

Рейтинговий звіт SZLD 001-001 Звіт про рівень кредитного рейтингу боргового зобов'язання

Тип кредитного рейтингу:	Кредитний рейтинг боргового зобов'язання за Національною рейтинговою шкалою
Емітент:	ПП «Союз-Лідер»
Характеристика облігацій	іменні, відсоткові з додатковим забезпеченням
Форма існування облігацій	Бездокументарна
Серія:	A
Загальна номінальна вартість випуску облігацій:	50 000 000,00 грн.
Номінальна вартість облігацій	1 000,00 грн.
Кількість:	50 000 штук
Дата початку первинного розміщення:	15 січня 2008 р.
Дата закінчення первинного розміщення:	9 січня 2009 р.
Термін обігу облігацій:	з наступного дня після реєстрації ДКЦПФР звіту про результати розміщення облігацій та видачі свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 10 січня 2011 р.
Кількість відсоткових періодів:	12 періодів
Відсоткова ставка	на перший-четвертий відсоткові періоди встановлюється в розмірі 15% річних у гривні. Відсоткова ставка на наступні відсоткові періоди, починаючи з п'ятого, встановлюється виконавчим органом Емітента, при цьому відсоткова ставка не може бути менша 2% річних у гривні.
Дата погашення облігацій:	11-12 січня 2011 р.
Кредитний рейтинг боргового зобов'язання:	uaBB
Прогноз:	Стабільний
Дата визначення:	19.12.2007 р.

Наданий у результаті рейтингового аналізу кредитний рейтинг боргового зобов'язання визначено за Національною рейтинговою шкалою, на що вказують літери **ua** у позначці кредитного рейтингу. Національна рейтингова шкала 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.

Вихідна інформація

Для проведення процедури рейтингування агентство «Кредит-Рейтинг» використовувало фінансову звітність ПП «Союз-Лідер» за 2003 – 9 місяців 2007 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 емітентом, 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

Дата	19.12.2007 р.
Рівень кредитного рейтингу	uaBB
Прогноз	Стабільний
Рейтингова дія	Визначення

Визначення поточного кредитного рейтингу

Літерами «ua» позначаються рейтинги, отримані відповідно до Національної рейтингової шкали.

Позичальник або окремий борговий інструмент з рейтингом **uaBB** характеризується кредитоспроможністю НИЖЧОЮ, НИЖ ДОСТАТНЯ, порівняно з іншими українськими позичальниками або борговими інструментами. Висока залежність рівня кредитоспроможності від впливу несприятливих комерційних, фінансових та економічних умов.

Стабільний прогноз вказує на відсутність на поточний момент передумов для зміни рейтингу протягом року.

Рівень кредитного рейтингу боргового зобов'язання ПП «Союз-Лідер» підтримується:

- входженням емітента до складу юридично не оформленої групи компаній «Союз», яка є найбільшим оператором ринку роздрібної торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами Чернігівської області (здійснює торгівлю через магазини під торговими марками «Союз» та «Квартал»), а також представлена в Житомирській та Київській областях;
- збільшенням обсягу роздрібного товарообігу підприємств в областях де здійснює діяльність емітент у 2006 р. та протягом 9 місяців 2007 р., та очікуванням продовження цієї тенденції у майбутньому;
- зростанням протягом 2005-9 місяців 2007 рр. кількості магазинів групи компаній «Союз» у 4,3 рази до 52 торгівельних точок (з них – 35 власні) з торговою площею 12,9 тис. кв. м.

Рівень кредитного рейтингу боргового зобов'язання ПП «Союз-Лідер» обмежується:

- високою залежністю аналізованого підприємства від групи компаній «Союз», ризику діяльності якої невід'ємні від ризиків емітента;
- збільшенням боргового навантаження з урахуванням запланованого випуску облігацій (50 млн. грн.) до 125,4 млн. грн., що у 41,8 рази перевищує обсяг власного капіталу емітента (3,0 млн. грн.) станом на 01.10.2007 р.; групи компаній «Союз» – до 227,5 млн. грн., що у 10,6 рази перевищує обсяг власного капіталу (21,5 млн. грн.).
- обтяженням заставою за банківськими кредитами значної частини основних засобів групи компаній «Союз» (71% балансової вартості станом на 01.10.2007 р.);
- агресивною стратегією розвитку групи компаній «Союз» в умовах загострення конкуренції на ринку роздрібної торгівлі України, яке пов'язане з продовженням розвитку національних та регіональних роздрібних мереж.

Основні показники

Основні балансові показники, тис. грн.

Показник	31.12.2003	31.12.2004	31.12.2005	31.12.2006	30.09.2007
Актив	1 202,8	1 690,0	24 990,6	51 322,5	113 097,3
Основні фонди	797,6	1 037,7	1 860,2	4 366,5	6 990,0
Дебіторська заборгованість	141,5	350,8	8 773,7	29 018,6	79 652,3
Запаси	0,0	0,0	8 803,2	12 550,2	14 720,3
Власний капітал	926,9	1 371,5	1 623,5	2 176,7	3 001,5
Кредиторська заборгованість	276,2	318,5	20 179,0	23 543,3	34 609,7
Довгострокові кредити банків	-	-	-	17 675,0	27 631,1
Короткострокові кредити банків	-	-	3 100,0	7 839,4	47 766,9

Основні показники операційної діяльності, тис. грн.

Показник	2003	2004	2005	9 міс. 2006	2006	9 міс. 2007
Чистий обсяг продажу	14 747,0	1 422,3	52 910,5	66 602,8	214 905,0	209 956,6
Валовий прибуток	857,7	1 422,3	7 125,9	10 524,5	30 938,2	35 637,3
Фінансові результати від операційної діяльності	857,7	1 422,3	498,2	1 266,8	2 813,4	5 123,9
Чистий прибуток	502,0	444,6	252,4	214,4	553,2	824,9

Зміст

РЕЗЮМЕ.....	6
1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ.....	14
1.1. ІСТОРИЧНА ДОВІДКА	14
1.2. ДОВІДКА ПРО ГРУПУ КОМПАНІЙ «СОЮЗ».....	14
2. ОГЛЯД ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА РИНКОВІ ПОЗИЦІЇ ТОВАРИСТВА	17
2.1. АНАЛІЗ РИНКУ	17
2.2. ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ ТА ПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ПП «СОЮЗ-ЛІДЕР».....	28
3. АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА	35
3.1. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА КАДРОВОГО СКЛАДУ	35
3.2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ	37
4. ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ.....	46
4.1. АНАЛІЗ СТРУКТУРИ БАЛАНСУ	46
4.2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ	51
4.3. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ОСНОВНИХ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ	54
4.4. АНАЛІЗ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ.....	56
5. АНАЛІЗ БОРГОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ	61
5.1. ІНФОРМАЦІЯ ПРО БАНКІВСЬКІ ПОЗИКИ.....	61
5.2. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗАПЛАНОВАНИЙ ВИПУСК ОБЛІГАЦІЙ.....	62
ВИСНОВОК	66
ДОДАТКИ.....	67
Додаток до Рейтингового звіту №1	68
Додаток до Рейтингового звіту №2.....	70
Додаток до Рейтингового звіту №3	72
Додаток до Рейтингового звіту №4.....	74
Додаток до Рейтингового звіту №5.....	75
Додаток до Рейтингового звіту №6.....	76
Додаток до Рейтингового звіту № 7.....	78

Резюме

Приватне підприємство «Союз-Лідер» було створено 25 квітня 2002 року. Засновником і власником компанії є фізична особа – Друцький Станіслав Олегович. Підприємство входить до групи компаній «СОЮЗ». З 1 жовтня 2005 року аналізоване підприємство працювало як роздрібний оператор всіх магазинів «Союз».

Діяльність групи компаній «Союз» почалася у 1989 році, але до 1996 р. компанія не займалася торгівлею продуктами харчування. Перший продуктовий магазин «Союз» відкрився в травні 1996 року. З 2003 року магазини мережі «Союз» розподілились за форматами торгівлі: супермаркет, експрес-магазин та магазин біля дому. У травні 2005 року компанія «Союз» виграла аукціон з купівлі пакета акцій ВАТ «Черніговпродтовари», у зв'язку з чим мережа збільшилася на 28 магазинів. Станом на 20.09.2007 р. мережа групи компаній «Союз» складається з 52 магазинів у 6 містах: Чернігів, Житомир, Бердичів, Славутич, Прилуки, Київ. Група компаній «Союз» є найбільшим роздрібним оператором Полісся. Компанії, що входять до групи «Союз», створені переважно у вигляді приватних підприємств, контроль (безпосередній або опосередкований) над якими здійснює Друцький Станіслав Олегович.

Український ринок роздрібної торгівлі впродовж останніх років демонструє високі темпи розвитку, що відбувається за рахунок зростання доходів населення. Як видно з наведеної інформації, протягом останніх років темпи росту роздрібного товарообороту підприємств перевищують темпи приросту реальної заробітної плати населення, що свідчить про ненасиченість ринку роздрібної торгівлі (Рисунок 1).

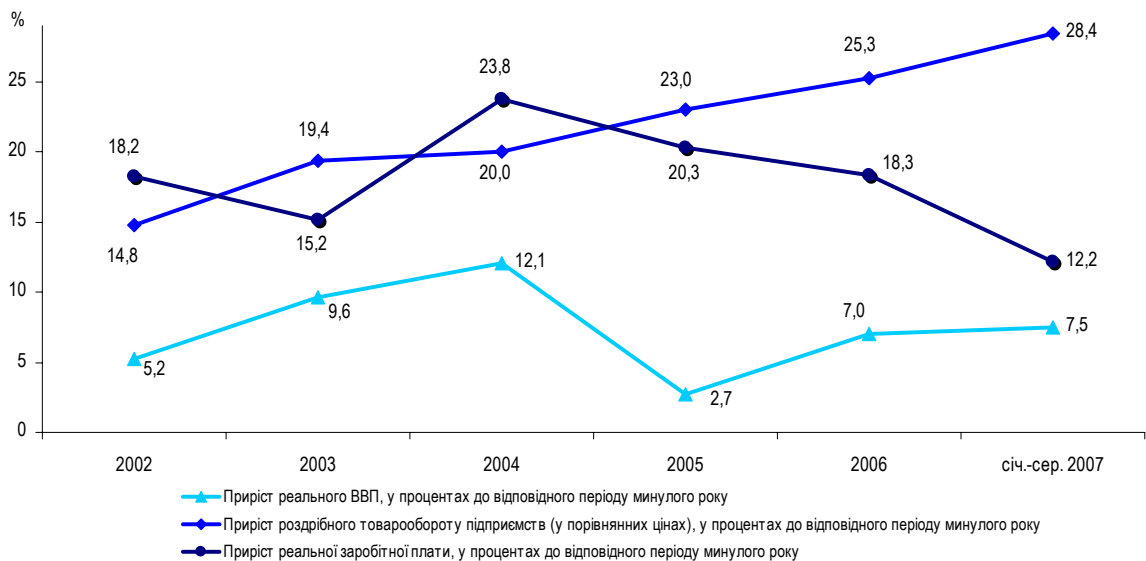


Рисунок 1. Темпи росту роздрібного товарообороту підприємств, реальної заробітної плати населення та реального ВВП у 2002-серпні 2007 рр.

Джерело: Державний комітет статистики, <http://ukrstat.gov.ua>

Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) в Україні за останні п'ять років зріс у 3,3 рази. Мережева роздрібна торгівля займає близько 30% ринку роздрібною торгівлі України, ринки – трохи більше ніж 40%. Розвиток роздрібною торгівлі в Україні відбувається нерівномірно. Найбільші темпи росту зафіксовані в промислових областях, що пояснюється вищим рівнем доходів населення та щільнішою концентрацією споживачів. Сезонність продажу асортименту продукції роздрібною торгівлі продуктами харчування у цілому малопомітна, за винятком грудня. За результатами дослідження консалтингової фірми «А.Т. Кеарнеу», Україна стала четвертою у світі країною за інвестиційною привабливістю для міжнародних торгових мереж. Група компаній «Союз» обіймала 14 місце за обсягами продажів у 2006 році серед українських операторів роздрібною торгівлі. На цей час на українському ринку організованою роздрібною торгівлі домінують мережі українських операторів, але на територію України розпочато просування зарубіжних гравців.

Державне регулювання внутрішньої торгівлі здійснюється через нормативно-правову та методичну базу, контрольню-наглядову систему заходів та вибірккову державну підтримку важливих соціально-економічних орієнтирів.

Роздрібний ринок продуктів харчування в Україні є одним з найбільш швидкозростаючих у світі. За оцінками фахівців, темпи зростання обсягів роздрібною торгівлі в Україні протягом декількох наступних років будуть найвищими серед країн Східної Європи. Всі працюючі на українському ринку оператори роздрібних мереж прагнуть знайти свою нішу й закріпитися на ринку до приходу конкурентів, переважно іноземних. Український ринок роздрібною торгівлі переживає етап якісного становлення. Основними тенденціями є стабільне зростання кількості об'єктів організованою торгівлі і зменшення частки відкритих базарів і рундуків. Конкуренція серед операторів, яка присутня тільки у містах-мільйонниках, поширюватиметься поступово на регіони паралельно з покращенням купівельної спроможності контактної аудиторії.

Цільовими ринками, де група компаній «Союз» планує здійснювати свою діяльність, є Вінницька, Житомирська, Київська та Чернігівська області. На території цих регіонів проживає близько 13% населення України. Регіони заплановані до розширення мережі акумулювали близько 9% роздрібного товарообороту України у 2006 році. Згідно зі статистичними даними, у 2005 році 54,7% українців проживали за межею бідності. За даними ПП «Союз-Лідер», група компаній «Союз» займає близько 36% ринку роздрібних продажів харчовою продукції Чернігівської області. Магазины мережі працюють під двома брендами – «Союз» й «Квартал». Магазины здійснюють торгівлю в трьох форматах, пріоритетним з яких є магазин біля дому. Виходячи зі статистичних даних (переважна частина населення живе за межею бідності), формат магазину біля дому, який було обрано як пріоритетний, – є перспективним.

На сьогодні 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. Враховуючи плани розвитку групи компаній «Союз» у найближчій перспективі, її

потенційними конкурентами можна вважати такі мережі: «Вopak», «Велика кишеня», «Еко-Маркет», «Фуршет», «АТБ-маркет», «Сільпо», «Бумі».

Відповідно до установчих документів (Статут ПП «Союз-Лідер») органами управління емітента є: засновник, директор, ревізійна комісія. Попередній досвід роботи менеджменту товариства відповідає посадам займаним на поточний момент. Протягом 2005-9 місяців 2007 рр. середня кількість працівників на підприємстві постійно зростала.

Основними виробничими потужностями підприємств, які спеціалізуються на роздрібних продажах, є торговельні точки, склади та автомобільний транспорт. У вересні 2007 року ПП «Союз-Лідер» здійснювало діяльність через 20 магазинів під торговими марками «Союз» і «Квартал». Протягом останніх 3 років кількість магазинів групи «Союз» зросла у 3,8 рази та досягла 46 одиниць (Таблиця 1). Станом на 01.10.2007 р. група управляла мережею з 52 торговельних точок.

Таблиця 1. Інформація про кількість магазинів групи «Союз» у 2004 – 2006 рр., шт.

Показник	2004	2005	2006
Кількість магазинів	12	42	46
Темпи зростання	-	350%	110%

Джерело: Інформація підприємства

Торговельні площі, які були у розпорядженні емітента протягом 2006 - 9 місяців 2007 рр., перевищували 5,5 тис. м кв., а у групи компаній «Союз» – 12 тис. м кв. Станом на 01.10.2007 р. ПП «Союз-Лідер» управляло мережею, яка складалась з власних приміщень (82% від загальної кількості) та орендованих (18% від загальної кількості). Серед магазинів групи компаній «Союз», власних торговельних точок було 67%, а орендованих – 33%. Група компаній «Союз» володіє (через ВАТ «Галантерея») складськими приміщеннями площею близько 20 тис. квадратних метрів. У розпорядженні групи є автопарк, який налічує 41 автомобіль з максимальною вантажопідйомністю до 20 тонн. Компанія диверсифікує джерела постачання продукції, завдяки чому в структурі відсутні контрагенти, які забезпечують 5% і більше закупівель у вартісному вимірі. Логістична структура компаній «Союз» побудована таким чином, що за існуючими графіками поставок швидкопсувна продукція завозиться безпосередньо в магазини, а продукція тривалого зберігання доставляється до власного розподільчого центру. Основні товарні групи у вартісному вимірі, що закуповуються підприємством, є: алкоголь; бакалія; косметика, парфумерія та засоби гігієни. Для підтримання відповідного рівня цін, підприємством проводиться постійний моніторинг пропозиції конкурентів. На підприємствах впроваджено асортиментну матрицю, яка враховує всі аспекти товарної політики, управління запасами і раціонального використання торгових площ. Протягом 2006 – 9 місяців 2007 рр. показник ефективності (дохід з квадратного метра) ПП «Союз-Лідер» мало тенденцію до зростання (Таблиця 2).

Таблиця 2. Дохід з квадратного метра середньостатистичної торговельної точки групи компаній «Союз», грн. (без ПДВ) за місяць

Оператор	2006 р.	9 місяців 2006 р.	9 місяців 2007 р.	Вересень 2007 р.	Відхилення 9 місяців 2007 р. до 9 місяців 2006 р.
Союз-Лідер	2 724	2 689	2 775	2 832	3,2%
Союз-Славутич	2 225	2 262	2 215	2 372	-2,1%
Квартал - Київ	3 440	3 315	3 776	3 973	13,9%
Чернігівпродтовари	1 537	1 391	2 188	2 363	57,3%
Група компаній «Союз»	2 032	1 897	2 461	2 587	29,7%

Джерело: Інформація підприємства

За підсумками 9 місяців 2007 р. емітент суттєво збільшив обсяги продажів, що відбулось частково в результаті зростання торговельних площ та частково внаслідок покращення ефективності використання наявних магазинів. Найбільша рентабельність продукції у 2006 році спостерігалась по наступних групах: власне виробництво, алкоголь, нон фуд. Асортимент товарної продукції, що реалізується через мережі групи компаній «Союз», налічує близько 25 тис. найменувань.

З моменту створення валюта балансу ПП «Союз-Лідер» мала тенденцію до зростання. У 2005 році відбулось збільшення активів емітента у 15 разів (пов'язано з переведенням переважної частини роздрібного бізнесу групи «Союз» на ПП «Союз-Лідер»), у наступному році валюта балансу зросла на 105%. Станом на 01.10.2007 р. ступінь зносу основних засобів становив 22%. Найвагоміша група основних засобів емітента була сформована з землі, будинків та споруд. В структурі поточних активів емітента переважали товари, дебіторська заборгованість за товари, інша поточна дебіторська заборгованість. Структура пасивної частини балансу формувалась як за рахунок власного капіталу, так і за рахунок довгострокових зобов'язань та поточних зобов'язань. Питома вага поточних зобов'язань у структурі балансу з початку 2005 року не знижувалась до 61,1% пасивів. У складі поточних зобов'язань переважали короткострокові кредити банків та кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги.

Протягом 01.01.2005 – 30.09.2007 рр. валюта консолідованого балансу групи компаній «Союз» збільшилась у 5,5 рази (Рисунок 2).

