

Рейтинговий звіт REAR–01–і

Звіт про рівень кредитного рейтингу боргового інструменту

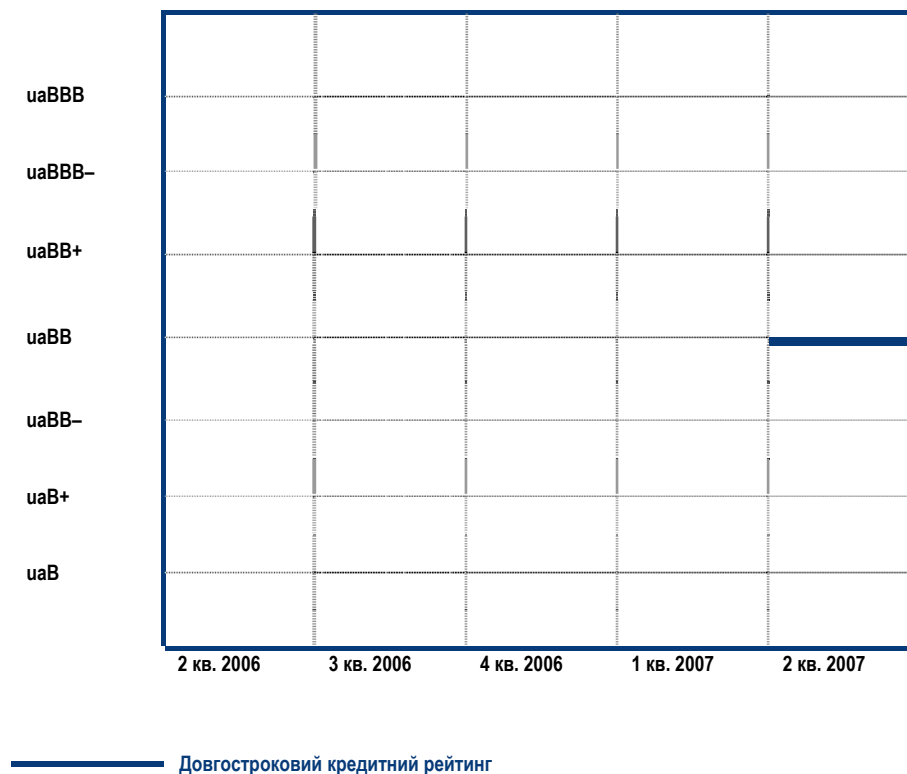
Тип кредитного рейтингу:	довгостроковий кредитний рейтинг боргового інструменту за Національною шкалою кредитних рейтингів
Емітент:	ПП «Реарді»
Вид облігацій:	іменні відсоткові звичайні (незабезпечені)
Форма існування:	бездокументарна
Серія:	A, B
Обсяг випуску за номіналом:	30 000 000 грн., у т. ч. серія A – 15 000 000 грн. та серія B – 15 000 000 грн.
Номінальна вартість:	1 000 грн.
Кількість облігацій:	30 000 штук, у т. ч. серії A – 15 000 штук та серії B – 15 000 штук
Дата початку відкритого розміщення:	Серія A – 25 червня 2007 року Серія B – 02 липня 2007 року
Дата закінчення відкритого розміщення:	Серія A – 25 червня 2008 року або розміщення достроково припиняється у разі розміщення останньої облігації серії A, якщо таке розміщення відбулося до 25 червня 2008 р. Серія B – 02 липня 2008 року або розміщення достроково припиняється у разі розміщення останньої облігації серії B, якщо таке розміщення відбулося до 02 липня 2008 р.
Термін обігу:	Облігацій серії A – після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 21 червня 2010 року включно. Облігацій серії B – після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 28 липня 2010 року включно.
Кількість відсоткових періодів, відсотковий період:	12 відсоткових періодів, відсотковий період складає 91 календарний день
Процентна ставка:	по першому, другому, третьому та четвертому відсоткових періодах облігацій серії A та серії B встановлюється в розмірі 16,5% річних. Процентна ставка по п'ятому – восьмому, дев'ятому-дванадцятому відсоткових періодах, встановлюється Емітентом виходячи з ринкової кон'юнктури, але не менше за облікову ставку Національного банку України станом на дату прийняття рішення власником.
Дата погашення облігацій:	Серія A – 21 червня 2010 року Серія B – 28 червня 2010 року
Рівень кредитного рейтингу боргового інструменту:	uaBB
Прогноз:	стабільний
Дата визначення:	22.05.2007 р.

Наданий у результаті рейтингового аналізу кредитний рейтинг боргового інструменту визначено за Національною шкалою кредитних рейтингів, на що вказують літери **ua** у позначці кредитного рейтингу. Національна шкала кредитних рейтингів дозволяє виміряти розподіл кредитного ризику в економіці України без урахування суверенного ризику та призначена для використання емітентами цінних паперів, позичальниками, фінансовими установами, посередниками та інвесторами на фінансовому ринку України.

Для проведення процедури рейтингування агентство «Кредит-Рейтинг» використовувало фінансову звітність ПП «Реарді» за 2004 - 2006 рр., а також внутрішню інформацію, надану підприємством у ході рейтингового процесу. Було проаналізовано інформацію стосовно усіх істотних аспектів діяльності товариства.

Кредитний рейтинг ґрунтується на інформації, наданій самим підприємством, а також на іншій інформації, що є у розпорядженні рейтингового агентства та вважається надійною. Рівень кредитного рейтингу залежить від якості, однорідності та повноти інформації, що є у розпорядженні рейтингового агентства.

Історія кредитного рейтингу



Боргові зобов'язання з рейтингом рівня «uaBB» найменшою мірою підпадають під вплив ризику неплатежу за основною сумою боргу чи відсотками серед боргових зобов'язань спекулятивного рівня. Проте, у позичальника можуть виникнути труднощі із вчасним і повним виконанням в умовах українського фінансового ринку цього боргового зобов'язання у випадку несприятливих змін у комерційних, фінансових та економічних умовах, хоча найближчим часом імовірність невиконання цього боргового зобов'язання низька.

Фактори, що сприяють підвищенню кредитного рейтингу

- ПП «Реарді» здійснює свою діяльність у сфері роздрібної торгівлі (оператор мережі супермаркетів «Велика ложка»), ринок якої в Україні зростає високими темпами протягом останніх років та очікується продовження цієї тенденції у майбутньому.
- Зростання основних показників фінансово-господарської діяльності емітента протягом 2004-2006 рр.: активів – у 16 разів (до 119 762,1 тис. грн.), чистого обсягу продажів – у 48 разів (до 264 644,2 тис. грн.).
- Розширення торгівельної мережі емітента протягом 2005-2006 рр. з 2 до 14 магазинів (з них – 7 власних) за умов підвищення ефективності використання торговельної площі: середньомісячна виручка з 1 кв. м * у 2006 році склала 676 дол. США., проти 589 дол. США у попередньому році.

Фактори, що перешкоджають підвищенню кредитного рейтингу

- Низькі показники фінансової стійкості емітента (коефіцієнт фінансової незалежності склав станом на 01.01.2007 р. 0,026 рази).
- Низькі показники рентабельності емітента, зокрема рентабельність діяльності у 2006 році склала 0,9% (обсяг чистого прибутку – 1 911,0 тис. грн.).
- Посилення конкуренції на ринку роздрібної торгівлі України.
- Значний обсяг вексельних операцій з пов'язаними компаніями.

* - показник розрахований за формулою: $ARPS = 2 R_Y / (S_0 + S_1)$, де $ARPS$ – середньомісячна виручка з 1 кв. м, R_Y – виручка за рік, S_0 – площа мережі на початок року, S_1 – площа мережі на кінець року

Основні показники

Основні балансові показники, тис. грн.

Показник	2004	2005	2006
Актив	7 494,3	33 375,5	119 762,1
Основні засоби	3 446,8	10 984,3	32 792,4
Запаси	2 094,1	8 423,2	21 617,3
Товарні запаси	1 661,2	7 247,6	19 821,6
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	0,0	519,0	5 912,0
Власний капітал	115,3	341,3	3 102,3
Довгострокові зобов'язання	0,0	96,7	24 789,6
Довгострокові кредити банків	0,0	0,0	22 225,5
Поточні зобов'язання	7 379,0	32 937,5	91 870,2
Кредиторська заборгованість за товари та послуги	3 391,6	16 599,6	55 943,1
Короткострокові кредити банків	2 963,3	13 566,6	15 992,9

Основні показники операційної діяльності, тис. грн.

Показник	2004	2005	2006
Чистий обсяг продажу	5 516,2	80 342,8	264 644,2
Валовий прибуток/ збиток	891,6	13 805,8	51 051,8
Операційний прибуток/ збиток	191,0	1 817,2	8 252,4
Чистий прибуток/ збиток	-34,7	226,0	1 911,0

Зміст

РЕЗЮМЕ	6
1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	16
2. ОГЛЯД ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА РИНКОВІ ПОЗИЦІЇ ПП «РЕАРДІ»	19
2.1. ЗАГАЛЬНИЙ ОГЛЯД ГАЛУЗІ	19
2.2. ОСНОВНІ ГРАВЦІ РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ. РИНКОВІ ПОЗИЦІЇ ПП «РЕАРДІ»	24
3. ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ	29
3.1. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА КАДРОВОГО СКЛАДУ ПП «РЕАРДІ»	29
3.2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «РЕАРДІ»	32
4. ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ	38
4.1. АНАЛІЗ СТРУКТУРИ БАЛАНСУ ПП «РЕАРДІ»	38
4.2. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	41
4.3. АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ	43
5. АНАЛІЗ БОРГОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПП «РЕАРДІ»	46
5.1. ІНФОРМАЦІЯ ПРО БАНКІВСЬКІ ПОЗИКИ.....	46
5.2. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИПУСК ОБЛІГАЦІЙ	47
6. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА 2007-2009 РР. ТА ПЛАНОВІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ	52
ВИСНОВОК	60
ДОДАТКИ	61
Додаток до рейтингового звіту №1	62
Додаток до рейтингового звіту №2	63
Додаток до рейтингового звіту №3	64

Резюме

Приватне підприємство «Реарді» зареєстроване 03.11.2003 р. Виконавчим комітетом Дніпропетровської міської Ради. Юридична адреса підприємства: Дніпропетровська область, м. Дніпропетровськ, вул. Панікахи, 2.

ПП «Реарді» є оператором мережі супермаркетів «Велика Ложка» у Центральному та південному регіонах України. На сьогоднішній день компанії належить 14 супермаркетів у Дніпропетровській та Запорізькій областях (фактично працюють 13 магазинів, а 1 знаходиться на реконструкції). У містах Запоріжжя та Кривий Ріг зареєстровані філіали підприємства, керівництво якими здійснюють керівники філіалів. Криворізький філіал компанії керує двома супермаркетами у м. Кривий Ріг. Запорізький філіал компанії здійснює управління двома супермаркетами у Запоріжжі. Одноосібним власником ПП «Реарді» є громадянин України Уріх Олександр Євгенович. ПП «Реарді» є власником 50% статутного фонду ТОВ «Югстроймаркет» (має право оренди земельної ділянки у м. Євпаторія, активної господарської діяльності не проводить).

Український ринок роздрібної торгівлі впродовж останніх років демонструє високі темпи розвитку, що відбувається за рахунок зростання доходів населення (Рисунок 1).

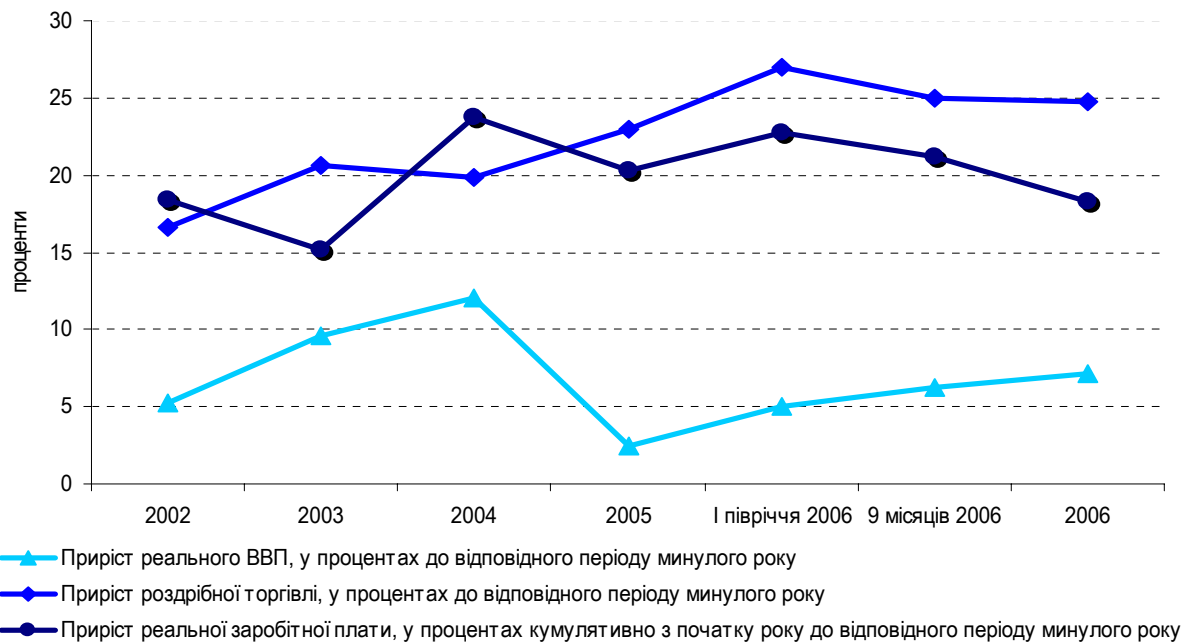


Рисунок 1. Порівняння темпів росту роздрібної торгівлі, реальної заробітної плати населення та ВВП у 2002- 2006 рр.

Джерело: Державний комітет статистики, www.ukrstat.gov.ua

Обсяг роздрібного ринку України за останні п'ять років зріс у 3,6 рази, досягнувши обсягу 123 668 млн. грн., при цьому експерти ринку вважають його ненасиченим (Рисунок 2).

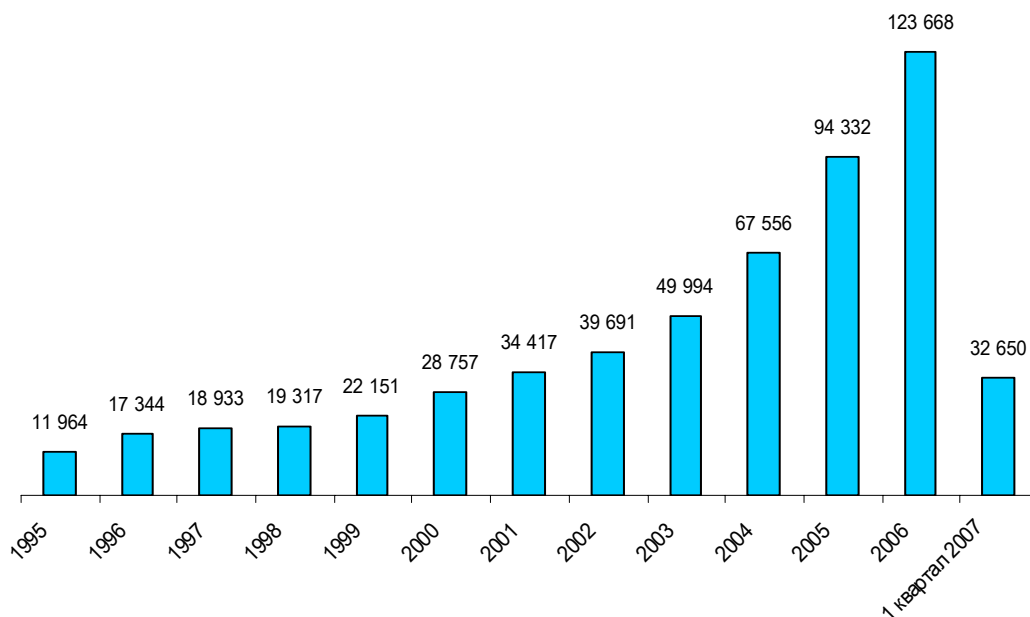


Рисунок 2. Обсяг роздрібного товарообороту в Україні у 1995 - 1 кв. 2007 року, млн. грн.

Джерело: Держкомстат України

Мережева роздрібна торгівля займає близько 30% ринку роздрібної торгівлі України, ринки – трохи більше 40%. До 2010-2011 років питома вага магазинів сучасного формату становитиме близько 50-70% роздрібного ринку за оцінками експертів.

Як і раніше, розвиток роздрібної торгівлі в Україні відбувається нерівномірно. Найбільші темпи росту зафіксовані в промислових областях, що пояснюється вищим рівнем доходів населення та щільнішою концентрацією споживачів. До регіонів з найвищими обсягами роздрібного товарообігу належать Дніпропетровська, Донецька, Харківська області (Таблиця 1).

Таблиця 1. Темпи зростання роздрібного товарообороту та середньомісячної зарплати за 2005 - 2006 рр. у розрізі 10 найбільших за обсягами роздрібного товарообігу регіонів України

Регіон	2005				2006			
	Роздрібний товарообіг		Середньомісячна заробітна плата		Роздрібний товарообіг		Середньомісячна заробітна плата	
	млн. грн.	у % до відповідного періоду минулого року	грн.	у % до відповідного періоду минулого року	млн. грн.	у % до відповідного періоду минулого року	грн.	у % до відповідного періоду минулого року
Україна	91 903,7	123,0	806,2	136,7	123 668,0	125,3	1 041,4	29,2
м. Київ	15 736,2	133,7	1314,0	135,8	23 720,0	140,7	1 729,1	31,6
Дніпропетровська	8 357,7	126,8	913,2	137,0	11 146,0	124,8	1 139,2	24,7
Донецька	7 760,4	127,5	961,6	135,2	10 648,2	129,2	1 201,4	24,9
Харківська	6 755,7	125,2	758,7	133,4	8 843,7	124,4	973,8	28,4
Львівська	5 574,4	123,3	713,2	136,3	6 751,2	112,2	923,3	29,5
Одеська	4 946,4	123,9	767,6	135,6	7 101,7	133,1	965,6	25,8
Запорізька	3 946,9	120,4	860,3	128,3	4 747,4	112,3	1 091,5	26,9
АР Крим	3 381,1	125,5	730,2	134,5	4 630,4	127,3	951,6	30,3
Київська	2 878,9	119,8	811,0	137,0	4 412,6	138,7	1 057,7	30,4
Луганська	2 760,1	106,6	804,9	135,1	3 704,7	125,9	1 022,0	27,0

Джерело: Державний комітет статистики, www.ukrstat.gov.ua

В цілому, на сучасному етапі розвитку українського роздрібного ринку, супермаркети є найбільш успішним каналом з точки зору формування категорії прихильних споживачів, так як 4 з 5 покупців стверджують, що вони витрачають у магазинах цього формату найбільшу частину своїх коштів.

