1997
специализированный магазин «Двери. Паркет»	г. Санкт-Петербург, Московский пр., 145	260	1997
специализированный магазин «Керамическая плитка. Сантехника»	г. Санкт-Петербург, Гражданский пр., 20	259	1997
универсальный магазин	Санкт-Петербург, Комендантский пр., 25	611	1998
универсальный магазин «Обои. Двери. Паркет. Ковровые покрытия. Керамическая плитка»	г. Санкт-Петербург, Лесной пр., 65/1	1407	2000
специализированный магазин «Линолеум»	г. Санкт-Петербург, Лесной пр., 65/6	307	2000
специализированный магазин «Обои»	г. Санкт-Петербург, пр. Просвещения, 67	276	2001
специализированный магазин «Керамическая плитка. Сантехника»	г. Санкт-Петербург, пр. Славы, 12	422	2005
специализированный магазин «Двери. Паркет»	г. Санкт-Петербург, Энгельса, 132	230	2005
специализированный магазин «Двери. Паркет»	г. Санкт-Петербург, Гражданский пр., 15	302	2006
специализированный магазин «Гидромассажные ванны и кабины»	г. Санкт-Петербург, Гражданский пр., 15	266	2006

Источник: Группа компаний «Искрасофт»

Начало оптовой торговли также положено в 1993 году, когда в структуре был сформирован отдел оптовых продаж, который впоследствии разрастается и выделяется в отдельное подразделение. С первых дней развития налаживались тесные и надежные связи с поставщиками строительно-отделочных материалов и товаров, представляющих собой широкий спектр как отечественных, так и зарубежных производителей. Каждый год существования Группы компаний «Искрасофт» отмечен приобретением статуса официального дилера или дистрибьютора какого-либо крупного производителя или поставщика строительных и отделочных товаров. К примеру, «Искрасофт» является официальным и единственным на Северо-западе дистрибьютором известного немецкого производителя обоев - фабрики Rash.

Внутри каждого из торговых направлений, розничного и оптового, деятельность проводится в разрезе ассортиментных групп товаров и контролируется отдельными структурными единицами.

Ключевой операционный центр Группы - ЗАО «Искрасофт» - был создан в 1997 году, функциями которого в первое время его существования выступали оптовая торговля, стратегическое управление и сдача в аренду торговых площадей компаниям розничной сети

«Искрасофт». В 1999 году направление оптовой торговли переходит к двум новым компаниям Группы: оптовыми закупками занимается ООО «Илан», а оптовыми продажами ООО «ТСГ «Искрасофт».

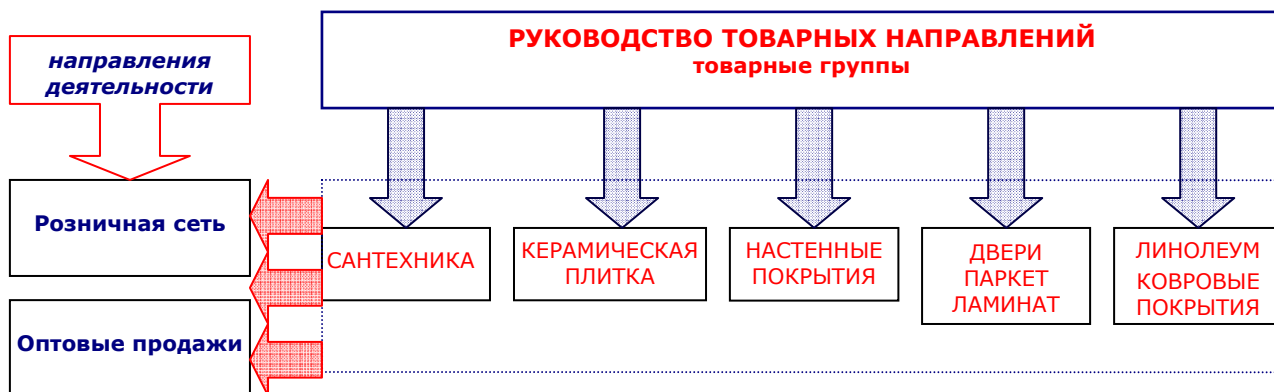


Рис.3. Товарные направления

В 2001 году ЗАО «Искрасофт» приобретает объект незавершенного строительства вблизи Санкт-Петербурга – в г. Колпино, на базе которого был создан крупный логистический комплекс площадью 11,3 тыс. кв.м. Общая площадь участка, на котором находится комплекс, составляет порядка 32 тыс. кв. м. Таким образом, в структуре Группы появилась новая функциональная возможность по повышению эффективности управлением товарными запасами и, как следствие, резерв регулирования себестоимости продаваемых материалов.

В 2003 году ЗАО «Искрасофт» выходит на публичный рынок долговых инструментов и успешно размещает первый облигационный заем в размере 30 млн. руб. на Санкт-Петербургской валютной бирже. Первый выпуск был полностью погашен в 2005 году.

С момента своего образования и до настоящего времени компания динамично развивается. С 2004 по 2006гг. розничный товарооборот вырос более чем на 70%, причем такой рост достигнут на существующих торговых площадях. Увеличение товарооборота было достигнуто за счет тщательной работы с ассортиментом и повышения эффективности ценообразования торговой продукции. Как следствие, размер торговой выручки с 1 кв. м вырос с 3000 долл. в 2004г. до 5000 долл. в 2006г.

Увеличение розничных оборотов за счет удвоения торговых площадей в 2007 году, реализация франчайзинговой программы региональным партнерам, постоянное совершенствование методов продаж, комплексное обслуживание клиентов, эффективная логистика и повышение прозрачности бизнеса – все это позволит в будущем Группе компаний «Искрасофт» закрепить свои позиции на рынке отделочных материалов.

5. ЮРИДИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»

Формирование структуры Группы «Искрасофт» соответствует потребностям, возникающим в процессе ее развития, с одной стороны, и, изменениям внешних условий, с другой.

Функции управляющей компании Группы возложены на ООО «Искрасофт-Инвест», созданное в результате реструктуризации Группы в 2006 году с целью выделения обособленного центра, координирующего деятельность компаний Группы «Искрасофт». Основным активом ООО «Искрасофт-Инвест» выступает стопроцентный пакет акций операционного центра Группы ЗАО «Искрасофт». В свою очередь, ЗАО «Искрасофт» владеет напрямую практически всеми компаниями, представляющими направления деятельности Группы – розничная торговля, оптовая торговля, оптовые закупки, инфраструктурные подразделения (ремонтные, складские, транспортные услуги).

Владельцами Группы являются ее основатели и топ-менеджеры: Неровный А.З., председатель Совета директоров ЗАО «Искрасофт» и Неровный В.З., член Совета директоров ЗАО «Искрасофт».

6. ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИЙ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»

ООО «Искрасофт-Инвест» - управляющая компания Группы «Искрасофт», выделенная в 2006 году для оптимизации и повышения внутригрупповой скоординированности компаний. В функции ООО «Искрасофт-Инвест» входит определение стратегических ориентиров развития Группы.

ЗАО «Искрасофт» - операционный центр Группы, предоставляющий услуги по субаренде и складские услуги компаниям Группы «Искрасофт».

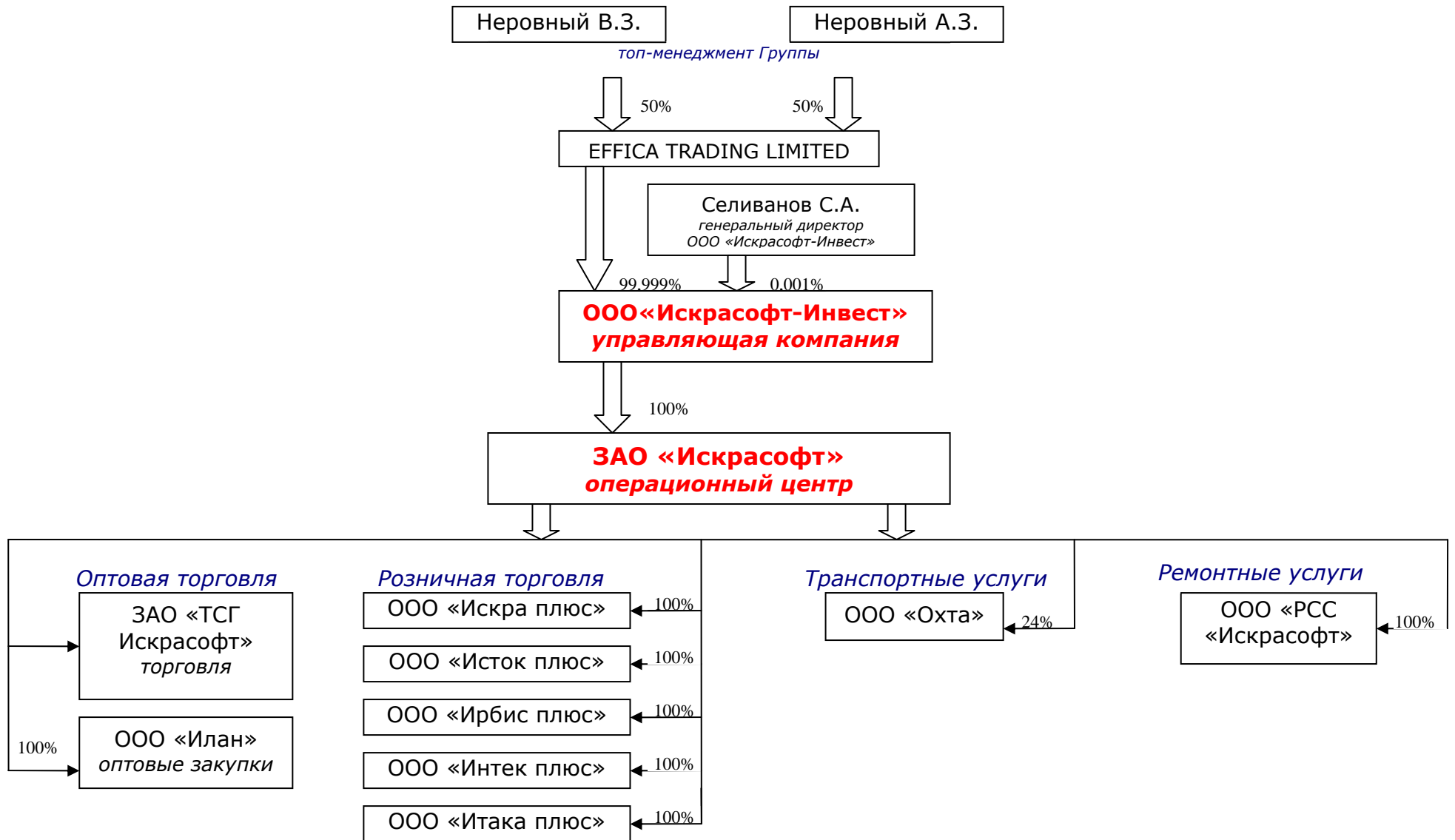
Основной объем оптовых закупок приходится на компанию ООО «Илан», которая сотрудничает с более чем 100 поставщиками. ООО «Илан» поставяет отделочные материалы как для оптового подразделения, так и для розничных магазинов Группы.

ЗАО «ТСГ Искрасофт» занимается оптовыми продажами, диверсифицированным по регионам, товарным направлениям и клиентам.

Розничные продажи осуществляются пятью компаниями Группы «Искрасофт»: ООО «Искра плюс», ООО «Исток плюс», ООО «Ирбис плюс», ООО «Интек плюс» и ООО «Итака плюс». В настоящее время розничная сеть Группы широко представлена 12 магазинами в Санкт-Петербурге, а также универсальным магазином в городе Сестрорецке (Лен.обл.).

Ремонтно-сервисная компания ООО «РСС Искрасофт» осуществляет ремонтно-отделочные услуги покупателям розничной сети Группы «Искрасофт». Наиболее востребованными услугами в настоящее время являются облицовка кафелем и настил напольных покрытий.

ООО «Охта» обеспечивает транспортное обслуживание потребностей компаний Группы «Искрасофт», а также доставку приобретенных товаров физическим лицам-клиентам розничных магазинов. Кроме того, ООО «Охта» оказывает транспортно-экспедиторские услуги оптовым покупателям – юридическим лицам по организации доставки строительно-отделочных материалов в регионы.



Источник: Группа компаний «Искрасофт»

Рис.4. Структура Группы компаний «Искрасофт»

7. ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ ГРУППЫ

Неровный Александр Зосимович

*Основатель и владелец Группы,
Председатель Совета Директоров ЗАО
«Искрасофт»*

Родился в 1969г. Закончил Ленинградскую мореходную школу и Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов по специальности «Экономист». Является членом Лиги предпринимателей торговли Санкт-Петербурга и Ленинградской области. В 1993 году основал Группу «Искрасофт». До 2002г. в качестве коммерческого директора организовал эффективную розничную и оптовую сбытовую сеть. С 2005 года является Председателем Совета Директоров ЗАО «Искрасофт» и курирует стратегическое развитие Группы.

Неровный Владимир Зосимович

*Основатель и владелец Группы, Член
Совета Директоров ЗАО «Искрасофт»*

Родился в 1965г. Закончил Харьковское высшее командное инженерное училище по специальности «инженер-математик». В 1999г. защитил кандидатскую диссертацию в Санкт-Петербургском университете МВД России. Член Лиги предпринимателей торговли Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Является основателем Группы «Искрасофт», до 1996 года работал в должности исполнительного директора, с 1996г. по январь 2003г. - генерального директора ЗАО «Искрасофт». В настоящее время занимается контролем за операционной деятельностью Группы, а также принимает активное участие в стратегическом управлении.

Нагайцев Леонид Сергеевич

*Член Совета директоров,
Генеральный директор ЗАО «Искрасофт»*

Родился в 1971г. Закончил Высшее военно-морское училище им. Фрунзе. В 2005 году закончил курс MBA в Санкт-Петербургском Государственном университете. За 12 лет работы в компании создал ассортиментную программу товарных направлений. С 2002 года – директор розничной сети. С 2004 года – коммерческий директор. С 2006 – генеральный директор ЗАО «Искрасофт».

Седов Владислав Александрович

*Член Правления,
Административный директор
ЗАО «Искрасофт»*

Родился в 1969 г. Закончил Высшее военно-морское инженерное училище им. Дзержинского по специальности «Инженер-электрик», в 1999 г. Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права по специальности «Юрист». Работает в Группе компаний «Искрасофт» с 1995 г. С 2002 г. в качестве административного директора занимается организацией систем материально-технического снабжения и предотвращения потерь.

Ильюшкина Светлана Александровна

*Член Правления,
Финансовый директор ЗАО «Искрасофт»*

1965 г. рождения. Закончила в 1987г. Ленинградский государственный педагогический институт им. А.И. Герцена, в 2000г. - Санкт-Петербургский государственный университет по специальности «Бухгалтерский учет и аудит». В Группе «Искрасофт» возглавляет Финансовое управление, занимающееся финансовым, бухгалтерским, налоговым учетом, бюджетированием, налоговым планированием и автоматизацией бизнес-процессов в финансовом управлении.

Зайцев Александр Леонидович

*Член Правления,
Заместитель Генерального Директора по
розничной сети ЗАО «Искрасофт»*

1966г. рождения, закончил Ленинградский институт авиационного приборостроения по специальности «Системы ориентации и стабилизации». В 2005 году закончил курс профессиональной переподготовки по специальности «Менеджмент» Санкт-Петербургского международного института менеджмента. Работает в компании с 1994 года, с 2002 года в должности Заместителя Генерального Директора Розничной сети Группы. Обеспечивает эффективное функционирование и развитие розничной сети Группы.