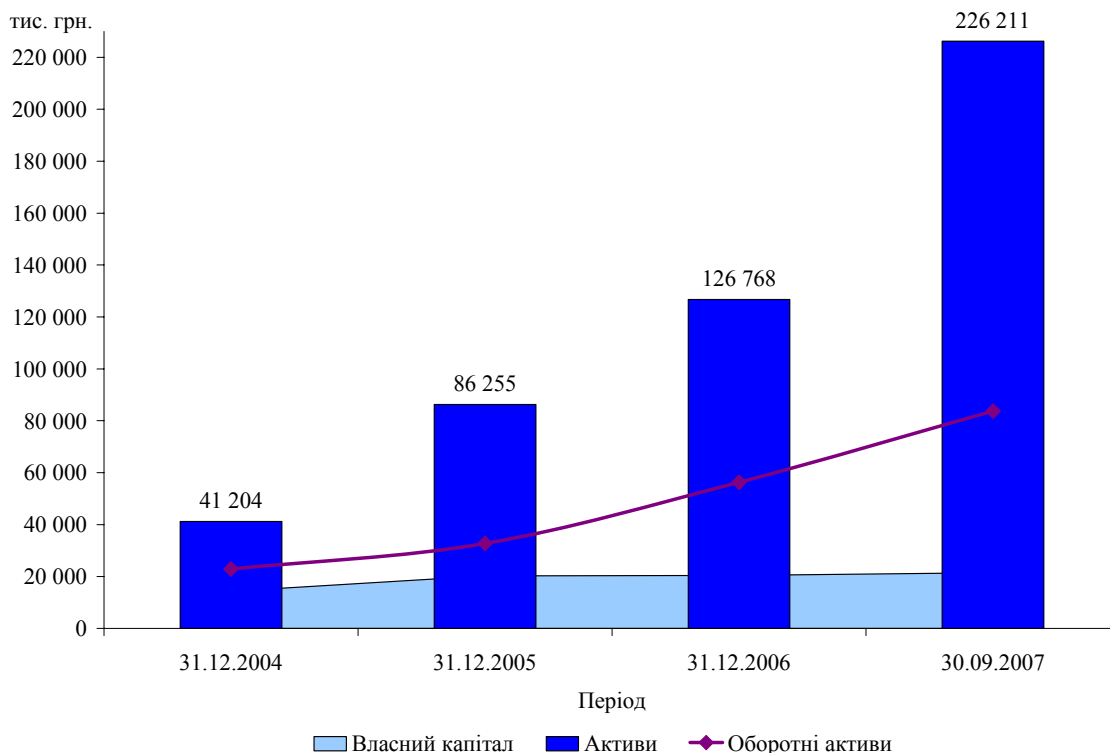


Рисунок 2. Динаміка структури консолідованого балансу групи компаній «Союз»

Джерело: Інформація підприємства

Станом на 01.10.2007 р. питома вага необоротних активів групи складала 63% балансу (ступінь зносу становила 13,2%). В структурі пасивів групи компаній «Союз» станом на 01.10.2007 р. переважали довгострокові зобов'язання (залучення довгострокових банківських позик). Описані зміни в структурах балансів свідчать про стрімке розширення діяльності, яке фінансувалось, переважно, за рахунок банківських позик.

Дохід від реалізації ПП «Союз-Лідер» отримувало, переважно, в результаті роздрібних продажів товарів через торговельну мережу (більше ніж 85% у структурі реалізації). Фінансовий результат протягом аналізованих років був додатним. Сальдо між не основними групами доходів та витрат протягом всіх аналізованих періодів було негативним, що зменшувало розмір прибутку до оподаткування. Показник рентабельності продукції протягом 2005-9 місяців 2007 р. перебував на високому рівні (середнє значення 17,9%). Рентабельність продажів суттєво різнилась від рентабельності продукції (середнє значення 0,4%) та була на низькому рівні, що пов'язано зі специфікою діяльності емітента – торгівлею.

Дохід від реалізації група компаній «Союз» отримувала, переважно, в результаті роздрібних продажів товарів через торговельну мережу. Чистий прибуток протягом аналізованих років був додатним та поступово збільшувався. На розмір згенерованого групою прибутку суттєво впливали витрати на реалізацію й управління (пов'язане з поступовим розширенням торговельної мережі). Показник рентабельності продукції протягом 2004-9 місяців 2007 р. перебував на високому рівні (середнє значення 19,5%). Рентабельність продажів була набагато нижчою за

рентабельність продукції (середнє значення 3,6%) та вищою ніж у емітента (Таблиця 3).

Таблиця 3. Динаміка показників рентабельності групи компаній «Союз» за 2004 – 9 місяців 2007 рр., %

Показник	2004	2005	9 місяців 2006	2006	9 місяців 2007
Рентабельність діяльності	7,31	3,88	4,01	3,95	2,32
Рентабельність продукції	16,17	17,81	18,84	20,41	24,08
Рентабельність продажів	6,29	3,29	3,37	3,28	1,87
Рентабельність EBITDA	7,13	4,94	6,29	7,83	6,38
Рентабельність власного капіталу	51,83	48,05	-	50,07	-
Рентабельність активів	18,04	13,03	-	9,54	-
Рентабельність оборотних активів	32,46	29,86	-	22,84	-
Рентабельність необоротних активів	40,61	23,12	-	16,39	-

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у фінансовій звітності наданій емітентом

Протягом аналізованого періоду показники ліквідності ПП «Союз-Лідер» перебували на високому рівні, а чистий оборотний капітал був додатним. Показник фінансової стійкості емітента постійно знижувався. Протягом аналізованого періоду показники ліквідності групи компаній «Союз» перебували на допустимому рівні, а чистий оборотний капітал був від'ємним та поступово зменшувався. Показник фінансової стійкості групи компаній постійно знижувався.

Терміни обороту дебіторської заборгованості емітента зростали, а строки обороту кредиторської заборгованості – зменшувались, внаслідок чого тривалість фінансового циклу збільшувалась. Період обороту активів групи компаній «Союз» поступово зростав протягом 2005-9 місяців 2007 р. Терміни обороту дебіторської заборгованості групи зростали, а строки обороту кредиторської заборгованості – зменшувались, внаслідок чого тривалість фінансового циклу збільшилась (Таблиця 4).

Таблиця 4. Показники ділової активності групи компаній «Союз», днів

Показник	2004	2005	2006	9 місяців 2007
Термін оборотності активів	127	92	126	152
Термін оборотності оборотних активів	71	40	52	60
Термін оборотності дебіторської заборгованості	31	16	22	32
Термін оборотності кредиторської заборгованості	56	35	48	40
Термін оборотності запасів	30	18	22	19
Тривалість фінансового циклу	5	-1	-5	11

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у фінансовій звітності наданій емітентом

У зв'язку зі зростанням кількості торгівельних точок протягом року суттєво збільшився обсяг оборотних активів, тому грошовий потік емітента від операційної діяльності здобув від'ємне значення. Інвестиційна діяльність майже не проводилась, а фінансова діяльність була виражена операціями з залучення та погашення кредитних ресурсів, завдяки яким було профінансовано розвиток бізнесу. Прибуток до сплати відсотків, податку на прибуток та амортизації (ЕВІТДА) ПП «Союз-Лідер» постійно збільшувався. Завдяки згенерованому емітентом ЕВІТДА за підсумками 9 місяців 2007 рр. можна було погасити лише 10% чистого боргу. Група компаній «Союз» генерувала позитивні грошові потоки від операційної діяльності протягом 2004-2006 рр. (Таблиця 5).

Таблиця 5. Покриття, групою компаній «Союз», виплат за фінансовими витратами за рахунок показника ЕВІТДА

Показники	2004	2005	9 місяців 2006	2006	9 місяців 2007
Чистий прибуток, тис. грн.	7 434	8 304	7 215	10 166	5 900
Податок на прибуток, тис. грн.	36	308	322	530	1 021
Амортизація, тис. грн.	721	721	3 333	6 705	4 555
Фінансові витрати, тис. грн.	234	3 112	2 585	6 853	8 673
ЕВІТДА, тис. грн.	8 426	12 445	13 455	24 254	20 149
ЕВІТДА / фінансові витрати	36,0	4,0	5,2	3,5	2,3
Чистий борг, тис. грн.	5 763	30 209	53 318	47 045	149 408
ЕВІТДА/чистий борг	1,5	0,4	0,3	0,5	0,1
Власний капітал/чистий борг	2,5	0,7	0,2	0,4	0,1

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наданої емітентом

Завдяки цьому, а також внесенню власного капіталу та залученню банківських кредитів група компаній мала можливість проводити активну інвестиційну діяльність, зокрема, придбати пакет акцій ВАТ «Чернігівпродтовари». Прибуток до сплати відсотків, податку на прибуток та амортизації (ЕВІТДА) групи компаній «Союз» постійно збільшувався. Завдяки згенерованому групою ЕВІТДА за підсумками 9 місяців 2007 рр. можна було погасити лише 10% чистого боргу.

Протягом 2005 – 9 місяців 2007 року емітент використовував банківські кредити, обсяг яких постійно збільшувався. Станом на 01.10.2007 р. поточна заборгованість ПП «Союз-Лідер» за банківськими позиками складала 75 398,0 тис. грн. (66,7% валюти балансу). Протягом 2004 – 9 місяців 2007 року група компаній «Союз» використовувала банківські кредити, обсяг яких постійно збільшувався. Станом на 01.10.2007 р. поточна заборгованість групи компаній «Союз» за банківськими позиками складала 156 026,5 тис. грн. (69% валюти балансу).

Загальна номінальна вартість випуску облігацій становить 50 млн. грн. Облігації забезпечені порукою ВАТ «Чернігівпродтовари» та порукою ПП «Союз-Мост». Усю суму залучених від продажу облігацій коштів буде спрямовано на придбання торгівельної нерухомості. Відсоткова ставка на перший-четвертий відсотковий періоди встановлюється в розмірі 15% річних у гривні, а на наступні відсоткові періоди, починаючи з п'ятого, встановлюється виконавчим органом емітента, при цьому відсоткова ставка не може бути менша ніж 2% річних у гривні. Емітент має право на дострокове погашення облігацій у випадку, якщо ним буде викуплений

весь обсяг випуску. За бажанням власник облігацій має право надати облігації Емітенту, а Емітент зобов'язується їх прийняти для викупу один раз на рік.

1. Загальна інформація

1.1. Історична довідка

Приватне підприємство «Союз-Лідер» було створено 25 квітня 2002 року. Засновником і власником компанії є фізична особа – Друцький Станіслав Олегович. Підприємство входить до групи компаній «СОЮЗ».

До жовтня 2005 року підприємство здійснювало діяльність в одному з магазинів мережі «СОЮЗ» на підставі договору комісії. У зв'язку з розширенням мережі ПП «Союз-Лідер» відмовилось від використання комісійної схеми і перейшло на прямі продажі. З 1 жовтня 2005 року аналізоване підприємство працювало як роздрібний оператор всіх магазинів «Союз». Компанія є координатором мережі та його ключовою ланкою у формуванні роздрібною стратегії.

Юридична адреса підприємства: м. Чернігів, вул. Боженко, 100. Офіс компанії, фактично, розташований за юридичною адресою.

У 2006 році в результаті проведеної перевірки діяльності підприємства за період II півріччя 2004 – I півріччя 2006 рр. був нарахований та сплачений штраф з податку на прибуток у сумі 10 тис. грн.

1.2. Довідка про групу компаній «Союз»

Діяльність групи компаній «Союз» почалася у 1989 році, але до 1996 р. компанія не займалася торгівлею продуктами харчування. Перший продуктовий магазин «Союз» відкрився в травні 1996 року.

Після зміни стратегії у 2000 році група компаній розпочала розвиватися більш швидкими темпами. З 2003 року магазини мережі «Союз» розподілились за форматами торгівлі: супермаркет, експрес-магазин та магазин біля дому.

У грудні 2004 року відкрився перший магазин «Квартал» в м. Києві. Цього ж року група компаній «Союз» виходить за межі Чернігова і відкриває магазини в Київській області. Також з 2004 року був запущений власний виробничий підрозділ, що забезпечує мережу кондитерськими і кулінарними виробами.

У травні 2005 року компанія «Союз» виграла аукціон з купівлі пакета акцій ВАТ «Черніговпродтовари» (пострадянські гастрономи, що знаходились у комунальній власності), у зв'язку з чим мережа збільшилася на 28 магазинів. Після проведення заходів спрямованих на покращення ефективності роботи, оборот в реконструйованих магазинах збільшився в 2,5-4 рази.

У 2006 році група компаній «Союз» реконструювала і відкрила 8 магазинів біля дому «Квартал», один супермаркет і два експрес-магазина «Союз». Цього ж року було відкрито магазини групи в Житомирі й Бердичеві.

Станом на 20.09.2007 р. мережа групи компаній «Союз» складається з 52 магазинів у 6 містах: Чернігів, Житомир, Бердичів, Славутич, Прилуки, Київ. Група компаній

«Союз» є найбільшим роздрібним оператором Полісся: загальна площа мережі становить близько 50 тис. кв. м, торговельна площа – 12,9 тис. кв. м, кількість персоналу – близько 3 000 осіб.

Схему відносин контролю групи компаній «Союз» наведено на рисунку (Рисунок 1.1).

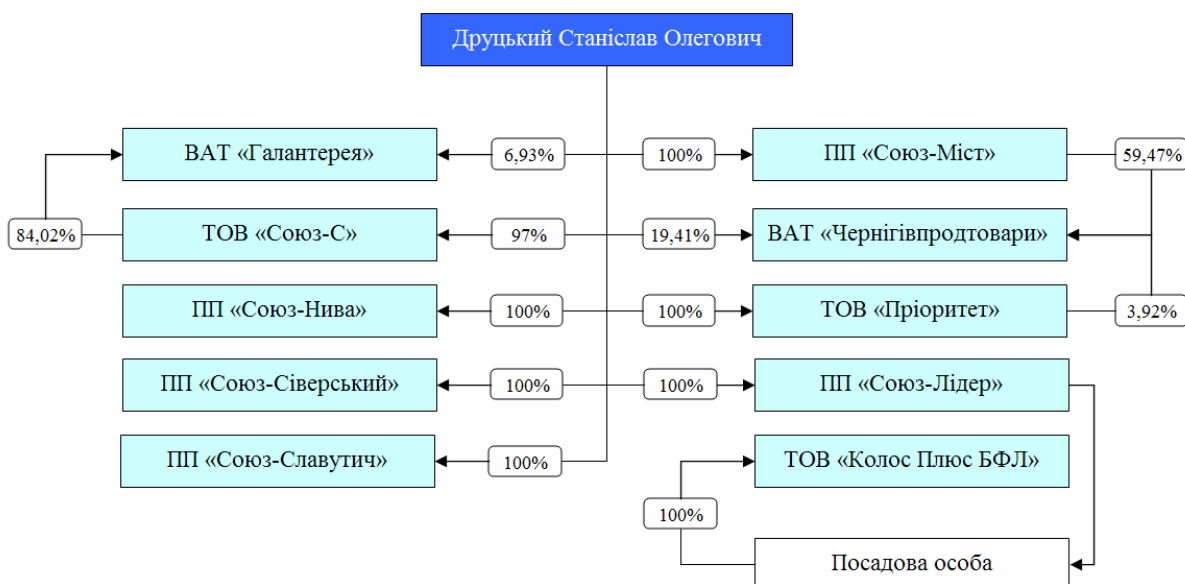


Рисунок 1.1. Схема відносин контролю групи компаній «Союз»

Джерело: Інформація надана підприємством

Як видно з рисунку, компанії що входять до групи «Союз» створені, переважно, у вигляді приватних підприємств, контроль (безпосередній або опосередкований) над якими здійснює Друцький Станіслав Олегович. Кожна юридична особа групи має свою особисту функцію:

- ПП «Союз-Лідер» – ведення операційного бізнесу;
- ПП «Союз-Міст» – володіння нерухомістю й устаткуванням;
- VAT «Галантерея» – володіння складськими приміщеннями в м. Чернігові
- TOV «Союз-С» – володіння нерухомістю та транспортом;
- VAT «Чернігівпродтовари» – ведення операційного бізнесу, володіння нерухомістю;
- ПП «Союз-Сіверський» – виробництво;
- ПП «Союз-Нива» – володіння устаткуванням;

- ТОВ «Пріоритет» – володіння нерухомістю, що здається стороннім орендарям;
- ПП «Союз-Славутич» – володіння устаткуванням;
- ТОВ «Колос Плюс БФЛ» – володіння устаткуванням.

До кінця 2007 року планується, що ТОВ «Союз-С» займатиметься лише транспортом, а нерухоме майно, яким володіє зазначене товариство, буде передано ПП «Союз-Міст».

Приватне підприємство «Союз-Лідер» було створено 25 квітня 2002 року. Засновником і власником компанії є фізична особа – Друцький Станіслав Олегович. Підприємство входить до групи компаній «СОЮЗ». З 1 жовтня 2005 року аналізоване підприємство запрацювало як роздрібний оператор всіх магазинів «Союз».

Діяльність групи компаній «Союз» почалася у 1989 році, але до 1996 р. компанія не займалася торгівлею продуктами харчування. Перший продуктовий магазин «Союз» відкрився в травні 1996 року. З 2003 року магазини мережі «Союз» розподілились за форматами торгівлі: супермаркет, експрес-магазин й магазин біля дому. У травні 2005 року компанія «Союз» виграла аукціон з купівлі пакета акцій ВАТ «Черніговпродтовари», у зв'язку з чим мережа збільшилася на 28 магазинів. Станом на 20.09.2007 р. мережа групи компаній «Союз» складається з 52 магазинів у 6 містах: Чернігів, Житомир, Бердичів, Славутич, Прилуки, Київ. Група компаній «Союз» є найбільшим роздрібним оператором Полісся. Компанії, що входять до групи «Союз», створені, переважно, у вигляді приватних підприємств, контроль (безпосередній або опосередкований) над якими здійснює Друцький Станіслав Олегович.

2. Огляд зовнішнього середовища та ринкові позиції товариства

2.1. Аналіз ринку

Торгівля – галузь народного господарства, що забезпечує оборот товарів, їх рух зі сфери виробництва до сфери споживання. Торгівля має найбільший вплив на розвиток внутрішнього ринку та підвищення його конкурентоспроможності.

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



Рисунок 2.1. Темпи росту роздрібногo товарообороту підприємств, реальної заробітної плати населення та реального ВВП у 2002-серпні 2007 рр.

Джерело: Державний комітет статистики, <http://ukrstat.gov.ua>

Як видно з наведеної інформації, протягом останніх років темпи росту роздрібногo товарообороту підприємств перевищують темпи приросту реальної заробітної плати населення, що свідчить про ненасиченість ринку роздрібної торгівлі. При цьому, 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 заробітної плати зі зниженням темпів росту економіки в цілому. Заощадження домогосподарств зростають меншими темпами, ніж їхні поточні видатки.

У січні-серпні 2007 року зберігались тенденції попередніх років щодо основних макроекономічних показників. Як видно з рисунку, темпи росту реальної заробітної плати населення продовжували зменшуватись, а роздрібногo товарообороту – зростати. Крім того, протягом січня-серпня 2007 року приріст витрат населення

становив 31,9% порівняно з аналогічним періодом минулого року та перевищував приріст реальних наявних доходів населення (11,5%) на 20,4 в. п. Враховуючи те, що в структурі сукупних витрат домогосподарств споживчі сукупні витрати склали 90,5% (у 2006 році), однією з причин підвищення темпів приросту роздрібного товарообороту підприємств та зростання витрат населення є суттєве збільшення індексу споживчих цін (за січень-вересень 2007 р. на 8,6%), зокрема, цін на продукти харчування та безалкогольні напої (на 12,7%).

За підсумками 2006 року обсяг роздрібного товарообороту підприємств склав 129 952 млн. грн., а темпи зростання обсягів роздрібного товарообороту підприємств до попереднього року у порівнянних цінах становили 26,4%. Приріст роздрібного товарообороту підприємств у порівнянних цінах за січень-серпень 2007 року порівняно з відповідним періодом 2006 року склав 28,4%, а приріст реальної заробітної плати за 8 місяців 2007 року порівняно з аналогічним періодом попереднього року – 12,2%.

Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) в Україні за останні п'ять років зріс у 3,3 рази (Рисунок 2.2).

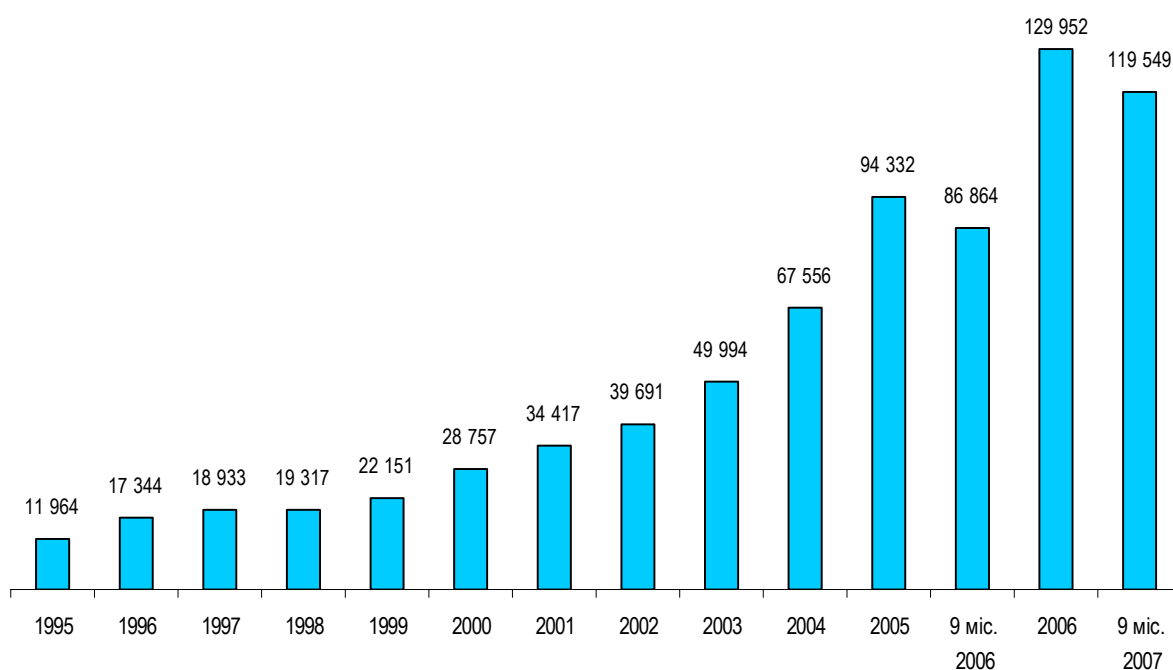


Рисунок 2.2. Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) в Україні за 1995-9 міс. 2007 рр., млн. грн.

Джерело: Державний комітет статистики, <http://ukrstat.gov.ua>

Не зважаючи на прогнозоване щорічне зростання обсягів ринку на 12%, український ринок зростає на 20-25% на рік.

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

роздрібної торгівлі. 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.

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 (Додаток до рейтингового звіту №1). Найбільша активність роздрібної торгівлі спостерігалась у м. Києві, де за січень-серпень 2007 року товарообіг збільшився на 30,7% порівняно з відповідним періодом минулого року і склав 20 267,9 млн. грн. Серед регіонів найвищі обсяги роздрібного товарообігу були у Дніпропетровській, Донецькій, Харківській областях. Найбільші темпи приросту роздрібної торгівлі спостерігались також у м. Севастополі (50,9%), Миколаївській (39,9%), Чернівецькій (36,7%), Дніпропетровській (34,8%) та Донецькій областях (32,3%).

Найпривабливішими регіонами за підсумками 8 місяців 2007 року є м. Київ, Донецька, Дніпропетровська та Запорізька області, 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), що зумовлено більшою чисельністю населення, розвиненішою інфраструктурою та сконцентрованістю 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 «A.T. Kearney», Україна стала четвертою у світі країною за інвестиційною привабливістю для міжнародних торгових мереж (Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1. Глобальний індекс розвитку роздрібної торгівлі у 2006 році

Ранг	Країна	Регіон	Ризик *	Ринкова привабливість **	Насиченість ринку ***	Темпи росту ****
			Вага	25%	25%	30%
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

Джерело: А.Т.Kearney

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.

Загалом, на сучасному етапі розвитку українського роздрібного ринку супермаркети є найпоширенішими каналами збуту з точки зору формування категорії прихильних споживачів (4 з 5 покупців стверджують, що вони витрачають у магазинах цього формату найбільшу частину своїх коштів). Мінімаркети, cash&carry та гіпермаркети суттєво поступаються за прихильністю контактної аудиторії (Рисунок 2.3).

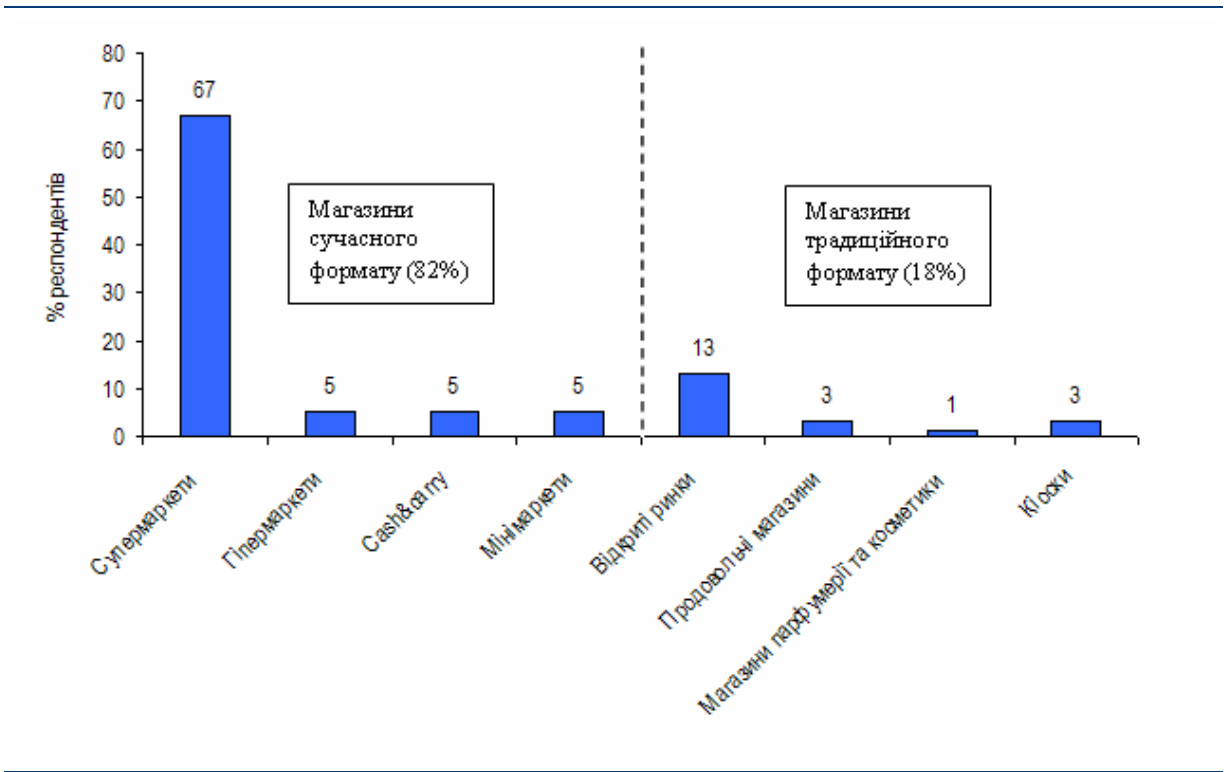


Рисунок 2.3. Канали торгівлі, за прихильністю покупців

Джерело: AC Nielsen

Для роздрібно́ї торгівлі характерною тенденцією залишається розширення та поступовий перехід на сучасні формати каналів збуту.

За підрахунками фахівців дослідницького проекту RetailStudio.org, за показником роздрібно́ї площі на душу населення в Україні лідирують міста Севастополь та Київ (Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2. Роздрібна площа на душу населення в Україні у 2005 р.

Позиція	Область	Площа, кв. м.
1	Севастополь	0,36
2	Київ	0,33
3	Одеська	0,32
4	Дніпропетровська	0,29
5	Запорізька	0,28
6	Херсонська	0,28
7	Полтавська	0,28
8	Житомирська	0,28
9	Миколаївська	0,28
10	Донецька	0,27
11	Кіровоградська	0,27
12	Черкаська	0,27
13	Хмельницька	0,27
14	Харківська	0,27
15	Чернігівська	0,27
16	Волинська	0,26
17	Крим	0,26
18	Вінницька	0,26
19	Сумська	0,25
20	Луганська	0,24
21	Рівненська	0,24
22	Закарпатська	0,24
23	Львівська	0,24
24	Івано-Франківська	0,24
25	Тернопільська	0,23
26	Київська	0,22
27	Чернівецька	0,19

Джерело: Студія дослідження роздрібної галузі, <http://retailstudio.org>

Як видно з таблиці, найменше роздрібними площами у 2005 році були забезпечені жителі Тернопільської, Київської та Чернівецької областей.

Головними тенденціями 2006-середини 2007 рр. були:

- активна експансія операторів мереж у регіони (переважно у районні центри);
- відсутність спеціалізованих приміщень для організації магазинів сучасної торгівлі (в результаті – надвисока вартість купівлі/оренди приміщень);
- відсутність системних професійних девелоперів, (як результат – роздрібні мережі значно збільшили число торгових центрів побудованих самостійно з нуля);
- поява перших масових продуктових франшиз;

- велика кількість виставлених на продаж мереж (особливо в регіонах).

Протягом року ринок роздрібної торгівлі активно розвивався – мережі розросталися, виходячи в нові міста й регіони, збільшувався формат їх нових магазинів. Частина мереж концентрувалися на одному-двох форматах і відмовлялися від непрофільних. Відтак, «Пакко» вийшов з проекту гіпермаркетів «Там-там», зосередившись на супермаркетах і «магазинах у удома» – «Вопах»; «Еко-маркет» сконцентрувався на супермаркетах; «Інвестор» вирішив розвивати тільки мережу дорогих супермаркетів «Захоплення». Мережу дискаунтерів «П'ятірочка» було продано. Інші компанії, навпаки, запускали нові проекти («Велика кишеня» – гіпермаркети, «Бумі-маркет» — «зручні супермаркети», «Кіт» — «магазини преміум-класу»).

На цей час на українському ринку організованої роздрібної торгівлі домінують мережі українських операторів, але на територію України розпочато просування зарубіжних гравців. Серед іноземних компаній на ринку працюють: Metro Cash & Carry (Німеччина), Villa (Австрія), Spar (працює місцевий оператор, що купив франшизу у голландської компанії), Патерсон, X-5 (обидві мережі з Росії), БМ Трейд (Литва). Інформацію про найбільші торгові мережі України наведено у додатку (Додаток до рейтингового звіту №2). Згідно з наведеними даними, група компаній «Союз» посідала на 14 місці за обсягами продажів у 2006 році серед українських операторів роздрібної торгівлі.

Головною проблемою для розвитку мереж іноземних операторів в Україні залишаються великий дефіцит торгових площ і завищені ставки оренди, оскільки в інших країнах Центрально-Східної Європи орендні ставки у 2-3 рази нижчі за українські.

Непрозорі схеми, що діють під час придбання земельних ділянок, та складна процедура узгодження будівництва призводять більшість іноземних операторів роздрібної торгівлі відкладати свою основну стратегію розвитку на майбутнє (самостійне будівництво нових об'єктів).

Законодавче регулювання

На етапі ринкового реформування економіки державне регулювання спрямоване на реалізацію таких принципів господарювання у сфері внутрішньої торгівлі:

- організаційно-господарська незалежність – самостійність і свобода вибору суб'єктами господарювання організаційно-правових форм та видів торговельної діяльності, характеру відносин з іншими суб'єктами ринку, спеціалізації та асортиментного профілю торговельних підприємств, методів обслуговування покупців тощо;
- відкритість – доступність торговельних послуг для всіх категорій споживачів, пріоритетне врахування їх інтересів, запобігання дискримінації покупців;
- цивілізованість – високий рівень торговельного обслуговування;

- самоокупність – повернення суб'єктами господарювання витрат у процесі торговельної діяльності, запобігання банкрутству і фінансовій неспроможності підприємств;
- конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – ефективне функціонування в умовах конкурентного середовища і конкурентної боротьби за умов дотримання антимонопольного законодавства;
- урегульованість – відповідне реагування торговельної сфери на вплив координуючих і коригуючих зовнішніх факторів через систему правових, науково-технічних, інвестиційних, соціально-політичних, інших механізмів державного регулювання;
- контрольованість – попередження і профілактика порушень і зловживань.

Державне регулювання внутрішньої торгівлі здійснюється через нормативно-правову та методичну базу, контрольо-наглядову систему заходів та вибірково державну підтримку важливих соціально-економічних орієнтирів.

Прогноз розвитку

Однією з основних проблем розвитку торгівлі та споживчого ринку є відсутність адекватної, повної та своєчасної статистики, й, відповідно, аналізу процесів, що відбуваються на ринку. В результаті цього присутня диспропорція розміщення торгових та сервісних об'єктів; споживчий ринок характеризується постійними кризами – продовольчими, ціновими; існує дисбаланс імпорту та національного виробника, що негативно позначається на споживачеві та торговельних підприємствах. Відсутність комплексної торговельної політики, що здійснюється єдиним органом, та порушені міжгалузеві зв'язки призводять до хаотичності державних рішень та дій із забезпечення населення необхідними товарами та послугами, а також регулювання галузі.

Роздрібний ринок продуктів харчування в Україні є одним з найбільш швидкозростаючих у світі. За оцінками фахівців темпи зростання обсягів роздрібною торгівлі в Україні протягом декількох наступних років будуть найвищими серед країн Східної Європи. Основними критеріями зростання є слабкий розвиток організованого ринку та підвищення доходів населення.

Для якісного розвитку українського ринку роздрібних продажів галузевими фахівцями пропонується така стратегія:

1. Ефективний рівень взаємодії окремих ланок єдиного циклу «дослідження — виробництво — реалізація — споживання».
2. Вітчизняне (заохочення) та імпортне виробництво — економічний баланс.
3. Розвиток технологічного та інформаційного забезпечення торговельної сфери.

4. Розвиток цивілізованих форматів роздрібної торгівлі, особливо у сільській місцевості, та у невеликих містах.
5. Підвищення правової культури, культури обслуговування та розвиток технологічної забезпеченості малого підприємництва.
6. Розвиток оптової ланки торгівлі, розподільчих центрів для великих торговельних мереж та оптових баз для малого підприємництва.
7. Доступність громадського харчування.
8. Орієнтація податкової політики на зменшення тіньового обігу та стимулювання легалізації ринку.
9. Покращення інвестиційної ситуації в торгівлі.
10. Реформування ринків та переведення їх на цивілізовану базу.
11. Принципи господарювання у сфері внутрішньої торгівлі.
12. Підтримка участі об'єднань підприємців та роботодавців у реалізації державної політики в сфері внутрішньої торгівлі.
13. Вдосконалення нормативно-правової бази.
14. Державна підтримка торговельної діяльності.
15. Запобігання ліквідації або скороченню деяких соціально-важливих, але малоприбуткових і неконкурентоспроможних видів торговельної діяльності.
16. Розвиток мережі «доступних магазинів».
17. Стимулювання розміщення торговельних об'єктів відповідно до принципів доступності, економічної доцільності та переваг для споживачів.
18. Суттєве оновлення механізмів державного регулювання.
19. Впровадження у сфері торговельної діяльності систем менеджменту якості та контролю якості товарів (робіт, послуг) ISO 9000.
20. Формування ринково-орієнтованої сфери оптової торгівлі.
21. Стимулювання інвестицій у галузь органами виконавчої влади.
22. Кадрове, інформаційне та наукове забезпечення розвитку внутрішньої торгівлі.
23. Розвиток торговельної інфраструктури.
24. Розвиток мережі ринків у напрямі створення продовольчих ринків різних територіальних масштабів.

На початку 2008 р. в Києві відкриється перший гіпермаркет французької мережі «Auchan». Протягом першого року розвитку компанія планує відкрити в

Києві 4 гіпермаркети. Вихід на український ринок такого великого, системного та агресивного оператора як Auchan, напевно призведе до помітних змін розстановки сил на роздрібному ринку.

Ще одним новим гравцем, який може помітно вплинути на український роздрібний ринок, є російська мережа гіпермаркетів «Океу». Вона виходить на ринок як європейська (люксембурзька) компанія, а контролюють її великі бізнесмени з Росії й Естонії. Мережа тільки будує або викупує побудовані для неї приміщення в нових торгових центрах. Вже в кінці цього року компанія збирається запустити 4 великоформатних гіпермаркета – в Києві, Кривому Розі, Запоріжжі та Сімферополі. У 2008 році передбачається відкриття ще восьми гіпермаркетів в Києві, двох у Харкові, Одесі та Маріуполі. Торгова площа київського гіпермаркета становить понад 14 тис. кв. м – це буде найбільший продовольчий гіпермаркет в Україні. Наразі дочірнє девелоперське підприємство мережі активно шукає землю для будівництва нових об'єктів, роблячи ставку на великі міста центральної, східної та північної України.

Ще один гравець російського роздрібного ринку – калінінградська компанія «Вестер», заявив про свої наміри працювати в Україні. Мережа планує до 2007 року відкрити перші гіпермаркети в регіонах (Тернопіль, Сімферополь Харків, Хмельницький й Івано-Франківськ). Емісари компанії займаються активним пошуком торгових площ не тільки під гіпермаркети, але й для супермаркетів мережі – про те, що до них звертався «Вестер» підтверджують більшість українських девелоперів. Так само мережа розглядає можливість викупити одну з виставлених на продаж мереж гіпермаркетів. «Вестер» планує в найближчі 2,5 роки інвестувати в розвиток гіпермаркетів «Вестергіпер» і супермаркетів «Вестер» на території України близько 100 млн. дол. США. До 2011 року планується відкриття 50 гіпермаркетів та 24 супермаркетів загальною торговою площею 307 тис. кв. м у 35 містах України.

Третьою російською компанією, що шукає приміщення на українському ринку – є мережа гіпермаркетів і супермаркетів «Мосмарт». Компанія проводить переговори щодо оренди приміщень у Києві, Харкові, Дніпропетровську та Одесі.

Німецька мережа продуктивних гіпермаркетів Real (підрозділ Metro Group) оголосила про вихід на український ринок і відкриття перших гіпермаркетів. Metro Group у всіх країнах дотримується єдиного формату магазинів: загальна площа – 11 тис. кв. м, асортимент – 35 тис. найменувань, з яких 70% – продукти харчування. Вартість будівництва одного гіпермаркета складає близько 30 млн. євро. Загальний розмір інвестицій у розвиток проекту – 100 млн. євро. Передбачається розвиток мережі Real в декількох регіонах України.

Компанія «Rainford» цього року виходить на столичний ринок, відкриваючи відразу два самостійно побудованих торговельних центри з власними гіпермаркетами. Площа кожного київського гіпермаркета Rainford складе близько 8 000 кв. м. Запустити новий для себе формат магазинів має намір у 2008 році найбільша львівська мережа «Арсен» (компанія «Інтермаркет»).