Цільова аудиторія мережі «Велика ложка» – домогосподарства, що витрачають на продукти не менше ніж 500 грн. на місяць, тобто близько 80% усіх домогосподарств. Цільовими ринками, де мережа супермаркетів планує здійснювати свою діяльність, є Дніпропетровська, Запорізька, Херсонська, Кіровоградська області та АР Крим. На території зазначених регіонів проживає близько 20% населення України. Сьогодні в Україні налічується близько 50 мереж супермаркетів. Основними конкурентами мережі «Велика ложка» є такі мережі: «Фуршет», «Сільпо», «Rainford», «Велика кишеня», «АТБ-маркет». Основними конкурентними перевагами зазначених мереж є їх широка представленість в усіх регіонах України, крім мережі «Велика кишеня», супермаркети якої сконцентровані переважно у Києві та Київській області. Також конкурентними перевагами всіх зазначених мереж є сформоване коло споживачів, висока впізнаваність бренду та емоційна прив'язка споживачів.

Система управління ПП «Рearді» є типовою для підприємств аналогічної організаційно-правової форми. Органами управління підприємства є Власник, Директор, Загальні збори. Організаційна структура підприємства є лінійною. Освіта та досвід роботи керівників ключових підрозділів підприємства є достатніми для забезпечення ефективного управління бізнес-процесами в компанії.

Мережа «Велика ложка» позиціонується у форматі «супермаркет», в його класичній інтерпретації – тобто у вигляді мережі сучасних магазинів самообслуговування з широким асортиментом та торговою площею від 500 до 1 500 кв. м. Більшість магазинів мережі являють собою так звані «супермаркети біля дому» – основні місця щоденних закупівель для жителів спальних мікрорайонів. У мережі магазинів «Велика ложка» із 13 діючих магазинів 7 належать ПП «Реарді» або пов'язаним компаніям. Середні орендні ставки у орендодавців, які входять до групи компаній з ПП «Реарді» рівень орендних ставок коливається від 118 до 20 грн./м², а у сторонніх орендодавців – від 25 до 306 грн./м². В цілому доходність усієї мережі супермаркетів характеризувалась приростом протягом 2005-2006 років як за рахунок збільшення кількості покупців, так і завдяки зростанню розміру середньої покупки. Асортиментний ряд мережі магазинів «Велика ложка» налічує від 10 000 до 20 000 позицій.

Сукупні активи ПП «Реарді» збільшились протягом 2004 – 2006 рр. з 7 494,3 тис. грн. до 119 762,1 тис. грн. переважно у результаті зростання оборотних активів підприємства, зокрема, товарних залишків та дебіторської заборгованості (Рисунок 4).

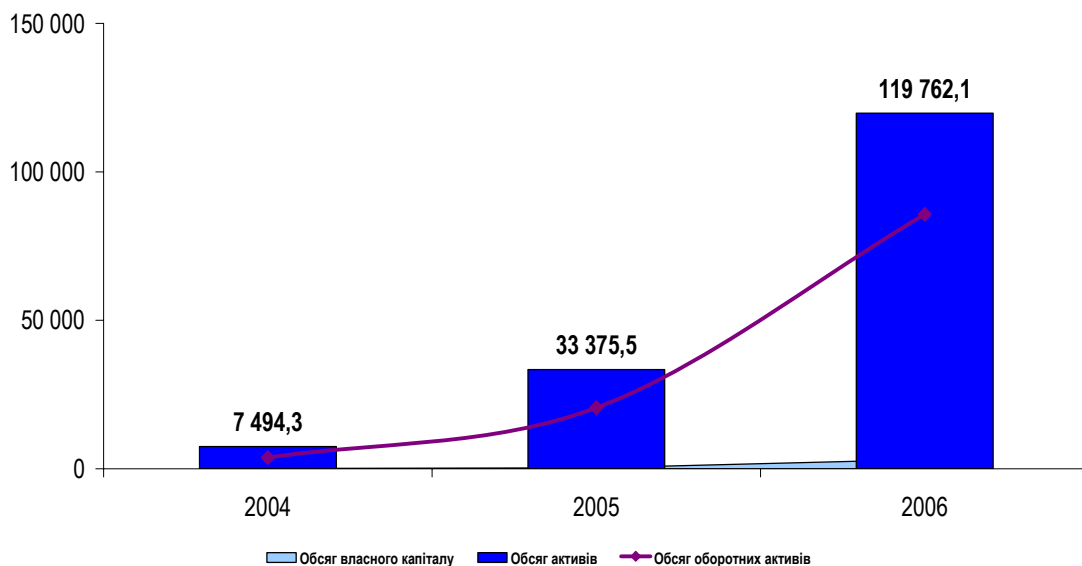


Рисунок 4. Динаміка балансових показників ПП «Реарді», тис. грн.

У складі необоротних активів, станом на 31.12.2006 р., понад 96% (32 792,4 тис. грн.) склали основні засоби, які представлені переважно торговельним обладнанням. У структурі пасивів, на кінець 2006 року, понад 76% (91 870,2 тис. грн.) становили поточні зобов'язання, які були представлені переважно короткостроковими кредитами банків та кредиторською заборгованістю за товари, роботи і послуги. Власний капітал Емітента зріс з 115,3 тис. грн. у 2004 році до 3 102,3 тис. грн. у 2006 році. Це відбулось у зв'язку зі збільшенням

обсягу статутного капіталу протягом 2006 року з 150,0 тис. грн. до 1 000,0 тис. грн. та величини нерозподіленого прибутку з 191,3 тис. грн. до 2 102,3 тис. грн.

Протягом 2004-2006 рр. показники ліквідності Емітента мали позитивну динаміку, проте значення чистого оборотного капіталу в цей період було від'ємним і станом на 31.12.2006 р. склало (-)6 167,8 тис. грн. (Таблиця 2).

Таблиця 2. Динаміка основних фінансових показників ПП «Реарді»

Показники	2004	2005	2006
			<i>Показники ліквідності</i>
Коефіцієнт загальної ліквідності, разів	0,51	0,62	0,93
Коефіцієнт швидкої ліквідності, разів	0,22	0,37	0,70
Коефіцієнт абсолютної ліквідності, разів	0,06	0,05	0,32
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	-3 640,80	-12 377,30	-6 167,80
			<i>Показники фінансової стійкості та стабільності</i>
Коефіцієнт фінансової незалежності, разів	0,02	0,01	0,03
Відношення власного капіталу до необоротних активів, разів	0,03	0,03	0,09
Відношення власного капіталу до сумарних зобов'язань, разів	0,02	0,01	0,03
Чистий робочий капітал, тис. грн.	-3 639,60	-12 350,04	-30 935,70
			<i>Показники рентабельності, %</i>
Рентабельність діяльності	-	0,34	0,89
Рентабельність продукції	-	20,75	23,90
Рентабельність продажів	-	0,28	0,72
Рентабельність власного капіталу	-	66,22	61,60
Рентабельність активів	-	0,68	1,60
Рентабельність оборотних активів	-	1,10	2,23
			<i>Показники ділової активності, днів</i>
Період оборотності активів	-	92,84	105,60
Період оборотності дебіторської заборгованості за товари	-	1,18	4,43
Період оборотності кредиторської заборгованості за товари	-	45,41	50,03
Період оборотності запасів	-	23,89	20,72
Період оборотності товарних запасів	-	20,24	18,67
Тривалість фінансового циклу	-	-20,34	-24,87

Коефіцієнт фінансової незалежності перебуває на низькому рівні і на останню звітну дату він склав 0,03. Показники рентабельності характеризувались зростанням у 2006 році порівняно з попереднім. Діяльність Емітента у 2005 – 2006 рр. була прибутковою, а величина чистого прибутку мала стабільну динаміку до зростання. У результаті значного зростання у 2006 році величини валюти балансу, порівняно з темпами росту чистого доходу від реалізації, відбулось збільшення періоду обертання активів підприємства.

Чистий рух коштів від операційної діяльності ПП «Реарді» протягом аналізованого періоду мав тенденцію до зростання (Таблиця 3).

Таблиця 3. Грошові потоки ПП «Реарді» за 2004 – 2006 рр., тис. грн.

Показник	2004	2005	2006
		<i>Операційна діяльність</i>	
Чистий дохід від реалізації продукції	5 516,2	80 342,8	264 644,2
Собівартість реалізованої продукції	-4 624,6	-66 537,0	-213 592,4
Грошовий потік від реалізації продукції	891,6	13 805,8	51 051,8
Грошові потоки від операційної діяльності до змін в оборотних активах	42,6	1 815,3	5 283,4
Грошові потоки від операційної діяльності	1 134,2	4 274,1	36 078,0
		<i>Інвестиційна діяльність</i>	
Грошові потоки від інвестиційної діяльності	-3 822,3	-13 554,4	-63 246,3
		<i>Фінансова діяльність</i>	
Грошові потоки від фінансової діяльності	3 113,3	10 603,3	26 871,8
Чистий грошовий потік	425,2	1 323,0	-296,5
залишок на початок року	0,0	425,2	1 748,2
залишок на кінець року	425,2	1 748,2	1 451,7

Так, у 2006 році його обсяг зріс у 8,5 разів порівняно з попереднім роком і склав 36 078,0 тис. грн. У 2004 – 2006 рр. підприємством було здійснено інвестиції в основний капітал на суму 38 586,3 тис. грн., вони фінансувалися переважно за рахунок надходжень від операційної, а також фінансової діяльності у вигляді банківських кредитів. Сукупний рух коштів від фінансової діяльності в цьому періоді склав 40 588,4 тис. грн. Показник EBITDA у 2005 – 2006 рр. збільшувався, проте його відношення до виплат за фінансовими зобов'язаннями перебуває на досить низькому рівні.

Станом на 31.03.2007 р. Емітент користується кредитами загальним лімітом 47,6 млн. грн., який був використаний на 99,6% (обсяг заборгованості становить 47,5 млн. грн.). У структурі кредитного портфеля компанії переважають кредитні лінії і є один овердрафт – вони залучаються переважно для поповнення оборотних коштів.

Обсяг запланованого розміщення облігацій становить 30 000 тис. грн., що складає 25,1% активів компанії станом на 31.12.2006 р. та у майже 10 разів перевищує обсяг власного капіталу (Таблиця 4).

Таблиця 4. Параметри запланованої емісії облігацій

Вид облігацій:	іменні відсоткові звичайні (не забезпечені) облігації
Форма існування:	бездокументарна
Серія:	А, В
Обсяг випуску за номіналом:	30 000 000 грн.
Номінальна вартість:	1 000 грн.
Кількість облігацій:	30 000 од. , у т. ч. серія А – 15 000 000 грн. та серія В – 15 000 000 грн.
Дата початку відкритого розміщення:	Серія А - 25 червня 2007 року Серія В - 02 липня 2007 року
Дата закінчення відкритого розміщення:	Серія А – 25 червня 2008 року або розміщення достроково припиняється у разі розміщення останньої облігації серії А, якщо таке розміщення відбулося до 25 червня 2008 р. Серія В - 02 липня 2008 року або розміщення достроково припиняється у разі розміщення останньої облігації серії В, якщо таке розміщення відбулося до 02 липня 2008 р.
Термін обігу:	Облігацій серії А - після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 21 червня 2010 року включно. Облігацій серії В - після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 28 липня 2010 року включно.
Кількість відсоткових періодів, відсотковий період:	12 відсоткових періодів, відсотковий період складає 91 календарний день
Процентна ставка:	по першому, другому, третьому та четвертому відсоткових періодах облігацій серії А та серії В встановлюється в розмірі 16,5% річних. Процентна ставка по п'ятому – восьмому, дев'ятому-дванадцятому відсоткових періодах, встановлюється Емітентом виходячи з ринкової кон'юнктури, але не менше за облікову ставку Національного банку України станом на дату прийняття рішення власником.
Дата погашення облігацій:	Серія А – 21 червня 2010 р. Серія В – 28 червня 2010 р.
Андеррайтер:	Акціонерний Банк «Південний», м. Одеса

Метою емісії облігацій ПП «Реарді» є фінансування відкриття нових супермаркетів та розвитку торгівельної мережі у розмірі 25 000 тис. грн., придбання технологічного обладнання у розмірі 3 000 тис. грн., поповнення обігових коштів у розмірі 2 000 тис. грн. Обсяг запланованого розміщення облігацій становить 30 000 тис. грн., що складає 25,1% активів компанії станом на 31.12.2006 року та у 10 разів перевищує обсяг власного капіталу станом на 31.03.2007 року. Термін обігу облігацій серії А - після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 21 червня 2010 року включно. Термін обігу облігацій серії В - після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 28 липня 2010 року включно. По першому, другому, третьому та четвертому відсоткових періодах облігацій серії А та серії В встановлюється відсотковий дохід у розмірі 16,5% річних. Можливість дострокового погашення випуску облігацій емітентом не передбачена.

Стратегічною ціллю компанії є створення мережі міжрегіонального масштабу, яка б займала лідируючі позиції у Центральному та Південному регіонах України, які

включають у себе Дніпропетровську, Запорізьку, Херсонську, Кіровоградську області, а також АР Крим.

До кінця 2007 року ПП «Реарді» планується збільшити кількість магазинів мережі до 25, з них 17 власних та 8 орендованих (Таблиця 5).

Таблиця 5. Інформація про планову динаміку розширення мережі «Велика ложка» та ефективність використання торгових площ у 2006-2007 рр.

Місяць	План/ факт	Кількість магазинів		Загальна площа, м2		Торгова площа, м2		Ефективність використання торгової площі, тис. грн/м2	
		2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Січень	Факт	14	6	22 454	8 147	10 693	4 188	2,99	4,01
Лютий	Факт	13	7	21 000	10 158	10 000	5 116	3,03	3,60
Березень	Факт	13	8	21 000	11 331	10 000	5 708	3,27	3,52
Квітень	Факт	13	8	21 000	11 331	10 000	5 708	3,36	3,81
Травень	План	13	9	21 000	12 558	10 000	6 194	3,33	3,51
Червень	План	14	10	25 200	16 444	11 000	7 435	3,28	3,30
Липень	План	14	11	25 200	17 645	11 000	8 007	3,45	3,19
Серпень	План	16	11	28 500	17 645	12 500	8 007	3,35	3,44
Вересень	План	16	11	28 500	17 645	12 500	8 007	3,59	3,49
Жовтень	План	19	11	37 000	17 645	14 500	8 007	3,41	3,67
Листопад	План	20	11	38 500	17 645	15 200	8 007	3,41	3,66
Грудень	План	25	14	54 500	22 454	20 500	10 693	3,26	3,90

Середня загальна площа одного супермаркету у 2007 році порівняно з 2006 року збільшиться на 35,92% і становитиме 2 180 тис. грн., а торгова зросте на 7,36% і складатиме 820 м2. Ефективність використання торгової площі у 2007 році очікується нижче ніж у попередньому у зв'язку з тим, що темпи приросту торгових площ будуть вищими, ніж темпи приросту обсягів продажу.

Обсяг чистого прибутку у 2007 році планується збільшити у 2,6 рази порівняно з 2006 роком, у 2008 році завдяки значному розширенню мережі супермаркетів темп приросту чистого прибутку складе 99,42% порівняно з 2007 роком, а у 2009 році - 60,74%. Грошовий потік від операційної діяльності з урахуванням змін в оборотних активах та поточних зобов'язаннях становитиме 41 449,20 тис. грн. (Таблиця 6).

Таблиця 6. Прогнозні грошові потоки ПП «Реарді» на 2007- 2009 рр.

Показник	2006	2007	2008	2009
			<i>Операційна діяльність</i>	
Чистий дохід від реалізації продукції	264 644,2	417 150,0	667 480,0	834 380,0
Собівартість реалізованої продукції	-213 592,4	-337 891,5	-540 658,8	-671 675,9
Грошовий потік від реалізації продукції	51 051,8	79 258,5	126 821,2	162 704,1
Інші операційні доходи	5 425,9	8 549,2	13 678,8	17 098,5
Інші операційні витрати	-4 791,4	-7 549,5	-12 079,2	-15 099,0
Адміністративні витрати	-9 393,3	-14 800,4	-23 680,6	-29 600,8
Витрати на збут	-34 040,6	-51 259,2	-82 014,6	-102 518,3
Відсотки за кредитами	-5 389,1	-7 475,0	-9 317,0	-11 032,0
Податок на прибуток	-804,3	-1 680,9	-3 352,1	-5 388,1
Амортизація	3 224,4	4 104,4	9 185,7	13 764,5
Збиток (прибуток) від нереалізованих курсових різниць	0,0	0,0	0,0	0,0
Грошові потоки від операційної діяльності до змін в оборотних активах	5 283,4	9 147,1	19 242,0	29 928,8
Зменшення/збільшення оборотних активів	-27 440,2	-8 582,3	-21 964,4	-15 457,8
Зменшення/збільшення поточних зобов'язань	57 825,9	11 366,4	13 639,7	4 283,9
Видатки майбутніх періодів	408,9	-154,2	0,0	0,0
Грошові потоки від операційної діяльності	36 078,0	11 777,0	10 917,3	18 754,9
			<i>Інвестиційна діяльність</i>	
Реалізація необоротних активів	818,9	0,0	0,0	0,0
Інші надходження	22 022,2	0,0	0,0	0,0
Придбання необоротних активів	-25 007,5	-48 080,8	-42 745,9	-12 008,6
Придбання фінансових інвестицій	-27 210,0	0,0	0,0	0,0
Інші платежі	-33 869,9	0,0	0,0	0,0
Грошові потоки від інвестиційної діяльності	-63 246,3	-48 080,8	-42 745,9	-12 008,6
			<i>Фінансова діяльність</i>	
Надходження власного капіталу	850,0	2 000,0	2 000,0	2 000,0
Надходження кредитних ресурсів	71 525,3	36 343,9	31 828,6	0,0
Погашення тіла кредитних ресурсів	-45 503,5	0,0	0,0	-7 746,2
Грошові потоки від фінансової діяльності	26 871,8	38 343,9	33 828,6	-5 746,2
Чисті грошові потоки	-296,5	2 040,1	1 999,9	1 000,0
залишок на початок року	1 748,2	1 451,7	3 491,8	5 491,8
залишок на кінець року	1 451,7	3 491,8	5 491,8	6 491,8

Найбільш активна інвестиційна діяльність очікується у 2007 році, загалом протягом 2007-2009 рр. капітальні витрати компанії складуть 102 835,31 тис. грн. Для покриття інвестиційних витрат компанією планується залучити протягом 2007-2009 рр. кредитів на суму 68 172,49 тис. грн., а також збільшити власний капітал на 6 000 тис. грн. в цьому періоді. Сукупний грошовий потік від фінансової діяльності за 2007-2009 роки складе 66 426,30 тис. грн.

1. Загальна інформація

Приватне підприємство «Рearді» зареєстроване 03.11.2003 року Виконавчим комітетом Дніпропетровської міської Ради. Юридична адреса підприємства: Дніпропетровська область, м. Дніпропетровськ, вул. Панікахи, 2.