Кулагин Андрей Викторович

*Директор по оптовым продажам
ЗАО «Искрасофт»*

1972г. рождения, закончил Санкт-Петербургский институт кино и телевидения по специальности «Приборостроение». В 2003 году закончил курс профессиональной переподготовки по специальности «Менеджмент» Санкт-Петербургского международного

института менеджмента. Работает в компании с 1994 года. В марте 2006 года назначен на должность Директора Управления оптовых продаж.

Демкин Павел Сергеевич

*Член Правления,
Директор товарного направления
«Двери, паркет, ламинат»*

1969г. рождения, закончил Санкт-Петербургский государственный технический университет; в 2001г. Высшую школу управления при СПбГТУ по специальности «Менеджмент». Работает в компании более 10 лет. В настоящее время возглавляет одно из самых быстро развивающихся товарных направлений - «Двери, паркет, ламинат», создателем которого является. С 2005г. введен в состав Правления Группы.

Давыдок Сергей Николаевич

*Член Правления,
Директор товарного направления
«Сантехника»*

1975г. рождения, в 1998г. закончил Санкт-Петербургский государственный технический университет по специальности «Электромеханика»; в 2001г. Высшую школу управления при СПбГТУ по специальности «Менеджмент». Работает в компании 10 лет, с 1998 начальник Группы «Сантехника» отдела поставок, в последствии стал директором товарного направления «Сантехника». С 2005г. введен в состав правления компании. Создал ассортиментную программу направления «Сантехника», организовал эффективную работу подразделений компании по направлению, обеспечил бесперебойное функционирования всей товаропроводящей цепочки направления.

В системе управления кадрами Группы компаний «Искрасофт» очень большое внимание уделяется ориентации на обучение (свыше 70% работников Группы имеют высшее образование) и развитие собственного штата. Для персонала ежегодно проводятся курсы организационного консультирования при Санкт-Петербургском государственном университете экономики и финансов. Менеджеры среднего звена регулярно участвуют в семинарах-тренингах при Высшей Экономической Школе Санкт-Петербурга, а также повышают квалификацию в Санкт-Петербургском Международном Институте Менеджмента (IMISP).

В 2003г. Правление компании «Искрасофт» приняло решение обучать руководителей высшего звена по программе «Мастер делового администрирования/Master of Business Administration, MBA» факультета менеджмента СПбГУ. Созданная система поступательного служебного роста поощряет работников к постоянному повышению квалификации. В течение последнего года в должности были повышены 75 сотрудников Группы компаний «Искрасофт».

Совместно с производителями отделочных материалов проводятся семинары по обучению специфике реализуемого товара. Дополнительное внимание уделяется методике продаж. Предварительно, до общения с покупателями, для новых сотрудников отдела продаж стал обязательным курс обучения технике продаж, который продолжается серией тренингов.

8. ГРУППА «ИСКРАСОФТ» НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ ТОРГОВЛИ ОТДЕЛОЧНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ

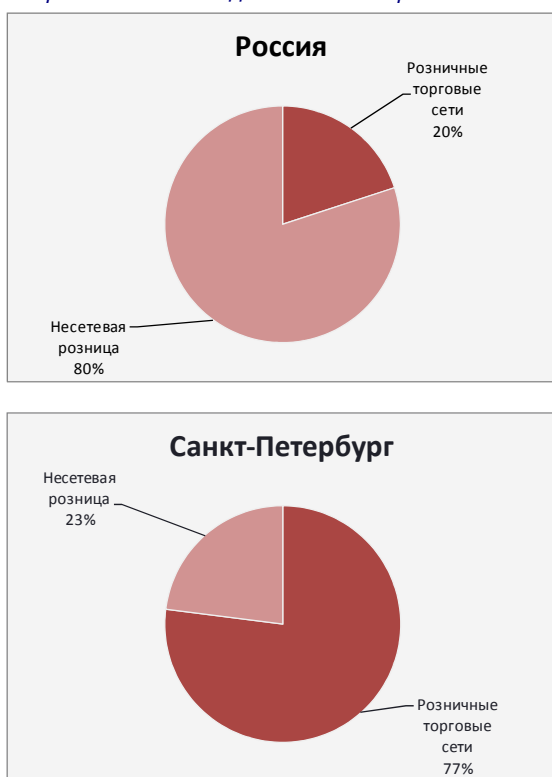
8.1. РОССИЙСКИЙ РЫНОК РИТЕЙЛА ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ: БЫСТРОЕ РАЗВИТИЕ И ВЫСОКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Розничная торговля товарами для дома, ремонта и строительства или DIY-ритейл (DIY – do it yourself – «сделай сам») включает продажу материалов для общестроительных работ, декоративно-отделочных материалов, интерьерных товаров для дома, товаров для сада и дачи и других товаров для обустройства, например, инструментов. К рынку товаров DIY относят ту часть строительных материалов, назначением которых являются отделочные работы.

Специалисты отмечают, что у российского рынка строительного и отделочного ритейла имеется своя специфика – в категорию отделочной продукции у нас включается больший чем на Западе спектр «черновых материалов». Это связано с тем, что значительная доля новых квартир продается без отделки, и ремонт производится полностью покупателем.

Операторов строительного и отделочного ритейла можно классифицировать по нескольким признакам.

Рис.5. Соотношение объемов розничных торговых сетей и несетевой розницы строительных и отделочных материалов



Источник: РБК, Группа компаний «Искрасофт»

Значительная доля (около 80%) продаж приходится на несетевую розницу. Однако данный процесс имеет ярко выраженную региональную специфику, т.е. структура рынка может серьезно различаться в зависимости от региона. Например, в Санкт-Петербурге сетевые розничные магазины занимают около 77% всего рынка.

2. С точки зрения модели развития:

• Одноформатные сети – сети, имеющие в своей структуре магазины одного типа (гипермаркеты, специализированные магазины, магазин-склады, дискаунтеры и т.д.)

• Мультиформатные сети – сети, развивающие параллельно два и более формата магазинов – например, универсальные и специализированные магазины.

Крупнейшие российские мультиформатные сети:

• «Искрасофт» – 4 супермаркета, 9 специализированных магазинов;

• «Домоцентр» – 5 гипермаркетов, 1 магазин-склад, 15 магазинов "у дома" и 2 магазина-салона;

• «Кенгуру» – супермаркеты, магазины «у дома», торговые базы;

• «К-Раута» – 5 супермаркетов «Строймастер», 1 DIY-гипермаркет.

3 Исходя из регионального охвата, выделяются следующие группы розничных сетей:

• федеральные торговые сети – сети, магазины которых работают в различных

1. Широта и ассортимент предлагаемых товаров обуславливают деление розничного ритейла отделочной продукции на следующие сегменты:

• магазины формата DIY и строительные базы, представляющие собой гипермаркеты, ориентированные на самообслуживание потребителей.

В DIY-магазинах, площадь которых, как правило, превышает 5 тыс. кв.м, представлен практически весь спектр отделочных и строительных материалов, предназначенный для работы с любой стадии не только отделки, но строительства. Данный сегмент в России пока не очень развит и, как правило, появление DIY-магазинов в России инициировано крупными западными розничными сетями. Таковыми, например, в Санкт-Петербурге, являются магазины OBI и Касторама.

Строительные базы в большей степени ориентированы на продажу строительных материалов с минимальным обслуживанием как оптовых, так и розничных покупателей.

• универсальные розничные сети – магазины с универсальным ассортиментом различных товарных категорий;

• специализированные розничные сети – сети, предлагающие глубокий ассортимент одной или нескольких категорий товара;

• несетевая розница.

Большая часть розничной торговли товарами осуществляется по России за рамками цивилизованной розницы.

федеральных округах РФ, либо планирующие общероссийскую экспансию.

Табл.3. Крупнейшие розничные сети по количеству магазинов

Наименование	Количество магазинов
Федеральные сети	
Старик Хоттабыч	40
ОВИ	7
Товарищ	6
Leroy Merlin	3
Састорама	2
Региональные сети	
Кенгуру	34
СуперСтрой	15
Ордер	14
Домоцентр	13
Искрасофт	13
Евроинтерьер	12
Дом Куприяна	10
Иван Иванович	9
Армада	9
Дом-Лаверна	8
Агава	8

Источник: РБК, Группа компаний «Искрасофт»

Рынок российского строительного DIY-ритейла

Объем рынка:

- в 2005 году – \$8-8,5 млрд.
- в 2006 году (П) - \$10-10,2 млрд.

Динамика роста:

- Сейчас - 15-25% в год.
- Прогноз – 10-15% в год.

Источник: РБК.

Факторы динамичного развития рынка DIY-ритейла:

- Растущие объемы жилищного строительства
- Значительная доля квартир продается без отделки
- Растущие доходы населения и готовность увеличивать расходы на обустройство жилья
- Низкая степень насыщения рынка DIY-ритейла

Динамика роста оценивается на уровне 15–25% в год. Объем российского розничного рынка строительных и отделочных материалов в 2005 участников рынка, порядка \$8-8,5 млрд. В ближайшие 3-5 лет тенденции сохранятся, и объем розничного рынка строительных и отделочных товаров продолжит расти не менее чем на 10-15% в год, что сделает его одним из крупнейших в Европе. В 2006 году розничные продажи товаров DIY составят около \$10 млрд. Основная доля рынка DIY приходится на крупные города:

- Объем рынка Москвы составит в 2006г. порядка \$3,5-3,6 млрд.
- Объем рынка Санкт-Петербурга в 2006г. – \$1-1,2 млрд.

• региональные торговые сети – сети, магазины которых работают в одном (или нескольких соседних) субъектах РФ и не планируют общероссийскую экспансию.

4. По происхождению: российские торговые сети; иностранные торговые сети; сети со смешанным участием.

5. Ориентация на классы потребителей в зависимости от уровня их дохода:

• магазины, рассчитанные на широкого потребителя;

• магазины, ориентированные на потребителей среднего уровня достатка и выше среднего (уровень доходов от 500 до 1500\$);

• отделочные «бутики» для покупателей «премиум»-класса (уровень доходов более 1500\$).

В 2006г. объем розничных продаж товаров DIY оценивается в размере \$10 млрд. Основная доля рынка DIY приходится на крупные города:

• Объем рынка Москвы составит в 2006г. порядка \$3,5-3,6 млрд.

• Объем рынка Санкт-Петербурга в 2006г. – \$1-1,2 млрд.

Таким образом, на Москву и Санкт-Петербург приходится половина всей российской розницы товаров DIY. В регионах объем рынка в городах-миллионниках оценивается местными игроками в среднем по \$200-300 млн. в год, т.е. на 10 крупнейших городов РФ, не считая Москвы и Петербурга, приходится около \$2,5 млрд.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ И ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ РЫНКА

Бурный рост, характерный для российского рынка DIY в течение последних нескольких лет, оказывает серьезное влияние на его структуру, и все большая его доля приходится на магазины и торговые комплексы.

Основной тенденцией на рынке DIY является увеличение количества сетевых магазинов и, как следствие, рост доли сетевой торговли в общем объеме рынка. Такая тенденция характерна для развития большинства сегментов российского ритейла, в частности, для торговли продуктами питания или электробытовыми товарами.

Одним из главных факторов роста является увеличение объемов жилищного строительства. Высокая активность на рынке жилой недвижимости порождает спрос на товары и услуги, связанные с ремонтом и оформлением дома.

Другой фактор, определяющий динамику – это уровень доходов населения. Динамика потребления в России и повышение среднего уровня дохода вызывают готовность населения увеличивать свои расходы на обустройство жилья. Немаловажную роль в формировании высокие темпы развития розничной торговли.

Таким образом, на Москву и Санкт-Петербург приходится половина всей российской розницы товаров DIY. В регионах объем рынка в городах-миллионниках оценивается местными игроками в среднем по \$200-300 млн. в год, т.е. на 10 крупнейших городов РФ, не считая Москвы и Петербурга, приходится около \$2,5 млрд.

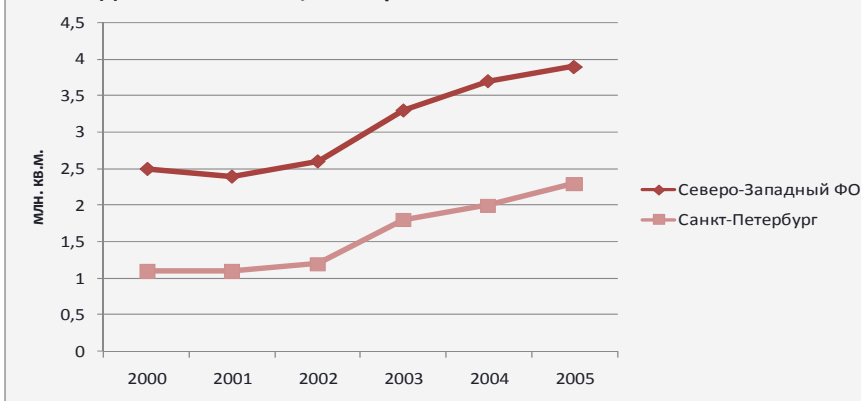
Одной из основных тенденций розничной торговли отделочными материалами на российском рынке выступает консолидация и укрепление позиций сетевых компаний. Наиболее ярко эта тенденция проявляется в крупных городах, где сети, реализующие товары для дома, вытесняют мелких игроков, подобно тому, как это произошло несколько ранее на рынке продуктовых товаров и рынке электроники и бытовой техники.

Санкт-Петербург это:

- 33,4% населения Северо-Западного ФО
- 42,6% розничного товарооборота СЗФО
- 42% от общего объема строительства СЗФО
- 59% жилищного строительства в СЗФО

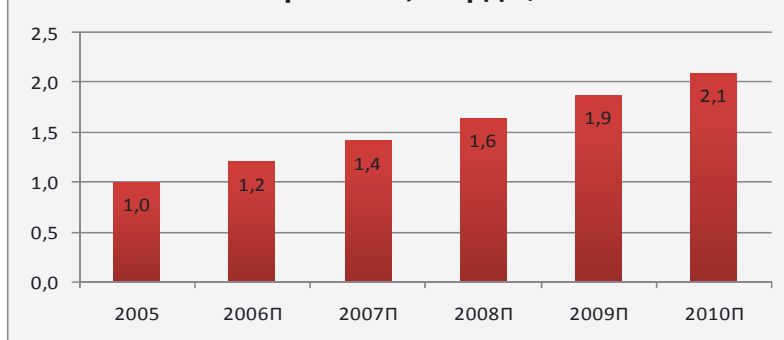
Источник: Росстат

Рис.6. Динамика жилищного строительства в СЗФО в 2000-2005 гг.



Источник: Росстат

Рис.7. Прогноз петербургского рынка DIY-ритейла, млрд. \$



Источник: РБК, расчеты «Планета Капитал»

Санкт-Петербург за последние три года продемонстрировал один из самых высоких темпов роста объемов жилищного строительства в СЗФО – 129,3%, уступив по этому показателю только Ненецкому АО. В 2005г. строительным комплексом Санкт-Петербурга введено в эксплуатацию 507 жилых домов общей площадью 2 273,4 тыс. кв. м (33,2 тыс. квартир). По сравнению с 2004 годом прирост ввода общей площади жилья составил 11,9% (по РФ прирост составил 6,3%). Из общего объема введенного в эксплуатацию в 2005г. жилья в декабре введено 773,2 тыс. кв. м общей площади. Таким образом, сохранение высоких темпов прироста реальных доходов населения и объемов жилищного строительства в Санкт-Петербурге определяют высокую динамику рынка отделочных материалов.