Подвоїти кількість своїх гіпермаркетів обіцяють українські мережі «Амстор», «Край» (Київ, Харків, Дніпропетровськ) та «Велика кишеня». Компанія «Караван»

збирається до кінця 2008 р. відкрити близько десяти гіпермаркетів (зокрема, в Харкові, Дніпропетровську, Запоріжжі, Одесі, Львові, Чернівцях).

На початку 2007 р. заявили про наміри освоювати роздрібні продажі донецька бізнес-група «SCM» та харківська група компаній «Авек». ТОВ «Український ритейл» (100% частка у статутному фонді належить холдингу «SCM») вже запустило на початку цього року пілотний проект у Донецьку, відкривши декілька магазинів у форматі «супермаркет у дома» під вивіскою «Брусниця». Цього року «Український ритейл» планує відкрити в Донецькій області 30 супермаркетів, а до кінця 2007 р. компанія почне відкривати магазини й в інших регіонах України. Протягом наступних п'яти років «Український ритейл» планує відкрити по країні більше ніж 400 торговельних точок. Можливо, після запуску мережі «Українського ритейла» Донбас стане ще більш закритим для операторів з інших регіонів.

Компанія «Евротек» запускає нову національну мережу супермаркетів. Тільки до кінця року планується об'єднати мережу з 10 супермаркетів площею від 500 до 2000 м кв. кожен. Всі магазини мережа має намір будувати самостійно. Перші магазини будуть відкриті в Харкові, Керчі, Кривому Розі, Мелітополі, Донецьку, Львові, Одесі та Дніпропетровську.

Українські регіональні оператори роздрібних мереж тривалий час розвивались ізольовано. Це надало можливість сформуватись міцним гравцям, найбільшими з яких є дніпропетровська мережа «АТБ-маркет», донецька «Амстор» та луцька «Вопак». Фактично, всі ці компанії вже перестали бути суто регіональними та зараз є операторами національного ринку.

Всі працюючі на українському ринку оператори роздрібних мереж прагнуть знайти свою нішу й закріпитися на ринку до приходу конкурентів, переважно іноземних.

Український ринок роздрібної торгівлі переживає етап якісного становлення. Основними тенденціями є стабільне зростання кількості об'єктів організованої торгівлі і зменшення частки відкритих базарів і рундуків (особливо, у разі посилювання адміністративного, податкового і санітарного контролю над останніми); значне збільшення ролі центрального логістичного складу роздрібної мережі; відмова великих мереж від оптових підрозділів, а великих оптовиків – від роздрібних продажів.

Особливостями подальшого розвитку ринку в 2007-2008 рр. є:

- розширення існуючих мереж шляхом поглинання дрібніших гравців, купівлі магазинів старого формату;
- зростання конкуренції за рахунок приходу на ринок іноземних операторів зі всесвітнім ім'ям, репутацією та досвідом;
- поява нових амбітних вітчизняних операторів, які належатимуть до потужних фінансово-промислових груп;
- збільшення частки гіпермаркетів і «магазинів у дома»;
- розвиток операторами власних девелоперських проектів;

- збільшення обсягів інвестицій в реалізацію нових проєктів;
- вихід національних мереж в регіональні міста-стотисячники, а регіональних операторів – в невеликі міста та навіть у селища міського типу.

Розвиток роздрібних мереж у регіонах відштовхує операторів у зв'язку з низьким «середнім чеком» та приваблює за декількома причинами:

- полегшений контакт з місцевою владою;
- наявність та не висока вартість земельного ресурсу.

Конкуренція серед операторів, яка присутня тільки у містах-мільйонниках, поширюватиметься поступово на регіони паралельно з покращенням купівельної спроможності контактної аудиторії. За досвідом сусідів з ближнього зарубіжжя супермаркети можна відкривати у містах з населенням від 30 тисяч осіб.

Ефективною стратегією розвитку роздрібногo бізнесу може стати мультиформатність, яка дозволяє мережам забезпечувати динамічне зростання продажів за рахунок роботи з різними соціальними нішами.

Мережі «магазинів у дома» мають неабиякі перспективи в Україні завдяки таким факторам:

- наявність радянської мережі гастрономів й інших об'єктів комунального обслуговування;
- невеликі інвестиції на відкриття однієї торговельної точки;
- недостатня моторизованість населення, що перешкоджає здійснювати комфортну закупівлю товарів у гіпермаркетах.

2.2. Особливості конкуренції та позиції на ринку ПП «Союз-Лідер»

Ринкові позиції емітента

Цільовими ринками, де група компаній «Союз» планує здійснювати свою діяльність, є Вінницька, Житомирська, Київська та Чернігівська області. На території цих регіонів проживає близько 13% населення України (Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3. Демографічні та економічні показники цільових регіонів

Область	Середня чисельність населення у 2006р., тис. осіб	Роздрібний товарооборот у 2006р., млн. грн.	Індекси фізичного обсягу товарообороту (у порівнянних цінах) за січень-серпень 2007р. до аналогічного періоду попереднього року, %	Загальна кількість міст області у 2006р.
Вінницька	1 694,0	2 878,5	126,4	17
Житомирська	1 323,6	2 317,9	125,6	11
Київська	1 757,4	4 412,6	129,8	25
Чернігівська	1 160,2	2 001,7	123,7	15

Джерело: Державний комітет статистики, <http://ukrstat.gov.ua>

Регіони заплановані до розширення мережі акумулювали близько 9% роздрібного товарообороту України у 2006 році.

Витрати домогосподарств, розташованих на цільових територіях компанії, значно відрізняються в залежності від рівня їх доходів (Таблиця 2.4).

Таблиця 2.4. Розподіл населення у 2005 році за рівнем середньодушових сукупних витрат у місяць, %

Розмір витрат, грн.	Область				Україна
	Вінницька	Житомирська	Київська	Чернігівська	
до 180,0	5,1	9,4	6,1	10	5,9
180,1 - 240,0	8,8	13,2	9,3	6,2	10,4
240,1 - 300,0	6,3	10,8	17	19,4	12,9
300,1 - 360,0	10,6	17,3	15,8	13,7	13,3
360,1 - 420,0	13,9	12,1	15,9	11,6	12,2
420,1 - 480,0	12,5	5,1	6,4	7,5	9,4
480,1 - 540,0	12,4	8,1	5,8	6	8,1
540,1 - 600,0	6,8	5,5	6,2	6,1	6,3
600,1 - 660,0	4,6	4	2,2	4,2	4,4
660,1 - 720,0	3,2	2,9	2,9	2,9	3,5
понад 720,0	15,8	11,6	12,4	12,4	13,6

Джерело: Державний комітет статистики, <http://ukrstat.gov.ua>

Згідно зі статистичними даними, у 2005 році 54,7% українців проживали за межею бідності (прожитковий мінімум становив 423 грн./місяць). У Вінницькій області цей показник був меншим за загальнодержавний (44,7%), а у Житомирській, Київській та Чернігівській областях – більшим (62,8%, 64,1%, 60,9% відповідно). У 2006 році загальнодержавний показник майже не змінився та становив 51,9%.

Виходячи з описаного вище, переважну частину видатків українські домогосподарства спрямовують на потреби першого ступеня, зокрема, на продукти харчування.

За даними ПП «Союз-Лідер», група компаній «Союз» займає близько 36% ринку роздрібних продажів харчової продукції Чернігівської області (з урахуванням інших форм роздрібної торгівлі: павільйони, ринки, кіоски і т.п.) та близько 70% ринку роздрібних продуктових магазинів. За кількістю магазинів й обсягом продажів група компаній «Союз» з 2000 року є незмінним лідером в Чернігівській області.

Магазини мережі працюють під двома брендами – «Союз» й «Квартал». В результаті досліджень, проведених емітентом, майже 60% жителів Чернігівської області вважають магазини «СОЮЗ» і «КВАРТАЛ» основним місцем здійснення покупок.

Магазини здійснюють торгівлю в трьох форматах, пріоритетним з яких є магазин біля дому:

- супермаркет (Рисунок 2.4) – асортимент складається з 15-25 тис. найменувань; пропонується значний набір додаткових послуг (власна булочна, відділення банка, мобільний зв'язок, оператори лотерей і т. ін.);



Рисунок 2.4. Супермаркет «Союз»

Джерело: Інтернет-сайт ПП «Союз-Лідер» <http://souz.in.ua>

- експрес-магазин (Рисунок 2.5) – асортимент налічує 1,5-2 тис. найменувань (розрахований на споживача, який не здійснює великих закупівель на тиждень, а докуповує необхідне щодня);



Рисунок 2.5. Експрес-магазин «Союз»

Джерело: Інтернет-сайт ПП «Союз-Лідер» <http://souz.in.ua>

- магазин білля дому (Рисунок 2.6) – асортимент до 3 тис. найменувань (розрахований на споживачів з середнім і нижче середнього рівнем доходу; розташований в центральній частині або в густонаселених районах міста; у деяких торговельних точках пропонуються додаткові послуги).



Рисунок 2.6. Магазин білля дому «Квартал»

Джерело: Інтернет-сайт ПП «Союз-Лідер» <http://souz.in.ua>

Окрім роздрібно́ї торгівлі група компаній «Союз» здійснює оптовий продаж свіжих овочів та фруктів.

У боротьбі за покупця компанії «Союз» акцентують увагу на ціни, які формуються в мережі залежно від формату магазину. Основною вимогою при ціноутворенні є підтримка ексклюзивних цін на товари.

Виходячи зі статистичних даних (переважна частина населення живе за межею бідності), формат магазин білля дому, який було обрано як пріоритетний, – є перспективним.

Профілі основних конкурентів

На сьогодні 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 групи компаній «Союз» у найближчій перспективі, її потенційними конкурентами можна вважати наступні мережі: «Вопак», «Велика кишеня», «Еко-Маркет», «Фуршет», «АТБ-маркет», «Сільпо», «Бумі».

ТОВ «Корпорація ПАККО» здійснює оптову й роздрібну торгівлю продуктами харчування та товарами для дома через мережі супермаркетів «Вопак» (23 магазини у Волинській, Львівській, Житомирській, Рівненській, Івано-Франківській, Закарпатській областях), cash&carry «ПАККО» (7 магазинів у Чернівецькій, Волинській, Тернопільській, Рівненській областях). Загальна площа магазинів корпорації «ПАККО» наближається до 30 000 кв. м., колектив налічує близько 3 000 осіб.

«Велика Кишеня» – одна з найбільших національних мереж роздрібною торгівлі в Україні. У 16 містах України розташовано 38 магазинів (30 супермаркетів і 8 гіпермаркетів, 6 з яких розташовані у власних торгових центрах). Сукупні торгові площі мережі – близько 100 тис. кв. м. Управляюча компанія – ВАТ «Рітейл Груп». Асортимент супермаркетів складається з 15-25 тис. найменувань, а гіпермаркетів – до 50 тис. найменувань. Формат торгових площ супермаркетів – 1,2-3,5 тис. кв. м, гіпермаркетів – від 3,5 тис. кв. м.

ТОВ «ЕКО» здійснює роздрібну торгівлю продуктами живлення та супутними товарами через мережу супермаркетів «Еко-Маркет». На початок 2007 року мережа налічувала 32 супермаркети, які працювали в 14 містах у 11 регіонах України (АР Крим, Київській, Чернігівській, Черкаській, Сумській, Одеській, Вінницькій, Запорізькій, Полтавській, Житомирській, Рівненській областях).

Мережа супермаркетів «Фуршет» (ТОВ «Гарантія-Трейд») є однією з найбільших за кількістю торгових точок в Україні більше ніж 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. Формат магазинів – супермаркети з середньою площею близько 1,5 тис. м. кв. 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.

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. м. кв. «АТБ» оперує мережею з близько 180 магазинів, охоплюючи півсотні міст у 13 регіонах України. У планах компанії на 2008 рік – збільшення об'єктів до 230.

Корпорація «Fozzy Group» включає мережу універсамів «Сільпо» (114 торговельних точок), дискаунтерів «Фора» (61 ТТ), оптові гіпермаркети «Фоззі» (3 ТТ), гастрономи «Дніпрянка» (11 ТТ). Магазини корпорації «Fozzy Group» представлені сьогодні у всіх найбільших містах України. Основним форматом мережі «Сільпо» є супермаркети з середньою площею близько 1,2 тис. м. кв. Асортимент універсамів «Сільпо» варіюється від 6 000 до 12 000 найменувань. За планами розвитку компанії на 2007 рік передбачається 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.

ТОВ «Бм-трейд» є власником мережі супермаркетів «Бумі». Мережа маркетів «Бумі» налічує близько 42 магазини, які розташовуються в Києві, Київській, Чернігівській, Житомирській, Сумській областях, яку обслуговують 1 204 співробітники.

Український ринок роздрібною торгівлі впродовж останніх років демонструє високі темпи розвитку, що відбувається за рахунок зростання доходів населення. Протягом останніх років темпи росту роздрібного товарообороту підприємств перевищують темпи приросту реальної заробітної плати населення, що свідчить про ненасиченість ринку роздрібною торгівлі. Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) в Україні за останні п'ять років зріс у 3,3 рази. Мережева роздрібна торгівля займає близько 30% ринку роздрібною торгівлі України, ринки – трохи більше ніж 40%. розвиток роздрібною торгівлі в Україні відбувається нерівномірно. Найбільші темпи росту зафіксовані в промислових областях, що пояснюється вищим рівнем доходів населення та щільнішою концентрацією споживачів. Сезонність продажу асортименту продукції роздрібною торгівлі продуктами харчування у цілому малопомітна, за винятком грудня. За результатами дослідження консалтингової фірми «А.Т. Kearney», Україна стала четвертою у світі країною за інвестиційною привабливістю для міжнародних торгових мереж. Група компаній «Союз» обіймала 14 місце за обсягами продажів у 2006 році серед українських операторів роздрібною торгівлі. На цей час на українському ринку організованою роздрібною торгівлі домінують мережі українських операторів, але на територію України розпочато просування зарубіжних гравців.

Державне регулювання внутрішньої торгівлі здійснюється через нормативно-правову та методичну базу, контрольну-наглядову систему заходів та вибірковою державною підтримку важливих соціально-економічних орієнтирів.

Роздрібний ринок продуктів харчування в Україні є одним з найбільш швидкозростаючих у світі. За оцінками фахівців темпи зростання обсягів роздрібної торгівлі в Україні протягом декількох наступних років будуть найвищими серед країн Східної Європи. Всі працюючі на українському ринку оператори роздрібних мереж прагнуть знайти свою нішу й закріпитися на ринку до приходу конкурентів, переважно іноземних. Український ринок роздрібної торгівлі переживає етап якісного становлення. Основними тенденціями є стабільне зростання кількості об'єктів організованої торгівлі і зменшення частки відкритих базарів і рундуків. Конкуренція серед операторів, яка присутня тільки у містах-мільйонниках, поширюватиметься поступово на регіони паралельно з покращенням купівельної спроможності контактної аудиторії.

Цільовими ринками, де група компаній «Союз» планує здійснювати свою діяльність, є Вінницька, Житомирська, Київська та Чернігівська області. На території цих регіонів проживає близько 13% населення України. Регіони заплановані до розширення мережі акумулювали близько 9% роздрібного товарообороту України у 2006 році. Згідно зі статистичними даними у 2005 році 54,7% українців проживали за межею бідності. За даними ПП «Союз-Лідер», група компаній «Союз» займає близько 36% ринку роздрібних продажів харчової продукції Чернігівської області. Магазины мережі працюють під двома брендами – «Союз» й «Квартал». Магазины здійснюють торгівлю в трьох форматах, пріоритетним з яких є магазин білля дому. Виходячи зі статистичних даних (переважна частина населення живе за межею бідності), формат магазин білля дому, який було обрано як пріоритетний, – є перспективним.

На сьогодні 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. Враховуючи плани розвитку групи компаній «Союз» у найближчій перспективі, її потенційними конкурентами можна вважати наступні мережі: «Вопак», «Велика кишеня», «Еко-Маркет», «Фуршет», «АТБ-маркет», «Сільпо», «Бумі».

3. Аналіз підприємства

3.1. Аналіз організаційної структури та кадрового складу

Відповідно до установчих документів (Статут ПП «Союз-Лідер») органами управління емітента є:

- Засновник;
- Директор;
- Ревізійна комісія.

Вищим органом управління підприємством є засновник. До виключної компетенції засновника відносяться, зокрема: прийняття рішення про припинення діяльності підприємства; утворення ліквідаційної комісії; визначення основних напрямів діяльності підприємства; затвердження планів та звітів про їх виконання; внесення змін та доповнень до статуту; обрання та відкликання директора, ревізійної комісії та призначення аудитора; затвердження річних результатів діяльності; затвердження звітів і висновків ревізійної комісії; порядок розподілу прибутку; створення, реорганізація та ліквідація, філій та представництв; винесення рішень про притягнення до майнової відповідальності посадових осіб органів управління; затвердження правил, процедур та інших внутрішніх документів; визначення організаційної структури; визначення умов оплати праці посадових осіб.

Виконавчим органом підприємства є директор, який призначається засновником. Директор вирішує всі питання фінансово-господарської діяльності підприємства, крім тих, що входять до виключної компетенції засновника. Директор розпоряджається майном підприємства, укладає договори, здійснює наймання і звільнення працівників. Директор підзвітний засновнику і організовує виконання його рішень.

Контроль за діяльністю директора здійснюється ревізійною комісією, або аудиторською організацією. Компетенція та повноваження комісії визначаються засновником.

Управління групою компаній «Союз» здійснюється централізовано особами, які оформлені на підприємствах, що входять в групу, в тому числі на ПП «Союз-Лідер». Стратегічне управління здійснюється Радою директорів, яку очолює генеральний директор (Рисунок 3.1).