ПП «Рearді» є оператором мережі супермаркетів «Велика Ложка» у Центральному та південному регіонах України. На сьогоднішній день компанії належить 14 супермаркетів у Дніпропетровській та Запорізькій областях (фактично працюють 13 магазинів, а 1 знаходиться на реконструкції).

Торгова мережа «Велика ложка» утворена у 2004 році як самостійний бізнес-проект у рамках юридично неформленої групи компаній «Сальве», основним підприємством якої на момент створення було ПП «Торгова компанія Сальве» - великий дистриб'ютор алкогольних напоїв у регіоні (7 філіалів, понад 500 працівників, річний оборот близько 160 млн. грн.).

У містах Запоріжжя та Кривий Ріг зареєстровані філіали підприємства, керівництво якими здійснюють керівники філіалів. Криворізький філіал компанії керує двома супермаркетами у м. Кривий Ріг. Запорізький філіал компанії здійснює управління двома супермаркетами у Запоріжжі.

ПП «Рearді» має зареєстровану торгову марку «100 ml», під якою здійснюється реалізація товарів побутової хімії та косметики у мережі «Велика ложка».

Одноосібним власником ПП «Рearді» є громадянин України Уріх Олександр Євгенович.

Інформація про групу компаній

Структуру групи компаній «Сальве» наведено нижче (Рисунок 1.1).

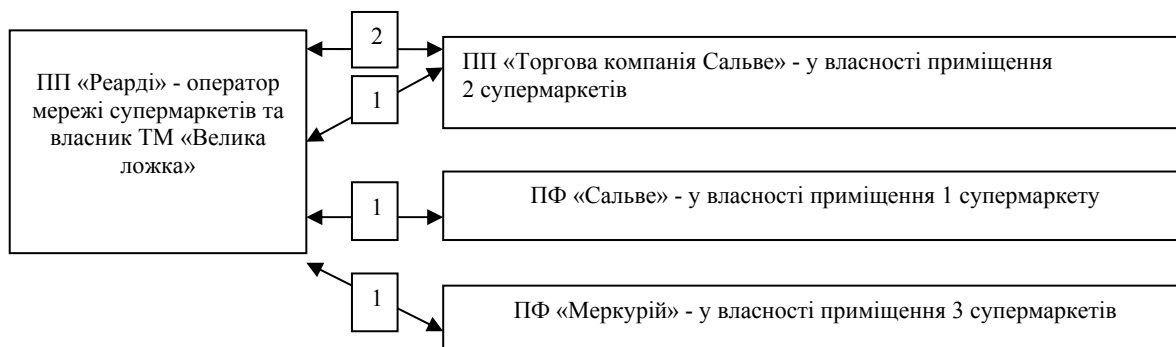


Рисунок 1.1. Схема взаємозв'язків у групі компаній «Сальве»

Пояснення до рисунку: 1. Оренда приміщень. 2. постачання продукції (алкогольні напої).

Статутний капітал ПП «Рearді» внесений власником повністю і складає 3 000 тис. грн.

У групі компаній «Сальве» головною компанією є ПП «Реарді» - оператор мережі супермаркетів. Компанії належить приміщення супермаркету у м. Запоріжжя площею близько 2 тис. м², а також устаткування всіх супермаркетів мережі. Компанія є власником торгових марок «Велика ложка» та «100 мл».

ПФ «Сальве», ПФ «Меркурій» - компанії-власники комерційної нерухомості, які належать групі. У складі групи вони утворюють напрямок «девелопмент комерційної нерухомості». Станом на кінець 1 кварталу 2007 року їм належать 4 приміщення діючих супермаркетів, а також декілька приміщень, які перебувають на реконструкції. До вищезазначеного напрямку також належать декілька підприємств, які мають права на забудову земельних ділянок. Іншої господарської діяльності вони не ведуть.

Поступово у напрямок, пов'язаний з комерційною нерухомістю, переходить і ПП «Торгова компанія Сальве» (далі ПП «ТКС»), яке вже є власником одного супермаркету та одного торгового центру. Раніше основним бізнесом підприємства була дистрибуція алкогольних напоїв. На сьогоднішній день дистрибуцією займається спеціально організоване підприємство ТОВ «Сальве-алко», яке юридично та формально вже не є частиною групи компаній «Сальве». «Сальве-алко» залишається одним з найбільших постачальників мережі, але нею управляє незалежна компанія менеджерів. Відпускні ціни та умови компенсації різних маркетингових заходів засновуються на умовах, що діють для компаній, які постачають аналогічну продукцію.

Крім зазначених компаній, а саме ПП «ТКС» та ТОВ «Сальве-алко», до групи компаній не належать підприємства-постачальники продукції у мережу.

Корпоративні права

ПП «Реарді» є власником 50% статутного фонду ТОВ «Югстроймаркет» (має право оренди земельної ділянки у м. Євпаторія), що становить 382,5 тис. грн. Вищевказаному підприємству відведена земельна ділянка площею близько 0,489 Га у м. Євпаторія. У 2008 році на території цієї ділянки планується побудувати великий торговий центр з супермаркетом «Велика ложка». На сьогодні підприємство «Югстроймаркет» іншої господарської діяльності не веде.

Інформація про судові позови та стягнені штрафи

Відомості про суми санкцій, які були пред'явлені до ПП «Реарді» протягом 2005-2006 рр. представлені нижче (Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1. Суми санкцій за основними податками, які були застосовані до ПП «Реарді» податковими органами, грн.

Найменування податку / збору	2005 р.	2006 р.
Податок на прибуток	4 072,32	16 500,00
Податок на додану вартість	-	16 704,20
Податок на дохід фізичних осіб	-	918,18
Всього:	4 072,32	34 122,38

На момент проведення рейтингової процедури до Емітента не було претензій, які перебувають у суді.

ПП «Реарді» є оператором мережі супермаркетів «Велика Ложка» у Центральному та південному регіонах України. На сьогоднішній день компанії належить 14 супермаркетів у Дніпропетровській та Запорізькій областях (фактично працюють 13 магазинів, а 1 знаходиться на реконструкції). У містах Запоріжжя та Кривий Ріг зареєстровані філіали підприємства, керівництво якими здійснюють керівники філіалів. Криворізький філіал компанії керує двома супермаркетами у м. Кривий Ріг. Запорізький філіал компанії здійснює управління двома супермаркетами у Запоріжжі. Одноосібним власником ПП «Реарді» є громадянин України Уріх Олександр Євгенович. ПП «Реарді» є власником 50% статутного фонду ТОВ «Югстроймаркет» (має право оренди земельної ділянки у м. Євпаторія, активної господарської діяльності не проводить).

2. Огляд зовнішнього середовища та ринкові позиції ПП «Реарді»

2.1. Загальний огляд галузі

Український ринок роздрібної торгівлі впродовж останніх років демонструє високі темпи розвитку, що відбувається за рахунок зростання доходів населення (Рисунок 2.1).

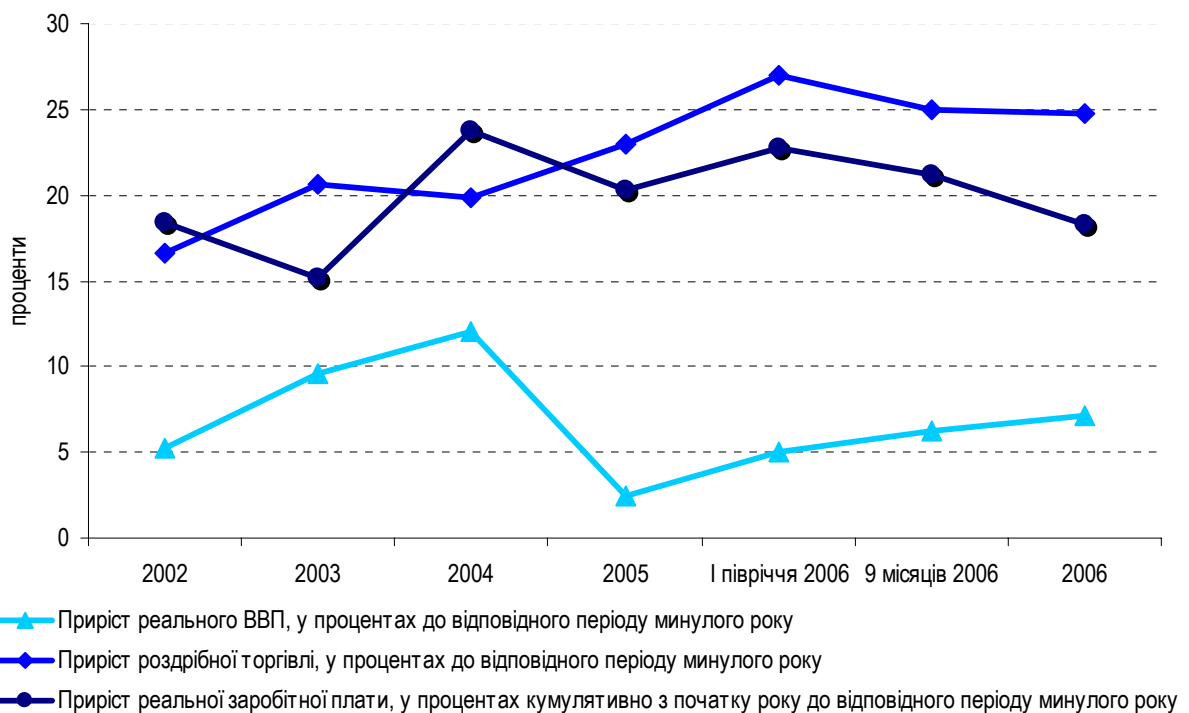


Рисунок 2.1. Порівняння темпів росту роздрібної торгівлі, реальної зарплатної плати населення та ВВП у 2002-2006 рр.

Джерело: Державний комітет статистики, www.ukrstat.gov.ua

Як видно з наведеної інформації, протягом останніх періодів темпи росту роздрібного товарообороту перевищують темпи приросту реальної зарплатної плати, що свідчить про ненасиченість ринку роздрібної торгівлі. При цьому, слід зазначити, що зростання сфери роздрібної торгівлі відбувається навіть за умови зниження темпів росту ВВП. Зв'язок темпів росту роздрібної торгівлі та ВВП в Україні перестав бути істотним через зміну системи перерозподілу доходів, яка виражена у підвищенні зарплатної плати зі зниженням темпів росту економіки в цілому. При цьому, заощадження домогосподарств у такій ситуації зростають меншими темпами, ніж їхні поточні видатки.

У 1 півріччі 2006 року зберігались позитивні тенденції щодо основних макроекономічних показників. При цьому, у 4 кварталі 2006 року та загалом у 2 півріччі намітилась спадна тенденція приросту реальної заробітної плати населення та роздрібного товарообороту. Крім того, протягом 2006 року приріст витрат населення становив 32,4% порівняно з аналогічним періодом минулого року та перевищував приріст реальних наявних доходів населення (+16,3%). Враховуючи те, що в структурі витрат населення затрати на придбання товарів та оплату послуг складають 83–85%, однією з причин скорочення темпів приросту роздрібного товарообороту є значне подорожчання вартості послуг у вересні поточного року (переважно на послуги ЖКГ), що і зумовило перетік коштів населення з ритейлу у сферу послуг.

За підсумками 2006 року обсяг роздрібного товарообороту склав 123,7 млрд. грн., а приріст попереднього року склав 25,3%. Приріст роздрібного товарообороту за січень-березень 2007 року порівняно з аналогічним періодом 2006 року склав 25,8%, а приріст реальної заробітної плати за січень-лютий 2007 року порівняно з аналогічним періодом попереднього року – 12,3%.

Обсяг роздрібного ринку України за останні п'ять років зріс у 3,6 рази, досягнувши обсягу 123 668 млн. грн., при цьому експерти ринку вважають його ненасиченим.

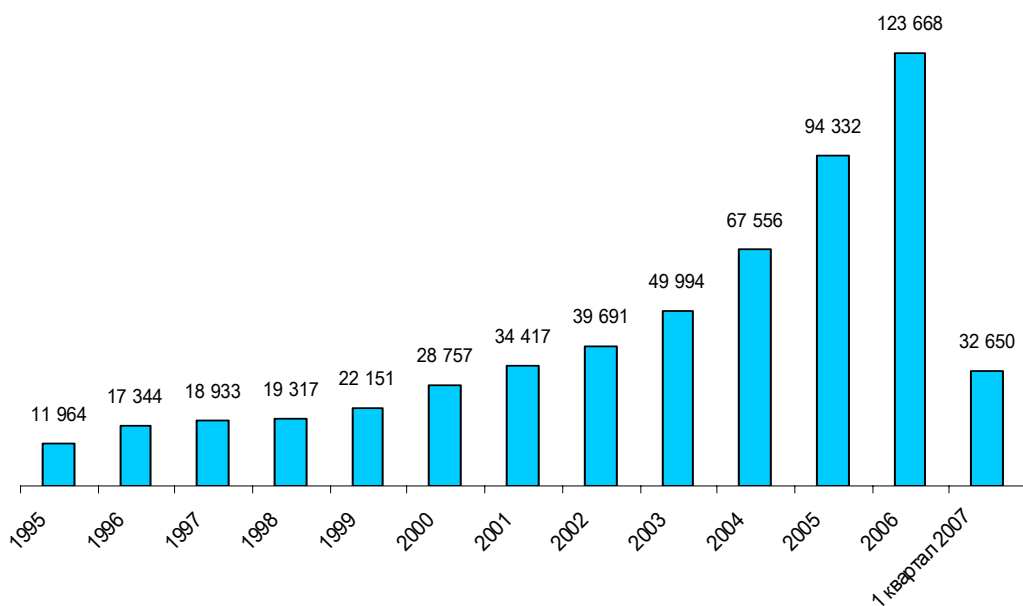


Рисунок 2.2. Обсяг роздрібного товарообороту в Україні у 1995-1 кв. 2007 року

Джерело: Держкомстат України

Не зважаючи на прогнозоване щорічне зростання обсягів ринку на 12%, український ринок зростає на 20-25% на рік. У 2006 році його оборот склав 22 млрд. дол. США, проти 18 млрд. дол. США у 2005 році.

Мережева роздрібна торгівля займає близько 30% ринку роздрібною торгівлі України, ринки – трохи більше 40%. До 2010-2011 років питома вага магазинів сучасного формату становитиме близько 50-70% роздрібною ринку за оцінками експертів. При цьому, ряд експертів стверджують, що зростання ринку забезпечує не лише його розвиток, але й поступове виведення з тіні показників торгових мереж, які мають значні плани щодо розвитку та залучення коштів, аж до виходу на IPO. Ця тенденція почалася у 2005 році та продовжувалась у 2006 році. Як мінімум, три провідні роздрібні мережі («Фуршет», «Велика Кишеня», «Сільпо») готуються у найближчому майбутньому до розміщення акцій на зарубіжних біржах. Ці три ритейлори поступово готуються зайняти домінуючі позиції на ринку. У 2006 році оборот Fozzy Group («Сільпо») перевищив 1 млрд. дол. США (у 2005 році – 700 млн. дол. США). У ЗАТ «Фуршет» оборот мережі склав близько 600 млн. дол. США (у 2005 році 413 млн. дол.). Обсяг продажів «Великої Кишені» у 2006 році склав 440 млн. дол. США (у 2005 році – 233 млн. дол. США).

Як і раніше, розвиток роздрібною торгівлі в Україні відбувається нерівномірно. Найбільші темпи росту зафіксовані в промислових областях, що пояснюється вищим рівнем доходів населення та щільнішою концентрацією споживачів (Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1. Темпи зростання роздрібною товарообороту та середньомісячної зарплати за 2005 - 2006 рр. у розрізі 10 найбільших за обсягами роздрібною товарообігу регіонів України

Регіон	2005				2006			
	Роздрібний товарообіг		Середньомісячна заробітна плата		Роздрібний товарообіг		Середньомісячна заробітна плата	
	млн. грн.	у % до відповідного періоду минулого року	грн.	у % до відповідного періоду минулого року	млн. грн.	у % до відповідного періоду минулого року	грн.	у % до відповідного періоду минулого року
Україна	91 903,7	123,0	806,2	136,7	123 668,0	125,3	1 041,4	29,2
м. Київ	15 736,2	133,7	1314,0	135,8	23 720,0	140,7	1 729,1	31,6
Дніпропетровська	8 357,7	126,8	913,2	137,0	11 146,0	124,8	1 139,2	24,7
Донецька	7 760,4	127,5	961,6	135,2	10 648,2	129,2	1 201,4	24,9
Харківська	6 755,7	125,2	758,7	133,4	8 843,7	124,4	973,8	28,4
Львівська	5 574,4	123,3	713,2	136,3	6 751,2	112,2	923,3	29,5
Одеська	4 946,4	123,9	767,6	135,6	7 101,7	133,1	965,6	25,8
Запорізька	3 946,9	120,4	860,3	128,3	4 747,4	112,3	1 091,5	26,9
АР Крим	3 381,1	125,5	730,2	134,5	4 630,4	127,3	951,6	30,3
Київська	2 878,9	119,8	811,0	137,0	4 412,6	138,7	1 057,7	30,4
Луганська	2 760,1	106,6	804,9	135,1	3 704,7	125,9	1 022,0	27,0

Джерело: Державний комітет статистики, www.ukrstat.gov.ua

Найбільша активність роздрібною торгівлі спостерігалась у м. Києві, де за 2006 рік товарообіг збільшився на 40,7% порівняно з минулим роком і склав 23,7 млрд. грн. Серед регіонів найвищі обсяги роздрібною товарообігу були у Дніпропетровській, Донецькій, Харківській областях. Найбільші темпи приросту роздрібною торгівлі

спостерігались також у Київській (38,7%), Одеській (33,1%) Луганській областях (25,9%) та АР Крим (27,3%). Найпривабливішими регіонами є м. Київ, Київська, Одеська, Донецька області та АР Крим, де середньомісячний товарообіг на одну людину перевищує середнє значення по країні. Так, 82% мережевих операторів віддають перевагу місту Києву, 27% - Дніпропетровську, 24% - Одесі, 21% - Харкову, 19% - Донецьку (дані компанії Pro-Consulting). Темпи зростання середньомісячної заробітної плати також є найвищими у столиці та у Східних регіонах, що зумовлено більшою чисельністю населення, розвиненішою інфраструктурою та сконцентрованою значної кількості промислових підприємств.

Сезонність продажу асортименту продукції роздрібної торгівлі продуктами харчування у цілому малопомітна, за винятком грудня, у якому стабільно спостерігається зростання обсягів реалізації на 20-25% порівняно з середньомісячними показниками. Також характерною є тенденція до зменшення обсягів торгівлі у літній період.