ПЕТЕРБУРГСКИЙ РЫНОК DIY-РИТЕЙЛА

Население Северо-Западного ФО составляет 13,7 млн. человек – это 9,6% от общего числа граждан России. На территории округа 146 городов, доля городского населения составляет 82% – 11,3 млн человек. Плотность населения в СЗФО – 8,2 человека на кв. км. На начало 2006 года численность постоянного населения Санкт-Петербурга составляла 4 580,6 тыс. человек (3,2% населения России). Среднемесячный денежный доход на душу населения по СЗФО во II квартале 2006г. составил 10535 руб., в Санкт-Петербурге – 13 260 руб.

Динамично растущие реальные располагаемые доходы населения Санкт-Петербурга, прирост которых за 2005 год составил 14,3% (8,8% в среднем по России за этот же период), а также развитие потребительского кредита способствовали высоким темпам роста потребительского спроса: оборот розничной торговли в 2005 году увеличился на 12,9% (за аналогичный период 2004 года – 12,1%), и составил 246,1 млрд. руб. Определяющим фактором

роста спроса на строительные материалы для отделочных работ является общий объем строительства в регионе, а также объем жилищного строительства. В 2005 году стоимость работ, выполненных по виду деятельности «строительство», составила в РФ 1 711,7 млрд. рублей. На Северо-Западный федеральный округ из них приходится 218,6 млн. руб., что составляет 12,8%. В 2005г. отмечено небольшое снижение объема строительных работ по СЗФО – он составил 99,9% от уровня 2004г.

Тенденции развития петербургского рынка DIY-ритейла:

1. *Динамичный рост.*

Рынок строительно-отделочных материалов находится на этапе активного роста (средний рост по товарным направлениям составляет 15 – 25% в год). Темпы роста отличаются в разных товарных направлениях и товарных группах внутри товарных направлений (например, объемы продаж сантехники растут медленнее, чем объемы продаж напольных покрытий, а объемы продаж ламината – быстрее, чем линолеума).

2. *Интеграционные процессы.*

Интеграция в отрасли происходит как с покупателями, так и с поставщиками. Компании-операторы оптового рынка строительно-отделочных материалов активно развивают собственную розницу: «Некс» – сеть «Старик Хоттабыч», «Бобров и К» – сеть «Управдом», «Олимп и К» – сеть «Олимп».

3. *Развитие собственных производственных мощностей.*

На рынке строительно-отделочных материалов активно идет процесс создания или приобретения крупными торговыми сетями собственных производственных мощностей: «Лаверна» – производство паркета, сантехники, фурнитуры, комплектующих, «Элис» – полный цикл производства ковровых покрытий, «Некс» – производство облицовочной плитки, мебели для ванных комнат, «Текс» – совместное с Тиккурила лакокрасочное производство полного цикла, «Сатурн» - производство дверей, «Торговая площадь» – производство реечных подвесных потолков, межкомнатных дверей, обоевых клеев, монтажной пены.

4. *Развитие конкуренции:*

- рост числа участников рынка;
- цены: (а) специализированные магазины будут ориентированы на углубление ассортимента и, соответственно, более высокие цены; (б) строительные базы будут конкурировать на уровне низких цен; (в) по мере насыщения рынка торговая наценка в строительных супермаркетах будет понемногу снижаться. Большее значение будут иметь неторговые доходы розничных сетей – «плата за вход» производителя в магазин, доходы от размещения рекламы и др.

- уровень сервиса (качество и объем предоставляемых услуг) практически во всех типах магазинов будет повышаться.

- ассортимент: (а) значительные шаги по углублению ассортимента предпримут специализированные магазины; (б) в остальных форматах произойдет незначительное увеличение глубины ассортимента, широта ассортимента останется в рамках существующих форматов.

8.2. ПОЛОЖЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ» НА РЫНКЕ DIY-РИТЕЙЛА

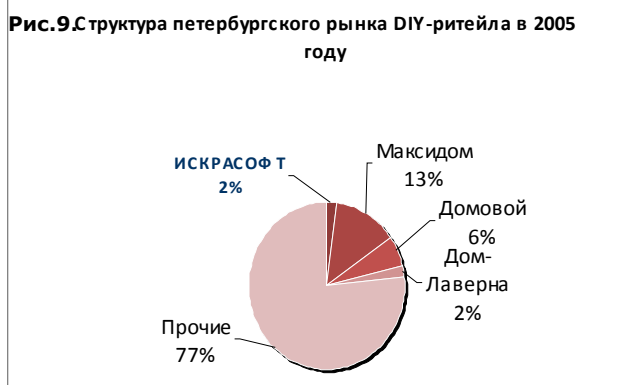
Петербургский рынок DIY-ритейла высокодиверсифицирован: розничные торговые точки представлены на петербургском рынке во всех основных товарных направлениях, во всех форматах и работают со всеми сегментами покупателей.

На сегодняшний день «Искрасофт» является мультиформатной сетью, которая включает в себя строительные супермаркеты и специализированные магазины, поэтому около 50% торговых точек на рынке Санкт-Петербурга являются конкурентами розничной сети «Искрасофт».

На рынке Санкт-Петербурга по итогам 2005 года Группа «Искрасофт» входит в десятку лидеров по годовому обороту региональных сетей. По количеству магазинов «Искрасофт» разделяет 3-е место с компанией «Домострой». Площадь розничной сети - 5798 кв.м., торговая выручка с 1 кв. м в 2005г составила 4000 долл., а по итогам 2006г. – более 5000долл.

Несмотря на то, что доля розничных продаж Группы «Искрасофт» по итогам 2005 года составляет 2%, необходимо учесть следующие факторы.

Во-первых, рынок ритейлеров отделочных материалов высоко диверсифицирован, о чем свидетельствует значительное количество его участников.



Источник: РБК, расчеты «Планета Капитал»

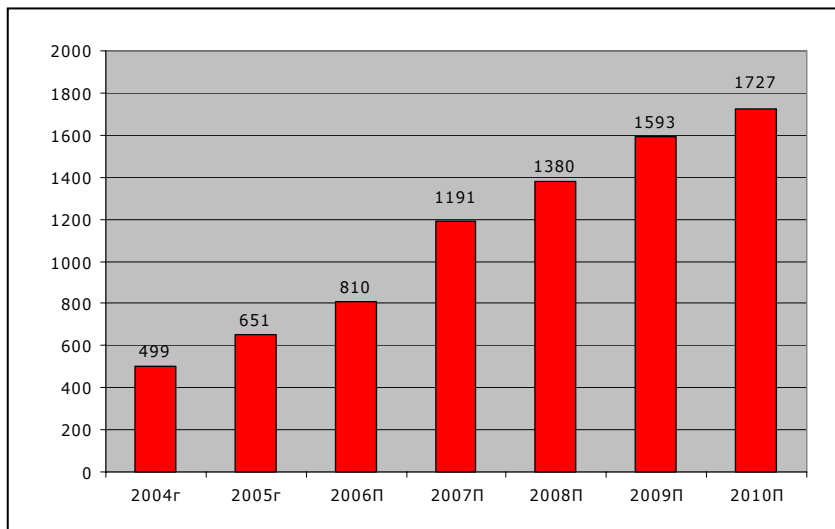
Рис.10. Годовой оборот выручки с 1 кв.м за 2005г., долл.



Источник: РБК, расчеты «Планета Капитал»

Кроме того, помимо непосредственной продажи обслуживание покупателей предусматривает детальное консультирование, возможность заказа по каталогу, а также информирование о появлении новых разработок в области производства отделочных материалов, что, в свою очередь позволяет сформировать дополнительный спрос.

Рис.11. Динамика розничных продаж, брутто-величина, млн. руб.



С учетом указанных факторов доля Группы «Искрасофт» в средневысоком ценовом сегменте составляет около 12%.

В то же время об эффективности деятельности Группы свидетельствует высокий уровень показателя объема годовой выручки, приходящегося на 1 кв. м торговых площадей за 2005г.: «Искрасофт» занимает 3-е место, уступая только компаниям «Домоцентр» и «Дом Лаверна».

Розничная сеть магазинов Группы «Искрасофт» представлена 13 магазинами, 4 из которых являются универсальными супермарке-

тами, а 9 – специализированными магазинами по продаже продукции одной из пяти товарных Групп, по которым ведется специализация.

В настоящее время общая площадь розничных торговых площадей составляет 5 798 кв. м, а количество персонала, задействованного в розничной торговле, 153 человека.

Все розничные магазины имеют прочные отношения с арендодателями, компания арендует свои торговые площади на протяжении 8-14 лет.

За период с 2004г. по 2006г. розничный товарооборот, по оценке Группы, увеличился более чем на 70%, причем такой рост достигнут на существующих торговых площадях. Увеличение товарооборота было достигнуто за счет тщательной работы с ассортиментом и увеличения торговой наценки. По итогам 2005 года рост объемов продаж составил более 30%, а годовой оборот, увеличившийся с 3105 до 3967 долл. на 1 кв.м торговых площадей, обеспечил Группе «Искрасофт» третье место по данному показателю среди ритейлеров отделочных материалов.

По предварительным результатам 2006 года рост выручки составит почти на 25%, а годовой оборот с 1 кв. м торговых площадей увеличится до 5262 долл. С 2007 года планируется постепенный ввод дополнительных площадей вследствие открытия новых магазинов, общий размер которых составит около 6 тыс. кв. м. Расширение торговых площадей на начальных этапах отразится небольшим снижением удельной выручки. Однако уже к 2009 году объем годовой выручки с 1 кв. м торговых площадей прогнозируется на уровне, превышающем 5 тыс. долл. Таким образом, в целом динамика выручки от розничных продаж характеризуется повышательным трендом, что свидетельствует об эффективности данного направления Группы «Искрасофт».

Увеличение объемов продаж и повышение качества обслуживания в магазинах «Искрасофт» в Санкт-Петербурге обеспечивается за счет ряда управленческих мер. Ежеквартально выбирается магазин, реализовавший наибольший объем товара, которому предоставляются определенные бонусы. Такое соревнование между магазинами способствует их непрерывному развитию и здоровой конкуренции внутри розничной сети. Данные меры, в сочетании с кадровой политикой Группы, позволили улучшить уровень обслуживания потребителей в магазинах.

Согласно исследованиям маркетингового агентства «Комкон-СПб» основными привлекательными для покупателей характеристиками магазинов розничной сети «Искрасофт» являются:

- удобное расположение;
- большой выбор материалов и широкий ассортимент товаров для чистовой отделки помещений;
- квалифицированная работа продавцов и хорошее обслуживание;
- предоставление комплексного обслуживания (консультационные услуги, ремонтные услуги, доставка товаров, возможность заказа товара по каталогу и т.д.);
- стильное оформление торговых залов;
- наличие системы дисконтных скидок.

Основную группу потребителей товаров, представленных в розничной сети Группы компаний «Искрасофт», составляют покупатели с средним и выше среднего уровнями доходов. Чаще всего это люди в возрасте от 25 до 45 лет, имеющие семью из трех и более человек, ценящие качество и дизайн, но при этом не забывающие и о цене.

При реализации строительного-отделочных материалов в розницу Группа компаний «Искрасофт» использует различные методы продаж. Самым распространенным методом продажи отделочных материалов в магазинах «Искрасофт» является выставление либо самого товара, либо его образцов. Кроме того, используются стенды, брошюры и каталоги образцов. Группа компаний «Искрасофт» имеет налаженные связи с ведущими производителями строительных товаров, которые в качестве бонусов предоставляют свои фирменные материалы, скомпонованные стенды и каталоги (как для розницы, так и для опта).

В специализированных магазинах сантехники и кафеля, дверей широко используется метод продажи товара «в интерьере» - покупатель видит один из возможных вариантов дизайна оборудованного помещения. Это позволяет раскрыть потребительские качества продукции и привести в соответствие стоимость, качество и эстетическое восприятие. Этот опыт получил распространение во всех магазинах розничной сети Группы при продаже и других видов товаров.

В магазинах Группы компаний «Искрасофт» чаще всего используется унифицированное оборудование торговых залов, однако, представление «товаров в интерьере», очень разнообразно, хотя и не в ущерб общему стилю и гармонии. Покупатели высоко оценивают художественное оформление залов.

В последние годы в розничной сети Группы появился целый ряд эксклюзивных товаров. Их продажа осуществляется как непосредственно в торговом зале, так и по каталогу, при этом доставка осуществляется под заказ.

В сети магазинов «Искрасофт» реализована новая техника продажи керамической плитки итальянского и испанского производства - «плитка под заказ». Данный метод предполагает выставление образцов кафельной плитки в розничных магазинах Группы с последующей поставкой под заказ. Срок поставки товара конечному покупателю при реализации данной схемы составит 2 - 3 месяца.

Ежемесячно в магазинах Группы компаний «Искрасофт» проводятся акции, направленные на продвижение отдельных торговых марок, товарных групп и ценовое стимулирование потребителя (скидки). Ряд рекламных акций «Искрасофт» проводит совместно с производителями строительного-отделочных материалов, например, Tarkett, Rasch. В рамках рекламных акций действует система скидок на продвигаемый товар или торговую марку.

С 2005 года Группа компаний «Искрасофт» перешла на «нефиксированный» рекламный бюджет. Каждая рекламная акция оценивается как отдельный проект, направленный на развитие сети, товарного направления или магазина. Эта методика позволяет сконцентрировать усилия на продвижении сети с повышенным эффектом, а также добиться значительного успеха на рынке в глазах покупателей в сравнении с конкурентами.