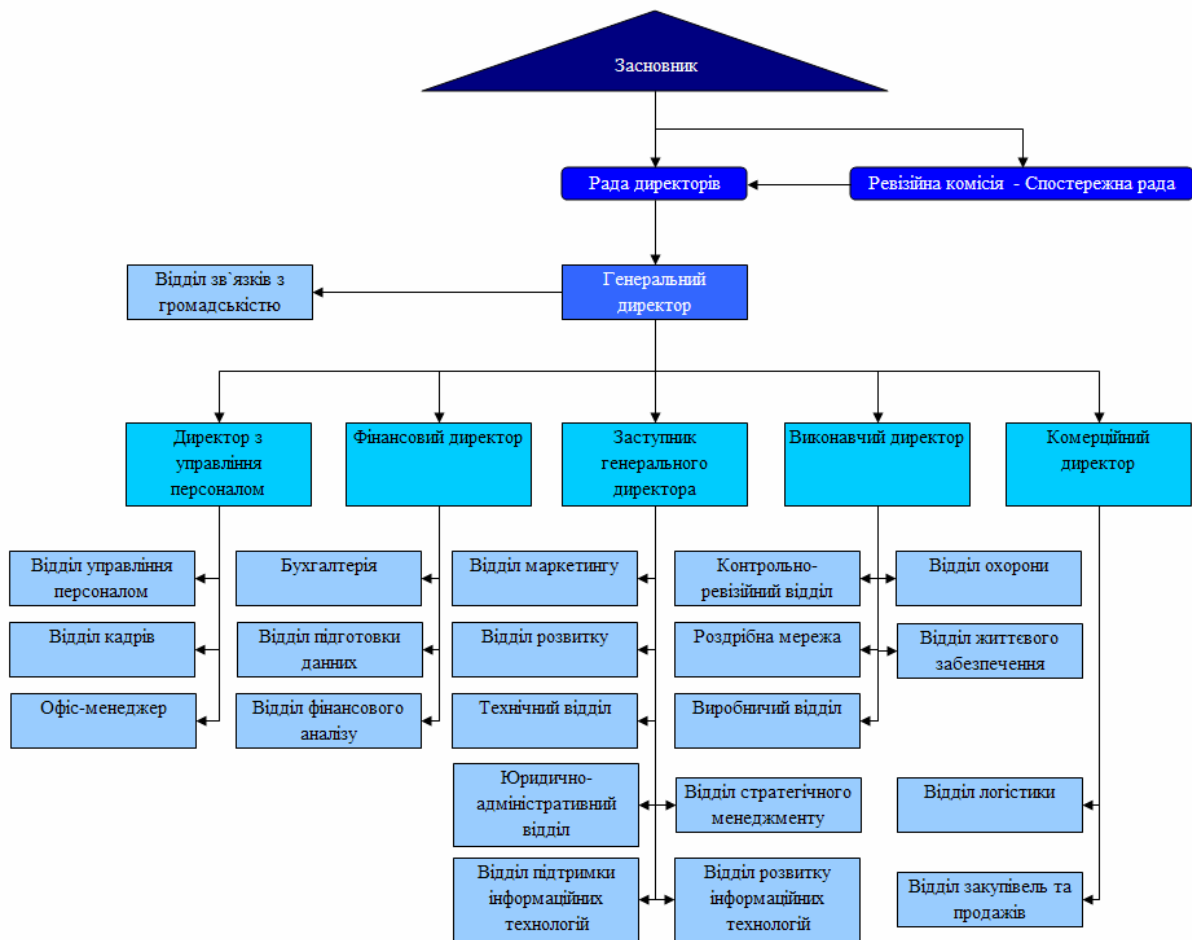


Рисунок 3.1. Організаційна структура групи компаній «Союз»

Джерело: Інформація підприємства

Фактично, функцію ревізійної комісії виконує орган, який в групі називається Спостережна рада. До членів цієї гілки управління входять експерти, які не працюють в компанії та наймаються власником для проведення незалежної оцінки діяльності бізнесу, відповідності та повноти виконання поставлених цілей, тощо. Крім цього, спостережна рада виконує функцію консультативного центру по розвитку й впровадженню ефективних способів управління.

Інформацію про досвід роботи ключових керівників групи компаній наведено у таблиці (Таблиця 3.1).

Таблиця 3.1. Інформація про досвід роботи ключових керівників групи компаній «Союз», років

П.І.Б.	Посада	Загальний робочий стаж	Досвід роботи в галузі	Досвід роботи на посаді
Друцький Станіслав Олегович	Генеральний директор (власник групи компаній)	18	18	12
Качнов Вадим Іванович	Заступник генерального директора	17	17	2
Остапенко Вікторія Леонідівна	Виконавчий директор	14	14	7
Подосинова Карина Борисівна	Фінансовий директор	14	2	2
Тарасов Євгеній Олександрович	Комерційний директор	15	5	1
Рубан Алла Василівна	Директор з управління персоналом	12	2,5	2,5

Джерело: Інформація підприємства

Попередній досвід роботи менеджменту товариства відповідає посадам займаним на поточний момент.

Протягом 2005-9 місяців 2007 рр. середня кількість працівників на підприємстві постійно зростала (Таблиця 3.2).

Таблиця 3.2. Середня чисельність персоналу, осіб

Компанія	Рік			Приріст	
	2005	2006	9 місяців 2007	2006 до 2005	9 місяців 2007 до 2006
ПП «Союз-Лідер»	700	800	1 043	14%	30%
Група «Союз»	1 512	1 866	2 143	23%	15%

Джерело: Інформація підприємства

Як видно з таблиці, постійний набір персоналу здійснювався не тільки у емітента, але й в групі «Союз».

3.2. Особливості організації діяльності

Виробничі потужності

Основними виробничими потужностями підприємств, які спеціалізуються на роздрібних продажах, є торговельні точки, склади та автомобільний транспорт.

Протягом 2006 року мережа емітента налічувала, в середньому, 17 торговельних точок. У вересні 2007 року ПП «Союз-Лідер» здійснювало діяльність через 20 магазинів під торговими марками «Союз» і «Квартал».

Протягом останніх 3 років кількість магазинів групи «Союз» зросла у 3,8 рази (Таблиця 3.3).

Таблиця 3.3. Інформація про кількість магазинів групи «Союз» у 2004 – 2006 рр., шт.

Показник	2004	2005	2006
Кількість магазинів	12	42	46
Темпи зростання	-	350%	110%

Джерело: Інформація підприємства

Зниження темпів зростання кількості магазинів у 2006 році, пояснюється тим, що ресурси групи компаній «Союз» були спрямовані на проведення ремонту й переформатування магазинів ВАТ «Чернігівпродтовари».

Під нові торговельні точки мережі група компаній «Союз», переважно, вибирає приміщення в яких раніше були розташовані радянські продуктові магазини (як правило, вони мають вигідну локацію й умови для зберігання й реалізації продуктів харчування). Магазини мережі, переважно, знаходяться у власності групи компаній «Союз».

У період з 01.01.2007 - 01.10.2007 рр. групою компаній «Союз» було приватизовано 6 магазинів ВАТ «Чернігівпродтовари».

Торговельні площі, які були у розпорядженні емітента протягом 2006 - 9 місяців 2007 рр., перевищували 5,5 тис. м кв., а у групи компаній «Союз» – 12 тис. м кв. (Таблиця 3.4).

Таблиця 3.4. Торговельні площі групи компаній «Союз»

Оператор	2006 р.		9 місяців 2007 р.		Відхилення м. кв.
	м. кв.	питома вага	м. кв.	питома вага	
Союз-Лідер	5 642	46%	6 370	49%	728
Союз-Славутич	546	4%	546	4%	0
Квартал - Київ	335	3%	335	3%	0
Чернігівпродтовари	5 637	46%	5 637	44%	0
Всього:	12 160	100%	12 888	100%	728

Джерело: Інформація підприємства

Як видно з таблиці протягом 9 місяців 2007 року торговельні площі зросли за рахунок розширення мережі ПП «Союз-Лідер», що збільшило показник по групі на 6%.

Станом на 01.10.2007 р. ПП «Союз-Лідер» управляло мережею, яка складалась з власних приміщень (82% від загальної кількості) та орендованих (18% від загальної кількості). Серед магазинів групи компаній «Союз», власних торговельних точок було 67%/, а орендованих – 33% (Таблиця 3.5).

Таблиця 3.5. Інформація про права власності на торгівельні точки групи компаній «Союз»

Оператор	Кількість, од.			Питома вага		
	власні	орендовані	всього	власні	орендовані	всього
Союз-Лідер	18	4	22	82%	18%	100%
Союз-Славутич		1	1	0%	100%	100%
Квартал - Київ	1		1	100%	0%	100%
Чернігівпродтовари	16	12	28	57%	43%	100%
Разом	35	17	52	67%	33%	100%

Джерело: Інформація підприємства

Група компаній «Союз» володіє (через ВАТ «Галантерея») складськими приміщеннями площею близько 20 тис. квадратних метрів. Склади обслуговують торгівельну діяльність групи та здаються в оренду стороннім особам.

В розпорядженні групи є автопарк, який налічує 41 автомобіль з максимальною вантажопідйомністю до 20 тонн.

Управління процесами на підприємствах групи здійснюється за допомогою оптимізованого під специфіку діяльності програмного продукту сімейства 1:С версії 7.7. З 01.01.2007 р. бухгалтерський облік проводиться за допомогою 1:С 8.

Організація закупівлі товарів

Позиція регіонального лідера, інтенсивне відкриття нових магазинів і своєчасні розрахунки за поставлену продукцію, надають компанії можливість одержувати ексклюзивні закупівельні ціни й індивідуальні умови поставки.

Компанія диверсифікує джерела постачання продукції, завдяки чому в структурі відсутні контрагенти, які забезпечують 5% і більше закупівель у вартісному вимірі.

За даними підприємства, середня відстрочка платежу, що надається постачальниками товарів для групи компаній «Союз», становить 45 днів.

Логістична структура компаній «Союз» побудована таким чином, що за існуючими графіками поставок швидкопсувна продукція завозиться безпосередньо в магазини, а продукція тривалого зберігання доставляється до власного розподільчого центру розташованого за адресою: м. Чернігів, вул. Квітнева, 15 А (через власний склад проходить близько 20% товарного потоку).

Доставка з розподільчого центру в магазини здійснюється транспортом, що належить групі компаній «Союз». Завдяки наявним потужностям автопарку автомобільний оператор групи «Союз» має можливість надавати логістичні послуги стороннім особам.

Укрупнену структуру закупівель продукції за основними товарними групами наведено в таблиці (Таблиця 3.6).

Таблиця 3.6. Структура закупівель продукції ПП «Союз-Лідер» за основними товарними групами

Товарна група	2006		9 місяців 2007	
	Сума тис. грн.	Питома вага	Сума тис. грн.	Питома вага
Овочі, фрукти, гриби	10 959 870	5%	14 269 356	7%
Алкоголь	30 090 598	14%	28 640 293	13%
Напої	9 981 690	5%	10 831 342	5%
Цигарки	4 110 246	2%	4 858 160	2%
Ковбасні вироби та копченості	13 733 288	6%	14 437 518	7%
Молочні вироби	13 237 424	6%	14 990 099	7%
Сири	6 397 004	3%	6 132 380	3%
Нон фуд	6 913 372	3%	7 499 296	4%
Кондитерські вироби	12 470 273	6%	12 542 671	6%
Риба та морепродукти	9 395 891	4%	9 512 324	4%
Чай, кава	4 795 048	2%	5 067 264	2%
Бакалія	21 683 297	10%	19 683 442	9%
Косметика, парфумерія та засоби гігієни	25 050 160	12%	18 508 182	9%
Власне виробництво	16 584 509	8%	18 674 786	9%
Інше	26 897 886	13%	27 403 813	13%
Всього	212 300 556	100%	213 050 928	100%

Джерело: Інформація підприємства

Як видно з таблиці, основні товарні групи у вартісному вимірі, що закуповувались підприємством у 2006 році, є: алкоголь; бакалія; косметика, парфумерія та засоби гігієни. За підсумками 9 місяців 2007 року основні товарні групи в структурі закупівель не змінилися.

Організація збуту товарів

Підприємство укладає угоди на поставку товарів згідно з умовами за якими є можливість отримувати необхідний рівень прибутку, пропонуючи покупцям привабливий рівень ціни.

Для підтримання відповідного рівня цін підприємством проводиться постійний (раз на два дні) моніторинг пропозиції конкурентів. Інформаційна мережа емітента дозволяє змінювати ціну товарної позиції протягом доби.

В процесі ціноутворення група компаній «Союз» застосовує наступні підходи:

- для асортименту індикативних товарів (визначені службою маркетингу як товари-барометри, за якими контактна аудиторія відносить торговельну точку до такої, що є вигідною для здійснення покупок) встановлюються ціни, нижчі, ніж середні по населеному пункту;

- для асортименту не індикативних товарів націнка варіюється від середньої до максимальної по місту.

На підприємствах введена асортиментна матриця, яка враховує всі аспекти товарної політики, управління запасами і раціонального використання торгових площ. При плануванні розміщення товару в магазинах враховується такий показник як дохід з квадратного метра.

Укрупнену структуру продажів продукції за основними товарними групами наведено в таблиці (Таблиця 3.7).

Таблиця 3.7. Структура реалізації продукції ПП «Союз-Лідер» за основними товарними групами

Товарна група	2006		9 місяців 2007	
	Сума тис. грн.	Питома вага	Сума тис. грн.	Питома вага
Овочі, фрукти, гриби	11 469 057	5%	15 192 377	6%
Алкоголь	35 128 393	15%	36 590 996	15%
Напої	11 654 210	5%	12 882 809	5%
Цигарки	4 782 921	2%	5 317 095	2%
Ковбасні вироби та копченості	15 254 435	6%	16 181 559	7%
Молочні вироби	14 734 305	6%	16 734 025	7%
Сири	7 070 453	3%	6 943 235	3%
Нон фуд	8 362 190	3%	8 883 433	4%
Кондитерські вироби	14 625 124	6%	15 119 686	6%
Риба та морепродукти	10 263 578	4%	10 356 627	4%
Чай, кава	5 616 010	2%	5 734 572	2%
Бакалія	23 320 360	10%	21 413 176	9%
Косметика, парфумерія та засоби гігієни	28 894 399	12%	21 987 606	9%
Власне виробництво	21 392 579	9%	22 529 602	9%
Інше	27 928 793	12%	27 336 165	11%
Всього	240 496 808	100%	243 202 961	100%

Джерело: Інформація підприємства

Як видно з таблиці, основні товарні групи у вартісному вимірі, що реалізовувались підприємством у 2006 році, є: алкоголь; бакалія; косметика, парфумерія та засоби гігієни. За підсумками 9 місяців 2007 року основні товарні групи в структурі продажів не змінились. Товарна структура збуту відповідає структурі реалізації.

Показники ефективності торгівельної діяльності

Протягом 2006 – 9 місяців 2007 рр. основний показник ефективності (дохід з квадратного метра) ПП «Союз-Лідер» мав тенденцію до зростання (Таблиця 3.8).

Таблиця 3.8. Дохід з квадратного метра середньостатистичної торгівельної точки групи компаній «Союз», грн. (без ПДВ) за місяць

Оператор	2006 р.	9 місяців 2006 р.	9 місяців 2007 р.	Вересень 2007 р.	Відхилення 9 місяців 2007 р. до 9 місяців 2006 р.
Союз-Лідер	2 724	2 689	2 775	2 832	3,2%
Союз-Славутич	2 225	2 262	2 215	2 372	-2,1%
Квартал - Київ	3 440	3 315	3 776	3 973	13,9%
Чернігівпродтовари	1 537	1 391	2 188	2 363	57,3%
Група компаній «Союз»	2 032	1 897	2 461	2 587	29,7%

Джерело: Інформація підприємства

Як видно з таблиці, найбільші темпи покращення ефективності використання торгівельних площ мали магазини, підпорядковані ВАТ «Чернігівпродтовари» (зростання на 57,3% за 9 місяців 2007 р. порівняно з відповідним періодом минулого року), що надало можливість збільшити показник по групі «Союз» за аналогічний період на 29,7%.

Емітент обіймає перше місце серед підприємств групи компаній «Союз» за обсягами продажів (Таблиця 3.9).

Таблиця 3.9. Виручка від реалізації товарів через роздрібні канали збуту в розрізі операторів групи компаній «Союз», тис. грн.

Оператор	2006 р.	9 місяців 2006 р.	9 місяців 2007 р.	Відхилення 9 місяців 2007 р. до 9 місяців 2006 р.
Союз-Лідер	185 658	131 514	188 793	43,6%
Союз-Славутич	17 494	13 341	13 059	-2,1%
Квартал - Київ	16 596	11 993	13 663	13,9%
Чернігівпродтовари	119 766	79 688	142 239	78,5%
Всього	339 514	236 536	357 755	51,2%

Джерело: Інформація підприємства

За підсумками 9 місяців 2007 р. емітент суттєво збільшив обсяги продажів, що відбулось частково в результаті зростання торгівельних площ та частково внаслідок покращення ефективності використання наявних магазинів.

Темпи зростання обсягів реалізації групи компаній «Союз» перевищували динаміку по ПП «Союз-Лідер» в результаті проведення роботи щодо підвищення ефективності діяльності магазинів, підпорядкованих ВАТ «Чернігівпродтовари».

Інформацію про рентабельність продукції за основними товарними групами наведено в таблиці (Таблиця 3.10).

Таблиця 3.10. Рентабельність продукції, реалізованої ПП «Союз-Лідер», за основними товарними групами

Товарна група	2006		9 місяців 2007	
	Рентабельність продукції	Питома вага у валовій маржі	Рентабельність продукції	Питома вага у валовій маржі
Овочі, фрукти, гриби	11%	4%	11%	5%
Алкоголь	23%	20%	22%	20%
Напої	19%	6%	20%	7%
Цигарки	20%	2%	11%	2%
Ковбасні вироби та копченості	15%	6%	16%	7%
Молочні вироби	11%	5%	14%	6%
Сири	12%	2%	14%	3%
Нон фуд	22%	5%	20%	4%
Кондитерські вироби	20%	8%	20%	8%
Риба та морепродукти	9%	3%	14%	4%
Чай, кава	17%	3%	16%	2%
Бакалія	11%	7%	10%	6%
Косметика, парфумерія та засоби гігієни	16%	12%	16%	9%
Власне виробництво	29%	15%	21%	12%
Інше	5%	4%	8%	6%
Разом	16%*	100%	16%*	100%

Джерело: Інформація підприємства

* – розрахунок проводився як середньозваженої

Як видно з таблиці, найбільша рентабельність продукції у 2006 році спостерігалась по наступних групах: власне виробництво, алкоголь, нон фуд. За підсумками 9 місяців 2007 року основні товарні групи в структурі рентабельності продукції не змінились.

Асортимент продукції

Асортимент товарної продукції, що реалізується через мережі групи компаній «Союз» налічує близько 25 тис. найменувань. Укрупнену структуру товарних запасів за основними групами наведено в таблиці (Таблиця 3.11).

Таблиця 3.11. Укрупнена структура товарних запасів ПП «Союз-Лідер»

Товарна група	01.01.2006		01.01.2007		01.10.2007	
	Сума тис. грн.	Питома вага	Сума тис. грн.	Питома вага	Сума тис. грн.	Питома вага
Овочі, фрукти, гриби	161 599	2%	831 878	6%	1 398 894	8%
Алкоголь	2 679 763	25%	4 200 438	28%	2 804 026	16%
Напої	205 939	2%	385 224	3%	493 654	3%
Цигарки	253 376	2%	366 882	2%	427 748	2%
Ковбасні вироби та копченості	391 227	4%	873 511	6%	1 346 492	8%
Молочні вироби	237 628	2%	243 439	2%	546 921	3%
Сири	375 242	4%	453 856	3%	476 286	3%
Нон фуд	586 031	6%	629 391	4%	698 599	4%
Кондитерські вироби	654 654	6%	961 942	6%	876 990	5%
Риба та морепродукти	464 559	4%	456 151	3%	862 779	5%
Чай, кава	404 468	4%	408 728	3%	545 502	3%
Бакалія	1 153 562	11%	1 847 055	12%	2 091 861	12%
Косметика, парфумерія та засоби гігієни	2 085 898	20%	2 252 188	15%	1 842 938	10%
Власне виробництво	113 784	1%	145 350	1%	128 983	1%
Інше	796 110	8%	1 004 207	7%	3 122 688	18%
Всього	10 563 840	100%	15 060 240	100%	17 664 360	100%

Джерело: Інформація підприємства

Як видно з таблиці, станом на 01.01.2006 р. підприємство формувало найбільші залишки у вартісному вимірі за такими товарними групами: алкоголь; бакалія; косметика, парфумерія та засоби гігієни. Станом на 01.01.2007 р. та на 01.10.2007 р. у структурі залишків не змінились основні товарні групи.

Для вивчення споживчих переваг, зокрема, проводиться щомісячний АВС-аналіз, який дозволяє виявляти найбільш популярні товари й своєчасно визначати аутсайдерів продажів.

З метою ефективного використання виробничих потужностей на підприємстві застосовується практика виводу з асортименту товарних позицій, які не виходять на мінімально запланований обсяг продажів протягом 2 місяців з дати їх введення на вітрину.

Відповідно до установчих документів (Статут ПП «Союз-Лідер») органами управління емітента є: засновник, директор, ревізійна комісія. Попередній досвід роботи менеджменту товариства відповідає посадам зайнятим на поточний момент. Протягом 2005-9 місяців 2007 рр. середня кількість працівників на підприємстві постійно зростала.