За результатами дослідження консалтингової фірми «А.Т. Kearney» Україна стала четвертою у світі країною за інвестиційною привабливістю для міжнародних торгових мереж (Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2. Глобальний індекс розвитку роздрібної торгівлі у 2006 році

2006 ранг	Країна	Регіон	Ризик	Ринкова привабливість	Насиченість ринку	Темпи росту
		Вага	25%	25%	30%	20%
1	Індія	Азія	55	34	89	76
2	Росія	Східна Європа	43	59	53	90
3	В'єтнам	Азія	43	24	87	81
4	Україна	Східна Європа	42	37	76	81
5	Китай	Азія	58	40	57	86
6	Чилі	Америка	67	57	47	48
7	Латвія	Східна Європа	58	50	31	88
8	Словенія	Східна Європа	78	52	25	70
9	Хорватія	Східна Європа	57	51	28	91
10	Туреччина	Середземноморський	46	59	64	40

Згідно з даними А.Т.Кearney

Пояснення до таблиці:

*Ризик: показник «0» означає країну високого ризику, «100» - низького ризику.

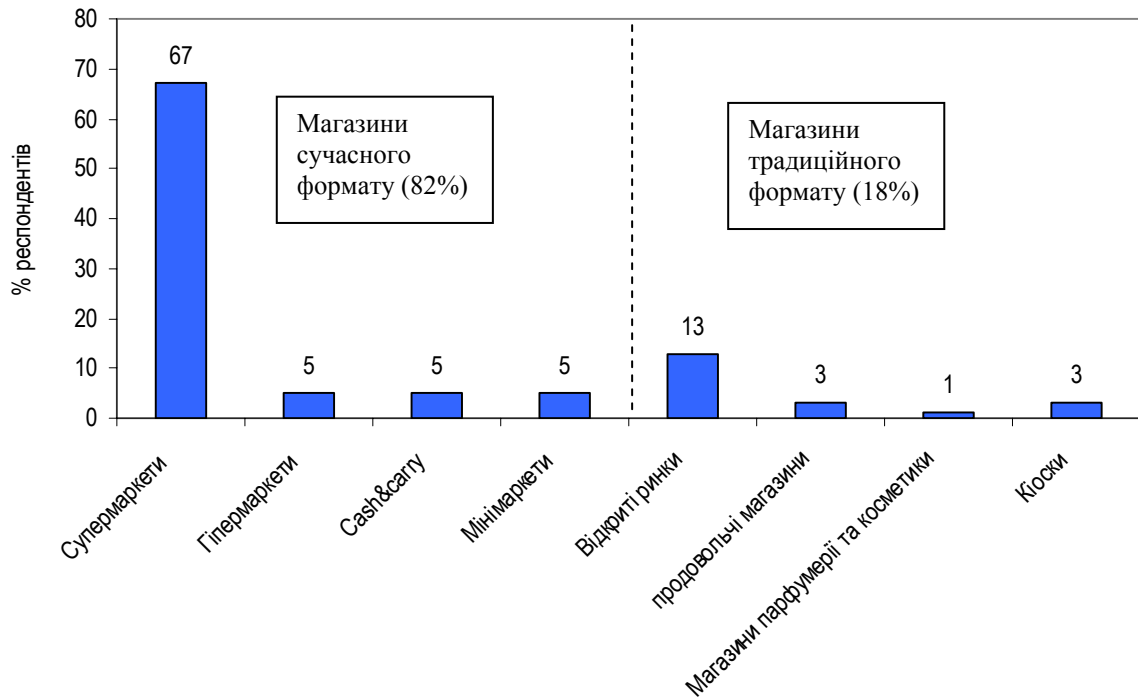
*Привабливість ринку: «0» - низька привабливість, «100» - висока привабливість.

*Насиченість ринку: «0» - абсолютна насиченість ринку, «100» - ринок не насичений.

*Темпи росту: «0» - немає обмежень за часом входу, «100» - є необхідність термінового виходу на ринок.

На сьогоднішній день питома вага інвестицій в український роздрібний бізнес складає близько 10% всього обсягу іноземних інвестицій (більше 2 млрд. дол. США) (дані Retail.ru).

В цілому, на сучасному етапі розвитку українського роздрібного ринку, супермаркети є найуспішнішим каналом з точки зору формування категорії прихильних споживачів, так як 4 з 5 покупців стверджують, що вони витрачають у магазинах цього формату найбільшу частину своїх коштів. Мінімаркети, cash&carry та гіпермаркети за цим показником ідуть зі значним відставанням (Рисунок 2.3).



Джерело: AC Nielsen

Рисунок 2.3. Канали торгівлі, в яких покупці здійснюють найбільші витрати

Отже, для роздрібної торгівлі характерною тенденцією залишається розширення торгівлі, поступовий перехід на сучасні формати.

У найближчі три роки очікується, що кількість компаній, що працюють на ринку, буде незмінною, деякі компанії припинять діяльність, але така ж кількість гравців прийде на ринок. Після 2010 року галузь почне стрімко консолідуватися й кількість гравців скоротиться.

Український ринок роздрібної торгівлі протягом останніх років демонструє високі темпи розвитку, що відбувається за рахунок зростання доходів населення. Обсяг роздрібного ринку України за останні п'ять років зріс у 3,6 рази, досягнувши обсягу 123 668 млн. грн., при цьому експерти ринку вважають його ненасиченим. Мережева роздрібна торгівля займає близько 30% ринку роздрібної торгівлі України, ринки – трохи більше 40%. До 2010-2011 років питома вага магазинів сучасного формату становитиме близько 50-70% роздрібного ринку за оцінками експертів. Серед регіонів найвищим обсяг роздрібного товарообігу були Дніпропетровська, Донецька, Харківська області. В цілому, на сучасному етапі розвитку українського роздрібного ринку, супермаркети є найбільш успішним каналом з точки зору формування категорії прихильних споживачів, так як 4 з 5 покупців стверджують, що вони витрачають у магазинах цього формату найбільшу частину своїх коштів.

2.2. Основні гравці ринку роздрібної торгівлі. Ринкові позиції ПП «Рearді»

Ринкові позиції ПП «Рearді»

Як свідчать маркетингові дослідження, що проводилися у Дніпропетровську, де зосереджена більшість супермаркетів мережі «Велика ложка», витрати домогосподарств на продукти харчування значно відрізняються у залежності від рівня доходів домогосподарств.

Цільова аудиторія мережі – домогосподарства, що витрачають на продукти не менше ніж 500 грн. на місяць, тобто близько 80% усіх господарств. Розподіл витрат на продукти харчування наведено на рисунку (Рисунок 2.4).

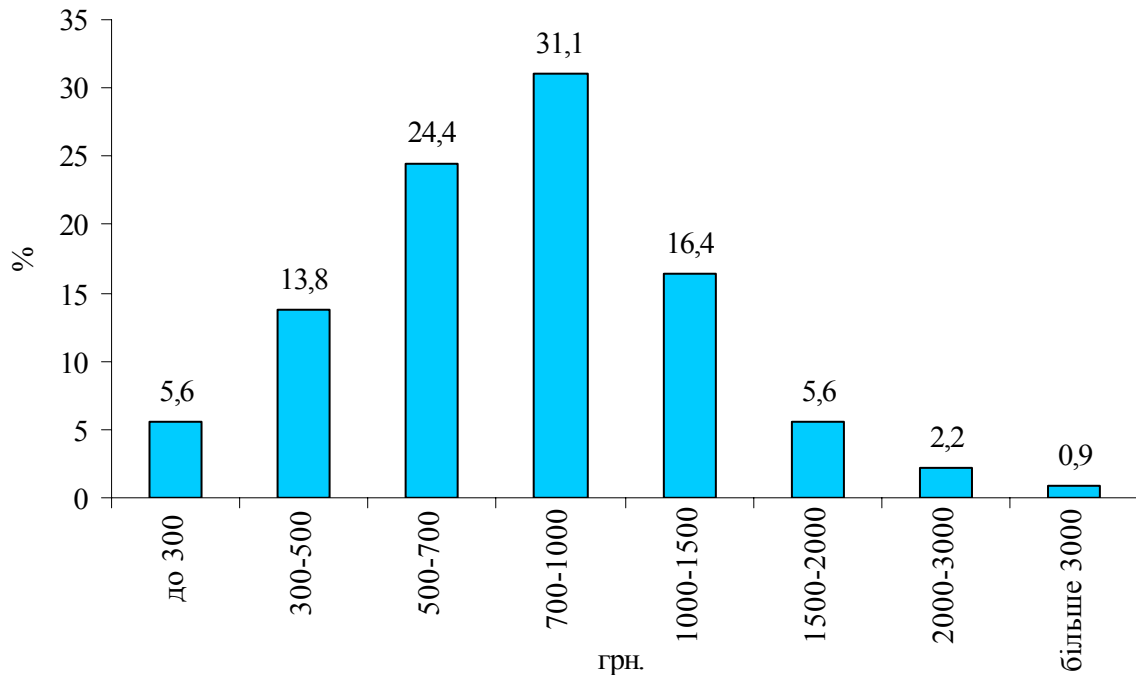


Рисунок 2.4. Обсяг витрат домогосподарств Дніпропетровська на продукти харчування

Структура споживання продукції, що реалізується в супермаркетах мережі «Велика ложка» є типовою для ринку організованої торгівлі. Біля 95% обсягів реалізації становлять продукти харчування, 5% – товари побутової хімії, та інші непродовольчі товари. Серед товарних груп найбільше зростання демонструє продукція кулінарії, що виробляється у цехах супермаркетів. Ця продукція користується все більшою популярністю у зв'язку з тим, що все більша кількість споживачів не має часу на приготування їжі та придбає готову продукцію.

Серед покупців мережі широко представлені усі вікові групи населення України. Але відповідно до маркетингових досліджень, більшість покупців у торговельній мережі «Велика ложка» це люди середнього віку. Також основна частина покупців – це жінки.

Цільовими ринками, де мережа супермаркетів планує здійснювати свою діяльність, є Дніпропетровська, Запорізька, Херсонська, Кіровоградська області та АР Крим. На території цих регіонів проживає близько 20% населення України.

Деякі демографічні та економічні показники цільових регіонів, де планує розвиватися мережа супермаркетів «Велика ложка» представлені нижче (Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3. Демографічні та економічні показники цільових регіонів

Область	Чисельність населення, тис. осіб	Обсяг роздрібної торгівлі у першому кварталі 2007 року, млн. грн.	Зростання обсягів порівняно з 1 кварталом 2006 роком, %	Загальна кількість міст області
Дніпропетровська	3 422,9	4 939,4	29,7	21
Запорізька	1 846,9	2 615,7	18,6	14
Херсонська	1 117,1	1 032,9	26,2	9
Кіровоградська	1 053,1	966,0	27,9	12
АР Крим	1 977,1	1 921,7	30,1	16

У наступні два роки компанія планує розвиток у таких містах:

- у Дніпропетровському регіоні – Дніпропетровськ, Кривий Ріг, Дніпродзержинськ, Нікополь, Новомосковськ;
- у Запорізькому регіоні – Запоріжжя, Бердянськ;
- у Кіровоградському регіоні – Кіровоград, Олександрія;
- у Херсонському регіоні – Херсон;
- у АР Крим – Сімферополь, Севастополь, Євпаторія, Алушта.

Основні конкуренти ПП «Реарді»

На сьогоднішній день конкуренція в галузі є фрагментарною, що залишає багато можливостей для розвитку. Регіони України, а також окремі міста значно відрізняються за ступенем насиченості торговельними площами. Цінова конкуренція у галузі не є дуже жорсткою у більшості регіонів, ступінь цінової конкуренції є прямо залежною від рівня насиченості торговельними площами.

Сьогодні в Україні налічується близько 50 мереж супермаркетів. Більшість з них є регіональними, їх діяльність сконцентрована в одному регіоні або в невеликій кількості регіонів. Також в Україні існує декілька мереж національного масштабу, що розвивають свій бізнес на всій території України. Враховуючи плани розвитку мережі супермаркетів «Велика ложка» у найближчій перспективі, її основними конкурентами можна вважати наступні мережі: «Фуршет», «Сільпо», «Rainford», «Велика кишеня», «АТБ-маркет».

Мережа супермаркетів «**Фуршет**» (ТОВ «Гарантія-Трейд») є однією з найбільших за кількістю торгових точок в Україні – 70 супермаркетів в Україні та 1 у Молдові (Бельці). Регіонами присутності мережі «Фуршет» є міста Київ, Ірпінь, Васильків, Євпаторія, Керч, Кіровоград, Луцьк, Миколаїв, Одеса, Полтава, Сімферополь, Хмельницький, Черкаси, Дніпропетровськ та ін. У Дніпропетровському регіоні мережа представлена 6 супермаркетами станом на 01.03.2007 р. Обсяг реалізації в мережі у 2006 році склав 2,4 млрд. грн. Формат магазинів – супермаркети з середньою площею близько 1,5 тис. м². Основний пік розвитку цієї мережі

очікується у 2007 році – заплановано збільшити кількість магазинів до 112, а потім темпи розвитку уповільняться. У 2009 році «Фуршет» планує розширити свою мережу до 169 супермаркетів. Крім того, керівництво мережі «Фуршет» має намір будувати супермаркети у невеликих містах, у тому числі й районних центрах чисельністю від 25 тис. жителів. Конкурентними перевагами компанії є наявність широкої мережі супермаркетів по всій території України та сформованого кола споживачів.

Мережа супермаркетів **«Велика кишеня»** (ТОВ «Квіза-Трейд») має у своєму складі 29 магазинів, загальні торговельні площі мережі перевищують 65 тис. м². Регіонами присутності супермаркетів «Велика кишеня» є Київ, Харків, Обухів, Миколаїв, Херсон, Дніпропетровськ. У Дніпропетровському регіоні є 1 супермаркет мережі станом на 01.01.2007 р. Обсяг реалізації склав у 2006 році приблизно 2,2-2,4 млрд. грн. Середня площа супермаркету – біля 3 тис. м², гіпермаркету – близько 6 тис. м². Пріоритетними напрямками для розвитку супермаркетів «Велика Кишеня» є відкриття гіпермаркетів та торговельно-розважальних центрів. До кінця поточного року компанія відкриє гіпермаркети в Кіровограді та Севастополі, а в 2007 році – ТРЦ в Чернівцях. В планах компанії збільшити обсяг реалізації до 2008 року до 1 млрд. дол. США. Основними конкурентними перевагами мережі «Велика кишеня» є значна кількість торгових точок, висока впізнаваність бренду та емоційна прив'язка споживачів, при цьому більшість магазинів мережі сконцентровані у Києві та Київській області.

Корпорація Fozzy Group включає мережу універсамів **«Сільпо»** (114), дискаунтерів **«Фора»** (61), оптові гіпермаркети **«Фоззі»** (3), гастрономи «Дніпрянка» (11). Магазины корпорації Fozzy Group представлені сьогодні у всіх найбільших містах України – Києві, Дніпропетровську, Одесі, Запоріжжі, Хмельницькому, Рівне, Миколаєві, Черкасах, Чернівцях, Вінниці, Івано-Франковську, Сімферополі, Севастополі, Львові, Ужгороді, Харкові, Херсоні та ін. У Дніпропетровському регіоні станом на 01.03.2007 р. є 10 супермаркетів мережі. Обсяг реалізації по корпорації Fozzy склав біля 5 млрд. грн. Основним форматом мережі «Сільпо» є супермаркети з середньою площею близько 1,2 тис. м². Асортимент універсамів «Сільпо» варіюється від 6 000 до 12 000 найменувань. В планах розвитку компанії на 2007 рік – збільшення кількості магазинів мережі «Сільпо» до 125. Отже, основними конкурентними перевагами даної мережі супермаркетів є наявність роздрібних мереж з чотирма різними форматами, а також низький рівень цін та широка представленість по всій території України.

Корпорація «Reinford» є власником мережі супермаркетів **«Рейнфорд»**, а також підприємств-виробників молочної продукції, кондитерських виробів, побутової техніки, великі торговельні центри та інше. Формат мережі – супермаркети та один кеш-енд-керрі. Станом на 01.01.2007 р. у мережі було 10 магазинів. Регіональна представленість мережі супермаркетів «Рейнфорд» – Дніпропетровська область, один супермаркет у Сімферополі. Обсяг реалізації за неофіційними даними склав у 2006 році близько 400 млн. грн. Загалом, мережа «Рейнфорд» була піонером роздрібною торгівлі в Дніпропетровську, але на сьогоднішній день практично не розвивається. Один супермаркет протягом 2006 року був закритий, один відкритий.

Корпорація «АТБ» є власником мережі супермаркетів «АТБ-маркет», а також до складу корпорації входять: мережа дискаунтерів «АТБ-маркет», кондитерська фабрика «Квітень», м'ясна фабрика «Берізка», м'ясна фабрика «Фаворит», спортивний клуб «Восход». Формат магазинів – дискаунтери з середньою площею до 1 тис. м². Станом на 01.01.2007 р. до складу мережі входило 176 магазинів. Регіональна представленість: Центральний, Східний, Південний, Північний регіони. У Дніпропетровському регіоні знаходиться більше ніж 50 дискаунтерів. Обсяг реалізації за неофіційними даними склав близько 2 млрд. грн. у 2006 році. У планах компанії на 2008 рік – збільшення об'єктів до 230.

Цільова аудиторія мережі «Велика ложка» – домогосподарства, що витрачають на продукти не менше ніж 500 грн. на місяць, тобто близько 80% усіх домогосподарств. Цільовими ринками, де мережа супермаркетів планує здійснювати свою діяльність, є Дніпропетровська, Запорізька, Херсонська, Кіровоградська області та АР Крим. На території цих регіонів проживає близько 20% населення України. Сьогодні в Україні налічується близько 50 мереж супермаркетів. Основними конкурентами мережі «Велика ложка» є такі мережі: «Фуршет», «Сільпо», «Rainford», «Велика кишеня», «АТБ-маркет». Основними конкурентними перевагами цих мереж є їх широка представленість в усіх регіонах України, крім мережі «Велика кишеня», супермаркети якої сконцентровані переважно у Києві та Київській області. Також конкурентними перевагами всіх зазначених мереж є сформоване коло споживачів, висока впізнаваність бренду та емоційна прив'язка споживачів.

3. Характеристика діяльності та управління

3.1. Аналіз організаційної структури та кадрового складу ПП «Реарді»

Органи управління

Відповідно до установчих документів (Статуту ПП «Реарді»), управління компанією здійснюється:

- Загальне керівництво діяльністю – Власник;
- Оперативно-розпорядне керівництво – Директор;
- Повноваження трудового колективу – Загальні Збори.

Власник

До виключної компетенції власника належить: визначення основних напрямів діяльності Підприємства і затвердження його планів та звітів про виконання, визначення порядку розподілу та шляхів використання прибутку, внесення змін та доповнень до Статуту Підприємства, призначення та звільнення від посади директора підприємства, призначення та відкликання ревізійної комісії, затвердження річних результатів діяльності Підприємства, включаючи його дочірні підприємства, затвердження звітів і висновків ревізійної комісії, затвердження правил процедури та інших внутрішніх документів Підприємства, визначення організаційної структури Підприємства та ін.