Табл.4. Динамика продаж магазинов розничной сети Группы компаний «Искрасофт»

Адрес	Специализация	год открытия	площадь, кв.м.	2004		2005		9мес. 2006		2006план	
				Кол-во чел	выручка, млн. руб.	Кол-во чел	выручка, млн. руб.	Кол-во чел	выручка, млн. руб.	Кол-во чел	выручка, млн. руб.
Заневский пр., 28	Универсальный магазин отделочных материалов	1996	825	18	59,23	18	86,40	18	75,15	18	105,85
Комендантский пр., 25	Универсальный магазин	1998	611	16	45,69	16	67,08	16	54,48	16	76,73
пр. Славы, 12	«Керамическая плитка. Сантехника»	2005	422	12	53,00	12	51,35	12	45,33	12	63,85
Сестрорецк	Универсальный магазин	1997	300	10	21,56	10	23,81	10	19,57	10	27,56
Лесной пр., 65/4	«Сантехника»	1994	333	13	39,68	13	63,31	13	63,03	13	88,78
Лесной пр., 65/1	«Обои. Двери. Паркет. Ковровые покрытия. Керамическая плитка»	2000	1407	34	133,39	34	176,79	34	152,88	34	215,33
Московский пр., 145	«Двери.Паркет».	1997	260	6	23,92	6	48,74	6	28,92	6	40,73
Гражданский пр., 20	«Керамическая плитка. Сантехника»	1997	259	12	46,07	12	72,76	12	59,56	12	83,89
Лесной пр., 65/6	«Линолеум»	2000	307	11	24,03	11	20,48	11	21,89	11	30,83
пр. Просвещения, 67	«Обои».	2001	276	6	24,47	6	28,89	6	20,96	6	29,52
Гражданский пр., 15	«Двери.Паркет».	2006	302		0,00		0,00	7	14,28	7	20,11
Гражданский пр., 15	«Гидромассажные ванны и кабины».	2006	266		0,00		0,00	3	1,06	3	1,49
Энгельса, 132	«Двери.Паркет».	2005	230	13	27,45	5	9,62	5	18,24	5	25,70
Всего			5798	151	498,50	143	650,51	153	575,34	153	810,37

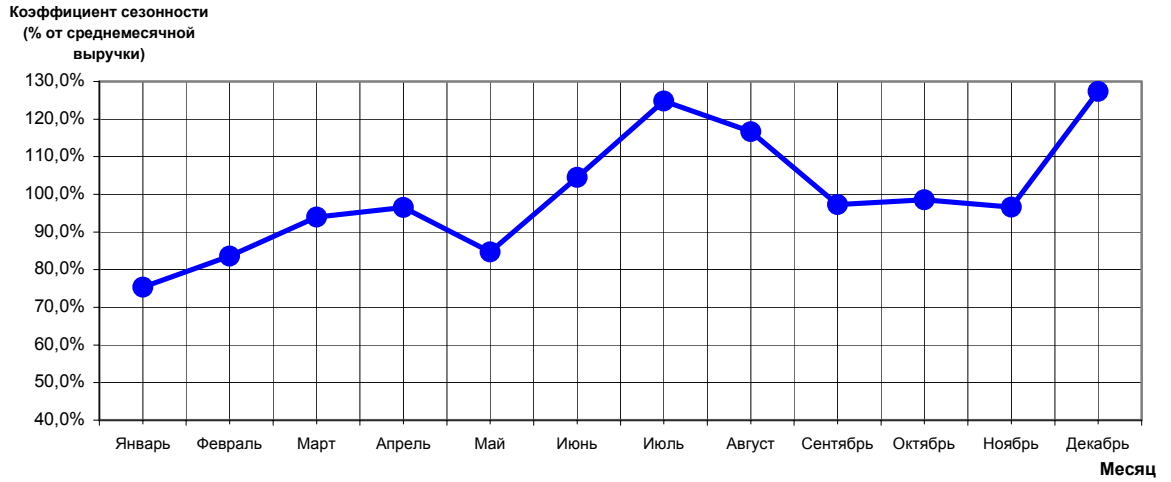
Табл. 5. Динамика годового объема продаж с 1 квадратного метра торговых площадей Группы компаний «Искрасофт» с прогнозными значениями до 2010г.

	2004		2005		9 мес. 2006		2006П		2007П		2008П		2009П		2010П	
	Σ	Σ	изменение, %	Σ	изменение, %	Σ	изменение, %	Σ	изменение, %	Σ	изменение, %	Σ	изменение, %	Σ	изменение, %	
Площадь торговых залов, кв. м	4578	5230	-	5798	-	5798	-	11798	103,48	11798	0,00	11798	-	11798	-	
Выручка, млн. долл.	18	23	27,78	22	-5,82	31	40,85	45	47,00	52	15,81	60	15,49	65	8,41	
Годовой оборот на кв.м, долл	3932	4398	11,85	3736	-15,04	5262	40,85	3802	-27,76	4402	15,81	5084	15,49	5512	8,41	

Источник: Группа компаний «Искрасофт»

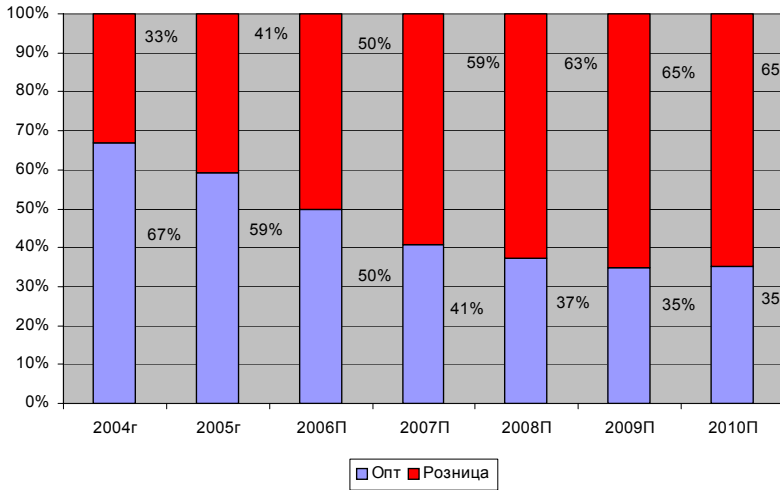
Наибольшие объемы продаж строительно-отделочных материалов в розницу традиционно приходятся на два основных периода: июль-август и декабрь, также небольшое оживление обычно отмечается в конце марта – начале апреля (Рис.).

Рис.12. Сезонность розничных продаж Группы компаний «Искрасофт»



Источник: Группа компаний «Искрасофт»

Рис.13. Структура продаж



Источник: Группа компаний «Искрасофт»

В дальнейшем Группа, ориентируясь на благоприятные перспективы по развитию ритейла отделочных товаров, планирует увеличивать удельный вес розницы, сокращая тем самым риски, связанные с оптовой торговлей. В целом оптимальное соотношение опта к рознице прогнозируется к 2008-2010гг. примерно на уровне 1 к 2: объем оптовых продаж стабилизируется около 35% от валовой выручки Группы.

9.ГРУППА «ИСКРАСОФТ» НА РЫНКЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ СТРОИТЕЛЬНО-ОТДЕЛОЧНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ

9.1. КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

Табл. 6. Компании, осуществляющие поставки на всей территории России

№	Компания	Адрес головного офиса
1	Старик Хоттабыч (НЕКС)	Москва
2	НикПа	Москва
3	Марта	Москва
4	Опус	Москва
5	Росстайл	Москва
6	Флир Испаньола	Москва
7	Бобров и К	Москва
8	Торговая Площадь	Москва
9	Стройкомплект	Москва
10	Экоскан	Москва
11	СпецСтрой	Москва
12	Контракт Строй	Москва
13	Дилл	Москва
14	Искрасофт	Санкт-Петербург
15	Элис	Санкт-Петербург
16	Лаверна	Санкт-Петербург
17	Олимп и К	Санкт-Петербург
18	ТекС	Санкт-Петербург

Источник: РБК

Оптовые компании, работающие в отрасли строительного-отделочных материалов, в разрезе полноты ассортиментного ряда поставляемых товаров можно условно разделить на следующие группы:

1. Фирмы с полным ассортиментом.
2. Фирмы с ассортиментом для финишной отделки.

3. Узкоспециализированные фирмы.

Конкуренцию в оптовом направлении целесообразно оценивать по регионам, на которые участники рынка осуществляют поставки. В таблицах представлены основные игроки оптового рынка строительного-отделочных материалов с федеральным масштабом деятельности и работающие и в определенных регионах соответственно.

Оптовый рынок наиболее интенсивно развивался последние пять лет. За это время сложилась определенная специализация фирм. Некоторые из них прошли путь как вертикальной (вверх или вниз) так и горизонтальной интеграции.

Табл. 7. Распределение оптовых фирм по формам деятельности

Магазин	Полный ассортимент	Ассортимент для финишной отделки	Узкоспециализированные фирмы	Головной офис	Напольные	Настенные	Сантехника	Кафель	ДПС
Старик Хоттабыч (НЕКС)	+			Москва	+	+	+	+	+
Бобров и К			+	Москва	+				
Дилл			+	Москва		+			+
Контракт Строй			+	Москва	+				
НикПа			+	Москва	+				
Опус			+	Москва	+				
Росстайл			+	Москва		+		+	
СпецСтрой		+		Москва	+			+	+
Торговая Площадь	+			Москва	+	+	+	+	+
Флир Испаньола			+	Москва	+	+			+
Искрасофт	+			Санкт-Петербург	+	+	+	+	+
Сквирел			+	Санкт-Петербург			+	+	
Олимп и К			+	Санкт-Петербург	+				
Марта			+	Санкт-Петербург	+				+
Элис		+		Санкт-Петербург	+	+	+	+	
Чешский двор			+	Санкт-Петербург			+	+	
Лаверна	+			Санкт-Петербург	+	+	+	+	+
ТекС	+			Санкт-Петербург	+	+	+	+	+
Best Ceramics			+	Санкт-Петербург			+	+	
Барс			+	Санкт-Петербург			+		
Керамик-сити			+	Санкт-Петербург			+	+	
ИСМ		+		Санкт-Петербург				+	+
Особняк			+	Санкт-Петербург		+			
Русстрой	+			Санкт-Петербург	+	+	+	+	+
Рыбинская Стройбаза	+			Санкт-Петербург	+	+	+	+	+

Источник: РБК

ТЕНДЕНЦИИ

Для оптового рынка торговли строительными-отделочными материалами характерны следующие черты:

- Усиление дифференциации между специализированными компаниями и формами, осуществляющими комплексные поставки строительного-отделочных материалов.

Потенциальные клиенты – строители и неорганизованная розница в ближайшие три года будут составлять существенную конкуренцию сетевым клиентам и гипермаркетам.

- Интеграция специализированных фирм с покупателями и создание ими собственных узкоассортиментных розничных точек.

- Снижение конкуренции для «фирм-комплектовщиков» со стороны компаний, имеющих ограниченное количество товарных групп в ассортименте.

Проигрывая ценовую войну со специализированными фирмами и не имея преимущества – ассортиментной линейки «комплектовщиков», фирмы с ограниченным ассортиментом будут вынуждены постепенно разделять бизнес, чтобы сконцентрировать товарные и денежные потоки и дать каждому направлению относительную финансовую свободу. На данном этапе конкурентами разделившейся фирмы станут узкоспециализированные фирмы, уже выработавшие стратегию работы на своем секторе рынка.

В итоге на рынке будут лидировать два типа фирм: узкоспециализированные фирмы с целевым ассортиментом и глобальной номенклатурой в наличии и «ассортиментные киллеры» - фирмы, повторяющие в опте формат гипермаркетов.

9.2. ПОЛОЖЕНИЕ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»

Группа «Искрасофт» присутствует на рынке оптовой торговли отделочными материалами более десяти лет. В 1993 году был сформирован отдел оптовых продаж, который впоследствии выделяется в отдельное подразделение и Группа «Искрасофт» переходит из регионального оптового поставщика в статус федерального. В настоящее время объем оптовых поставок в структуре годовой выручки составляет почти 50%. В дальнейшем планируется постепенное снижение доли оптовых поставок в среднем до 35%. Это связано с планируемым расширением розничной сети магазинов – вводом новых торговых площадей.

Число клиентов - оптовых покупателей - Группы «Искрасофт» постоянно возрастает. Наибольший прирост таких покупателей пришелся на 2000 и 2001 гг. (табл.). Однако, несмотря на появление новых игроков на рынке оптовых продаж отделочных материалов, большая часть клиентов является постоянными и имеет долгосрочные партнерские отношения с Группой «Искрасофт».

Табл. 8. Динамика числа оптовых клиентов Группы компаний «Искрасофт»

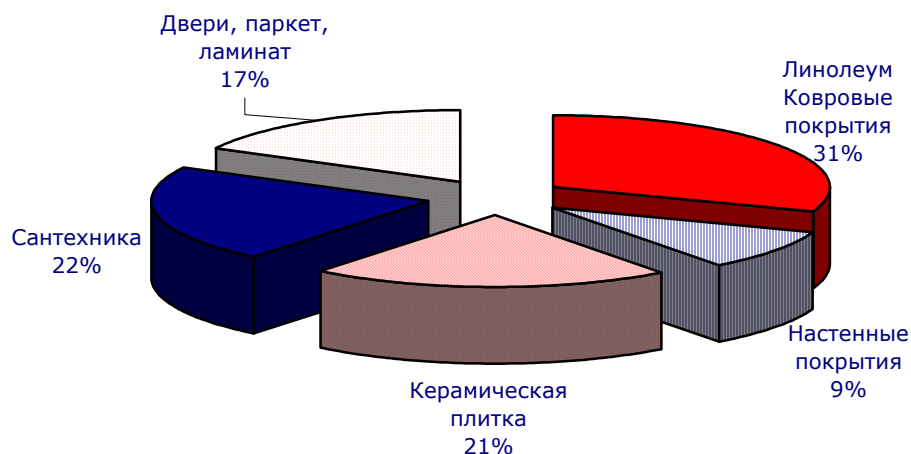
Товарное направление	1999 год	2000 год	2001 год	2002 год	2005 год
Линолеум Ковровые покрытия	1313	1900	2140	2674	2683
Настенные покрытия	1356	1807	1985	2502	2317
Керамическая плитка	385	695	790	1185	1204
Сантехника	340	516	547	917	1056
Двери Паркет Ламинат	250	400	427	785	380
Всего	1592	2343	3123	3443	3654

Источник: Группа компаний «Искрасофт»

Структура оптовых продаж Группы компаний «Искрасофт» имеет высокую степень диверсификации как по региональным рынкам сбыта, так и по производителям и видам продукции.

В целом, учитывая все товарные направления, ассортимент отделочных материалов, реализуемых оптом, включает более 3000 позиций и отражает политику Группы, отдающей приоритет качественным импортным товарам. Исторически наибольший объем выручки в товарной структуре оптовых продаж Группы компаний «Искрасофт» приходится на реализацию напольных покрытий, лидерами по темпу роста объемов оптовых продаж являются товарные направления «Двери, паркет, ламинат», «Керамическая плитка» и «Сантехника».

Рис.14. Структура оптовых продаж по товарным направлениям, % от выручки



Источник: Группа компаний «Искрасофт»

Оптовая торговля ведется по клиентским группам в зависимости географической принадлежности и специфики потребительских интересов.

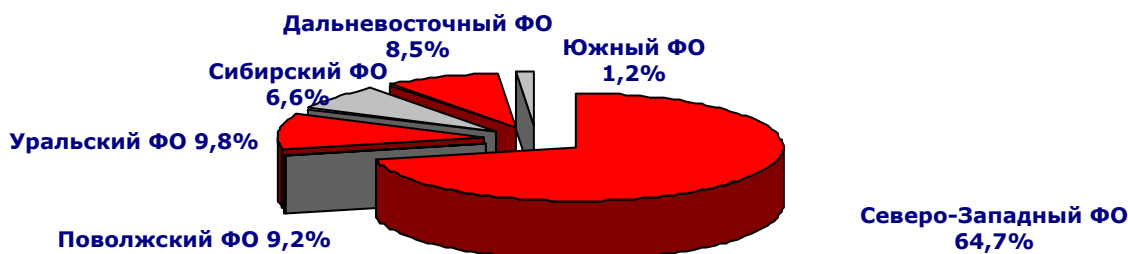
Оптовые поставки региональным клиентам осуществляется в разрезе шести регионов России:

- Северо-Западный федеральный округ;
- Приволжский федеральный округ;
- Уральский федеральный округ;
- Сибирский федеральный округ;
- Дальневосточный федеральный округ;
- Южный федеральный округ.

Постоянными клиентами Группы компаний «Искрасофт» являются торговые и строительные организации из Северо-Западного, Уральского, Сибирского, Приволжского регионов. С 2001 года Группа компаний «Искрасофт» осуществляет оптовые продажи строительно-отделочных материалов в Дальневосточный и Южный регионы.

Структура региональных продаж по регионам, а также их динамика за период с 2002 года и по итогам девяти месяцев 2006 года представлены диаграммами. Большая часть региональных продаж приходится на Северо-Западный федеральный округ – более 50%. Вторым по объемам продаж является Уральский регион. Среди наиболее потенциальных регионов по развитию оптовой торговли для Группы в ближайшем будущем выступает Сибирский регион.