Основними виробничими потужностями підприємств, які спеціалізуються на роздрібних продажах, є торговельні точки, склади та автомобільний транспорт. У вересні 2007 року ПП «Союз-Лідер» здійснювало діяльність через 20 магазинів під торговими марками «Союз» і «Квартал». Протягом останніх 3 років кількість магазинів групи «Союз» зросла у 3,8 рази та досягла 46 одиниць. Торговельні площі, які були у розпорядженні емітента протягом 2006 - 9 місяців 2007 рр., перевищували 5,5 тис. м кв., а у групи компаній «Союз» – 12 тис. м кв. Станом на 01.10.2007 р. ПП «Союз-Лідер» управляло мережею, яка складалась з власних приміщень (82% від загальної кількості) та орендованих (18% від загальної кількості). Серед магазинів групи компаній «Союз», власних торговельних точок було 67%, а орендованих – 33%. Група компаній «Союз» володіє (через ВАТ «Галантерея») складськими приміщеннями площею близько 20 тис. квадратних метрів. В розпорядженні групи є автопарк, який налічує 41 автомобіль з максимальною вантажопідйомністю до 20 тонн. Компанія диверсифікує джерела постачання продукції, завдяки чому в структурі відсутні контрагенти, які забезпечують 5% і більше закупівель у вартісному вимірі. Логістична структура компаній «Союз» побудована таким чином, що за існуючими графіками поставок швидкопсувна продукція завозиться безпосередньо в магазини, а продукція тривалого зберігання доставляється до власного розподільчого центру. Основні товарні групи у вартісному вимірі, що закуповуються підприємством, є: алкоголь; бакалія; косметика, парфумерія та засоби гігієни. Для підтримання відповідного рівня цін, підприємством проводиться постійний моніторинг пропозиції конкурентів. На підприємствах впроваджено асортиментну матрицю, яка враховує всі аспекти товарної політики, управління запасами і раціонального використання торгових площ. Протягом 2006 – 9 місяців 2007 рр. основний показник ефективності (дохід з квадратного метра) ПП «Союз-Лідер» мав тенденцію до зростання. За підсумками 9 місяців 2007 р. емітент суттєво збільшив обсяги продажів, що відбулось частково в результаті зростання торговельних площ та частково внаслідок покращення ефективності використання наявних магазинів. Найбільша рентабельність продукції у 2006 році спостерігалась за такими групами: власне виробництво, алкоголь, нон фуд. Асортимент товарної продукції, що реалізується через мережі групи компаній «Союз» налічує близько 25 тис. найменувань.

4. Фінансовий аналіз

4.1. Аналіз структури балансу

ПП «Союз-Лідер»

З моменту створення, валюта балансу ПП «Союз-Лідер» мала тенденцію до зростання (Рисунок 4.1).

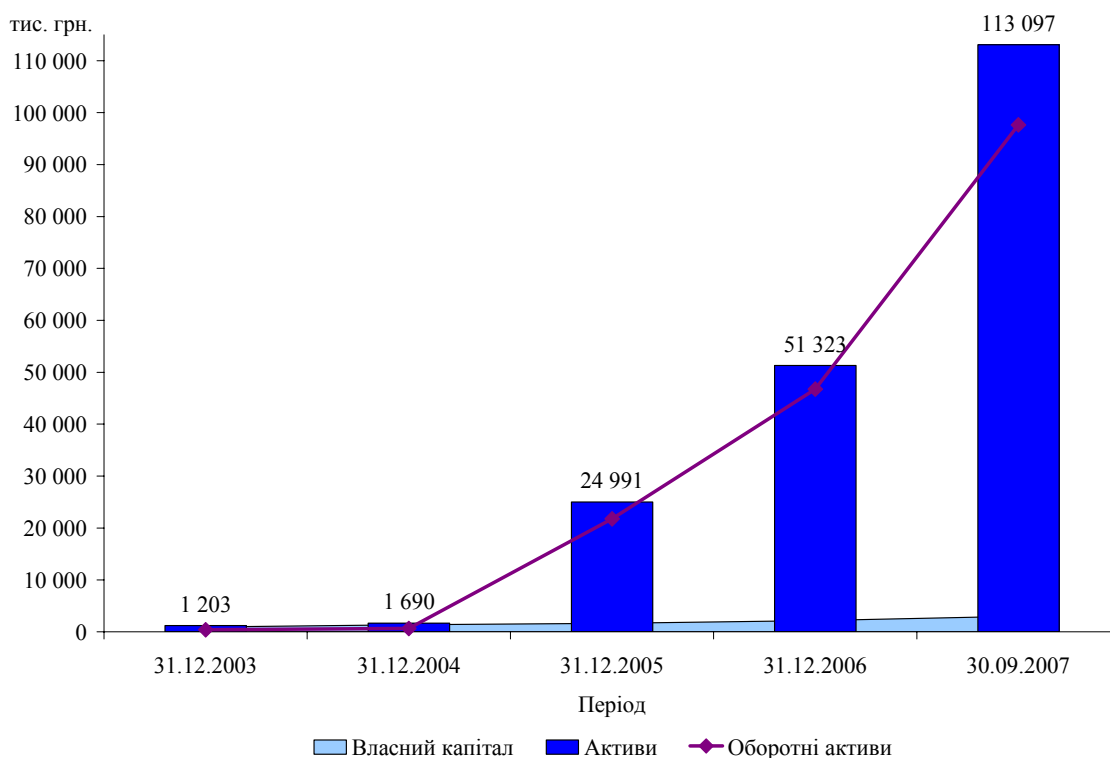


Рисунок 4.1. Динаміка структури балансу ПП «Союз-Лідер»

Джерело: Статистична фінансова звітність емітента

Як видно з рисунку, у 2005 році відбулось збільшення активів у 15 разів, в наступному році валюта балансу зросла на 105%. Стрімкий ріст пов'язаний з переведенням переважної частини роздрібного бізнесу групи «Союз» на ПП «Союз-Лідер». Протягом січня-вересня 2007 року тенденція продовжувалась. Активи підприємства зростали, переважно, в частині збільшення оборотних активів (товари, дебіторська заборгованість за товари, інша поточна дебіторська заборгованість). Необоротні активи зростали повільніше. Станом на 01.10.2007 р. питома вага необоротних активів складала 13,4%, а оборотних – 86,3% балансу (Додаток до рейтингового звіту №3).

У період з 31.12.2003 р. по 30.09.2007 р. залишкова вартість основних засобів збільшилась у 8,8 разів. Станом на 01.10.2007 р. ступінь зносу основних засобів становив 22%. Найвагоміша група основних засобів емітента була сформована з землі, будинків та споруд (Таблиця 4.1).

Таблиця 4.1. Структура основних засобів ПП «Союз-Лідер», станом на 01.10.2007 р.

Група ОЗ	Первісна вартість	Питома вага
Земля та споруди	4 373	49%
Машини та обладнання	3 379	38%
Інші	1 218	14%
Всього	8 971	100%

Джерело: Інформація підприємства

В структурі поточних активів емітента переважали товари (13 431,3 тис. грн., або 13,8% оборотних активів станом на 01.10.2007 р.), дебіторська заборгованість за товари (6 747,5 тис. грн., або 6,9%), інша поточна дебіторська заборгованість (65 150,2 тис. грн., або 66,7%). За 9 місяців 2007 року стаття «Інша поточна дебіторська заборгованість» зросла на 52 938 тис. грн., або в 5,3 рази та була сформована переважно з зобов'язань з пов'язаними особами (Таблиця 4.2).

Таблиця 4.2. Розшифровка деяких статей дебіторської заборгованості ПП «Союз-Лідер», станом на 01.10.2007 р.

Дебітор	Сума	Строк виникнення	Строк погашення	Питома вага
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги				
«Квартал-економ-магазин» ПП	1 761,0	30.09.07	30.10.07	26%
«Союз-Славутич» ПП	1 260,9	30.09.07	30.10.07	19%
Союз-С	408,5	05.09.07	05.10.07	6%
Інші	3 317,1	-	-	49%
Разом:	6 747,5	-	-	100%
Інша поточна дебіторська заборгованість				
«Союз-Мост» ПП	44 363,8	30.06.07	30.06.08	68%
ТОВ «ТП Союз»	4 005,3	30.10.05	30.10.08	6%
ПП «Союз-Сіверський»	1 745,0	30.09.07	30.10.07	3%
Інші	15 036,1	-	-	23%
Разом:	65 150,2	-	-	100%

Джерело: Інформація підприємства

Пасиви емітента у 2003-2004 рр. склались, переважно, з власного капіталу (Рисунок 4.2). Починаючи з 2005 року, структура пасивної частини балансу здобула змін та станом на 01.10.2007 р. формувалась як за рахунок власного капіталу (2,7% валюти), так і за рахунок довгострокових зобов'язань (24,5% валюти) та поточних зобов'язань (72,8% валюти).

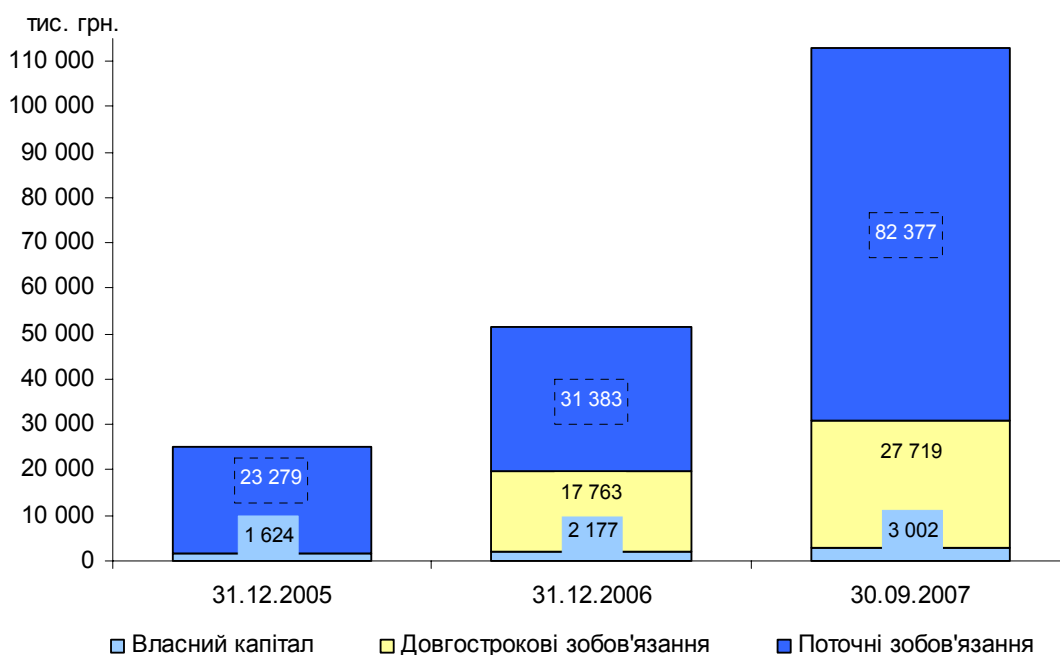


Рисунок 4.2. Динаміка структури пасиву ПП «Союз-Лідер»

Джерело: Статистична фінансова звітність емітента

Довгострокові зобов'язання емітента на 01.01.2007 р. становили 17 763,1 тис. грн. (34,6% балансу), а на початок IV кварталу 2007 року – 27 719,2 тис. грн. (24,5% балансу). Зростання розділу відбулось за рахунок отримання довгострокових банківських кредитів.

Питома вага поточних зобов'язань у структурі балансу з початку 2005 року не знижувалась до 61,1% пасивів. Станом 01.10.2007 р. поточні пасиви зросли на 50 994 тис. грн. (або на 168%) порівняно з початком року. У складі поточних зобов'язань переважали короткострокові кредити банків (42,2% валюти балансу) та кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги (19,2%).

Кредиторська заборгованість за товари поступово зростала та на початок IV кварталу 2007 року становила 21 769 тис. грн. (Таблиця 4.3).

Таблиця 4.3. Розшифровка деяких статей кредиторської заборгованості ПП «Союз-Лідер», станом на 01.10.2007 р.

Кредитор	Сума	Строк виникнення	Строк погашення	Питома вага
<i>Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги</i>				
«Баядера» ПП	946,2	05.09.07	05.10.07	4%
«Базис» ВАТ	920,1	30.09.07	30.10.07	4%
«САВсервіс Мова» ДП	896,6	13.09.07	13.10.07	4%
«Глобинський мясокомбінат» ТОВ	738,2	20.09.07	20.10.07	3%
«Континент фірма» ТОВ	729,2	30.09.07	30.10.07	3%
«Ясен» ВАТ	549,6	25.09.07	25.10.07	3%
«Миронівський хлібопродукт »ВАТ	504,7	30.09.07	30.10.07	2%
«Ферум М» ТОВ	464,2	13.09.07	13.10.07	2%
«STV - Чернігів»	453,3	10.09.07	10.10.07	2%
«Геракл» ТОВ	441,0	15.09.07	15.10.07	2%
«Мегаполіс ТД» ТОВ	421,7	20.09.07	20.10.07	2%
«Ідекс» ТОВ	395,6	05.09.07	05.10.07	2%
Оболонський ТТС	384,9	30.09.07	30.10.07	2%
«Ашер» ТОВ	351,9	15.09.07	15.10.07	2%
«Ватес» ТОВ	349,1	05.09.07	05.10.07	2%
«Полюс Плюс» ТОВ	342,1	30.09.07	30.10.07	2%
«Продсервіс ТП» ТОВ	336,6	05.09.07	05.10.07	2%
«Березанська птахофабрика»	333,0	13.09.07	13.10.07	2%
«Чайна компанія Чернігівська» ТОВ	332,9	10.09.07	10.10.07	2%
Інші	11 878,1	-	-	55%
Разом:	21 769,0	-	-	100%

Джерело: Інформація підприємства

Як видно з таблиці, кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги є диверсифікованою за постачальниками. В структурі інших поточних зобов'язань підприємства переважає заборгованість з афілійованими особами.

Порівняно з початком року відбулось суттєве збільшення обсягів короткострокових банківських залучень (на 39 928 тис. грн., або у 6,1 рази).

Група компаній «Союз»

Протягом 01.01.2005 – 30.09.2007 рр. валюта консолідованого балансу групи компаній «Союз» збільшилась на 185 007 тис. грн., або у 5,5 рази (Рисунок 4.3).

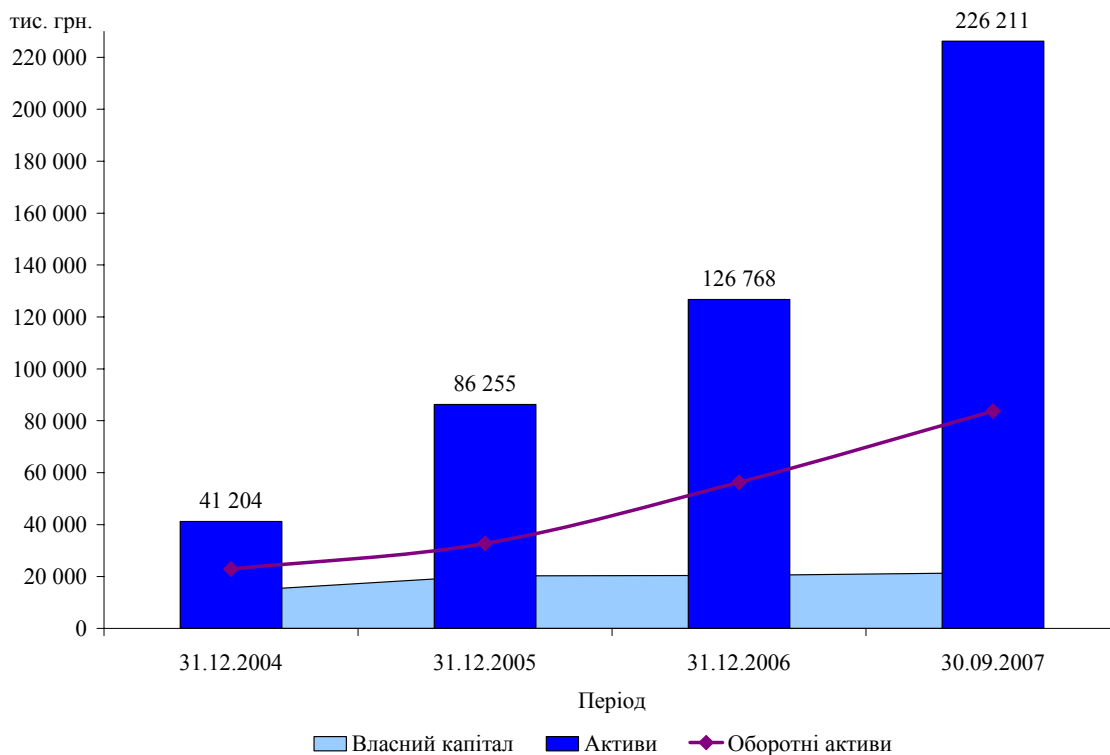


Рисунок 4.3. Динаміка структури консолідованого балансу групи компаній «Союз»

Джерело: Інформація підприємства

У 2005 році відбувся ріст активів на 109%, а у 2006 році – на 47%. Протягом січня-вересня 2007 року валюта балансу підвищилась на 78%. Активи підприємства збільшувались як в оборотній частині (товарно-матеріальні запаси, дебіторська заборгованість), так і в необоротній (основні засоби). Станом на 01.10.2007 р. питома вага необоротних активів складала 63%, а оборотних – 37% (Додаток до рейтингового звіту №5).

У період з 31.12.2004 р. по 30.09.2007 р. залишкова вартість основних засобів збільшилась у 6,5 рази. Станом на 01.10.2007 р. ступінь зносу основних засобів становила 13,2%.

В структурі пасивів групи компаній «Союз» у 2005-2006 рр. переважали поточні зобов'язання, а станом на 01.10.2007 р. – довгострокові зобов'язання (Рисунок 4.4).

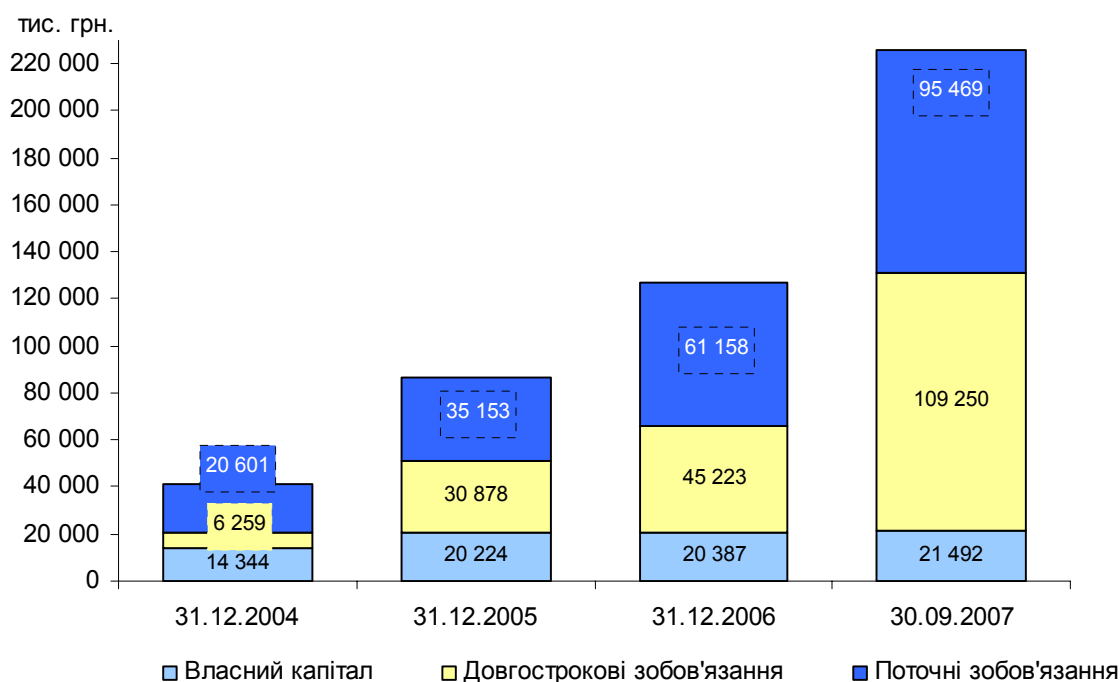


Рисунок 4.4. Динаміка структури пасиву групи компаній «Союз»

Джерело: Інформація підприємства

За 33 аналізованих місяця власний капітал групи збільшився на 7 148 тис. грн., або на 50%, а довгострокові пасиви – на 102 991 тис. грн., або в 17,5 рази. Стрімке зростання заборгованості відбулось внаслідок залучення довгострокових банківських позик (95 095 тис. грн.). Поточні зобов'язання відчували найменші темпи росту (на 74 868 тис. грн., або у 4,6 рази), які, переважно, були зумовлені збільшенням обсягів поточних банківських позик (52 324 тис. грн.).