Директор

Директор призначається Власником, який вправі делегувати директору частину повноважень, що віднесені цим Статутом до виключної компетенції Власника. Директор самостійно вирішує всі питання діяльності Підприємства, за винятком тих, що належать до компетенції Власника та трудового колективу. Власник не втручається в оперативну діяльність директора.

Загальні збори

Повноваження трудового колективу реалізуються загальними зборами, які скликаються за необхідністю Власником, директором або за вимогою не менше 1/3 трудового колективу. Збори вважаються повноважними за участю в їх роботі не менше 2/3 трудового колективу. Рішення на зборах приймається простою більшістю.

Трудовий колектив вправі створити виборний орган для реалізації своїх повноважень між зборами. Порядок створення, компетенція, строк повноважень даного органу визначаються зборами трудового колективу.

Організаційна структура

Система управління підприємством представлена в Додатку 3. Організаційна структура компанії є лінійною, та відповідає задекларованій у статуті. Компанія має досить розгалужену виконавчу ланку управління середнього рівня, що забезпечує ефективність управління бізнес-процесами в компанії.

Ключові посадові особи ПП «Реарді» наведено нижче (Таблиця 3.1).

Таблиця 3.1. Інформація про робочий стаж та досвід роботи керівників ключових підрозділів ПП «Реарді»

№ п/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Рік народження	Посада	Освіта	Кваліфікація	Загальний стаж роботи, років	Стаж роботи на даній посаді	Посада на попередніх місцях роботи за останні 5 років
1.	Уріх О. Є.	1975	Директор	Середня	-	10	11 місяців	ПП «ТК Сальве» директор з 03.11.03-19.02.07; ТОВ «Сальве» - директор 01.11.96-31.10.03
2.	Калашникова В.В.	1963	Головний бухгалтер	Вища	Інженер-будівник	21	4 місяці	ПП «ТК Сальве» головний бухгалтер -05.05.04-13.11.06; ПП «Сальве» головний бухгалтер 01.07.03-30.04.04; ПП «ТК Сальве» замісник головного бухгалтера 05.05.03-30.06.03; ТОВ «Мирний» замісник головного бухгалтера 16.01.01-30.04.03
3.	Прімаков Ю. Л.	1978	Заступник директора з фінансів	Вища	Фінанси та кредит	2	3 місяці	ТОВ «Істра» директор з 29.08.06 ; ПП «ТК Сальве» фінансовий менеджер 03.04.03 – 30.05.03; ТОВ «Сальве» - фінансовий менеджер 04.01.03-02.04.03; КБ «Приватбанк» брокер Фондового управління 01.02.00-19.03.01
4.	Ковтун О.В.	1977	Комерційний директор	Вища	Спеціаліст з автоматизації	6	1 місяць	ПП «ТК Сальве» комерційний директор 21.09.04-01.03.07; Керівник департаменту продажів 03.04.03-20.09.04; ТОВ «Сальве» керівник торгового відділу 06.02.02-02.04.03
5.	Сейфер О. Г.	1966	Директор торгівельної мережі	Середня спеціальна	Товарознавство і комерційна діяльність	15	1 рік	ПП «Реарді» - управляючий магазином 01.10.04-03.05.05; ПП «ТК Сальве» керівник складу 02.09.03-30.09.04; ТОВ «Сальве» кладовщик 20.09.02-24.11.02, керівник складу 25.11.02-01.09.03
6.	Виноградова О. В.	1974	Замісник директора з управління персоналом	Вища	Економіст	1	2 місяці	ПП «ТК Сальве» менеджер по персоналу 01.04.03-02.06.03; ТОВ «Сальве» менеджер по персоналу 02.09.02—31.03.03
7.	Уріх І. С.	1962	Керівник департаменту інформаційних технологій	Вища	Математик	18	<1 місяця	ПП «ТК Сальве» керівник відділу інформаційно-системного забезпечення 01.02.06-19.03.06; ПП «ТК Сальве» керівник відділу 03.04.03-11.06.03; ТОВ «Сальве» начальник інформаційно-комп'ютерного відділу 28.08.01-02.04.03
8.	Стокос Д. І.	1970	Директор ЗФ ПП «РЕАРДІ»	Вища	Металознавство та металообробка	10	7 місяців	ЗФ ТОВ «Сальве» - директор філіала з 01.03.02 по 31.07.03; ЗФ ПП ТК «Сальве» - директор з 02.02.04.

Як видно з наведеної в таблиці інформації, освіта та досвід роботи (у середньому більше 10 років) осіб, що займають ключові посади, є достатнім для забезпечення ефективного управління бізнес-процесами в компанії.

Система управління ПП «Реарді» є типовою для підприємств аналогічної організаційно-правової форми. Органами управління підприємства є Власник, Директор, Загальні збори. Організаційна структура підприємства є лінійною. Освіта та досвід роботи керівників ключових підрозділів підприємства є достатніми для забезпечення ефективного управління бізнес-процесами в компанії.

3.2. Особливості організації діяльності ПП «Реарді»

Мережа магазинів та показники ефективності їх діяльності

Мережа «Велика ложка» позиціонується у форматі «супермаркет», в його класичній інтерпретації – тобто у вигляді мережі сучасних магазинів самообслуговування з широким асортиментом та торговою площею від 500 до 1 500 кв. м. Більшість магазинів мережі являють собою так звані «супермаркети біля дому» - основні місця щоденних покупок для жителів спальних мікрорайонів.

Протягом 2005-2006 років мережа магазинів «Велика ложка» активно розвивалась і продемонструвала двократне зростання. Кількість магазинів мережі зросла з 6 у січні 2006 року до 14 у грудні 2006 року (Таблиця 3.2).

Таблиця 3.2. Динаміка кількості магазинів (власних та орендованих) у 2005-2006 рр.

Місяць	Кількість магазинів		У тому числі, власних		У тому числі, орендованих	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005
Січень	6	2	3	2	3	-
Лютий	7	2	3	2	4	-
Березень	8	2	3	2	5	-
Квітень	8	3	3	3	5	-
Травень	9	3	3	3	6	-
Червень	10	3	4	3	6	-
Липень	11	3	4	3	7	-
Серпень	11	4	4	3	7	1
Вересень	11	4	4	3	7	1
Жовтень	11	5	4	3	7	2
Листопад	11	5	4	3	7	2
Грудень	14*	6	7	3	7	3

*Примітка: Станом на кінець I кварталу 2007 року 1 магазин перебуває на реконструкції, тому фактично функціонують 13

Як видно з наведеної інформації, кількість власних магазинів становить 7, причому протягом 2006 року кількість орендованих магазинів переважала і лише в грудні, завдяки відкриттю 3 нових магазинів кількість власних та орендованих магазинів зрівнялись.

Основні ключові показники діяльності мережі супермаркетів мережі «Велика ложка» наведені нижче (Таблиця 3.3).

Таблиця 3.3. Ключові показники діяльності супермаркетів мережі «Велика ложка» у 2006 році

№ п/п	Місто	Адреса	Дата відкриття	Площа загальна, кв. м.	Площа торгова, кв. м.	Оренда/ Власність	Орендна ставка, грн./м2	Середній чек, грн.	Середня кількість покупців	Середньомісячний виторг, тис. грн.
СМ 1	Дніпропетровськ	вул. Метростроєвська, 19	Жовтень 04	1 220	592	В	172	28	3 120	2 621
СМ 2	Дніпропетровськ	вул. Набережна Перемоги, 56 А	Грудень 04	954	522	В	178	21	4 000	2 520
СМ 3	Новомосковськ	вул. Радянська, 19 А	Квітень 05	602	261	В	118	26	3 450	2 691
СМ 4	Дніпропетровськ	пл. Петровського, 13	Серпень 05	2 008	1 184	О	306	24	7 070	5 090
СМ 5	Кривий Ріг	вул. Дзержинського, 1	Жовтень 05	1 924	882	О	158	28	2 880	2 419
СМ 6	Дніпропетровськ	пр. ім. Газети Правда, д. 51	Грудень 05	1 440	747	О	*	23	3 330	2 298
СМ 7	Кривий Ріг	вул. 200-лет г. Кривого рога, 7а	Лютий 06	2 011	928	О	156	23	3 250	2 243
СМ 8	Дніпропетровськ	пр. Карла Маркса, 117	Березень 06	1 173	592	О	243	22	3 520	2 323
СМ 9	Дніпропетровськ	пр. Кірова, 28 А	Травень 06	1 227	486	О	72	28	2 460	2 066
СМ 10	Дніпропетровськ	вул. Донецьке шосе, 7	Червень 06	3 886	1 241	В	202	30	2 780	2 502
СМ 11	Дніпропетровськ	пр. ім. Газети Правда, б. 76-78	Липень 06	1 201	572	О	25	23	3 370	2 325
СМ 12	Запоріжжя	вул. М. Судця, 26	Грудень 06	2 000	1 320	В	*	24	4 150	2 988
СМ 13	Запоріжжя	вул. Перспективна, 51	Грудень 06	1 909	866	В	*	26	3 150	2 457
СМ 14	Дніпродзержинськ	вул. Перспективна, 52	Грудень 06	900	500	В	*	23	3 000	2 070
Всього:				22 455	10 693	-	-	-	-	36 614
Середнє значення				1 604	764	-	163	25	3 538	2 615

*У магазині №6 проводиться реконструкція, а в магазинах 11-14 не затверджені постійні орендні ставки і діють тимчасові

У мережі магазинів «Велика ложка» із 13 функціонуючих магазинів 7 належать ПП «Реарді» або пов'язаним компаніям. Середні орендні ставки у орендодавців, які входять до групи компаній з ПП «Реарді» рівень орендних ставок коливається від 118 до 202 грн./м2, а у сторонніх орендодавців – від 25 до 306 грн./м2. Порівняно з рівнем середніх орендних ставок торговельних площ Дніпропетровська та Кривого Рогу, які знаходяться в діапазоні від 100 до 354 грн. за 1м2, їх можна вважати вигідними та адекватними.

Найбільш прибутковим є магазин №4 у Дніпропетровську з середньомісячним виторгом у розмірі 5 090 тис. грн. та максимальною кількістю покупців – 7 070 чол. у місяць, що пов'язано з його вдалим розміщенням неподалік центрального

вокзалу. В цілому, необхідно зазначити, що позитивно на прибутковість мережі «Велика ложка» впливає оптимальне розміщення магазинів - половина з них розміщена у центральній частині Дніпропетровська, інші ж розміщуються неподалік центральних вулиць, вокзалів і частина магазинів розміщена у спальних районах Дніпропетровська (3 шт.) та Запоріжжя (2 шт.).

Завдяки активному розширенню мережі магазинів протягом 2006 року спостерігалось зростання обсягів продажів у 3,22 рази по всій мережі «Велика ложка» – до 304 833 тис. грн. (Таблиця 3.4).

Таблиця 3.4. Динаміка продажів у мережі супермаркетів «Велика ложка» у 2005-2006 рр.

Місяць	Обсяг продажів, тис. грн.		Темп росту, %
	2006 р.	2005 р.	
Січень	16 793	3 459	385%
Лютий	18 426	3 567	417%
Березень	20 113	4 276	370%
Квітень	21 754	5 592	289%
Травень	21 763	5 967	265%
Червень	24 539	6 058	305%
Липень	25 560	6 050	322%
Серпень	27 538	6 840	303%
Вересень	27 960	9 960	181%
Жовтень	29 411	12 017	145%
Листопад	29 285	12 824	128%
Грудень*	41 691	17 973	132%
Сума	304 833	94 583	222%
Середнє значення	25 403	7 882	

Одним з основних показників ефективності діяльності об'єкта роздрібною торгівлі є виручка на квадратний метр торгової площі. У січні-вересні 2006 року спостерігалась тенденція до зниження ефективності використання торгових площ у зв'язку з тим, що темпи росту обсягів торгових площ перевищували темпи росту обсягів продажу у мережі (Таблиця 3.5).

Таблиця 3.5. Динаміка загальної та торгової площі, ефективність її використання у 2005-2006 рр.

Місяць	Загальна площа, кв. м.		Торгова площа, кв. м.		Ефективність використання торгової площі, тис. грн./кв. м.	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005
Січень	8 147	2 174	4 188	1 114	4,01	3,11
Лютий	10 158	2 174	5 116	1 114	3,60	3,20
Березень	11 331	2 174	5 708	1 114	3,52	3,84
Квітень	11 331	2 775	5 708	1 375	3,81	4,07
Травень	12 558	2 775	6 194	1 375	3,51	4,34
Червень	16 444	2 775	7 435	1 375	3,30	4,41
Липень	17 645	2 775	8 007	1 375	3,19	4,40
Серпень	17 645	4 783	8 007	2 559	3,44	2,67
Вересень	17 645	4 783	8 007	2 559	3,49	3,89
Жовтень	17 645	6 707	8 007	3 441	3,67	3,49
Листопад	17 645	6 707	8 007	3 441	3,66	3,73
Грудень	22 454	8 147	10 693	4 188	3,90	4,29

Так, якщо у січні 2006 року ефективність торгових площ складала 4,01 тис. грн. на 1м² торгової площі, то у липні вона становила 3,19 тис. грн. на 1м². З серпня 2006 року темпи росту обсягів продажу перевищили темпи росту торгових площ і ефективність використання торгових площ мала позитивну динаміку. У грудні 2006 року цей показник склав 3,90 тис. грн. на 1м². Ефективність роботи магазинів пов'язана, насамперед, з вдалою локацією, тобто розміщенням в районах з великими транспортними розв'язками та активним пішохідним трафіком.

В цілому середня загальна площа одного супермаркету мережі «Велика ложка» склала у 2006 році 1 604 м², що на 18,11% більше за показник попереднього року. Середня торгова площа одного супермаркету мережі склала 764 м², що на 9,46% вище, ніж у 2005 році.

В цілому доходність усієї мережі супермаркетів характеризувалась приростом протягом 2005-2006 років як за рахунок збільшення кількості покупок, так і завдяки зростанню розміру середньої покупки (Таблиця 3.6).

Таблиця 3.6. Динаміка середньої кількості покупок та середнього розміру покупки (середнього чеку) мережі супермаркетів «Велика ложка» у 2005-2006 рр.

Місяць	Середня кількість покупок, чол./день		Темп росту, %	Середній чек, грн.		Темп росту, %
	2006	2005		2006	2005	
Січень	20 417	5 501	271%	26,34	20,27	30%
Лютий	24 573	6 077	304%	26,63	20,94	27%
Березень	27 179	6 596	312%	23,70	20,89	13%
Квітень	29 205	9 491	208%	24,70	19,58	26%
Травень	31 090	9 398	231%	22,51	20,35	11%
Червень	35 068	9 681	262%	23,19	20,67	12%
Липень	36 762	9 233	298%	22,37	20,89	7%
Серпень	37 418	13 329	181%	23,62	16,38	44%
Вересень	38 371	15 453	148%	24,29	20,79	17%
Жовтень	38 142	18 105	111%	24,80	21,21	17%
Листопад	38 500	18 039	113%	25,35	23,51	8%
Грудень	51 800	22 159	134%	28,80	26,00	11%
Середнє значення	34 044	11 922	186%	25	21	18%

Так, порівнюючи середню кількість покупок у грудні 2005 та 2006 років, необхідно зазначити майже триразове зростання. Позитивною є також тенденція до збільшення середньої вартості чеку: якщо у 2005 році він складав 21 гривню, то у 2006 році він збільшився до 25 гривень.

Асортимент

На сьогодні асортиментний ряд мережі магазинів «Велика ложка» налічує від 10 000 до 20 000 позицій. Всі товари, які реалізує мережа умовно можна поділити на такі групи (Таблиця 3.7).

Таблиця 3.7. Питома вага різних товарних груп у складі чистого доходу від реалізації продукції/послуг у 2006 році

Назва товарної групи	Чистий дохід від реалізації продукції/послуг, грн.	Питома вага у чистому доході від реалізації продукції/послуг, %
Бакалія	43 678 993	13,76
Побутова хімія	8 968 371	2,83
Гастрономія	60 641 678	19,11
Гігієнічні товари	6 202 133	1,95
Кондитерська продукція	26 828 533	8,45
Косметика та парфумерія	1 119 737	0,35
Кулінарія	19 081 487	6,01
Молочні продукти	33 698 937	10,62
Напої	56 939 752	17,94
Овочі-фрукти	21 327 763	6,72
Прикаса	6 359 510	2,00
Промислова група	4 875 937	1,54
Витратні матеріали	1 947 333	0,61
Риба	14 434 778	4,55
Текстиль	972 197	0,31
Товари для дітей	498 628	0,16
Товари для відпочинку та туризму	58 932	0,02
Всього, чистий дохід від реалізації товарів	307 634 700	96,94
Чистий дохід від реалізації послуг	9 697 869	3,06
Загальний чистий дохід від реалізації	317 332 568	100,00

У магазинах мережі «Велика ложка» реалізується достатньо широкий асортимент товарів як продовольчих, так і непродовольчих. Найбільш доходними групами товару є гастрономія, напої, бакалія та молочні продукти. У структурі реалізації магазинів «Велика ложка» 96,94% доходу від реалізації припадає на реалізацію товарів і лише 3,06% на реалізацію послуг.

Мережа «Велика ложка» позиціонується у форматі «супермаркет», в його класичній інтерпретації – тобто у вигляді мережі сучасних магазинів самообслуговування з широким асортиментом та торговою площею від 500 до 1 500 кв. м. Більшість магазинів мережі являють собою так звані «супермаркети біля дому» - основні місця щоденних покупок для жителів спальних мікрорайонів. У мережі магазинів «Велика ложка» із 13 функціонуючих магазинів 7 належать ПП «Реарді» або пов'язаним компаніям. Середні орендні ставки у орендодавців, які входять до групи компаній з ПП «Реарді» рівень орендних ставок коливається від 118 до 202 грн./м², а у сторонніх орендодавців – від 25 до 306 грн./м². В цілому доходність усієї мережі супермаркетів характеризувалась приростом протягом 2005-2006 років як за рахунок збільшення кількості покупців, так і завдяки зростанню розміру середньої покупки. Асортиментний ряд мережі магазинів «Велика ложка» налічує від 10 000 до 20 000 позицій.

4. Фінансовий аналіз

4.1. Аналіз структури балансу ПП «Реарді»

З 2004 по 2006 рр. валюта балансу ПП «Реарді» збільшилась з 7 494,3 тис. грн. до 119 762,1 тис. грн. переважно за рахунок зростання оборотних активів підприємства (Додаток 1). Суттєве збільшення вартості оборотних активів відбулось у 2006 році: на 65 142,2 тис. грн., або більше ніж у 4,2 рази порівняно з попереднім роком.