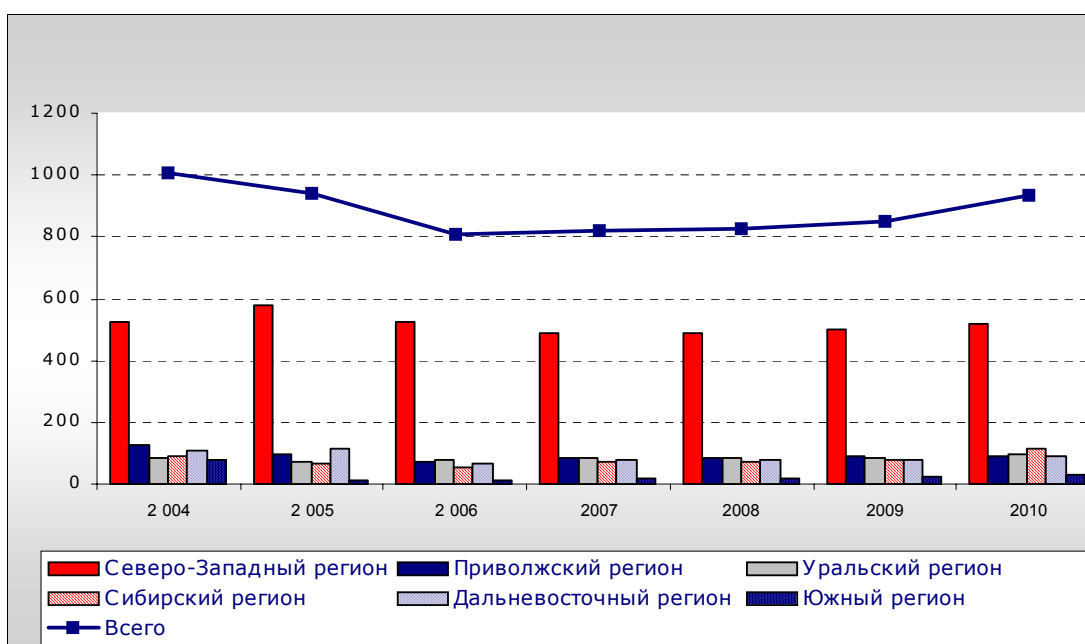
Рис.15. Региональная структура оптовых поставок за 9 мес. 2006г.



Источник: Группа компаний «Искрасофт»

Ассортиментный ряд поставляемых в регионы материалов практически не ограничен: есть возможность заказа строительно-отделочной продукции по каталогу с последующей доставкой в максимально короткие сроки, поскольку Группа является официальным дистрибьютором ключевых поставщиков и производителей. Спецификой Группы компаний «Искрасофт» является ориентация на поставки высококачественной и высокотехнологичной продукции, что обуславливает ценовой сегмент предлагаемых товаров среднего и выше среднего уровня.

Рис.16. Динамика оптовых продаж, брутто-величина, млн.



Источник: Группа компаний «Искрасофт»

Кроме того, консультанты Группы «Искрасофт» могут сориентировать в выборе определенного товара в зависимости от пожеланий клиента.

Оптовое направление подразумевает также диверсификацию в зависимости от масштаба и специфики потребностей клиента. В частности, в оптовом подразделении выделена контрактная группа, которая обслуживает коммерческие организации, осуществляющие крупные строительные проекты. Данное направление можно характеризовать также как поставки «business to business».

Контрактная группа осуществляет прямые оптовые поставки на объекты и работает с так называемыми контрактными материалами.

Контрактные материалы – это материалы, которые применяются при отделке общественных зданий и помещений: гостиниц, бизнес-центров, офисов, больниц, супермаркетов, спортивных комплексов. В данных помещениях к материалам предъявляются особые требования, такие как бактерицидность, антистатичность, токопроводимость и т.п. Кроме того, контрактные материалы нашли свое применение в судостроении, в вагонах железнодорожных поездов и поездов метрополитена, в автобусах и троллейбусах.

Доля контрактных продаж в общем объеме оптовых поставок за последние годы стабилизировалась на уровне 23%.

Крупными объектами, поставщиком контрактных материалов для которых выступала Группа «Искрасофт», являются:

- Культурные учреждения: Санкт-Петербургская академическая Филармония им. Д.Д. Шостаковича, Государственный Академический Мариинский театр, Ледовый дворец, Театр оперы и балета им. Мусоргского, Большой концертный зал «Октябрьский».
- Гостиницы: «Пулковская», «Октябрьская», «Москва», «Европа», «Гелиос Отель»; «Турист» в Хабаровске.
- Заводы: «Электросила», «Lucent Technologies», «Ford» (Всеволожск), автобусный завод «Skania», ОАО «Балтийская трубопроводная система», ликероводочный завод ЗАО «Ливиз», а также региональные объекты пивоваренной компании «Балтика».
- Ночные клубы: «Плаза» и «Голливудские ночи», ночной клуб «H2O» в г. Челябинск).
- Центры развлечения: ресторан «Айвенго», ресторан «Green Village» в Санкт-Петербурге, цирк в г. Хабаровск, аквапарк в г. Казань, кинотеатр в г. Ижевск.
- Торговые центры: Фрунзенский универмаг, Кировский универмаг, Троицкий рынок, торговые комплексы «Сенной рынок» и «Невская косметика», торговый центр «Мебель Сити», торговый комплекс в г. Сургут.
- Петербургские офисы компаний: ОАО «Лукойл», Кировский завод, ОАО «Мегафон», сеть автосервисных станций «Юнион-Аларм», дизайн студия Vulthaur, центральный офис ОАО «МТС» в Санкт-Петербурге, ЗАО «Дельта Телеком», Междугородний Международный телефон.
- Объекты медицинской сферы: Детская инфекционная больница № 5, компания «МедЭкспресс», ГУ здравоохранения, НИИ Скорой помощи им. Джанилидзе, поликлиника Октябрьской ж/д, санаторий «Дюны»; районная больница в г. Нягань; бассейн ЦСК ВВС в г. Самара.
- Поезда Санкт-Петербургского метрополитена.
- Учебные заведения, научные центры и детские учреждения: Санкт-Петербургский государственный университет, петербургские школы и детские сады, средние школы в городах Нижнеартовск, Тольятти и Ростов-на-Дону; детский дом семейного типа в г. Кандалакша, Российско-Американский учебно-научный центр бизнеса в Южно-Сахалинске.
- Поселок для пострадавших от наводнения в г. Ленск.
- Административные здания: Законодательное собрание (Мариинский дворец), Английское консульство в Санкт-Петербурге; здание администраций городов Мегион и Петропавловск-Камчатский; речной вокзал в г. Ярославль.

Группа «Искрасофт» сотрудничает с такими архитектурными мастерскими как: дизайн-студия "Vulthaur", архитектурное бюро "Балт-Эстейт", архитектурно-рекламное агентство "Ingria-Golden", архитектурное бюро "Проспект", архитектурная студия Герасимова Е.Л.

Партнерами Группы «Искрасофт» являются крупные строительные организации как ОАО "Росстро", ЗАО "Рикэл", ЗАО "Спецкомплект", строительная компания "Logos", турецкая объединенная строительная группа "Renaissance Construction", ЗАО "ЛЕНТЕК", финская строительная компания "Skanska Oy".

Крупнейшими оптовыми клиентами среди торговых магазинов и сетей Санкт-Петербурга являются компании «Домовой», «Плаза» и «Меркурий», доля продаж которых в общем объеме опта составляет около 20% (или, около 6% от всего объема годовой выручки Группы «Искрасофт»).

В целом география региональных оптовых поставок Группы «Искрасофт» насчитывает около 40 городов России, что позволило Группе войти в десятку самых крупных оптовиков по торговле отделочными материалами в России.



Рис. 17. География оптовых продаж Группы «Искрасофт»

Источник: Группа компаний «Искрасофт»

10. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ИСКРАСОФТ»

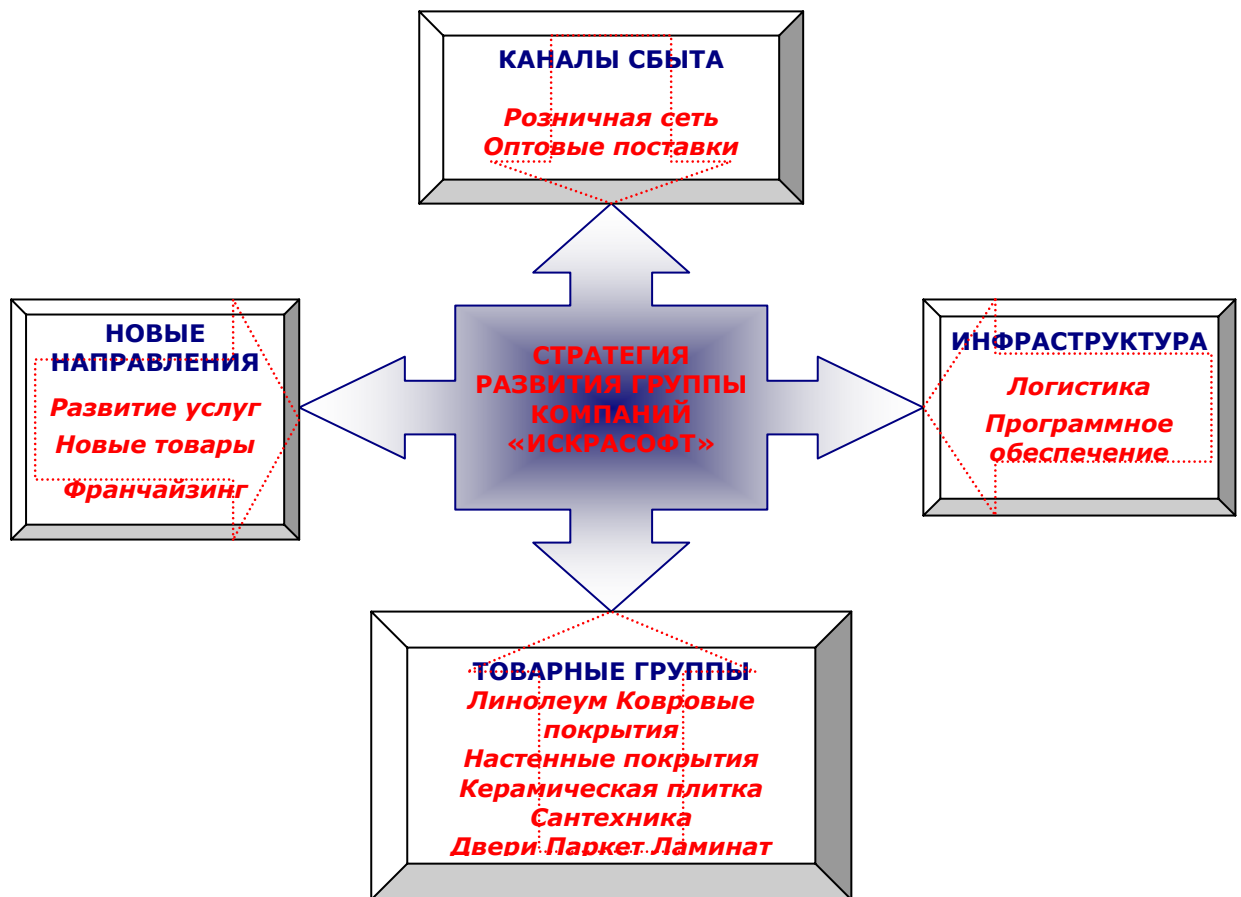


Рис.18. Стратегия развития Группы «Искрасофт» по направлениям деятельности

Стратегия развития Группы формировалась с учетом следующих тенденций в отрасли:

- рост рынка строительных материалов и покупательной способности населения;
- стабильно существующий спрос на строительно-отделочные материалы;
- усиление конкуренции в розничной торговле отделочными материалами вследствие выхода на рынок новых участников, включая иностранных;
- увеличение доли российских поставщиков и усиление их позиций;
- снижение прибыльности оптовых операций в результате:
- выхода на рынок крупных розничных сетей;
- выхода производителей напрямую к региональной рознице;
- консолидации оптовой торговли.

В стратегических планах Эмитента открытие своих торговых представительств во всех крупнейших региональных центрах России и стран СНГ.

В соответствии с принятой стратегией, основными направлениями развития являются:

- расширение розничной сети Группы «Искрасофт»;
- оптимизация ассортимента с целью увеличения прибыльности операций и оборачиваемости товарных запасов;
- повышение эффективности логистики;
- постановка системы информационного обеспечения;
- повышение качества сервиса.

Маркетинговая стратегия Группы компаний «Искрасофт» в направлении оптовой торговли находит отражение в лозунге «Отделочные материалы для профессионалов». Таким образом, в качестве наиболее перспективных клиентов на рынке, Группа видит профессиональных строителей, осуществляющих закупки не для перепродажи, а для непосредственного использования их в процессе строительства.

В целях оптимизации ассортимента предполагается сокращение его глубины при сохранении существующей номенклатуры товарных групп, т.е. концентрация на товарах, пользующихся устойчивым спросом. На основании проведенных исследований, для повышения

общего уровня прибыльности и оборачиваемости запасов на складе, Группа планирует увеличить в совокупном обороте долю контрактных материалов (т.е. материалов, на стадии архитектурно-проектных разработок закладываемых в крупные, общественно значимые проекты - бизнес-центры, больницы, гостиницы, офисы, аэропорты, супермаркеты).

С целью повышения эффективности логистики Группа вводит с 2003 года в эксплуатацию современный складской комплекс, расположенный в р-не Колпино вблизи Санкт-Петербурга. Высокий уровень автоматизации комплекса позволили сократить временные, трудовые и материальные затраты на обработку и отправку поступающих на склад грузов. В целях повышения базового уровня качества обслуживания клиентов «Искрасофт» и оптимизации логистических издержек фирмы был разработан и успешно внедрен проект объединения складов и отдела грузоперевозок в единый логистический центр на базе производственно-складского комплекса «Колпино».

10.1. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ НА ОПТОВОМ РЫНКЕ ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

В соответствии со стратегическими планами Группы «Искрасофт» основные усилия фирма будет развивать на направлениях:

- поставка контрактных отделочных материалов для предприятий строительного комплекса,
- развитие взаимовыгодной торговли с региональными розничными операторами, профиль которых совпадает с собственной розницей Группы «Искрасофт».
- наиболее перспективным регионом – «плацдармом» для дистрибуции строительно-отделочных материалов розничным партнерам, Группа «Искрасофт» считает Северо-западный федеральный округ, поскольку данный регион находится в прямой доступности к логистическому комплексу «Искрасофт» и является наиболее изученным регионом.

Для достижения стратегических целей на рынке оптовой торговли «Искрасофт» осуществляет:

- оптимизацию ассортимента с целью увеличения прибыльности операций и оборачиваемости товарных запасов;
- изучение спроса на строительно-отделочные материалы потребителей в регионах;
- выработку уникального торгового предложения, согласующегося со спросом на строительно-отделочные материалы потребителей в регионах – унифицированной технологии выхода на рынок розничных продаж (франчайзинговая программа по реализации проекта «Стройбург»);
- развитие клиентской базы;
- повышение эффективности логистики;
- постановка системы информационного обеспечения оптовых продаж и клиентских закупок;
- повышение качества сервиса.

Учитывая, что для развития масштаба операций Группа активно развивает продажи в регионах, для повышения эффективности логистики планируется дальнейшая специализация отдела продаж по географическому принципу. Введение нового логистического комплекса позволило сократить временные, трудовые и материальные затраты на обработку и отправку поступающих на склад грузов, а также построить эффективную информационную систему.