Описані зміни в структурах балансів свідчать про стрімке розширення діяльності, яке фінансувалось, переважно, за рахунок банківських позик.

4.2. Аналіз фінансових результатів та рентабельності

ПП «Союз-Лідер»

Дохід від реалізації ПП «Союз-Лідер» отримувало, переважно, в результаті роздрібних продажів товарів через торговельну мережу (більше ніж 85% у структурі реалізації). Чистий дохід від реалізації з початку активної діяльності (2005 - 9 місяців 2007 рр.), мав тенденцію до зростання. Чистий прибуток протягом аналізованих років був додатнім. Сальдо між не основними групами доходів та витрат протягом всіх аналізованих періодів було негативним, що зменшувало розмір прибутку до оподаткування (Додаток до рейтингового звіту №4).

У статтях «Інші операційні доходи» та «Інші операційні витрати», переважно, відображались обороти від операцій з іноземною валютою.

Найсуттєвіший вплив на фінансові результати діяльності протягом аналізованих періодів здійснювався статтею «Витрати на збут», у складі якої мали перевагу витрати на оренду (в т.ч. пов'язаним особам) та витрати на оплату праці торгового персоналу (питома вага становила 63% статті за 9 місяців 2006 р. та 56% – за 9 місяців 2007 р.).

Фінансові витрати емітента мали тенденцію до зростання, що обумовлено збільшенням обсягів запозичених ресурсів.

Показник рентабельності продукції, протягом 2005-9 місяців 2007 р., перебував на високому рівні (середнє значення 17,9%, мінімальне – 15,6%, максимальне – 20,4%). Рентабельність продажів суттєво різнилась від рентабельності продукції (середнє значення 0,4%, мінімальне – 0,3%, максимальне – 0,5%) та була на низькому рівні, що пов'язано зі специфікою діяльності емітента – торгівлею (Таблиця 4.4).

Таблиця 4.4. Динаміка показників рентабельності ПП «Союз-Лідер» за 2005 – 9 місяців 2007 рр., %

Показник	2005	9 місяців 2006	2006	9 місяців 2007
Рентабельність діяльності	0,55	0,38	0,30	0,47
Рентабельність продукції	15,56	18,77	16,82	20,44
Рентабельність продажів	0,48	0,32	0,26	0,39
Рентабельність EBITDA	1,72	2,78	2,17	2,92
Рентабельність власного капіталу	16,85	-	29,11	-
Рентабельність активів	1,89	-	1,45	-
Рентабельність оборотних активів	2,25	-	1,61	-
Рентабельність необоротних активів	12,16	-	14,76	-

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у статистичній фінансовій звітності емітента

Рентабельність активів підприємства мала тенденцію до зменшення, що пояснюється випереджаючими темпами зростання валюти балансу над генерацією чистого прибутку. Показник рентабельність власного капіталу, навпаки, збільшився у 2006 році на 12 відсоткових пункти порівняно з показником за 2005 рік.

Група компаній «Союз»

Дохід від реалізації група компаній «Союз» отримувала, переважно, в результаті роздрібних продажів товарів через торгівельну мережу. Чистий дохід від реалізації мав тенденцію до зростання. Чистий прибуток протягом аналізованих років був додатним та поступово збільшувався. На розмір згенерованого прибутку суттєво впливали витрати на реалізацію й управління (Таблиця 4.5).

Таблиця 4.5. Укрупнений звіт про прибутки та збитки групи компаній «Союз», тис. грн.

Показник	2004	2005	30.09.2006	2006	30.09.2007
Виручка від реалізації продукції (без ПДВ і зборів)	118 140	252 098	213 993	309 605	315 997
Собівартість реалізованої продукції	101 700	213 988	180 062	257 127	254 667
Валовий прибуток	16 440	38 110	33 931	52 478	61 330
Витрати на реалізацію й управління	8 753	26 121	25 288	35 240	45 302
Прибуток до виплати процентних платежів і податків	7 687	11 989	8 643	17 238	16 028
Виплати за відсотками	234	3 112	2 585	6 853	8 673
Інші прибутки та збитки	17	(265)	1 479	311	(434)
Прибуток до сплати податків	7 470	8 612	7 537	10 696	6 921
Бюджетні платежі	36	308	322	530	1 021
Чистий прибуток	7 434	8 304	7 215	10 166	5 900

Джерело: Фінансова звітність надана емітентом

Постійне зростання витрат на реалізацію й управління пов'язане з поступовим розширенням торговельної мережі, а збільшення виплат за відсотками – з нарощуванням обсягів кредитного портфеля.

Показник рентабельності продукції протягом 2004-9 місяців 2007 р. перебував на високому рівні (середнє значення 19,5%, мінімальне – 16,2%, максимальне – 24,1%). Рентабельність продажів була набагато нижчою від рентабельності продукції (середнє значення 3,6%, мінімальне – 1,9%, максимальне – 6,3%) та вищою ніж в емітента (Таблиця 4.6)

Таблиця 4.6. Динаміка показників рентабельності групи компаній «Союз» за 2004 – 9 місяців 2007 рр., %

Показник	2004	2005	9 місяців 2006	2006	9 місяців 2007
Рентабельність діяльності	7,31	3,88	4,01	3,95	2,32
Рентабельність продукції	16,17	17,81	18,84	20,41	24,08
Рентабельність продажів	6,29	3,29	3,37	3,28	1,87
Рентабельність EBITDA	7,13	4,94	6,29	7,83	6,38
Рентабельність власного капіталу	51,83	48,05	-	50,07	-
Рентабельність активів	18,04	13,03	-	9,54	-
Рентабельність оборотних активів	32,46	29,86	-	22,84	-
Рентабельність необоротних активів	40,61	23,12	-	16,39	-

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у фінансовій звітності наданій емітентом

Рентабельність активів групи компаній мала тенденцію до зменшення, що пояснюється випереджаючими темпами зростання валюти балансу над генерацією чистого прибутку. Показник рентабельності власного капіталу суттєво не змінювався та перебував на високому рівні.

4.3. Аналіз динаміки основних фінансових показників

Аналіз показників ліквідності та фінансової стійкості ПП «Союз-Лідер»

Протягом аналізованого періоду показники ліквідності ПП «Союз-Лідер» перебували на високому рівні, а чистий оборотний капітал був додатним (Таблиця 4.7).

Таблиця 4.7. Динаміка показників ліквідності та фінансової стійкості ПП «Союз-Лідер»

Показник	01.01.2004	01.01.2005	01.01.2006	01.01.2007	01.10.2007
Показники ліквідності					
Коефіцієнт загальної ліквідності, рази	1,47	2,05	0,93	1,49	1,19
Коефіцієнт швидкої ліквідності, рази	1,47	2,05	0,56	1,09	1,01
Коефіцієнт абсолютної ліквідності, рази	0,95	0,95	0,11	0,14	0,04
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	129	334	-1 515	15 369	15 271
Показники фінансової стійкості та стабільності					
Коефіцієнт фінансової незалежності, рази	0,77	0,81	0,06	0,04	0,03
Чистий робочий капітал, тис. грн.	129	334	-1 492	-2 202	-12 172

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у статистичній фінансовій звітності емітента

Показник фінансової стійкості емітента постійно знижувався. Значення коефіцієнта станом на 01.10.2007 р. перебувало на дуже низькому рівні. Починаючи з 2005 року, обсягу власного капіталу було недостатньо для фінансування необоротних активів, про що свідчить від'ємне значення чистого робочого капіталу. Потребу в ресурсах компанія задовольняла частково за рахунок зростання обсягів банківських запозичень.

Аналіз показників ліквідності та фінансової стійкості групи компаній «Союз»

Протягом аналізованого періоду показники ліквідності групи компаній «Союз» перебували на допустимому рівні, а чистий оборотний капітал був від'ємним та поступово зменшувався (Таблиця 4.8).

Таблиця 4.8. Динаміка показників ліквідності та фінансової стійкості групи компаній «Союз»

Показник	01.01.2005	01.01.2006	01.01.2007	01.10.2007
Показники ліквідності				
Коефіцієнт загальної ліквідності, рази	1,11	0,93	0,92	0,88
Коефіцієнт швидкої ліквідності, рази	0,64	0,50	0,56	0,64
Коефіцієнт абсолютної ліквідності, рази	0,14	0,15	0,13	0,07
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	2 298	-2 435	-4 876	-11 708
Показники фінансової стійкості та стабільності				
Коефіцієнт фінансової незалежності, рази	0,35	0,23	0,16	0,10
Чистий робочий капітал, тис. грн.	-3 961	-33 313	-50 099	-120 958

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у фінансовій звітності наданій емітентом

Показник фінансової стійкості групи компаній постійно знижувався. Значення коефіцієнту станом на 01.10.2007 р. перебувало на невисокому рівні. Протягом аналізованих періодів обсягу власного капіталу було недостатньо для фінансування необоротних активів, про що свідчить від'ємне значення чистого робочого капіталу. Потребу в ресурсах компанія задовольняла, частково, за рахунок зростання обсягів банківських запозичень.

Аналіз показників ділової активності ПП «Союз-Лідер»

Період обороту активів емітента суттєво збільшився за підсумками 9 місяців 2007 р. та становив 107 днів (Таблиця 4.9).

Таблиця 4.9. Показники ділової активності ПП «Союз-Лідер», днів

Показник	2003	2004	2005	2006	9 місяців 2007
Термін оборотності активів	30	371	92	65	107
Термін оборотності оборотних активів	10	136	77	58	94
Термін оборотності дебіторської заборгованості	4	63	31	32	71
Термін оборотності кредиторської заборгованості	7	76	71	37	38
Термін оборотності запасів	0	0	30	18	18
Тривалість фінансового циклу	-3	-13	-9	13	51

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у статистичній фінансовій звітності емітента

Зростання періоду обороту активів відбулось як за рахунок необоротних так і за рахунок поточних активів. Терміни обороту дебіторської заборгованості зростали, а строки обороту кредиторської заборгованості – зменшувались, внаслідок чого тривалість фінансового циклу збільшувалась. Зазначена тенденція є негативною у

зв'язку зі зростаючою необхідністю в залученні додаткових ресурсів для фінансування можливих касових розривів.

Аналіз показників ділової активності групи компаній «Союз»

Період обороту активів групи компаній «Союз» поступово зростає протягом 2005-9 місяців 2007 р. (Таблиця 4.10).

Таблиця 4.10. Показники ділової активності групи компаній «Союз», днів

Показник	2004	2005	2006	9 місяців 2007
Термін оборотності активів	127	92	126	152
Термін оборотності оборотних активів	71	40	52	60
Термін оборотності дебіторської заборгованості	31	16	22	32
Термін оборотності кредиторської заборгованості	56	35	48	40
Термін оборотності запасів	30	18	22	19
Тривалість фінансового циклу	5	-1	-5	11

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у фінансовій звітності наданій емітентом

Зростання періоду обороту активів відбулось, переважно, за рахунок необоротних активів. Терміни обороту дебіторської заборгованості зростали, а строки обороту кредиторської заборгованості – зменшувались, внаслідок чого тривалість фінансового циклу збільшилась за підсумками 9 місяців 2007 р. та здобула додатнього значення. Зазначені зміни є негативними у зв'язку зі зростаючою необхідністю в залученні додаткових ресурсів для фінансування можливих касових розривів.

4.4. Аналіз грошових потоків

ПП «Союз-Лідер»

Емітентом було згенеровано додатний грошовий потік від операційної діяльності до змін в оборотних активах у 2006 році. У зв'язку зі зростанням кількості торговельних точок протягом року суттєво збільшився обсяг оборотних активів, тому грошовий потік від операційної діяльності здобув від'ємне значення (Додаток до рейтингового звіту № 7).

Інвестиційна діяльність майже не проводилась, а фінансова діяльність була виражена операціями з залучення та погашення кредитних ресурсів, завдяки яким було профінансовано розвиток бізнесу.

Прибуток до сплати відсотків, податку на прибуток та амортизації (ЕБІТДА) ПП «Союз-Лідер» постійно збільшувався (Таблиця 4.11).

Таблиця 4.11. Покриття, ПП «Союз-Лідер», виплат за фінансовими витратами за рахунок показника EBITDA

Показники	2003	2004	2005	9 місяців 2006	2006	9 місяців 2007
Чистий прибуток, тис. грн.	502	445	252	214	553	825
Податок на прибуток, тис. грн.	-	-	112	193	358	208
Амортизація, тис. грн.	133	76	403	588	1 861	1 002
Фінансові витрати, тис. грн.	0	0	145	860	1 898	4 103
EBITDA, тис. грн.	635	521	913	1 855	4 670	6 138
EBITDA / фінансові витрати	-	-	6,3	2,2	2,5	1,5
Чистий борг, тис. грн.	-264	-302	554	18 149	21 057	72 505
EBITDA/чистий борг	-2,4	-1,7	1,6	0,1	0,2	0,1
Власний капітал/чистий борг	-3,5	-4,5	2,9	0,1	0,1	0,0

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наведеної у статистичній фінансовій звітності емітента

Як видно з таблиці, EBITDA було достатньо для покриття всіх фінансових витрат, але запас міцності знижувався. Чистий борг емітента мав тенденцію до постійного зростання, що пов'язано з фінансуванням розширення діяльності за рахунок залучених коштів. Завдяки згенерованому EBITDA за підсумками 9 місяців 2007 рр. можна було погасити лише 10% чистого боргу.

Група компаній «Союз»

Група компаній «Союз» генерувала позитивні грошові потоки від операційної діяльності протягом 2004–2006 рр. Завдяки цьому, а також внесенню власного капіталу та залученню банківських кредитів група компаній мала можливість проводити активну інвестиційну діяльність, зокрема, придбати пакет акцій ВАТ «Чернігівпродтовари» (Таблиця 4.12).

Таблиця 4.12. Грошові потоки групи компаній «Союз», тис. грн.

Показник	2004	2005	2006
Грошовий потік від реалізації продукції	16 440	38 110	52 478
Грошові потоки від операційної діяльності	5 400	21 622	13 872
Грошові потоки від інвестиційної діяльності	-17 504	-53 583	-30 649
Грошові потоки від фінансової діяльності	13 457	34 230	19 818
Чисті грошові потоки	1 352	2 269	3 041
залишок на початок року	1 493	2 845	5 114
залишок на кінець року	2 845	5 114	8 155

Джерело: Інформація надана емітентом

Прибуток до сплати відсотків, податку на прибуток та амортизації (EBITDA) групи компаній «Союз» постійно збільшувався (Таблиця 4.13).

Таблиця 4.13. Покриття, групою компаній «Союз», виплат за фінансовими витратами за рахунок показника ЕВІТДА

Показники	2004	2005	9 місяців 2006	2006	9 місяців 2007
Чистий прибуток, тис. грн.	7 434	8 304	7 215	10 166	5 900
Податок на прибуток, тис. грн.	36	308	322	530	1 021
Амортизація, тис. грн.	721	721	3 333	6 705	4 555
Фінансові витрати, тис. грн.	234	3 112	2 585	6 853	8 673
ЕВІТДА, тис. грн.	8 426	12 445	13 455	24 254	20 149
ЕВІТДА / фінансові витрати	36,0	4,0	5,2	3,5	2,3
Чистий борг, тис. грн.	5 763	30 209	53 318	47 045	149 408
ЕВІТДА/чистий борг	1,5	0,4	0,3	0,5	0,1
Власний капітал/чистий борг	2,5	0,7	0,2	0,4	0,1

Джерело: Розрахунки проводились на підставі інформації наданої емітентом

Як видно з таблиці, ЕВІТДА було достатньо для покриття всіх фінансових витрат, але запас міцності знижувався. Чистий борг групи мав тенденцію до постійного зростання, що пов'язано з фінансуванням розширення діяльності за рахунок залучених коштів. Завдяки згенерованому ЕВІТДА за підсумками 9 місяців 2007 рр. можна було погасити лише 10% чистого боргу.

З моменту створення, валюта балансу ПП «Союз-Лідер» мала тенденцію до зростання. У 2005 році відбулось збільшення активів емітента у 15 разів (пов'язано з переведенням переважної частини роздрібного бізнесу групи «Союз» на ПП «Союз-Лідер»), в наступному році валюта балансу зросла на 105%. Станом на 01.10.2007 р. ступінь зносу основних засобів становив 22%. Найвагоміша група основних засобів емітента була сформована з землі, будинків та споруд. В структурі поточних активів емітента переважали товари, дебіторська заборгованість за товари, інша поточна дебіторська заборгованість. Структура пасивної частини балансу формувалась як за рахунок власного капіталу так і за рахунок довгострокових зобов'язань та поточних зобов'язань. Питома вага поточних зобов'язань у структурі балансу з початку 2005 року не знижувалась до 61,1% пасивів. У складі поточних зобов'язань переважали короткострокові кредити банків та кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги.

Протягом 01.01.2005 – 30.09.2007 рр. валюта консолідованого балансу групи компаній Союз» збільшилась у 5,5 рази. Станом на 01.10.2007 р. питома вага необоротних активів групи складала 63% балансу (ступінь зносу становила 13,2%). В структурі пасивів групи компаній «Союз» станом на 01.10.2007 р. переважали довгострокові зобов'язання (залучення довгострокових банківських позик). Описані зміни в структурах балансів свідчать про стрімке розширення діяльності, яке фінансувалось, переважно, за рахунок банківських позик.

Дохід від реалізації ПП «Союз-Лідер» отримувало, переважно, в результаті роздрібних продажів товарів через торговельну мережу (більше ніж 85% у структурі реалізації). Фінансовий результат протягом аналізованих років був додатним. Сальдо між не основними групами доходів та витрат протягом всіх аналізованих періодів було негативним, що зменшувало розмір прибутку до оподаткування. Показник рентабельності продукції протягом 2005-9 місяців 2007 р. перебував на високому рівні (середнє значення 17,9%). Рентабельність продажів суттєво різнилась від рентабельності продукції (середнє значення 0,4%) та була на низькому рівні, що пов'язано зі специфікою діяльності емітента – торгівлею.