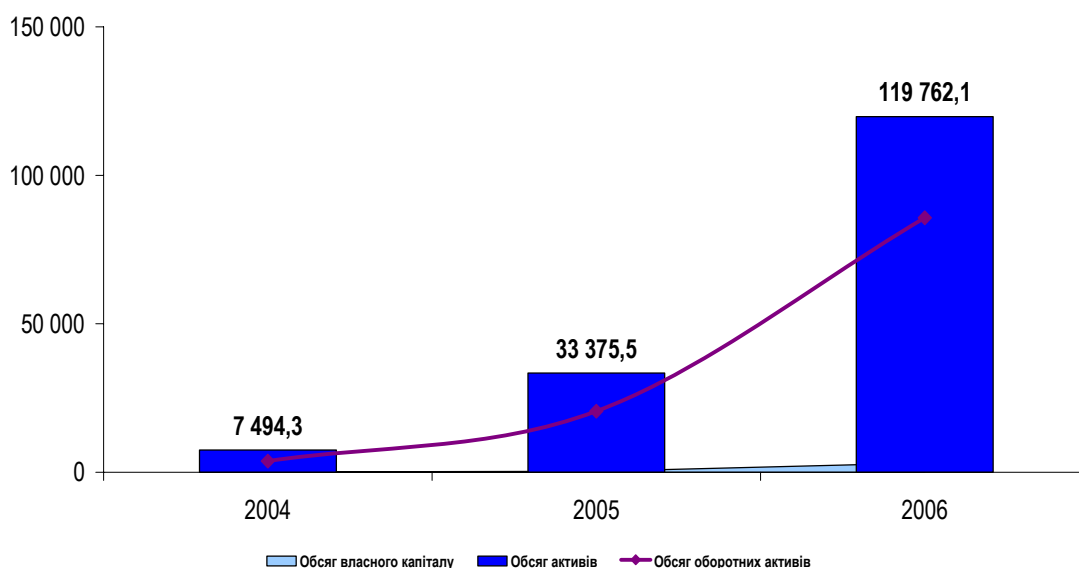


Рисунок 4.1. Динаміка балансових показників ПП «Реарді», тис. грн.

У структурі балансу переважають оборотні активи, питома вага яких станом на 31.12.2006 р. дорівнювала 71,6% (85 702,4 тис. грн.). У їх складі, на кінець 2006 року, 32,2% становила дебіторська заборгованість, яка на 77,7% сформована іншою поточною дебіторською заборгованістю. У складі статті «Інша поточна заборгованість» обліковується переважно фінансова допомога пов'язаним компаніям, розрахунки по оренді тощо.

Слід зазначити, що з початку 2006 року з 519,0 тис. грн. до 5 912,0 тис. грн. (4,9% всіх активів) збільшилась величина дебіторської заборгованості за товари, роботи і послуг. У її складі, станом на 31.12.2006 р., понад 70% (4 857,5 тис. грн.) складала заборгованість ТОВ «Промлайн ТПП» за товари.

Поточні фінансові інвестиції – це векселя компаній «Сальве», «ЧФ Меркурій» та ін. компаній. Станом на 31.12.2006 року їх загальна сума складала 26 827,5 тис. грн. (22,4% всіх активів).

Інші оборотні активи ПП «Рearді» зросли з початку 2006 року 2,3 рази - до 6 667,7 тис. грн. (5,6% всіх активів). У складі цієї статті обліковується податковий кредит по ПДВ.

Запаси Емітента склали майже 18,1% (21 617,3 тис. грн.) оборотних активів станом на 31.12.2006 р. і представлені переважно товарними запасами (майже 92% сукупних запасів). Товарно-матеріальні запаси збільшилися протягом звітнього року у 2,7 рази у зв'язку з розширенням мережі супермаркетів (Таблиця 4.1).

Таблиця 4.1. Структура товарних запасів ПП «Рearді» за 2005 – 2006 рр., тис. грн.

№ з/п	Товарні групи	Станом на 31.12.2005 р.		Станом на 31.12.2006 р.	
		тис. грн.	%	тис. грн.	%
1	Напої	1 807,91	24,94	5 690,27	28,71
2	Бакалія	1 353,70	18,68	4 108,78	20,73
3	Гастрономія	645,38	8,90	1 834,81	9,26
4	Риба	480,77	6,63	1 148,10	5,79
5	Кондитерська продукція	479,84	6,62	1 274,15	6,43
6	Побутова хімія	408,60	5,64	1 050,93	5,30
7	Молочні продукти	379,64	5,24	901,82	4,55
8	Овочі-фрукти	319,51	4,41	780,90	3,94
9	Промислова група	287,98	3,97	1 163,64	5,87
10	Прикаса	273,24	3,77	528,08	2,66
11	Гігієна	254,00	3,50	758,35	3,83
12	Витратні матеріали	232,20	3,20	-	-
13	Тара, витратні матеріали	119,34	1,65	101,28	0,51
14	Косметика та парфумерія	99,90	1,38	181,18	0,91
15	Текстиль	70,48	0,97	233,00	1,18
16	Товари для дітей	34,14	0,47	64,23	0,32
17	Кулінарія	1,02	0,01	-	-
18	Товари для відпочинку і туризму	-	-	2 083,38	0,01
Разом товарних запасів		7 247,63	100,0	19 821,61	100,0

За даними, наведеними в таблиці, найбільші обсяги товарних запасів за такими товарними групами: напої (28,71% товарних запасів станом на 31.12.2006 р.), бакалія (20,73%), гастрономія (9,26%).

Необоротні активи Емітента є другим за величиною розділом активів балансу, їх залишкова вартість збільшилась за 2006 рік з 12 691,3 тис. грн. до 34 038,0 тис. грн. і склала 28,4% всіх активів на останню звітну дату. Це пов'язано переважно із відкриттям протягом 2006 року восьми нових супермаркетів мережі (Таблиця 4.2).

Таблиця 4.2. Структура основних засобів ПП «Реарді» за 2005 – 2006 рр., тис. грн.

№ з/п	Показники	Станом на 31.12.2005 р.		Станом на 31.12.2006 р.	
		тис. грн.	%	тис. грн.	%
1	Будинки, споруди та передавальні пристрої	0,00	0,00	8 037,90	24,51
2	Машини та обладнання	10 984,30	100,0	23 032,22	70,24
3	Транспортні засоби	0,00	0,00	18,88	0,06
4	Інші необоротні матеріальні активи	0,00	0,0	1 703,40	5,19
Разом основних засобів		10 984,3	100,0	32 792,40	100,0

Найбільшою складовою пасивів балансу ПП «Реарді» у 2004 – 2006 рр. були поточні зобов'язання (майже 77,0% валюти балансу станом на 31.12.2006 р.). В абсолютному вимірі вони збільшилися протягом аналізованого періоду з 7 379,0 тис. грн. до 91 870,2 тис. грн., чи у 15 разів у результаті збільшення заборгованості за короткостроковими кредитами банків та кредиторської заборгованості за товари, роботи і послуги, яка зросла з початку 2005 року з 3 391,6 тис. грн. до 55 943,1 тис. грн. Кредиторська заборгованість компанії за товари, роботи і послуги є досить диверсифікованою – питома вага найбільшого кредитора ПП «ТКС» становить 3,1% сукупної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги на 31.12.2006 р.

У статті балансу «інші поточні зобов'язання» обліковуються переважно розрахунки за надані послуги підприємству. Обсяг цієї статті збільшився протягом 2006 року з 2 433,1 тис. грн. (7,3% всіх пасивів) до 17 675,4 тис. грн. (14,8% всіх пасивів).

Довгострокові зобов'язання ПП «Реарді» станом на 31.12.2006 р. дорівнювали 24 789,6 тис. грн. (20,7% всіх пасивів), тоді як на початок року – 96,7 тис. грн. У їх складі на кінець 2006 року 89,7% становила заборгованість за довгостроковими кредитами банків, 8,7% (2 163,1 тис. грн.) – за векселями та 1,6% (401,0 тис. грн.) за податковими зобов'язаннями.

Власний капітал Емітента зріс з 115,3 тис. грн. у 2004 році до 3 102,3 тис. грн. у 2006 році. Це відбулось у зв'язку зі збільшенням обсягу статутного капіталу протягом 2006 року з 150,0 тис. грн. до 1 000,0 тис. грн. та величини нерозподіленого прибутку з 191,3 тис. грн. до 2 102,3 тис. грн.

Сукупні активи ПП «Рearді» збільшились протягом 2004 – 2006 рр. з 7 494,3 тис. грн. до 119 762,1 тис. грн. переважно у результаті зростання оборотних активів підприємства, зокрема, товарних залишків та дебіторської заборгованості. У складі необоротних активів, станом на 31.12.2006 р., понад 96% (32 792,4 тис. грн.) склали основні засоби, які представлені переважно торговельним обладнанням. У структурі пасивів, на кінець 2006 року, понад 76% (91 870,2 тис. грн.) становили поточні зобов'язання, які були представлені переважно короткостроковими кредитами банків та кредиторською заборгованістю за товари, роботи і послуги. Власний капітал Емітента зріс з 115,3 тис. грн. у 2004 році до 3 102,3 тис. грн. у 2006 році. Це відбулось у зв'язку зі збільшенням обсягу статутного капіталу протягом 2006 року з 150,0 тис. грн. до 1 000,0 тис. грн. та величини нерозподіленого прибутку з 191,3 тис. грн. до 2 102,3 тис. грн.

4.2. Аналіз динаміки основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства

Аналіз показників ліквідності

Протягом 2004 – 2006 рр. значення основних показників ліквідності аналізованого підприємства мали позитивну динаміку – у результаті зростання оборотних активів ПП «Рearді» в цьому періоді (Таблиця 4.3). Коефіцієнт абсолютної ліквідності збільшився з початку звітнього року з 0,06 до 0,32 рази у зв'язку зі збільшенням у складі активів грошових коштів та поточних фінансових інвестицій. Чистий оборотний капітал компанії «Рearді» протягом всього зазначеного періоду був від'ємним та склав станом на 31.12.2006 р. (-)6 167,0 тис. грн.

Таблиця 4.3. Динаміка основних фінансових показників ПП «Реарді»

Показники	2004	2005	2006
			<i>Показники ліквідності</i>
Коефіцієнт загальної ліквідності, разів	0,51	0,62	0,93
Коефіцієнт швидкої ліквідності, разів	0,22	0,37	0,70
Коефіцієнт абсолютної ліквідності, разів	0,06	0,05	0,32
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	-3 640,80	-12 377,30	-6 167,80
			<i>Показники фінансової стійкості та стабільності</i>
Коефіцієнт фінансової незалежності, разів	0,02	0,01	0,03
Відношення власного капіталу до необоротних активів, разів	0,03	0,03	0,09
Відношення власного капіталу до сумарних зобов'язань, разів	0,02	0,01	0,03
Чистий робочий капітал, тис. грн.	-3 639,60	-12 350,04	-30 935,70
			<i>Показники рентабельності, %</i>
Рентабельність діяльності	-	0,34	0,89
Рентабельність продукції	-	20,75	23,90
Рентабельність продажів	-	0,28	0,72
Рентабельність власного капіталу	-	66,22	61,60
Рентабельність активів	-	0,68	1,60
Рентабельність оборотних активів	-	1,10	2,23
			<i>Показники ділової активності, днів</i>
Період оборотності активів	-	92,84	105,60
Період оборотності дебіторської заборгованості за товари	-	1,18	4,43
Період оборотності кредиторської заборгованості за товари	-	45,41	50,03
Період оборотності запасів	-	23,89	20,72
Період оборотності товарних запасів	-	20,24	18,67
Тривалість фінансового циклу	-	-20,34	-24,87

Аналіз показників структури капіталу

Значення показників фінансової стійкості та стабільності ПП «Реарді» у 2004 – 2006 рр. перебували на невисокому рівні, у 2006 році відбулось значне збільшення заборгованості аналізованого підприємства за банківськими кредитами та іншими зобов'язаннями. Загалом, сукупні зобов'язання компанії склали на кінець 2006 року понад 97% всіх пасивів та більше ніж на 33% були представлені заборгованістю за банківськими кредитами. Підприємство фінансує довгострокові активи за рахунок залучених коштів, про що свідчить від'ємне значення чистого робочого капіталу, яке дорівнювало на кінець звітного року (-)30 935,7 тис. грн.

Аналіз фінансових результатів та рентабельності

Протягом 2004 – 2006 рр. чистий дохід аналізованого підприємства від реалізації зростав з 5 516,2 тис. грн. до 264 644,2 тис. грн. При цьому, відбулося покращення показників рентабельності, але вони залишаються на низькому рівні. Так, у 2006 році рентабельність діяльності склала 0,89%, рентабельність продажів 0,72%,

рентабельність активів 1,6%. Складова собівартості у чистому доході від реалізації зменшилася за аналізований період на 2,1 в. п. – до 80,7%. За 2005 рік та 2006 рік підприємство отримало прибуток у сумі 226,0 тис. грн. та 1 911,0 тис. грн. відповідно. Слід зазначити, що протягом 2005 – 2006 рр. відбулось зростання витрат на збут. У їх складі, за результатами 2006 року, переважали витрати за оренду приміщень (понад 55% всіх витрат на збут).

Аналіз показників ділової активності

У 2006 році через значне зростання величини валюти балансу порівняно з темпами росту чистого доходу від реалізації збільшився період оборотності активів підприємства. Досить низьким, за результатами 2006 року, залишався період оборотності дебіторської заборгованості, хоча він і зріс протягом звітного року з 1 до 5 днів. У звітному році, порівняно з 2005 роком, відбулось скорочення оборотності запасів Емітента за рахунок зростання доходу підприємства. Тривалість фінансового циклу ПП «Рearді» є від'ємною внаслідок уповільнення оборотності кредиторської заборгованості і на кінець 2006 року складає (-)25 дні.

Протягом 2004-2006 рр. показники ліквідності Емітента мали позитивну динаміку, проте значення чистого оборотного капіталу в цей період було від'ємним і станом на 31.12.2006 року склало (-)6 167,8 тис. грн. Коефіцієнт фінансової незалежності перебуває на низькому рівні і на останню звітну дату він склав 0,03. Показники рентабельності характеризувались зростанням у 2006 році порівняно з попереднім. Діяльність Емітента у 2005 – 2006 рр. була прибутковою, а величина чистого прибутку мала стабільну динаміку до зростання. У результаті значного зростання у 2006 році величини валюти балансу, порівняно з темпами росту чистого доходу від реалізації, відбулось збільшення періоду оборотності активів підприємства.

4.3. Аналіз руху грошових коштів

За рахунок значного покращення фінансових результатів діяльності ПП «Рearді» у 2005 - 2006 рр. суттєво збільшився операційний грошовий потік до змін у чистих оборотних активах (Таблиця 4.4). Цей показник був додатним протягом аналізованого періоду і склав у 2006 році 5 283,4 тис. грн. У 2006 році внаслідок значного збільшення поточних зобов'язань чистий грошовий потік від операційної діяльності зріс у 8,5 рази порівняно з попереднім роком і становив 36 078,0 тис. грн.

Таблиця 4.4. Грошові потоки ПП «Реарді» за 2004 – 2006 рр., тис. грн.

Показник	2004	2005	2006
		<i>Операційна діяльність</i>	
Чистий дохід від реалізації продукції	5 516,2	80 342,8	264 644,2
Собівартість реалізованої продукції	-4 624,6	-66 537,0	-213 592,4
Грошовий потік від реалізації продукції	891,6	13 805,8	51 051,8
Інші операційні доходи	0,0	3,1	5 425,9
Інші операційні витрати	0,0	-19,3	-4 791,4
Адміністративні витрати	-134,3	-1 101,1	-9 393,3
Витрати на збут	-566,3	-10 871,3	-34 040,6
Відсотки за кредитами	-214,9	-657,5	-5 389,1
Податок на прибуток	-0,9	-214,5	-804,3
Амортизація	67,4	870,1	3 224,4
Збиток (прибуток) від нереалізованих курсових різниць	0,0	0,0	0,0
Грошові потоки від операційної діяльності до змін в оборотних активах	42,6	1 815,3	5 283,4
Зменшення/збільшення оборотних активів	-3 308,7	-11 699,0	-27 440,2
Зменшення/збільшення поточних зобов'язань	4 399,1	14 911,3	57 825,9
Видатки майбутніх періодів	1,2	-753,5	408,9
Грошові потоки від операційної діяльності	1 134,2	4 274,1	36 078,0
		<i>Інвестиційна діяльність</i>	
Реалізація необоротних активів	0,0	0,0	818,9
Інші надходження	0,0	92,0	22 022,2
Придбання необоротних активів	-3 822,3	-9 756,5	-25 007,5
Придбання фінансових інвестицій	0,0	0,0	-27 210,0
Інші платежі	0,0	-3 889,9	-33 869,9
Грошові потоки від інвестиційної діяльності	-3 822,3	-13 554,4	-63 246,3
		<i>Фінансова діяльність</i>	
Надходження власного капіталу	150,0	0,0	850,0
Надходження кредитних ресурсів	2 963,3	21 827,3	71 525,3
Погашення тіла кредитних ресурсів	0,0	-11 224,0	-45 503,5
Грошові потоки від фінансової діяльності	3 113,3	10 603,3	26 871,8
Чистий грошовий потік	425,2	1 323,0	-296,5
залишок на початок року	0,0	425,2	1 748,2
залишок на кінець року	425,2	1 748,2	1 451,7

Сукупні інвестиції в основний капітал ПП «Реарді» протягом 2004-2006 рр. склали 38 586,3 тис. грн. Збільшення обсягу інших надходжень відбулось внаслідок повернення фінансової допомоги, переважно від групи компаній «Сальве». У статті «Придбання фінансових інвестицій» відображені придбані векселі та внесення коштів до статутного фонду ТОВ «Югстроймаркет». Стаття «Інші платежі» значно збільшилась у 2006 році внаслідок видачі фінансової допомоги пов'язаним компаніям. В результаті, грошовий потік від інвестиційної діяльності у 2006 році склав (-)63 246,3 тис. грн.

Протягом 2004 – 2006 рр. грошовий потік від фінансової діяльності аналізованого підприємства був додатнім та мав позитивну динаміку росту (інвестиційні видатки фінансувалися за рахунок надходжень від фінансової діяльності). Його було сформовано переважно коштами у вигляді банківських кредитів. Загалом, за 2004 – 2006 рр. компанією було одержано кредити на 96 315,9 тис. грн., а погашено – 56 727,5 тис. грн. Також у 2006 році інвестиційна діяльність компанії фінансувалась за рахунок надходжень власного капіталу у розмірі 850,0 тис. грн.

За підсумками 2004 – 2006 рр. показник прибутку до виплат податків, відсотків та здійснення амортизаційних відрахувань (ЕВІТДА) перебував на допустимому рівні та мав позитивну динаміку росту. Він збільшився за цей період з 258,3 тис. грн. до 11 476,8 тис. грн. (Таблиця 4.5).

Таблиця 4.5. Таблиця показників покриття боргових зобов'язань ПП «Реарді» за 2004 – 2006 рр.