10.2. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ИСКРАСОФТ»

Стратегическим направлением развития розничного направления является расширение торговых площадей, повышение эффективности продаж, управления товарными запасами и выработка единой концепции торговой сети.

Ценовая политика

Стратегией развития предусматривается постепенный переход марки «Искрасофт» в нишу товаров более высокой ценовой категории. Это связано с наблюдаемым в

последнее время существенным ростом доходов населения и формированием в России, так называемого, «среднего» класса потребителей.

В стратегии дальнейшего развития Группы одной из приоритетных целей является дальнейшая специализация существующих магазинов и открытие новых специализированных

магазинов, нацеленных на удовлетворение потребностей покупателей сегментов «средний плюс» и «премиум минус».

Управление ассортиментом

Для того чтобы наиболее полно удовлетворить растущие потребности клиентов, Группа компаний «Искрасофт» намерена уделять большее внимание «углублению» ассортимента продукции, представленного в магазинах «Искрасофт». Этому будет способствовать введение в структуре Группы «Искрасофт» подразделения, осуществляющего планирование ассортимента, которым в настоящее время на оперативном уровне занимаются «менеджеры по управлению товарным запасом категорий».

С целью четкой организации работы товарных направлений, для достижения стоящих перед розничной сетью задач, создано управленческое звено - директоров товарных направлений. Основными задачами директоров товарных направлений являются:

- общее руководство (прямое и функциональное) подразделениями и сотрудниками, работающими с товаром направления;
- координация деятельности подразделений и организация эффективных взаимосвязей и бизнес – процессов, обеспечивающих достижение поставленных целей фирмы на рынках сбыта;
- консолидация усилий на достижение высокой эффективности работы товарного направления и целей фирмы в товарном направлении;
- формирование и контроль исполнения программ развития товарных направлений в каналах сбыта;
- обеспечение конкурентоспособности товарного предложения направления на рынках сбыта.

Повышение уровня обслуживания клиентов.

Для этого ведется постоянная работа по повышению квалификации персонала. В ходе переосмысления потребностей клиента, сотрудники компании перешли от концепции «продажа конкретного товара» к понятию «продажа в интерьере», т.е. конечной целью продавца должна являться не продажа того или иного товара в отдельности, а формирование предпосылок для продажи комплекса товаров и оказания профессиональных оформительских и отделочных услуг для создания интерьера, в максимальной степени отвечающего желанием клиента. В этих целях непосредственно в каждом из магазинов клиентам будут предоставляться:

- консультации по оформлению интерьера;
- информационные материалы по товарам;
- представление в магазине вариантов использования товаров (образцы интерьеров).

Значительное внимание в розничной сети уделяется и будет уделяться развитию партнерских программ с влияющими субъектами розничного рынка – архитекторами и дизайнерами.

11. АССОРТИМЕНТНЫЙ РЯД ПРОДУКЦИИ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»

Табл.9. Динамика изменения объема выручки Группы компаний «Искрасофт» по товарным направлениям

В % к предыдущему году	2003	2004	2005
Всего	108%	107%	107%
Линолеум Ковровые покрытия	100%	99%	91%
Настенные покрытия	110%	111%	99%
Кафель	100%	104%	128%
Сантехника	136%	116%	89%
Двери Паркет Ламинат	127%	138%	180%

Табл. 10. Экспертная оценка доли товарных направлений «Искрасофт» на рынке Санкт-Петербурга

Линолеум Ковровые покрытия	9%
Настенные покрытия	8-10%
Кафель	11%
Сантехника	8-9%
Двери Паркет Ламинат	12%

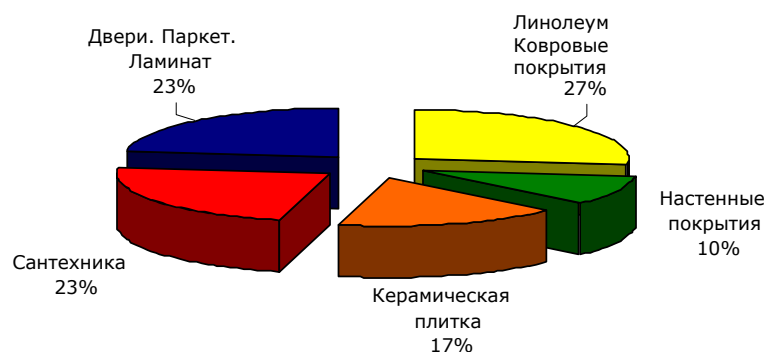
Источник: Группа компаний «Искрасофт»

В настоящее время в Группе функционирует пять товарных направлений:

- линолеум, ковровые покрытия (с 1993г.);
- настенные покрытия (с 1995 г.);
- сантехника (с 1995г.);
- керамическая плитка (с 1997г.);
- двери, паркет, ламинат (с 2001г.).

Структура выручки в разрезе товарных направлений за 2005 год характеризуется следующим соотношением:

Рис. 19. Структура оптовой выручки в разрезе товарных направлений



Источник: Группа компаний «Искрасофт»

Укрепление партнерских отношений с поставщиками и производителями позволило Группе «Искрасофт» приобрести статус официального дистрибьютора ряда ведущих как отечественных, так зарубежных производителей и поставщиков-лидеров строительно-отделочных материалов.

НАПРАВЛЕНИЕ «ЛИНОЛЕУМ, КОВРОВЫЕ ПОКРЫТИЯ»



Напольные покрытия – это первое направление, с которого начиналось освоение рынка строительных и отделочных материалов. В настоящее время напольные покрытия, предлагаемые Группой «Искрасофт», представляют собой пять ассортиментных групп:

- бытовой линолеум;
- коммерческий линолеум;
- ковровые покрытия;
- ковры;
- сопутствующие товары.

Основная доля – более 80% – закупок эластичных напольных покрытий приходится на производителей..

«Искрасофт» представляет на рынке следующие торговые марки бытового линолеума: Tarkett, Синтерос, Forbo, Gerflor, Juteks.

Tarkett – один из ведущих мировых производителей с более чем 100 летним опытом производства высококачественных напольных покрытий как для жилых, так и для коммерческих помещений. Ассортимент производимой продукции включает: гомогенные, Гетерогенные, акустические, кварцвиниловые и специальные покрытия, нату-ральный линолеум, покрытия для влажных помещений, ковровую плитку, игло-пробивные покрытия, рулонные напольные покрытия, спортивные покрытия и аксессуары. Продукция Tarkett отличается улучшенными эстетическими характеристиками, экологичностью и высокой надежностью. По оценке компании Tarkett объем рынка напольных покрытий из вспененного винила оценивается в \$1-2 млрд, а ежегодный рост составляет в среднем 20%.

Поставщиком коммерческого линолеума для Группы «Искрасофт» является английская компания Polyflor – производитель сверхпрочного гомогенного линолеума – эксклюзивным региональным представителем в Северо-западном регионе которой с 1997 года является Группа «Искрасофт». Еще одним ключевым поставщиком также выступает шведская компания Forbo project vinyl – производитель сверхпрочного гетерогенного линолеума. С 1999 года «Искрасофт» становится ее эксклюзивным представителем по Северо-западу.

Группа Forbo – ведущий европейский производитель высококачественных напольных покрытий, продуктов строительной химии и конвейерных лент, входящий в тройку мировых лидеров. Философия производства Forbo ориентирована на сочетание высоких производственных возможностей, современных технологий и гибкого эффективного сервиса, ориентированного на удовлетворение потребностей частных и корпоративных потребителей. Группа «Искрасофт» является одним из официальных дистрибьюторов производителя Forbo.

Гомогенные и гетерогенные ПВХ покрытия этих производителей предназначены для промышленных, медицинских, образовательных и общественных помещений с повышенной проходимостью. Они пользуются большой популярностью и имеют стабильный спрос.

С 1997 года Группа «Искрасофт» является также эксклюзивным представителем английского лакокрасочного концерна ICI.

По объемам продаж коммерческих напольных покрытий компания «Искрасофт» входит в десятку лидеров по России.

Основными поставщиками ковровых покрытий являются ведущие бельгийские и американские производители, а также отечественные заводы и заводы Сербии и Украины.

Среди фирм, чья продукция широко представлена в розничной сети и поставляется оптовым подразделением Группы «Искрасофт», можно отметить: Shaw Ind., Associated Weavers ковровые покрытия Бельгия, Beaulieu Real, Beaulieu of America, Nelca, Balsan, «Винисин», «Нева Тафт» др.

С 2002 года в предлагаемый ассортимент входят ковры из Бельгии, Молдовы, России.

В качестве сопутствующих материалов к напольным покрытиям Группа «Искрасофт» реализует клеи, средства для подготовки основания пола, средства по уходу за напольными покрытиями производства «Forbo Adhesives» (Германия). Кроме того, Группа «Искрасофт» предоставляет услуги по нарезке и настилу напольных покрытий различного назначения.

По итогам 2004 года Группа «Искрасофт» вошла в состав:

- десяти крупнейших продавцов линолеума в России;

- пяти крупнейших продавцов коммерческого линолеума в России

Доля выручки от продажи напольных покрытий в общем объеме выручки по итогам 2005 года составила 23%, а в объеме оптовых продаж составляет более 30%.

Планы развития данного направления включают:

- Концентрацию на ковровых покрытиях и паркете с привлечением доли продаж данных покрытий до 70-80 % от объема Группы.
- Снижение доли продаж бытового линолеума.
- Сохранение доли продаж ламината.

НАПРАВЛЕНИЕ «НАСТЕННЫЕ ПОКРЫТИЯ»



В рамках направления «Настенные покрытия» Группа компаний «Искрасофт» занимается реализацией обоев, настенных покрытий, сопутствующих товаров (карнизы, ткани).

Несомненным преимуществом Группы «Искра-софт» является ее статус официального и единственного в Северо-западном регионе дистрибьютора известного немецкого производителя обоев фабрики Rash. Сотрудничество с компанией Rash было положено еще в 1994 году: в то время фабрика Rash была основным поставщиком обоев для

«Искрасофта», а уже к 1998 году все возрастающие объемы закупок Группы «Искрасофт» обеспечили ей прочное место в десятке ведущих российских и украинских дистрибьюторов обоев Rasch.

Продукция немецкой фабрики RASH отличается большим разнообразием как текстуры, так и палитры настенных покрытий. Компания производит виниловые, флизелиновые, текстильные, жидкие обои, а также стеклообои. Применение современных технологий обуславливают такие качества продукции RASH как надежность, экологичность, удобство в эксплуатации.

В настоящее время Группа компаний «Искрасофт» сотрудничает также с обойными фабриками Ideco (Бельгия), Coswig (Германия), Texdecog (Франция), «Синтра» (Украина), «Винил» (Украина), «Палитра» (Россия); «Версаль» (Украина).

С 2005 года происходит планомерное расширение сегмента покупателей и меняется рыночная позиция Группы «Искрасофт». Стратегические планы по развитию предусматривают переход Группы в сторону более дорогостоящего элитного товара и, соответственно, привлечение более платежеспособных покупателей. В этих целях Группа «Искрасофт» начала сотрудничать с эксклюзивными поставщиками элитной продукции, что позволило существенно расширить ассортимент дорогих и высококачественных товаров, а также наладить относительно новый способ работы с состоятельными покупателями – поставка уникальных товаров по предварительному заказу по каталогу с учетом пожеланий и вкусовых пристрастий клиента.

В число производителей дорогостоящих настенных покрытий, которые представлены в магазинах Группы «Искрасофт», входят известные европейские компании (итальянские - Arlin, Zambaiti, Murella, Limonta, Domus Parati, бельгийские - Omexco, Arte, Eijfinger, французская Elitis, германская Marburg) и американская фабрика York.

Особую нишу представляют собой сопутствующие товары – элитные портьерные ткани, карнизы, лепнины, натяжные потолки, картины, различные предметы интерьера, которые позволяют создать покупателям уникальный и законченный образ своего дома или рабочего офиса.

Коллекции текстильных обоев компании Alpin рассчитаны на самого изысканного покупателя: линейка представляемой продукции включает драпирующиеся обои, выполненные ручным способом, что обуславливает их уникальность и возможность выполнения на заказ. Внушительная цветовая палитра, фактурность красок и элементы тиснения заслуженно завоевали большую популярность среди российских покупателей.

На сегодняшний день магазины обоев Группы «Искрасофт» являются единственным в Санкт-Петербурге местом, где представлен товар практически всех известных производителей. По этой причине известность и привлекательность для клиентов магазинов «Обои» Группы

«Искрасофт» растет, а вместе с ними неуклонно повышается объем продаж. Прирост объема продаж настенных покрытий через розничную сеть в 2006 году по сравнению с предыдущим составил 35%. На 2007 год планируется не менее чем 30%ный прирост.

НАПРАВЛЕНИЕ «КЕРАМИЧЕСКАЯ ПЛИТКА»



Ассортиментный ряд керамических изделий представляет собой следующие виды продукции:

- настенная плитка;
- напольная плитка;
- бордюры;
- декоры;
- матовый полированный керамический гранит;
- ступени.

С конца 1999 г. Группа «Искрасофт» является официальным дистрибьютором ОАО «Керамин» - самого крупного производителя керамической плитки на постсоветском пространстве.

Группа «Искрасофт» является также официальным дистрибьютором зарубежных производителей керамической плитки на Северо-Западе - заводов SASSOLNOVA SASSOLART (Италия), ZIRCONIO (Испания), CERAMICAS GAYA (Испания).

Компания Ceramicas Gaya – один из лидеров керамической отрасли - существует с 1922 года. Отличительные особенности производимой продукции – это высокое качество, соблюдение технологий, изысканный дизайн, постоянное усовершенствование и экологичность. Компания Zirconio работает с 1965 года и занимается производством и сбытом керамической плитки, а также интерьерным дизайном.

С 2005 года Группа компаний «Искрасофт» сотрудничает с заводами CERIM (Италия) и CERAMICAS APE (Испания), расширив ассортимент реализуемой высококачественной импортной плитки.

Крупным поставщиком Группы «Искрасофт» является фабрика керамической плитки керамической плитки ATLAS CONCORDE (Италия).

Среди многочисленных поставщиков и производителей керамической плитки, партнерство с которыми позволяет обеспечить разнообразие продукции и удовлетворить самый изысканный вкус покупателей, стоит отметить таких как: Ceramicas Peronda (Испания), Ceramiche Gambarelli (Италия), SAIME (Италия), SINTESI (Италия).

Группа «Искрасофт» в лице компании Группы «РСС «Искрасофт» оказывает также услуги по облицовке кафелем, которые востребованы покупателями керамической плитки.

В настоящее время продажи керамической плитки составляют более 10% от всего объема выручки Группы «Искрасофт». Стратегия развития товарного направления «Керамическая плитка» предусматривает специализацию по продаже высококачественной, как правило, импортной продукции, и, как следствие, расширение партнерских отношений с новыми поставщиками и производителями керамических изделий.

НАПРАВЛЕНИЕ «САНТЕХНИКА»

Направление «Сантехника» было выделено в качестве обособленного в 1995 году. Группа «Искрасофт» реализует 7 видов сантехнической продукции, представленной более чем 15 товарными марками.

Основные ассортиментные группы – это:

- санфаянс и смесители;
- ванны (чугунные, стальные, акриловые, гидромассажные);
- душевые кабины, уголки, поддоны;
- радиаторы отопления (стальные, алюминиевые);
- мебель для ванных комнат;
- аксессуары для ванных комнат;
- инсталляции.