Показник	2004	2005	2006
Чистий прибуток, тис. грн.	-34,7	226,0	1 911,0
Податок на прибуток, тис. грн.	10,8	303,0	1 220,4
Амортизація, тис. грн.	67,3	870,1	3 224,4
Фінансові витрати, тис. грн.	214,9	1 288,2	5 121,0
ЕВІТДА, тис. грн.	258,3	2 687,3	11 476,8
Виплата за основною сумою боргу, тис. грн.	0,0	11 224,0	45 503,5
Всього виплати за борговими зобов'язаннями, тис. грн.	214,9	12 512,2	50 624,5
ЕВІТДА/ відсотки	1,20	2,09	2,24
ЕВІТДА/ всього виплати за борговими зобов'язаннями	1,20	0,21	0,23

Як видно з наведеної у таблиці інформації, відношення ЕВІТДА до витрат на виплату відсотків за фінансовими зобов'язаннями має динаміку до збільшення. Показник покриття сукупних витрат на обслуговування боргових зобов'язань за рахунок надходжень до виплат податків, відсотків та амортизацій в результаті суттєвого зростань виплат за основною сумою боргу, перебуває на відносно низькому рівні (0,23 рази у 2006 р.).

Чистий рух коштів від операційної діяльності ПП «Реарді» протягом аналізованого періоду мав тенденцію до зростання. Так, у 2006 році його обсяг зріс у 8,5 рази порівняно з попереднім роком і склав 36 078,0 тис. грн. У 2004 – 2006 рр. підприємством було здійснено інвестиції в основний капітал на суму 38 586,3 тис. грн., вони фінансувалися переважно за рахунок надходжень від операційної, а також фінансової діяльності у вигляді банківських кредитів. Сукупний рух коштів від фінансової діяльності в цьому періоді склав 40 588,4 тис. грн. Показник ЕВІТДА у 2005 – 2006 рр. збільшувався, проте його відношення до виплат за фінансовими зобов'язаннями перебуває на досить низькому рівні.

5. Аналіз боргових зобов'язань ПП «Реарді»

5.1. Інформація про банківські позики

Інформацію про банківські позики ПП «Реарді» наведено в таблиці (Таблиця 5.1).

Таблиця 5.1. Наявні банківські позики ПП «Реарді» станом на 31.12.2006 та 31.03.2007 рр.

№ договору	Вид кредиту	31.12.2006 р.		31.03.2007 р.		Дата отримання	Дата погашення	% ставка
		Ліміт, тис. грн.	Заборгованість, тис. грн.	Ліміт, тис. грн.	Заборгованість, тис. грн.			
ГРН-558 Л	Кредитна лінія	2 172,00	2 172,00	-	-	30.01.06	Закритий	16,50
ОД-357	Овердрафт	9 680,00	9 680,00	12 680,00	12 501,72	18.07.06	20.05.07	18,00
ГРН-638 Л	Кредитна лінія	1 570,00	1 570,00	1 570,00	1 570,00	10.03.05	30.06.08	17,00
ГРН-663 Л	Кредитна лінія	1 750,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	08.08.05	08.08.08	17,00
ГРН-673 Л	Кредитна лінія	1 800,00	1 800,00	1 800,00	1 800,00	26.12.05	30.09.08	17,00
ГРН-678 Л	Кредитна лінія	1 800,00	1 800,00	1 800,00	1 800,00	26.12.05	27.10.08	17,00
ГРН-688 Л	Кредитна лінія	1 500,00	1 500,00	1 320,00	1 320,00	18.01.06	16.01.09	17,00
ГРН-689 Л	Кредитна лінія	9 470,00	9 470,00	9 470,00	9 470,00	31.01.06	30.01.09	16,50
ГРН-690 Л	Кредитна лінія	3 900,00	3 900,00	3 900,00	3 900,00	09.02.06	06.02.09	17,00
USD-714 Л	Кредитна лінія	4 576,40	4 576,40	4 576,40	4 576,40	15.05.06	11.05.09	14,00
USD-762 Л	Кредитна лінія	0,00	0,00	3 744,40	3 744,40	15.01.07	25.02.11	14,00
USD-773 Л	Кредитна лінія	0,00	0,00	5 020,00	5 020,00	23.03.07	28.02.12	12,50
Всього зобов'язань:		38 218,40	38 218,40	47 630,80	47 452,52	-	-	-

Як видно з наведених в таблиці даних, станом на 31.03.2007 р. Емітент користується кредитами загальним лімітом 47,6 млн. грн., який був використаний на 99,6% (обсяг заборгованості становить 47,5 млн. грн.). Заборгованість за банківськими позиками Емітента становить близько 31,9% валюти балансу станом на 31.12.2006 р. Протягом 1 кварталу 2007 року обсяг заборгованості за кредитами зріс на 9 234,1 тис. грн. внаслідок відкриття двох кредитних ліній та збільшення ліміту за овердрафтом. У структурі кредитного портфеля компанії переважають кредитні лінії і є один овердрафт – вони залучаються переважно для поповнення оборотних коштів.

Найбільші виплати за наявними кредитами компанії припадають на 2008 рік, коли буде здійснено погашення значної суми за найбільшою кредитною лінією – договір 689 Л (Таблиця 5.2).

Таблиця 5.2. Графік погашення кредитів ПП «Реарді»

№ КД	USD-714 Л	USD-773 Л	USD-762 Л	ГРН-558 Л	ГРН-638 Л	ГРН-663Л	ГРН-673Л	ГРН-678Л	ГРН-688Л	ГРН-689Л	ГРН-690Л	Всього
НА 01.01.07.	4 576,40	0,00	0,00	2 172,00	1 570,00	1 750,00	1 800,00	1 800,00	1 500,00	9 470,00	3 900,00	28 538,40
2007 Залучення	0,00	5 020,00	3 744,40	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8 764,40
Погашення	0,00	0,00	180,00	2 172,00	0,00	0,00	0,00	0,00	720,00	3 000,00	0,00	6 072,00
2008 Залучення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Погашення	750,00	1 200,00	1 080,00	0,00	1 570,00	1 750,00	1 800,00	1 800,00	720,00	4 100,00	1 900,00	16 670,00
2009 Залучення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Погашення	3 826,40	1 200,00	1 080,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	60,00	2 370,00	2 000,00	10 536,40
2010 Залучення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Погашення	0,00	1 200,00	1 080,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 280,00
2011 Залучення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Погашення	0,00	1 200,00	324,40	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 524,40
2012 Залучення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Погашення	0,00	220,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	220,00

Як видно з наведеної в таблиці інформації, ПП «Реарді» планує залучити у 2007 році 8 764,40 тис. грн. кредитних коштів у зв'язку з запланованим відкриттям у кінці 2007 року супермаркету у Нікополі.

Позабалансових зобов'язань станом на 31.03.2007 р. компанія не має.

Станом на 31.03.2007 р. Емітент користується кредитами загальним лімітом 47,6 млн. грн., який був використаний на 99,6% (обсяг заборгованості становить 47,5 млн. грн.). У структурі кредитного портфеля компанії переважають кредитні лінії і є один овердрафт - вони залучаються переважно для поповнення оборотних коштів.

5.2. Інформація про випуск облігацій

Метою емісії облігацій ПП «Реарді» є фінансування відкриття нових супермаркетів та розвитку торговельної мережі у розмірі 25 000 тис. грн., придбання технологічного обладнання у розмірі 3 000 тис. грн., поповнення обігових коштів у розмірі 2 000 тис. грн.

Основні параметри запланованої емісії наведено в таблиці (Таблиця 5.3).

Таблиця 5.3. Параметри запланованої емісії облігацій

Вид облігацій:	іменні відсоткові звичайні (не забезпечені) облігації
Форма існування:	бездокументарна
Серія:	А, В
Обсяг випуску за номіналом:	30 000 000 грн.
Номінальна вартість:	1 000 грн.
Кількість облігацій:	30 000 од. , у т. ч. серія А – 15 000 000 грн. та серія В – 15 000 000 грн.
Дата початку відкритого розміщення:	Серія А - 25 червня 2007 р. Серія В - 02 липня 2007 р.
Дата закінчення відкритого розміщення:	Серія А – 25 червня 2008 р. або розміщення достроково припиняється у разі розміщення останньої облігації серії А, якщо таке розміщення відбулося до 25 червня 2008 р. Серія В - 02 липня 2008 р. або розміщення достроково припиняється у разі розміщення останньої облігації серії В, якщо таке розміщення відбулося до 02 липня 2008 р.
Термін обігу:	Облігацій серії А - після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 21 червня 2010 року включно. Облігацій серії В - після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 28 липня 2010 року включно.
Кількість відсоткових періодів, відсотковий період:	12 відсоткових періодів, відсотковий період складає 91 календарний день
Процентна ставка:	по першому, другому, третьому та четвертому відсоткових періодах облігацій серії А та серії В встановлюється в розмірі 16,5% річних. Процентна ставка по п'ятому – восьмому, дев'ятому-дванадцятому відсоткових періодах, встановлюється Емітентом виходячи з ринкової кон'юнктури, але не менше за облікову ставку Національного банку України станом на дату прийняття рішення власником.
Дата погашення облігацій:	Серія А – 21 червня 2010 року Серія В – 28 червня 2010 року
Андеррайтер:	Акціонерний Банк «Південний», м. Одеса

За облігаціями серії А та серії В передбачені 12 відсоткових періодів, по завершенні яких буде здійснюватись виплата відсоткового доходу. Виплата відсоткового доходу буде здійснюватись відповідно до графіка, наведеного в таблицях (Таблиця 5.4 та Таблиця 5.5).

Таблиця 5.4. Дати виплати відсоткового доходу серії А

Відсотковий період	Початок періоду	Кінець періоду	Дата виплати відсоткового доходу	Тривалість, днів
1	25.06.2007	23.09.2007	24.09.2007	91
2	24.09.2007	23.12.2007	24.12.2007	91
3	24.12.2007	23.03.2008	24.03.2008	91
4	24.03.2008	22.06.2008	23.06.2008	91
5	23.06.2008	21.09.2008	22.09.2008	91
6	22.09.2008	21.12.2008	22.12.2008	91
7	22.12.2008	22.03.2009	23.03.2009	91
8	23.03.2009	21.06.2009	22.06.2009	91
9	22.06.2009	20.09.2009	21.09.2009	91
10	21.09.2009	20.12.2009	21.12.2009	91
11	21.12.2009	21.03.2010	22.03.2010	91
12	22.03.2010	20.06.2010	21.06.2010	91

Таблиця 5.5. Дати виплати відсоткового доходу серії В

Відсотковий період	Початок періоду	Кінець періоду	Дата виплати відсоткового доходу	Тривалість, днів
1	02.07.2007	30.09.2007	01.10.2007	91
2	01.10.2007	30.12.2007	31.12.2007	91
3	31.12.2007	30.03.2008	31.03.2008	91
4	31.03.2008	29.06.2008	30.06.2008	91
5	30.06.2008	28.09.2008	29.09.2008	91
6	29.09.2008	28.12.2008	29.12.2008	91
7	29.12.2008	29.03.2009	30.03.2009	91
8	30.03.2009	28.06.2009	29.06.2009	91
9	29.06.2009	27.09.2009	28.09.2009	91
10	28.09.2009	27.12.2009	28.12.2009	91
11	28.12.2009	28.03.2010	29.03.2010	91
12	29.03.2010	27.06.2010	28.06.2010	91

Виплата доходу за дванадцятим відсотковим періодом здійснюється одночасно з погашенням випуску. Виплата відсоткового доходу здійснюється в національній валюті.

Емітент зобов'язується опублікувати нову процентну ставку або підтвердити незмінність попередньої ставки в офіційному виданні, в якому був опублікований Проспект емісії облігацій Емітента, по відповідним відсотковим періодам у наступні строки (Таблиця 5.6 та Таблиця 5.7).

Таблиця 5.6. Строки опублікування нових процентних ставок за облігаціями серії А

Відсотковий період	Строк до якого Емітент зобов'язується оголосити нову процентну ставку
П'ятий - восьмий	01.06.2008
Дев'ятий - дванадцятий	31.05.2009

Таблиця 5.7. Строки опублікування нових процентних ставок за облігаціями серії В

Відсотковий період	Строк до якого Емітент зобов'язується оголосити нову процентну ставку
П'ятий - восьмий	07.06.2008
Дев'ятий - дванадцятий	06.06.2009

Власник облігацій має право надати облігації Емітенту для їх викупу (Таблиця 5.8 та Таблиця 5.9).

Таблиця 5.8. Дати надання повідомлення про достроковий викуп облігацій серії А

Дата викупу	Дата початку прийому Повідомлення	Кінцева дата прийому повідомлення
23.06.2008	07.06.2008	14.06.2008
22.06.2009	06.05.2009	13.06.2009

Таблиця 5.9. Дати надання повідомлення про достроковий викуп облігацій серії В

Дата викупу	Дата початку прийому Повідомлення	Кінцева дата прийому повідомлення
30.06.2008	14.06.2008	21.06.2008
29.06.2009	13.06.2009	20.06.2009

Емітент може здійснити викуп облігацій у разі звернення власників облігацій до Емітента або до торговця Акціонерний Банк «Південний» за рішенням Дирекції емітента за договірною ціною в будь-яку іншу дату протягом строку обігу облігацій.

Ціна викупу дорівнює номінальній вартості облігацій, 1 000 грн.

Джерелами погашення та виплати відсоткового доходу є кошти, отримані від реалізації продукції підприємства, що залишаються після розрахунків з бюджетом і сплати інших обов'язкових платежів.

Можливість дострокового погашення випуску облігацій емітентом не передбачена.

Метою емісії облігацій ПП «Реарді» є фінансування відкриття нових супермаркетів та розвитку торгівельної мережі у розмірі 25 000 тис. грн., придбання технологічного обладнання у розмірі 3 000 тис. грн., поповнення обігових коштів у розмірі 2 000 тис. грн. Обсяг запланованого розміщення облігацій становить 30 000 тис. грн., що складає 25,1% активів компанії станом на 31.12.2006 р. та у 10 разів перевищує обсяг власного капіталу станом на 31.03.2007 р. Термін обігу облігацій серії А – після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 21 червня 2010 року включно. Термін обігу облігацій серії В – після реєстрації звіту про результати розміщення облігацій та отримання свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 28 липня 2010 року включно. По першому, другому, третьому та четвертому відсоткових періодах облігацій серії А та серії В встановлюється відсотковий дохід у розмірі 16,5% річних. Можливість дострокового погашення випуску облігацій емітентом не передбачена.

6. Стратегія розвитку підприємства на 2007-2009 рр. та планові показники діяльності

З моменту створення стратегія мережі була орієнтована на створення міцної регіональної (обласної) мережі, яка займає провідні позиції у всіх містах області. У рамках цієї стратегії були відкриті супермаркети у Дніпропетровську, Новомосковську, Кривому Розі та Дніпродзержинську.

На сьогоднішній день стратегічна задача розвитку мережі в рамках Дніпропетровського регіону в значній мірі виконана, й компанія значною мірою концентрується на зміцненні своїх позицій – випередження конкурентів за динамікою розвитку та підвищення лояльності покупців.

Разом з цим, у 2006 році власники компанії прийняли нову стратегію розвитку. Стратегічною ціллю компанії є створення мережі міжрегіонального масштабу, яка б займала лідируючі позиції у Центральному та Південному регіонах України, які включають у себе Дніпропетровську, Запорізьку, Херсонську, Кіровоградську області, а також АР Крим. Крім того компанія має за мету увійти до трійки лідерів за обсягами продажів серед усіх мереж супермаркетів, як місцевих, так і національних у кожному з цих регіонів.

У 2007 році компанія планує:

1. збільшити загальну кількість супермаркетів «Велика ложка» до 25, у тому числі:
 - в Дніпропетровську – до 9;
 - в Запоріжжі – до 5;
 - в Кривому розі – до 4;
2. увійти до нових регіонів, а саме: Херсонської, Кіровоградської областей, та АР Крим, відкривши по одному супермаркету в м. Херсон, Сімферополь, Кіровоград та Олександрія;
3. збільшити загальну площу супермаркетів «Велика ложка» до 35 тис. кв. м.;
4. збільшити обсяг реалізації продукції та послуг за рік до 500 млн. грн., що на 58% більше показників 2006 року;
5. збільшити чистий прибуток за рік до 5 млн. грн., що на 60% більше показників 2006 року.

У 2008 році компанія планує:

1. відкрити не менш, як 13 нових супермаркетів, збільшивши загальну кількість супермаркетів «Велика ложка» до 38, у тому числі:

- в Дніпропетровську – до 12;
 - в Кривому розі – до 8;
 - у Сімферополі, Дніпродзержинську та Ново московську – до 2;
 - нові супермаркети в Алушті, Севастополі, Нікополі.
2. збільшити загальну площу супермаркетів «Велика ложка» в 2008 році до 55 тис. кв. м.;
 3. збільшити обсяг реалізації продукції та послуг в 2008 році до 800 млн. грн.;
 4. збільшити чистий прибуток в 2008 році до 10 млн. грн.

Більшість нових супермаркетів, що планується відкривати у 2007-2008 роках планується відкривати у складі торгових центрів середнього формату, площею від 4 до 8 тис. кв. м. Будівництво таких торговельних центрів є одним з пріоритетних напрямків розвитку компанії. Так, серед 25 нових супермаркетів, що планується відкрити протягом 2007-2008 років, 13 – у складі торговельних центрів. Перший з них буде відкрито у м. Запоріжжя вже наприкінці червня цього року.

Інформація про заплановану динаміку розвитку мережі магазинів «Велика ложка» на 2007 рік та ефективність використання торгових площ наведено нижче (Таблиця 6.1).

Таблиця 6.1. Інформація про планову динаміку розширення мережі «Велика ложка» та ефективність використання торгових площ у 2006-2007 рр.

Місяць	План/ факт	Кількість магазинів		Загальна площа, м2		Торгова площа, м2		Ефективність використання торгової площі, тис. грн/м2	
		2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Січень	Факт	14	6	22 454	8 147	10 693	4 188	2,99	4,01
Лютий	Факт	13	7	21 000	10 158	10 000	5 116	3,03	3,60
Березень	Факт	13	8	21 000	11 331	10 000	5 708	3,27	3,52
Квітень	Факт	13	8	21 000	11 331	10 000	5 708	3,36	3,81
Травень	План	13	9	21 000	12 558	10 000	6 194	3,33	3,51
Червень	План	14	10	25 200	16 444	11 000	7 435	3,28	3,30
Липень	План	14	11	25 200	17 645	11 000	8 007	3,45	3,19
Серпень	План	16	11	28 500	17 645	12 500	8 007	3,35	3,44
Вересень	План	16	11	28 500	17 645	12 500	8 007	3,59	3,49
Жовтень	План	19	11	37 000	17 645	14 500	8 007	3,41	3,67
Листопад	План	20	11	38 500	17 645	15 200	8 007	3,41	3,66
Грудень	План	25	14	54 500	22 454	20 500	10 693	3,26	3,90

Як видно з наведеної інформації, до кінця 2007 року планується збільшити кількість магазинів мережі до 25, з них 17 власних та 8 орендованих. Середня загальна площа одного супермаркету у 2007 році порівняно з 2006 збільшиться на 35,92% і становитиме 2 180 тис. грн., а торгова зросте на 7,36% і складатиме 820 м2. Ефективність використання торгової площі у 2007 році очікується нижче ніж у попередньому у зв'язку з тим, що темпи приросту торгових площ будуть вищими, ніж темпи приросту обсягів продажу.

Мережа «Велика ложка» планує досягти товарообороту 500 млн. грн. у 2007 році, у 2008 – більше 800 млн. грн. (Таблиця 6.2). Обсяг чистого прибутку у 2007 році планується збільшити у 2,6 рази з 2006 роком, у 2008 році завдяки значному розширенню мережі супермаркетів темп приросту чистого прибутку складе 99,42% порівняно з 2007 роком, а у 2009 році - 60,74%.

Таблиця 6.2. Прогнозні дані доходів та видатків ПП «Реарді»

Стаття	2006	2007	2008	2009
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	317 332,60	500 000,00	800 000,00	1 000 000,00
Податок на додану вартість	-52 562,70	-82 700,00	-132 320,00	-165 400,00
Інші вирахування з доходу	-125,70	-150	-200	-220
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	264 644,20	417 150,00	667 480,00	834 380,00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-213 592,40	-337 891,50	-540 658,80	-671 675,90
Валовий прибуток	51 051,80	79 258,50	126 821,20	162 704,10
Інші операційні доходи	-9 393,30	8 549,23	13 678,77	17 098,46
Адміністративні витрати	-34 040,60	-14 800,40	-23 680,64	-29 600,80
Витрати на збут	5 425,90	-51 259,15	-82 014,64	-102 518,30
Інші операційні витрати	-4 791,40	-7 549,49	-12 079,19	-15 098,98
Прибуток від операційної діяльності	8 252,40	14 198,69	22 725,50	32 584,47
Інші доходи	-5 121,00	10 000,00	13 000,00	15 000,00
Фінансові витрати	8 720,70	-7 475,00	-9 317,00	-11 032,00
Інші витрати	-8 720,70	-10 000,00	-13 000,00	-15 000,00
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування:	3 131,40	6 723,69	13 408,50	21 552,47
Податок на прибуток від звичайної діяльності	-1 220,40	1 680,92	3 352,12	5 388,12
Чистий прибуток	1 911,00	5 042,76	10 056,37	16 164,35

У рамках обраної стратегії розвитку мережі, пікове зростання кількості нових об'єктів припадає на 2007-2010 роки. За прогнозами Емітента, ці декілька років український ринок буде характеризуватись високими темпами росту доходів населення та низьким рівнем конкуренції. При цьому стрімке розширення існуючих мереж, поява на ринку нових проектів, а також вихід на ринок великих міжнародних гравців не призведуть до надмірного насичення ринку у вказаний проміжок часу.

На основі даних про заплановане відкриття нових супермаркетів мережі «Велика ложка» були згенеровані прогнозні грошові потоки (Таблиця 6.3).

Таблиця 6.3. Прогнозні грошові потоки ПП «Рearді» на 2007- 2009 рр.

Показник	2006	2007	2008	2009
			<i>Операційна діяльність</i>	
Чистий дохід від реалізації продукції	264 644,2	417 150,0	667 480,0	834 380,0
Собівартість реалізованої продукції	-213 592,4	-337 891,5	-540 658,8	-671 675,9
Грошовий потік від реалізації продукції	51 051,8	79 258,5	126 821,2	162 704,1
Інші операційні доходи	5 425,9	8 549,2	13 678,8	17 098,5
Інші операційні витрати	-4 791,4	-7 549,5	-12 079,2	-15 099,0
Адміністративні витрати	-9 393,3	-14 800,4	-23 680,6	-29 600,8
Витрати на збут	-34 040,6	-51 259,2	-82 014,6	-102 518,3
Відсотки за кредитами	-5 389,1	-7 475,0	-9 317,0	-11 032,0
Податок на прибуток	-804,3	-1 680,9	-3 352,1	-5 388,1
Амортизація	3 224,4	4 104,4	9 185,7	13 764,5
Збиток (прибуток) від нереалізованих курсових різниць	0,0	0,0	0,0	0,0
Грошові потоки від операційної діяльності до змін в оборотних активах	5 283,4	9 147,1	19 242,0	29 928,8
Зменшення/збільшення оборотних активів	-27 440,2	-8 582,3	-21 964,4	-15 457,8
Зменшення/збільшення поточних зобов'язань	57 825,9	11 366,4	13 639,7	4 283,9
Видатки майбутніх періодів	408,9	-154,2	0,0	0,0
Грошові потоки від операційної діяльності	36 078,0	11 777,0	10 917,3	18 754,9
			<i>Інвестиційна діяльність</i>	
Реалізація необоротних активів	818,9	0,0	0,0	0,0
Інші надходження	22 022,2	0,0	0,0	0,0
Придбання необоротних активів	-25 007,5	-48 080,8	-42 745,9	-12 008,6
Придбання фінансових інвестицій	-27 210,0	0,0	0,0	0,0
Інші платежі	-33 869,9	0,0	0,0	0,0
Грошові потоки від інвестиційної діяльності	-63 246,3	-48 080,8	-42 745,9	-12 008,6
			<i>Фінансова діяльність</i>	
Надходження власного капіталу	850,0	2 000,0	2 000,0	2 000,0
Надходження кредитних ресурсів	71 525,3	36 343,9	31 828,6	0,0
Погашення тіла кредитних ресурсів	-45 503,5	0,0	0,0	-7 746,2
Грошові потоки від фінансової діяльності	26 871,8	38 343,9	33 828,6	-5 746,2
Чисті грошові потоки	-296,5	2 040,1	1 999,9	1 000,0
залишок на початок року	1 748,2	1 451,7	3 491,8	5 491,8
залишок на кінець року	1 451,7	3 491,8	5 491,8	6 491,8

У результаті реалізації стратегії розширення мережі магазинів «Велика ложка» очікується значне збільшення виручки від реалізації продукції, зокрема у 2007 році темп приросту складе 55,3%. Рентабельність продукції підприємства у 2006 році склала 23,90%, а на 2007-2009 роки запланована на рівні 23-24%. В результаті очікується додатній грошовий потік від операційної діяльності до змін в оборотних активах, загальний обсяг якого протягом 2007-2009 рр. становитиме 58 318,00 тис. грн. Найбільший приріст цього показника очікується в 2009 році, коли всі магазини вийдуть на повну потужність. Грошовий потік від операційної діяльності з урахуванням змін в оборотних активах та поточних зобов'язаннях протягом 2007-2009 рр. становитиме 41 449,20 тис. грн.

Найбільш активна інвестиційна діяльність очікується у 2007 році, загалом протягом 2007-2009 рр. капітальні витрати компанії складуть 102 835,31 тис. грн.

Для покриття інвестиційних витрат компанією планується залучити протягом 2007-2009 рр. кредитів на суму 68 172,49 тис. грн., а також збільшити власний капітал на 6 000 тис. грн. в цьому періоді. Сукупний грошовий потік від фінансової діяльності за 2007-2009 роки складе 66 426,3 тис. грн.

Загалом, найбільший приріст обсягу активів ПП «Реарді» запланований у 2007 році – на 47,9% порівняно з попереднім роком – до 177 070,0 тис. грн. (Таблиця 6.4 та Таблиця 6.5). Зростання валюти балансу буде переважно здійснено за рахунок значного приросту основних засобів – так у 2007 році прогнозується темп приросту 124,07% порівняно з 2006 роком.

Таблиця 6.4. Прогнозні дані активу Балансу ПП «Реарді» на 2007-2009 рр.

АКТИВ	2006	2007 (прогноз)	2008 (прогноз)	2009 (прогноз)
I. Необоротні активи	34 038,0	78 014,5	111 574,7	109 818,8
Нематеріальні активи:	6,3	1,0	0,0	0,0
Незавершене будівництво	856,8	771,1	694,0	624,6
Основні засоби:	32 792,4	73 477,4	110 115,7	108 429,2
Довгострокові фінансові інвестиції: інші фінансові інвестиції	382,5	765,0	765,0	765,0
Довгострокова дебіторська заборгованість	0,0	3 000,0	0,0	0,0
II. Оборотні активи	85 702,4	98 555,6	122 520,0	138 977,8
Виробничі запаси	1 795,0	2 828,3	4 525,2	5 656,5
Запаси готової продукції	0,7	1,1	1,8	2,2
Запаси товарів	19 821,6	31 231,6	49 970,5	62 463,2
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	5 912,0	1 500,0	1 500,0	1 500,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: з бюджетом	48,5	48,5	48,5	48,5
за виданими авансами	195,3	195,3	195,3	195,3
Інша поточна дебіторська заборгованість	21 474,2	23 284,0	23 284,0	23 284,0
Поточні фінансові інвестиції	26 827,5	26 827,5	26 827,5	26 827,5
Грошові кошти та їх еквіваленти: в національній валюті	2 959,9	5 000,0	7 000,0	8 000,0
Інші оборотні активи	6 667,7	7 639,3	9 167,2	11 000,6
III. Витрати майбутніх періодів	21,7	500,0	500,0	500,0
Баланс	119 762,1	177 070,0	234 594,7	249 296,7

Фінансування приросту активу балансу планується як за рахунок збільшення обсягу довгострокових кредитів, так і за рахунок власних коштів (нерозподіленого прибутку). Загальний обсяг кредитів у структурі балансу планується скоротити з 31,9% у 2006 році до 28,1% у 2009 році.

Таблиця 6.5. Прогнозні дані пасиву Балансу ПП «Рearді» на 2007-2009 рр.

ПАСИВ	2006	2007	2008	2009
I. Власний капітал	3 102,3	11 996,2	24 052,5	42 216,9
Статутний капітал	1 000,0	3 000,0	5 000,0	7 000,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	2 102,3	8 996,2	19 052,5	35 216,9
III. Довгострокові зобов'язання	24 789,6	65 420,7	90 420,7	90 420,7
Довгострокові кредити банків	22 225,5	35 000,0	60 000,0	60 000,0
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	2 163,1	30 000,0	30 000,0	30 000,0
Відстрочені податкові зобов'язання	401,0	420,7	420,7	420,7
IV. Поточні зобов'язання	91 870,2	99 653,2	120 121,4	116 659,1
Короткострокові кредити банків	15 992,9	10 932,3	17 760,9	10 014,7
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	55 943,1	67 131,7	80 558,1	84 586,0
Поточні зобов'язання за розрахунками: з бюджетом	140,0	168,0	201,6	241,9
зі страхування	206,5	247,8	297,4	356,8
з оплати праці	542,3	650,8	780,9	937,1
Інші поточні зобов'язання	17 675,4	20 522,6	20 522,6	20 522,6
Баланс	119 762,1	177 070,1	234 594,7	249 296,7

Очікується збільшення питомої ваги власного капіталу з 2,6% у 2006 році до 34,51% у 2009 році як за рахунок збільшення статутного капіталу, так і за рахунок зростання обсягу нерозподіленого прибутку.

В умовах очікуваного посилення конкуренції торгова мережа «Велика ложка» основним стратегічним пріоритетом обрала ретельний відбір потенційних місць розміщення своїх супермаркетів у цільових регіонах України. На сьогоднішній день у власності групи компаній «Сальве» та пов'язаних компаній перебувають понад 30 земельних ділянок та готових об'єктів нерухомого майна, що дозволяє забезпечити реалізацію стратегії росту компанії як мінімум до кінця 2008 року. До кінця 2007 року компанія планує придбати не менше п'яти земельних ділянок та об'єктів нерухомості.

Серед стратегічних завдань, які планується виконати протягом 2007-2008 років, одним з пріоритетних є впровадження нової корпоративної інформаційної системи. Сьогодні фахівці компанії розробляють технічне завдання, що стане основою для вибору нової системи. Впровадження нової системи планується завершити до кінця 2008 року. Також компанія у зв'язку з стрімким розвитком регіональних підрозділів планує перейти на власну оптико-волоконну мережу, що дозволить отримувати всю необхідну інформацію в режимі «on-line» та істотно зменшить ризики, пов'язані з порушенням комунікацій.

Враховуючи появу нових регіональних підрозділів, компанія планує приділити увагу організації якісної логістики. Для цього буде придбано декілька транспортних засобів. Також сьогодні розглядається можливість організації розподільчих центрів, у першу чергу – в Дніпропетровській області.

Стратегічною ціллю компанії є створення мережі міжрегіонального масштабу, яка б займала лідируючі позиції у Центральному та Південному регіонах України, які включають у себе Дніпропетровську, Запорізьку, Херсонську, Кіровоградську області, а також АР Крим. Обсяг чистого прибутку у 2007 році планується збільшити у 2,6 рази порівняно з 2006 роком, у 2008 році завдяки значному розширенню мережі супермаркетів темп приросту чистого прибутку складе 99,42% порівняно з 2007 роком, а у 2009 році - 60,74%. Грошовий потік від операційної діяльності з урахуванням змін в оборотних активах та поточних зобов'язаннях протягом 2007-2009 рр. становитиме 41 449,20 тис. грн. Найбільш активна інвестиційна діяльність очікується у 2007 році, загалом протягом 2007-2009 рр. капітальні витрати компанії складуть 102 835,31 тис. грн. Для покриття інвестиційних витрат компанією планується залучити протягом 2007-2009 рр. кредитів на суму 68 172,49 тис. грн., а також збільшити власний капітал на 6 000 тис. грн. у цьому періоді. Сукупний грошовий потік від фінансової діяльності за 2007-2009 роки складе 66 426,30 тис. грн.

Висновок

Проведений аналіз фінансового становища, ринкової позиції та розвитку ПП «Рearді» в рамках процедури визначення кредитного рейтингу дозволяє присвоїти випуску облігацій, емітентом яких виступає зазначене підприємство, кредитний рейтинг **uaBB** із прогнозом «стабільний».

Генеральний директор

С. А. Дубко

Начальник відділу рейтингування
підприємств промисловості та сфери послуг

Д. О. Мельник

Відповідальний фінансовий аналітик

В. О. Резаєва

Додатки

Балансові дані ПП «Рearді», тис. грн.

Статті балансу	01.01.2005		01.01.2006		01.01.2007	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Необоротні активи	3 754,9	50,1	12 691,3	38,0	34 038,0	28,4
Нематеріальні активи	0,0	0,0	31,3	0,1	6,3	0,0
Незавершене будівництво	308,1	4,1	1 675,7	5,0	856,8	0,7
Основні засоби	3 446,8	46,0	10 984,3	32,9	32 792,4	27,4
Довгострокові фінансові інвестиції	0,0	0,0	0,0	0,0	382,5	0,3
Оборотні активи	3 738,2	49,9	20 560,2	61,6	85 702,4	71,6
Запаси:	2 094,1	27,9	8 423,2	25,2	21 617,3	18,1
- виробничі запаси	432,7	5,8	1 136,9	3,4	1 795,0	1,5
- готова продукція	0,2	0,0	38,7	0,1	0,7	0,0
- товари	1 661,2	22,2	7 247,6	21,7	19 821,6	16,6
Дебіторська заборгованість:	245,5	3,3	7 500,7	22,5	27 630,0	23,1
За товари	0,0	0,0	519,0	1,6	5 912,0	4,9
За розрахунками:	0,0	0,0	2,1	0,0	243,8	0,2
- з бюджетом	0,0	0,0	2,1	0,0	48,5	0,0
- за виданими авансами	0,0	0,0	0,0	0,0	195,3	0,2
Інша поточна дебіторська заборгованість	245,5	3,3	6 979,5	20,9	21 474,2	17,9
Поточні фінансові інвестиції	0,0	0,0	0,0	0,0	26 827,5	22,4
Грошові кошти та їх еквіваленти:	425,2	5,7	1 748,2	5,2	2 959,9	2,5
- в національній валюті	425,2	5,7	1 748,2	5,2	2 959,9	2,5
Інші оборотні активи	973,4	13,0	2 888,2	8,7	6 667,7	5,6
Витрати майбутніх періодів	1,2	0,0	124,0	0,4	21,7	0,0
ВАЛЮТА БАЛАНСУ	7 494,3	100,0	33 375,5	100,0	119 762,1	100,0
Власний капітал	115,3	1,5	341,3	1,0	3 102,3	2,6
Статутний капітал	150,0	2,0	150,0	0,4	1 000,0	0,8
Резервний капітал	-34,7	-0,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	0,0	0,0	191,3	0,6	2 102,3	1,8
Довгострокові зобов'язання	0,0	0,0	96,7	0,3	24 789,6	20,7
Довгострокові кредити банків	0,0	0,0	0,0	0,0	22 225,5	18,6
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	0,0	0,0	0,0	0,0	2 163,1	1,8
Відстрочені податкові зобов'язання	0,0	0,0	96,7	0,3	401,0	0,3
Поточні зобов'язання	7 379,0	98,5	32 937,5	98,7	91 870,2	76,7
Короткострокові кредити банків	2 963,3	39,5	13 566,6	40,6	15 992,9	13,4
Векселі видані	0,0	0,0	0,0	0,0	1 370,0	0,0
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	3 391,6	45,3	16 599,6	49,7	55 943,1	46,7
Поточні зобов'язання за розрахунками:	53,0	0,7	338,2	1,0	888,8	0,7
- з бюджетом	16,6	0,2	47,4	0,1	140,0	0,1
- зі страхування	10,7	0,1	87,3	0,3	206,5	0,2
- з оплати праці	25,7	0,3	203,5	0,6	542,3	0,5
Інші поточні зобов'язання	971,1	13,0	2 433,1	7,3	17 675,4	14,8
ВАЛЮТА БАЛАНСУ	7 494,3	100,0	33 375,5	100,0	119 762,1	100,0

Дані звіту про фінансові результати ПП «Реарді», тис. грн.

Показник	2004	2005	2006
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5 516,2	80 342,8	264 644,2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	4 624,6	66 537,0	213 592,4
Валовий прибуток	891,6	13 805,8	51 051,8
Адміністративні витрати	134,3	1 101,1	9 393,3
Витрати на збут	566,3	10 871,3	34 040,6
Інші операційні доходи	0,0	3,1	5 425,9
Інші операційні витрати	0,0	19,3	4 791,4
Фінансові результати від операційної діяльності	191,0	1 817,2	8 252,4
Фінансові витрати	214,9	1 288,2	5 121,0
Інші доходи	0,0	0,0	8 720,7
Інші витрати	0,0	0,0	8 720,7
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	-23,9	529,0	3 131,4
Податок на прибуток від звичайної діяльності	10,8	303,0	1 220,4
Чистий прибуток	-34,7	226,0	1 911,0

Організаційна структура ПП «Реарді»