Компания HANSGROHE основана в 1901, на территории Европы и других континентов расположены 24 филиала и представительства компании. Продукция компании делится на четыре марки: (1) Hansgrohe (инновационные души, смесители и системы слива, а также кухонные смесители), (2) Axor (дизайнерские коллекции для эксклюзивных ванных комнат), (3) Phago (душевые системы класса премиум и продукция wellness: душевые кабины, душевые панели, гидромассажные ванны, паровые кабины), (4) Pontos (интеллектуальные системы вторичной переработки воды). На заводах Hansgrohe разработана современная концепция управления отходами производства.

Среди компаний-партнеров Группы «Искрасофт» стоит также отметить фирмы: KOLO, DURAVIT, LAUFEN, HANSA.

Направление «Сантехника» составляет более 20% объема продаж отделочных и является одним из динамично растущих в последнее время. Группа компаний «Искрасофт» планирует продолжать сотрудничество с существующими иностранными поставщиками, увеличивая объемы закупок, постоянно занимается поиском новых потенциальных поставщиков в России и за ее пределами. Дальнейшее развитие продаж сантехники предусматривает:

- рост объема продаж импортной сантехники в опте;
- развитие перспективного направления «Мебель для ванных комнат»;
- расширение поставок эксклюзивных коллекций.

НАПРАВЛЕНИЕ «ДВЕРИ, ПАРКЕТ, ЛАМИНАТ»

Самое молодое из направлений товарных групп – это направление «Двери, паркет и ламинат», выделенное в 2001 году.

Ассортиментные группы:

- двери входные
- двери межкомнатные
- паркет
- ламинат

В планы развития данной товарной группы входит:

- Развитие прямых поставок итальянских дверей.
- Повышение ценового уровня дверей в рознице и опте.
- Расширение поставок эксклюзивных коллекций.



12. ГРУППА КОМПАНИЙ «ИСКРАСОФТ»: SWOT-АНАЛИЗ

ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ	
<i>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</i>	<i>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</i>
присутствие в особой рыночной нише (средневысокий ценовой сегмент)	относительно небольшой масштаб деятельности
ориентация на растущий средний класс потребителя	большая доля оптовой выручки в структуре продаж
углубление ассортимента товаров	концентрация бизнеса в Северо-западном регионе
предоставление комплексного обслуживания покупателям	локальный характер бренда «Искрасофт»
широкая география оптовых продаж	
долгосрочные налаженные партнерские отношения с ведущими поставщиками и производителями отделочных материалов	
высококвалифицированный менеджмент	
наличие собственного крупного логистического комплекса	
подготовка аудированной отчетности в соответствии с МСФО	
перспективы развития за счет введения новых торговых площадей и увеличения числа региональных потребителей	
ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ	
<i>ВОЗМОЖНОСТИ</i>	<i>УГРОЗЫ</i>
благоприятная конъюнктура строительного рынка	высокий уровень конкуренции
расширение группы потенциальных потребителей в результате роста доходов населения	снижение покупательной способности в случае ухудшения общеэкономической ситуации в стране

Рис.20. SWOT-анализ Группы компаний «Искрасофт»

13. ОБЗОР ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»*

В целях оптимизации контроля за деятельностью Группы и повышения прозрачности и понятности бизнеса для потенциальных инвесторов был проведен аудит консолидированной отчетности компаний Группы по международным стандартам**.

Табл. 11. Консолидированный баланс за период с 2004 по 9мес. 2006гг.

АКТИВЫ	2004	2005	9 мес. 2006
Внеоборотные активы	млн.руб.	млн.руб.	млн.руб.
Основные средства	168,231	173,827	216,346
Нематериальные активы	94,293	96,936	98,783
Инвестиции в ассоциированные компании	0,602	0,728	0,632
Итого внеоборотные активы	263,13	271,49	315,761
Оборотные активы			
Дебиторская задолженность покупателей	51,087	51,048	43,557
Прочая задолженность	32,797	45,65	29,646
Авансы выданные	9,368	26,211	10,285
Займы выданные	7,986	4,438	3,43
Материальные запасы	168,819	154,166	176,344
Денежные средства и их эквиваленты	10,515	17,992	19,878
Итого оборотные активы	280,57	299,51	283,14
Итого активы	543,7	571	598,901
ПАССИВЫ	2004	2005	9 мес. 2006
Капитал	млн.руб.	млн.руб.	млн.руб.
Обыкновенные акции	0,01	0,01	0,01
Доля меньшинства	-0,002	-0,008	-0,013
Нераспределенная прибыль	248,866	252,376	246,097
Резерв переоценки	37,067	45,517	79,007
Итого капитал	285,94	297,9	325,101
Обязательства			
Долгосрочные обязательства			
Отложенные налоговые обязательства	11,866	14,43	25,333
Итого долгосрочные обязательства	11,866	14,43	25,333
Текущие обязательства			
Кредиты и займы	102,783	135,981	111,809
Задолженность перед поставщиками	119,678	95,386	107,628
Прочие обязательства	23,43	27,304	29,03
Итого текущие обязательства	245,89	258,67	248,467
Итого обязательства	257,76	273,1	273,8
Итого капитал и обязательства	543,7	571	598,901

* Все представленные в пунктах 13 «Обзор финансового состояния Группы «Искрасофт» и 14 «Прогнозы развития деятельности и инвестиционная программа Группы «Искрасофт» данные основаны на отчетности Группы и расчетах Группы и ИГ «Планета Капитал»

**Аудит был проведен в отношении отчетности по итогам 2005 года.

Табл. 12. Консолидированный отчет о прибылях и убытках

	2004	2005	9 мес. 2005	9 мес. 2006
	млн.руб.	млн.руб.	млн.руб.	млн.руб.
Выручка	1 335,56	1 353,89	994,928	994,662
Себестоимость	-1 104,12	-1 088,34	-807,742	-777,42
Валовая прибыль	231,45	265,55	187,186	217,24
Расходы на продажу	-36,10	-49,67	-32,701	-41,57
Административные расходы	-174,92	-186,50	-134,291	-160,42
Прочие операционные доходы/(расходы)	-1,70	1,47	0,012	0,792
Прибыль от операций	18,732	30,863	20,206	16,05
Доля прибыли ассоциированных компаний	0,35	0,09	0,074	0,08
Чистые финансовые доходы/(расходы)	-12,66	-18,65	-13,69	-8,717
Прибыль до налогообложения	6,42	12,312	6,59	7,413
Налог на прибыль	-1,95	-1,10	-0,846	-1,028
Доля меньшинства	0,00	0,01	0,005	0,005
Чистая прибыль за период	4,468	11,218	5,749	6,39

РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Результаты деятельности Группы свидетельствуют о повышении основных операционных показателей. Сезонность розничных продаж обуславливает некоторую неравномерность поступления выручки в течение финансового года. Наибольшие объемы продаж отделочных материалов в розницу традиционно приходятся на два основных периода: лето и конец года. Как следствие, рост выручки за четвертый квартал 2005 года составляет более 35%, а по итогам последнего квартала 2006 года плановое значение выручки увеличится почти на 40%. Рост прибыли до выплаты налогов, процентных платежей и амортизации (ЕВITDA) за 2005 год составил около 50%, а по итогам 2006 года значение ЕВITDA планируется в размере 53 тыс. руб., что по сравнению с 2005 годом выше на 44%. Чистая прибыль за 2005 год увеличилась более чем в два раза; по предварительным итогам 2006 года чистая прибыль составит 16,27 тыс. руб., что выше аналогичного значения 2005 года на 45%.

Табл. 13

	2004	9 мес. 2005	2005	9 мес. 2006	2006 П
ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, млн.руб.					
Выручка	1 335,56	994,93	1 353,89	994,66	1 390,24
ЕВITDA	24,65	24,26	36,80	20,58	53,17
Прибыль от продаж	231,45	187,19	265,55	217,24	319,77
Чистая прибыль	4,47	5,75	11,22	6,39	16,27

Рентабельность продаж на протяжении анализируемого периода находится на достаточно высоком уровне: ее значение с 17,33% по итогам 2004 года увеличилось до 21,84% по результатам 9 месяцев 2006 года. Прогнозные итоги 2006 года предусматривают рост рентабельности продаж до 23%. Другие показатели рентабельности также характеризуются последовательным ростом: норма ЕВITDA составит по итогам 2006 года 3,82%, рентабельность чистой прибыли – 1,17%, рентабельность активов и собственного капитала 2,77 и 4,77% соответственно.

Табл. 14

ПОКАЗАТЕЛИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ	2004	9 мес. 2005	2005	9 мес. 2006	2006 П
Рентабельность продаж	17,33%	18,81%	19,61%	21,84%	23,00%
Норма ЕВITDA	1,85%	2,44%	2,72%	2,07%	3,82%
Норма по чистой прибыли	0,33%	0,58%	0,83%	0,64%	1,17%
Рентабельность собственного капитала	1,56%	1,97%	3,77%	1,97%	4,77%
Рентабельность активов	0,82%	1,05%	1,96%	1,07%	2,77%

Отношение долга к выручке на протяжении анализируемого периода находится на низком уровне. Отношение Долг/ЕВITDA по результатам 2005 года и по предварительным итогам 2006 года выросло незначительно. Несмотря на то, что с привлечением новых банковских кредитов в 2006 году долговая нагрузка увеличилась по сравнению с 2005 годом почти в полтора раза, рост оборотов Группы и, как следствие, рост прибыли до уплаты налогов, процентных платежей и амортизации обусловили незначительное изменение Долг/ЕВITDA. Промежуточные значения (данные за три квартала 2005 и 2006гг.) характеризуются более высокими значениями

показателей долговой нагрузке. Это связано с сезонностью деятельности Группы, присущую данной отрасли, а именно неравномерностью поступления товарной выручки. Сезонное оживление потребительского спроса возникает, как правило, в начале лета и ближе к концу года.

Табл. 15

ОБСЛУЖИВАНИЕ ДОЛГА	2004	9 мес. 2005	2005	9 мес. 2006	2006 П
Долг, млн.руб.	102,78	135,98	135,98	111,81	203,40
Процентные платежи, млн.руб.	- 12,66	- 13,69	- 18,65	- 8,72	- 17,56
Долг/Выручка	0,08	0,14	0,10	0,11	0,15
Долг/ЕБИТДА	4,17	5,61	3,69	5,43	3,83
Процентные платежи/ЕБИТДА	0,51	0,56	0,51	0,42	0,33

АКТИВЫ ГРУППЫ

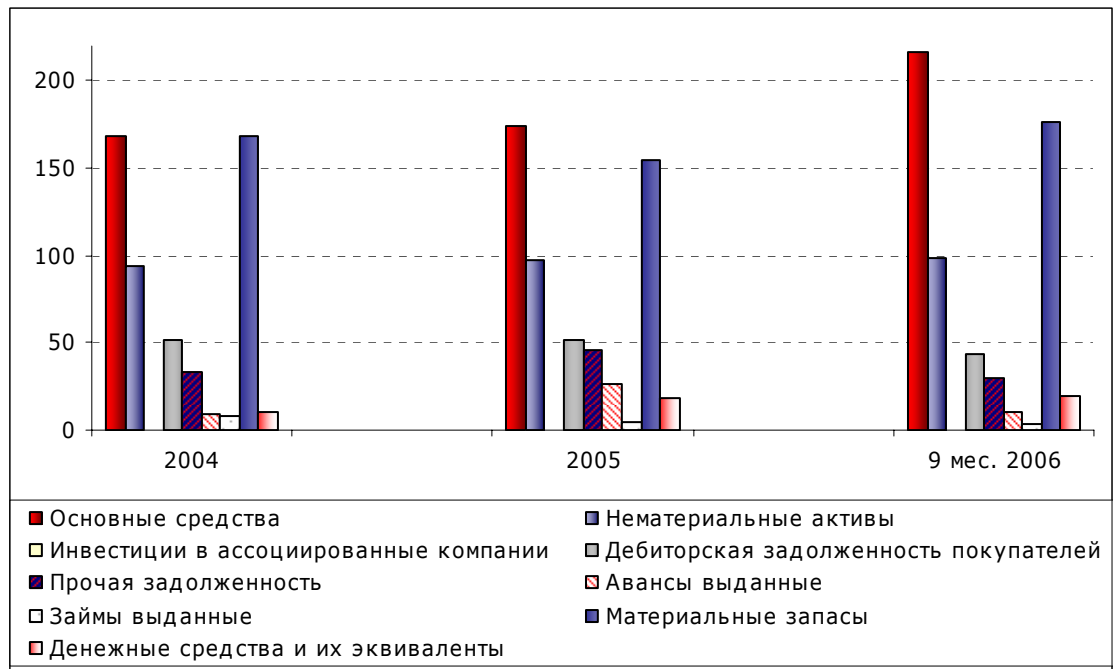


Рис. 21. Структура активов Группы «Искрасофт»

Наибольшая доля в активах приходится на основные средства: ее значение выросло с 31% за 2004 год выросло до 37,89% за 9 месяцев 2006 года, что вызвано в большей степени переоценкой объекта незавершенного строительства.

Общая стоимость основных средств за 9 мес. 2006 года составила более 216 млн. руб. Самым значительным по стоимости основным средством является - логистический комплекс в г.Колпино, полезная площадь которого составляет более 11 тыс. кв.м. В настоящее время ведутся строительные работы в отношении части логистического комплекса.

Вложения в арендованное имущество представляют собой капитальные затраты в арендуемые торговые площади, возможность осуществления которых возникла в результате долгосрочных надежных отношений с арендодателями: история сотрудничества со всеми арендодателями насчитывает более 10 лет, а с некоторыми из них - около 15 лет.

Табл. 16. Основные средства по состоянию на 30\09\2006

Состав основных средств	млн.руб.
Офисное оборудование	11,22
Торговое оборудование	6,72
Вложения в арендованное имущество	75,20
Прочее	0,37
Незавершенное строительство	122,92
Итого	216,35

Материальные запасы – вторая по размеру группа активов – на конец сентября 2006 года составили более 175 млн. руб., увеличившись при этом с начала 2006 года более чем на 14%, что обусловлено общим ростом оборотов. Практически весь объем материальных запасов приходится на товары для перепродажи, которые хранятся на складе.

К настоящему времени завершён крупный проект Группы, а именно унифицированная технология выхода на розничный рынок – проект «Стройбург», который включает маркетинговую стратегию, программное обеспечение, логистическую политику, методы позиционирования товаров, финансовое управление. Необходимость создания данного проекта была выявлена в ходе длительной работы с региональными партнерами, планы которых предусматривают развитие собственной розницы, но при этом возникают трудности с выходом на рынок ритейла отделочных материалов. Проект «Стройбург» составляет основную долю нематериальных активов и с 2007 года Группа «Искрасофт» планирует его реализацию на условиях франчайзинга.

Дебиторская задолженность находится на относительно низком уровне. Ее доля в структуре активов колеблется в диапазоне 7,5-9,5% за период с 2004 по 9 мес. 2006гг. Большая часть дебиторской задолженности приходится на оптовых покупателей.

ПАССИВЫ ГРУППЫ

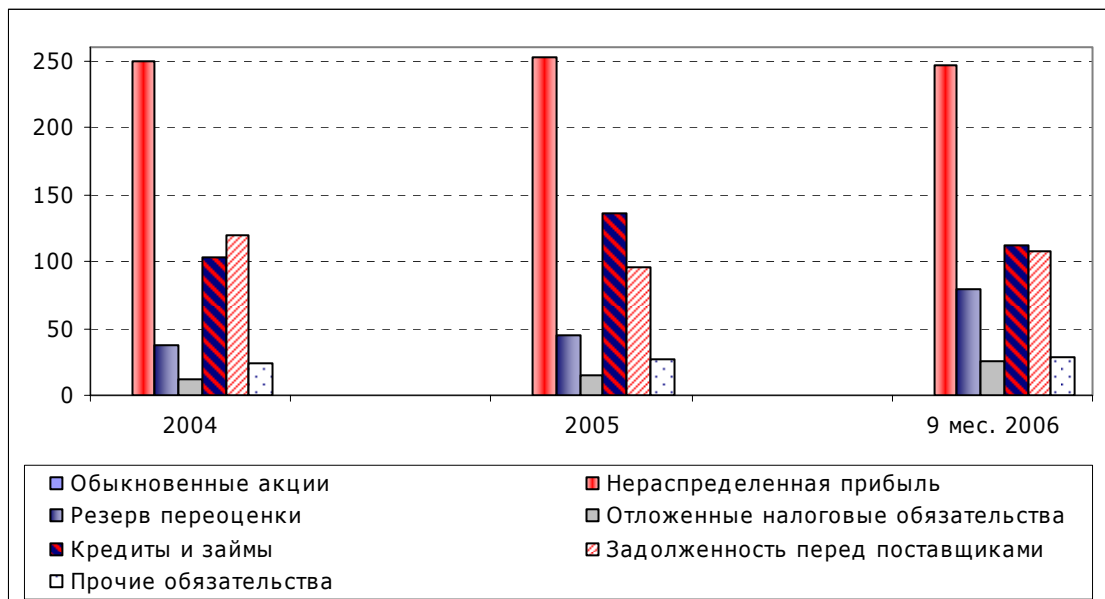


Рис. 22. Структура пассивов Группы «Искрасофт»

Структура источников средств Группы «Искрасофт» характеризуется относительной постоянством: более 50% пассивов приходится на собственные средства Группы.

Табл. 17

СТРУКТУРА КАПИТАЛА, млн.руб.	2004	9 мес. 2005	2005	9 мес. 2006	2006П
Активы	543,70	549,45	571,00	598,90	608,78
Собственный капитал	285,94	291,69	297,90	325,10	341,37
Долг	102,78	135,98	135,98	111,81	203,40
Собственный капитал\Активы	0,53	0,53	0,52	0,54	0,58
Долг\Активы	0,19	0,25	0,24	0,19	0,35
Собственный капитал\Долг	2,78	2,15	2,19	2,91	1,68

Объем долговой нагрузки по итогам 9 месяцев составил почти 20% от валюты баланса. Однако в течение 4 квартала 2006 года произошло изменение долговой нагрузки в сторону ее увеличения. Таким образом, доля долга в структуре пассивов составит за 2006 год около 35%.

Табл. 18

Банк-кредитор	Сумма, млн. руб.	ставка, %	Срок, мес.	Выбрано млн. руб.
Банк "Санкт-Петербург"	148	11,5	12	148
Банк "Санкт-Петербург" (кредитная линия)	35	14	12	17,4
Сбербанк	32	10	12	32
Сбербанк (овердрафт)	6	8,5	1	6
ИТОГО	221			203,4

Кредитный портфель Группы на конец 2006 года состоит из краткосрочных кредитов, которые используются в качестве оборотных средств с целью увеличения оборотов Группы.

Увеличение кредиторской задолженности перед поставщиками за 9 мес. 2006 года обусловлено, с одной стороны, ростом оборотов Группы, а, с другой стороны, ростом объемов кредитных линий со стороны поставщиков вследствие увеличения их числа и размера предоставляемого кредитного «плеча» в силу установления надежных партнерских отношений. В целом задолженность перед поставщиками по итогам 9 мес. 2006 года составила около 108 млн. руб. (18% от величины всех пассивов).

В составе прочих обязательств необходимо отметить авансы, полученные в качестве предоплаты за поставку товаров оптовым покупателям. Доля данных авансов в прочих обязательствах по состоянию на 30 сентября 2006 года была равна 0,69.

АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ И ОБОРАЧИВАЕМОСТИ

В целом показатели ликвидности находятся на приемлемом уровне. Полученные значения текущей ликвидности обусловлены тем, что размер оборотных активов практически сопоставим с объемом текущих обязательств. Это связано с тем, что, во-первых, финансирование основной статьи оборотных активов – материальных запасов – осуществляется за счет краткосрочных банковских кредитов и предоставленных товарных кредитов поставщиками.

Табл. 19

	2004	2005	9 мес. 2006
ПОКАЗАТЕЛИ ЛИКВИДНОСТИ			
Текущая ликвидность	1,14	1,16	1,14
Быстрая ликвидность	0,30	0,29	0,29
Дебиторская задолженность\Кредиторская задолженность	0,36	0,42	0,32
Дебиторская задолженность+Запасы\Кредиторская задолженность	1,54	1,79	1,61

После размещения облигационного займа временная структура источников привлеченных средств изменится в сторону появления долгосрочного привлеченного капитала и, как следствие, улучшатся показатели ликвидности. Соотношения дебиторской задолженности и суммы дебиторской задолженности и запасов к кредиторской задолженности также свидетельствуют о том, что основным источником приобретения материальных запасов выступает кредиторская задолженность (кредиты банков и товарные кредиты).

Табл. 20

	2004	2005	9 мес. 2006
ПОКАЗАТЕЛИ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ			
Оборачиваемость запасов	7,91	8,78	5,64
Оборачиваемость дебиторской задолженности	26,14	26,52	22,84
Оборачиваемость кредиторской задолженности	9,33	11,04	4,62
Оборачиваемость активов	2,46	2,37	1,66

Показатели оборачиваемости за период 2004-2005гг. изменились в сторону их улучшения и находятся на достаточном уровне.

14. ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА ГРУППЫ «ИСКРАСОФТ»

Табл. 21. Прогноз финансовых показателей Группы «Искрасофт»

	2006 П	2007	2008	2009	2010
ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ					
Выручка-нетто	1390,24	1789,46	1957,68	2162,44	2357,20
ЕБИТДА	53,17	240,56	281,37	325,32	368,66
Прибыль от продаж	319,77	544,60	625,05	701,04	762,70
Чистая прибыль	16,27	140,16	154,49	184,01	222,82
СТРУКТУРА АКТИВОВ					
Активы	587,26	1048,94	1203,43	1387,44	1610,26
Собственный капитал	341,37	481,53	636,02	820,03	1042,85
Долг	203,40	437,40	437,40	437,40	203,40
Собственный капитал\Активы	0,58	0,46	0,53	0,59	0,65
Долг\Активы	0,35	0,42	0,36	0,32	0,13
Собственный капитал\Долг	1,68	1,10	1,45	1,87	5,13
ПОКАЗАТЕЛИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ					
Рентабельность продаж	0,23	0,30	0,32	0,32	0,32
Норма ЕБИТДА	0,04	0,13	0,14	0,15	0,16
Норма по чистой прибыли	0,01	0,08	0,08	0,09	0,09
Рентабельность собственного капитала	0,05	0,29	0,24	0,22	0,21
Рентабельность активов	0,03	0,13	0,13	0,13	0,14
ОБСЛУЖИВАНИЕ ДОЛГА					
Процентные платежи	-17,56	-38,56	-59,56	-59,56	-38,56
Долг/Выручка	0,15	0,24	0,22	0,20	0,09
Долг/ЕБИТДА	3,83	1,82	1,55	1,34	0,55
Процентные платежи/ЕБИТДА	0,33	0,16	0,21	0,18	0,10

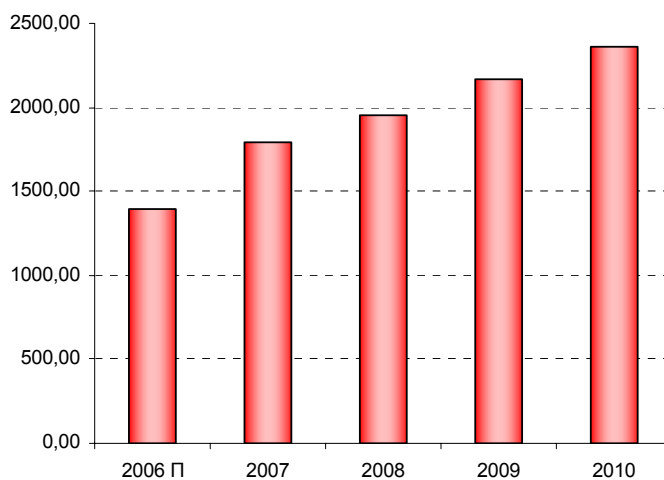


Рис. 23. Динамика роста выручки-нетто, млн. руб.

Прогнозные показатели деятельности Группы на период 2006-2010гг. характеризуются положительной динамикой. В состав выручки входят: обороты розничной сети «Искрасофт», оптовая выручка от реализации товаров, выручка, полученная в результате предоставления дополнительных услуг и доходы-роялти по франчайзинговой программе. Таким образом, рост выручки в будущем будет обусловлен увеличением розничной выручки в результате удвоения торговых площадей почти до 12 тыс. кв. м, а также появлением новых для Группы доходов – роялти – от реализации технологии по выходу на розничный рынок (проект «Стройбург»).

Часть средств, привлеченных в результате размещения облигационного займа, планируется направить на реструктуризацию имеющегося долга (около 66 млн. руб.), а также на пополнение оборотных средств (в большей части, на приобретение товарных запасов).

Однако основная доля привлеченных от займа средств будет направлена на инвестиционное развитие Группы «Искрасофт», которое предполагает:

- расширение розничной сети;
- модернизацию и улучшение складского оборудования и информационных технологий.

Открытие новых торговых площадей, в том числе	159,36	
кап. вложения	103,584	
товарные запасы	55,776	
Модернизация торгового оборудования розничной сети	26,56	
Модернизация складского оборудования	26,56	
Модернизация программного обеспечения (переход на ERP-систему)	13,28	
ИТОГО	172,64	53,12

Табл. 22. Инвестиционная программа Группы «Искрасофт»

развития строительного рынка и роста благосостояния населения ожидается усиление избирательности покупателей в сторону товаров более высокого качества. Группа «Искрасофт» имеет резервы по оптимизации себестоимости товаров за счет:

(а) снижения расходов по хранению и транспортировке продукции вследствие наличия собственного логистического центра;

(б) наличия долгосрочных налаженных связей с поставщиками и производителями отделочных материалов и, как следствие, положительной кредитной истории при использовании коммерческого кредита;

(в) наличие статуса эксклюзивного дистрибьютора по ряду ключевых товаров в Северо-западном регионе;

(г) оказание полного комплекса услуг, содействующих покупке товаров и включенных в его стоимость;

(д) наличие унифицированных технологий по запуску новых магазинов и т.д.

Как следствие, стратегия развития розничного бизнеса Группы «Искрасофт» предусматривает расширение розничной сети магазинов за счет внедрения новых торговых площадей.

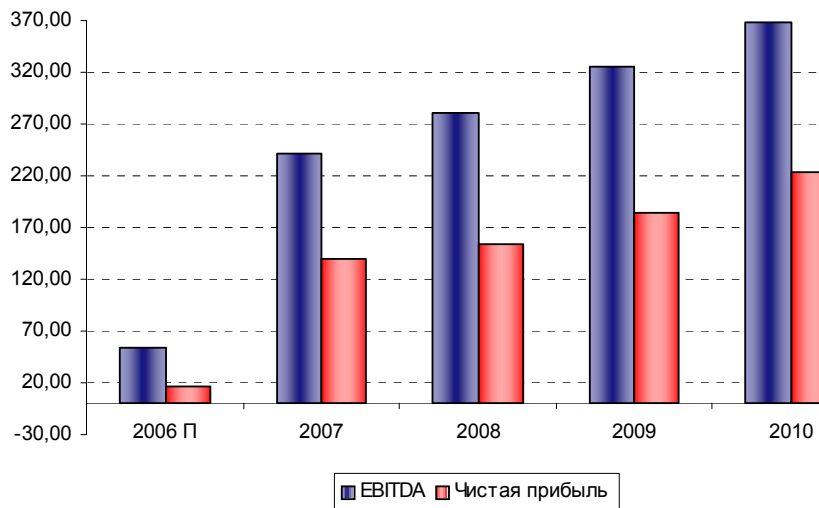


Рис. 24. Прогноз динамики чистой прибыли и EBITDA, млн. руб.

учета, контроля и анализа всех направлений деятельности, снижения рисков и повышения оперативности принятия управленческих решений.

На модернизацию складского оборудования (логистический комплекс в г. Колпино), которая уже ведется в настоящее время, также будет направлена часть средств, привлеченных в результате размещения займа (плановая сумма капитальных вложений – 1 млн. долл.).

В 2007 году будут открыты три универсальных магазина общей площадью в 6 тыс. кв.м. Сумма плановых затрат планируется в размере около 159 млн. руб. (103 млн. руб. из них – это капитальные вложения и расходы на «пуск» торговых площадей, и 56 млн. руб. – это затраты на приобретение товарных запасов).

В настоящее время ведутся работы по выбору программного обеспечения, созданного на базе ERP-систем. Данное решение было принято с целью оптимизации бизнес-процессов: создания единой среды для автоматизации планирования,

ЭМИТЕНТ

Закрытое акционерное общество «Искрасофт»
194100, Санкт-Петербург, Лесной пр., д. 65, корп. 1
Тел.: (812) 320-11-20 Факс: (812) 320-11-44
www.iskrasoft.ru

ПОРУЧИТЕЛИ

Общество с ограниченной ответственностью «Илан»
194100, Санкт-Петербург, Лесной пр., д. 65, корп. 1
Тел.: (812) 320-11-20 Факс: (812) 320-11-44
www.iskrasoft.ru

Общество с ограниченной ответственностью «Искрасофт-Инвест»
194100, город Санкт-Петербург, Лесной пр., д. 65, корп. 1;
Тел.: (812) 320-11-33 Факс: (812) 320-11-44

ОРГАНИЗАТОР

Закрытое акционерное общество «Планета Капитал»
191015, г. Санкт-Петербург, Фуражный пер., д. 3
Тел.: (495) 737-0908, (812) 327-3717, факс: (812) 327-3978
www.plancap.ru

УПОЛНОМОЧЕННЫЙ ДЕПОЗИТАРИЙ, ПЛАТЕЖНЫЙ АГЕНТ

Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр» («НДЦ»)
125009, г. Москва, Средний Кисловский пер, д. 1/13, стр. 4
Тел.: (495) 956-2790, 956-2791, факс: (495) 956-2792
www.ndc.ru

ФОНДОВАЯ БИРЖА

Закрытое акционерное общество «Фондовая биржа ММВБ»
125009, г. Москва, Большой Кисловский пер., д. 13, стр. 1
Тел.: (495) 234-4811, факс: (495) 705-9622
www.micex.ru



Биленко Павел Директор Департамента ценных бумаг	(495) 737-09-08 (812) 710-34-42	Bilenko@plancap.ru
Басин Денис Продажи долговых инструментов	(812) 710-29-75	Bsd@plancap.ru
Сушинский Анатолий Анализ и оценка эмитентов	(812) 710-34-42	Askimer@plancap.ru
Тимофеев Дмитрий Финансовый анализ эмитентов	(812) 710-29-75	Dimat@plancap.ru
Шайхутдинова Айгуль Финансовый анализ эмитентов	(812) 710-34-42	Shaa@plancap.ru
Мирошниченко Александр Отраслевой анализ	(812) 710-29-75	Alexander@plancap.ru