Дохід від реалізації група компаній «Союз» отримувала, переважно, в результаті роздрібних продажів товарів через торговельну мережу. Чистий прибуток протягом аналізованих років був додатним та поступово збільшувався. На розмір згенерованого групою прибутку суттєво впливали витрати на реалізацію й управління (пов'язане з поступовим розширенням торговельної мережі). Показник рентабельності продукції протягом 2004-9 місяців 2007 р. перебував на високому рівні (середнє значення 19,5%). Рентабельність продажів була набагато нижчою від рентабельності продукції (середнє значення 3,6%) та вищою, ніж в емітента.

Протягом аналізованого періоду показники ліквідності ПП «Союз-Лідер» перебували на високому рівні, а чистий оборотний капітал був додатним. Показник фінансової стійкості емітента постійно знижувався. Протягом аналізованого періоду показники ліквідності групи компаній «Союз» перебували на допустимому рівні, а чистий оборотний капітал був від'ємним та поступово зменшувався. Показник фінансової стійкості групи компаній постійно знижувався.

Терміни обороту дебіторської заборгованості емітента зростали, а строки обороту кредиторської заборгованості – зменшувались, внаслідок чого тривалість фінансового циклу збільшувалась. Період обороту активів групи компаній «Союз» поступово зростав протягом 2005-9 місяців 2007 р. Терміни обороту дебіторської заборгованості групи зростали, а строки обороту кредиторської заборгованості – зменшувались, внаслідок чого тривалість фінансового циклу збільшилась.

У зв'язку зі зростанням кількості торговельних точок протягом року суттєво збільшився обсяг оборотних активів, тому грошовий потік емітента від операційної діяльності здобув від'ємне значення. Інвестиційна діяльність майже не проводилась, а фінансова діяльність була виражена операціями з залучення та погашення кредитних ресурсів, завдяки яким було профінансовано розвиток бізнесу. Прибуток до сплати відсотків, податку на прибуток та амортизації (ЕВІТДА) ПП «Союз-Лідер» постійно збільшувався. Завдяки згенерованому емітентом ЕВІТДА за підсумками 9 місяців 2007 рр. можна було погасити лише 10% чистого боргу. Група компаній «Союз» генерувала позитивні грошові потоки від операційної діяльності протягом 2004–2006 рр. Завдяки цьому, а також внесенню власного капіталу та залученню банківських кредитів група компаній мала можливість проводити активну інвестиційну діяльність, зокрема, придбати пакет акцій ВАТ «Чернігівпродтовари». Прибуток до сплати відсотків, податку на прибуток та амортизації (ЕВІТДА) групи компаній «Союз» постійно збільшувався. Завдяки згенерованому групою ЕВІТДА за підсумками 9 місяців 2007 рр. можна було погасити лише 10% чистого боргу.

5. Аналіз боргового навантаження

5.1. Інформація про банківські позики

Боргове навантаження ПП «Союз-Лідер»

Протягом 2005 – 9 місяців 2007 року емітент використовував банківські кредити обсяг яких постійно збільшувався. Починаючи з IV кварталу 2006 року компанія розпочала використовувати довгострокові кредитні ресурси. Станом на 01.01.2007 р. поточна заборгованість ПП «Союз-Лідер» за банківськими позиками складала 25 514,4 тис. грн. (49,7% валюти балансу), а на 01.10.2007 р. – 75 398,0 тис. грн. (66,7% валюти балансу). Протягом січня-вересня поточного року обсяг отриманих позик збільшився в 3 рази, або на 49 883,6 тис. грн. Перелік діючих кредитів наведено в таблиці (Додаток до рейтингового звіту № 6).

Повернення 64% кредитів припадає на 2009 рік (Таблиця 5.1).

Таблиця 5.1. Інформація щодо граничних дат використання наявних банківських кредитів емітента станом на 01.10.2007 р.

Рік погашення	Ліміт, тис. грн.	Питома вага
2007	0,0	0%
2008	14 140,0	18%
2009	49 490,0	64%
2010	9 956,1	13%
2011	3 535,0	5%
Всього	77 121,1	100%

Джерело: Інформація надана емітентом

Більшість кредитів є забезпеченими. Як заставу надано, переважно, основні засоби, що належать або емітенту або особам, які входять до складу групи компаній «Союз».

За даними емітента, станом на 11 жовтня 2007 року приватне підприємство «Союз-Лідер» не виступало поручителем за зобов'язаннями юридичних та фізичних осіб (будь-які позабалансові зобов'язання відсутні).

На момент проведення рейтингової процедури емітент не мав простроченої заборгованості за виплатами по кредитах.

Боргове навантаження групи компаній «Союз»

Протягом 2004 – 9 місяців 2007 року група компаній «Союз» використовувала банківські кредити обсяг яких постійно збільшувався. Найбільші темпи зростання заборгованості за отриманими позиками були помітні в 2005 році (у 4,1 рази, що пов'язано з придбанням пакету акцій ВАТ «Черніговпродтовари») та станом на кінець III кварталу 2007 року порівняно з початком року (у 2,8 рази, або на 100 827 тис. грн.). Станом на 01.01.2007 р. поточна заборгованість групи

компаній «Союз» за банківськими позиками складала 55 200 тис. грн. (43,5% валюти балансу), а на 01.10.2007 р. – 156 026,5 тис. грн. (69% валюти балансу). Перелік діючих кредитів наведено в таблиці (Додаток до рейтингового звіту № 6).

Повернення 31% кредитів групи компаній «Союз» припадає на 2009 рік (Таблиця 5.2).

Таблиця 5.2. Інформація щодо граничних дат використання наявних банківських кредитів групи компаній «Союз» станом на 01.10.2007 р.

Рік погашення	Ліміт	Питома вага
2007	6 982,0	4%
2008	30 492,6	18%
2009	52 747,3	31%
2010	26 956,1	16%
2011	8 585,0	5%
2012	5 469,1	3%
2013	0,0	0%
2014	37 435,7	22%
Всього	168 667,8	100%

Джерело: Інформація надана емітентом

Більшість кредитів є забезпеченими.

На момент проведення рейтингової процедури особи, які входять до складу групи компаній «Союз» не мали простроченої заборгованості за виплатами по кредитам.

5.2. Інформація про запланований випуск облігацій

Рішення про розміщення облігацій прийнято власником ПП «Союз – Лідер» та затверджено рішенням власника від 11 грудня 2007 року, №15. Параметри запланованої емісії наведено у таблиці (Таблиця 5.3).

Таблиця 5.3. Параметри випуску облігацій ПП «Союз – Лідер»

Параметр	Опис
Характеристика облігацій:	іменні, відсоткові з додатковим забезпеченням
Форма існування облігацій:	бездокументарна
Серія:	A
Загальна номінальна вартість випуску облігацій:	50 000 000,00 (п'ятдесят мільйонів) гривень
Номінальна вартість облігації:	1 000,00 (одна тисяча) гривень
Кількість облігацій:	50 000 (п'ятдесят тисяч) штук
Дата початку первинного розміщення:	15 січня 2008 р.
Дата закінчення первинного розміщення:	9 січня 2009 р.
Форма розміщення:	відкрита, розміщення облігацій буде проводитись серед юридичних і фізичних осіб, резидентів та нерезидентів України
Термін обігу облігацій:	з наступного дня після реєстрації ДКЦПФР звіту про результати розміщення облігацій та видачі свідоцтва про реєстрацію випуску облігацій по 10 січня 2011 р.
Кількість відсоткових періодів:	12 періодів
Відсоткова ставка:	на перший-четвертий відсотковий періоди встановлюється в розмірі 15% (п'ятнадцять відсотків) річних у гривні. Відсоткова ставка на наступні відсоткові періоди, починаючи з п'ятого, встановлюється виконавчим органом Емітента, при цьому відсоткова ставка не може бути менша 2% річних у гривні.
Дата погашення облігацій:	11-12 січня 2011 р.
Агент по виплатам:	ЗАТ «Альфа-Банк»
Андеррайтер:	ЗАТ «Альфа-Банк»
Депозитарій:	ВАТ «Міжрегіональний Фондовий Союз»

Джерело: витяг із рішення власника наданий емітентом

Облігації забезпечені порукою ВАТ «Чернігівпродтовари» згідно з Договором від 11.12.2007 р., порукою ПП «Союз-Мост» згідно з Договором від 11.12.2007 р. Порукою забезпечена виплата номінальної вартості облігацій та виплата процентного доходу за облігаціями. Строк надання поруки – з моменту реєстрації випуску в ДКЦПФР і до моменту погашення облігацій. З кожним власником за його бажанням буде укладений договір поруки, в якому будуть зазначені інші умови і порядок виконання поруки. Порука надається безоплатно.

Усю суму залучених від продажу облігацій коштів (50 млн. грн.) буде спрямовано на придбання торгівельної нерухомості.

Джерелами погашення облігацій та виплат процентного доходу по них виступатимуть кошти Емітента, отримані від його діяльності, що залишаються після розрахунків із бюджетом та сплати інших обов'язкових платежів.

Виплати відсоткового доходу проводяться Агентом по виплатам протягом 2 (двох) банківських днів у строки наведені в таблиці (Таблиця 5.4).

Таблиця 5.4. Інформація про виплати відсоткового доходу

Процентний період	Початок процентного періоду	Кінець процентного періоду	Дати виплати процентного доходу	Тривалість процентного періоду, днів
1	15.01.2008	14.04.2008	15-16.04.2008	91
2	15.04.2008	14.07.2008	15-16.07.2008	91
3	15.07.2008	13.10.2008	14-15.10.2008	91
4	14.10.2008	12.01.2009	13-14.01.2009	91
5	13.01.2009	13.04.2009	14-15.04.2009	91
6	14.04.2009	13.07.2009	14-15.07.2009	91
7	14.07.2009	12.10.2009	13-14.10.2009	91
8	13.10.2009	11.01.2010	12-13.01.2010	91
9	12.01.2010	12.04.2010	13-14.04.2010	91
10	13.04.2010	12.07.2010	13-14.07.2010	91
11	13.07.2010	11.10.2010	12-13.10.2010	91
12	12.10.2010	10.01.2011	11-12.01.2011	91

Джерело: витяг із рішення власника наданий емітентом

Емітент зобов'язується опублікувати нову відсоткову ставку на наступні чотири відсоткові періоди або підтвердити незмінність попередньої ставки в тому самому виданні, в якому буде опубліковано Проспект емісії облігацій у строки наведені в таблиці (Таблиця 5.5).

Таблиця 5.5. Граничні строки оприлюднення нової відсоткової ставки

Відсотковий період	Дата не пізніше якої Емітент зобов'язується опублікувати нову відсоткову ставку
п'ятий-шостий-сьомий-восьмий	30.12.2008
дев'ятий-десятий-одинадцятий-дванадцятий	29.12.2009

Джерело: витяг із рішення власника наданий емітентом

Емітент має право на дострокове погашення облігацій у випадку, якщо ним буде викуплений весь обсяг випуску.

За бажанням власник облігацій має право надати облігації Емітенту, а Емітент зобов'язується їх прийняти для викупу. в строки наведені в таблиці (Таблиця 5.6).

Таблиця 5.6. Строки викупу облігацій

Процентний період після якого здійснюється достроковий викуп	Дата дострокового викупу	Строки подання повідомлення
4	13.01.2009	30.12.2008
8	12.01.2010	29.12.2009

Джерело: витяг із рішення власника наданий емітентом

Ціна викупу облігацій дорівнює номінальній вартості облігацій.

Емітент раніше не проводив випуски облігацій.

Протягом 2005 – 9 місяців 2007 року емітент використовував банківські кредити, обсяг яких постійно збільшувався. Станом на 01.10.2007 р. поточна заборгованість ПП «Союз-Лідер» за банківськими позиками складала 75 398,0 тис. грн. (66,7% валюти балансу). Протягом 2004 – 9 місяців 2007 року група компаній «Союз» використовувала банківські кредити, обсяг яких постійно збільшувався. Станом на 01.10.2007 р. поточна заборгованість групи компаній «Союз» за банківськими позиками складала 156 026,5 тис. грн. (69% валюти балансу).

Загальна номінальна вартість випуску облігацій становить 50 млн. грн. Облігації забезпечені порукою ВАТ «Чернігівпродтовари» та порукою ПП «Союз-Мост». Усю суму залучених від продажу облігацій коштів буде спрямовано на придбання торгівельної нерухомості. Відсоткова ставка на перший-четвертий відсоткові періоди встановлюється в розмірі 15% річних у гривні, а на наступні відсоткові періоди, починаючи з п'ятого, встановлюється виконавчим органом емітента, при цьому відсоткова ставка не може бути менша ніж 2% річних у гривні. Емітент має право на дострокове погашення облігацій у випадку, якщо ним буде викуплений весь обсяг випуску. За бажанням власник облігацій має право надати облігації Емітенту, а Емітент зобов'язується їх прийняти для викупу один раз на рік.

Висновок

Проведений аналіз фінансового становища, ринкової позиції та розвитку ПП «Союз-Лідер» у межах процедури визначення кредитного рейтингу дозволяє присвоїти випуску облігацій серії А, емітентом яких виступає зазначене підприємство, кредитний рейтинг на рівні uaBB, з прогнозом «стабільний».

Генеральний директор

С. А. Дубко

**Начальник відділу рейтингування
підприємств промисловості та сфери послуг**

Д. О. Мельник

Відповідальний аналітик

М. І. Зевакін

Додатки

Темпи зростання роздрібного товарообороту та середньомісячної зарплати за 2005 - 8 місяців 2007 рр.

Територіальна одиниця	Роздрібний товарооборот				Середньомісячна заробітна плата			
	2005 р., млн. грн.	2006 р., млн. грн.	темпи зростання у 2006 р. до 2005 р. (у порівнянних цінах), %	індекси фізичного обсягу товарообороту (у порівнянних цінах) за січень-серпень 2007 р. до аналогічного періоду попереднього року, %	2005 р., грн.	2006 р., грн.	темпи зростання у 2006 р. до 2005 р., %	темпи зростання у січні-серпні 2007 р. до аналогічного періоду попереднього року, %
Україна	91 903,7	123 668,0	125,3	128,4	806	1041	129,2	127,9
Автономна Республіка Крим	3 381,1	4 630,4	127,3	127,1	962	1202	125,0	125,7
Вінницька	2 209,8	2 878,5	119,8	126,4	913	1139	124,7	127,7
Волинська	1 830,3	2 385,1	119,4	126,1	860	1091	126,9	126,0
Дніпропетровська	8 357,7	11 146,0	124,8	134,8	811	1058	130,4	127,4
Донецька	7 760,4	10 648,2	129,2	132,3	805	1022	127,0	128,0
Житомирська	1 774,9	2 317,9	121,5	125,6	759	974	128,4	126,2
Закарпатська	2 561,1	2 755,6	99,4	114,1	758	961	126,7	126,4
Запорізька	3 946,9	4 747,4	112,3	123,5	768	966	125,8	125,2
Івано-Франківська	1 567,1	2 178,9	128,6	130,7	730	952	130,3	126,2
Київська	2 878,9	4 412,6	138,7	129,8	744	955	128,3	124,5
Кіровоградська	1 458,4	1 921,1	122,1	127,1	718	923	128,6	126,3
Луганська	2 760,1	3 704,7	125,9	122,2	713	923	129,5	125,8
Львівська	5 574,4	6 751,2	112,2	129,9	685	888	129,7	125,1
Миколаївська	1 818,3	2 468,3	127,6	139,9	663	857	129,1	125,8
Одеська	4 946,4	7 101,7	133,1	124,5	665	868	130,5	123,4

Територіальна одиниця	Роздрібний товарооборот				Середньомісячна заробітна плата			
	2005 р., млн. грн.	2006 р., млн. грн.	темпи зростання у 2006 р. до 2005 р. (у порівнянних цінах), %	індекси фізичного обсягу товарообороту (у порівнянних цінах) за січень-серпень 2007 р. до аналогічного періоду попереднього року, %	2005 р., грн.	2006 р., грн.	темпи зростання у 2006 р. до 2005 р., %	темпи зростання у січні-серпні 2007 р. до аналогічного періоду попереднього року, %
Полтавська	2 500,4	3 259,9	121,6	121,7	642	846	131,6	126,9
Рівненська	1 653,9	2 047,1	115,2	121,4	624	819	131,3	127,0
Сумська	1 770,1	2 128,3	112,7	111,1	621	819	131,8	126,6
Тернопільська	1 305,1	1 667,3	120,0	120,2	584	792	135,7	130,1
Харківська	6 755,7	8 843,7	124,4	127,1	602	793	131,7	128,3
Херсонська	2 003,5	2 569,3	118,2	125,1	597	793	132,7	127,8
Хмельницька	1 730,4	2 332,1	123,9	119,4	602	790	131,1	126,6
Черкаська	1 721,6	2 187,3	119,1	127,1	625	800	127,9	125,0
Чернівецька	1 422,3	1 720,4	111,1	136,7	591	773	130,9	128,5
Чернігівська	1 603,9	2 001,7	115,8	123,7	553	727	131,4	126,6
м. Київ	15 736,2	23 720,0	140,7	130,7	1314	1729	131,6	129,8
м. Севастополь	874,8	1 143,3	120,5	150,9	803	1005	125,0	126,8

Джерело: Державний комітет статистики, <http://ukrstat.gov.ua>

Інформація про найбільші торгові мережі України

пп	Назва компанії	Мережі магазинів	Оборот за 2006 р., млн. \$	Місцезнаходження центрального офісу	Кількість магазинів на 01.01.2007	Кількість магазинів на 01.05.2007	Кількість областей, в яких представлена мережа на 01.05.2007	Кількість населених пунктів в яких представлена мережа на 01.05.2007	Формат магазинів
1	Fozzy group	Сільпо, Фора, Фоззі	998,0	Київ	171	190	22	34	Cash&Cary, супермаркет, дискаунтер
2	Metro C&C Ukraine	Metro Cash&Cary	738,0	Київ	13	13	8	9	Cash&Cary
3	ЗАТ «Фуршет»	Фуршет	481,0	Київ	66 (у т.ч. 1 у Молдові)	76 (у т.ч. 2 у Молдові)	20 (у т.ч. Молдова)	44 (у т.ч. 2 в Молдові)	супермаркет, преміум-супермаркет
4	ТОВ «АТБ-маркет»	АТБ-маркет	470,0	Дніпропетровськ	176	184	46	14	дискаунтер
5	Компанія «Квіза Трейд»	Велика кишеня, Кишеня	440,0	Київ	33	н. д.	н. д.	н. д.	супермаркет, гіпермаркет
6	ТОВ «Амстор»	Аматор	198,0	Донецьк	11	14	2	6	гіпермаркет, Cash&Cary
7	ТОВ «Корпорація ПАККО»	Вопак, Пакко	170,0	Луцьк	35	46	8	н. д.	Cash&Cary, супермаркет, магазин у удома
8	ТОВ «ТК «Інтермаркет»	Інтермаркет, Арсен, Барвінок	151,0	Львів	34	36	4	н. д.	Cash&Cary, супермаркет, дискаунтер
9	ТОВ «ТАВРИЯ-В»	ТАВРИЯ-В	125,0	Одеса	15	15	2	3	супермаркет, гіпермаркет
10	ТОВ «Мегамаркет»	Мегамаркет	120,0	Київ	5	5	2	2	гіпермаркет
11	Компанія «ЯКИЙ»	Еко-Маркет, Еко плюс, Симпатік	114,0	Київ	33	н. д.	н. д.	н. д.	супермаркет, магазин у удома
12	Ліа ЛТД	Абсолют	94,8	Луганськ	н. д.	н. д.	2	н. д.	супермаркет
13	ТОВ «Ровекс»	Торговий Світ	94,6	Тернопіль	26	н. д.	1	н. д.	супермаркет, гастроном
14	Компанія «Союз»	Союз, Квартал	91,0	Чернігів	47	47	4	6	супермаркет, дискаунтер
15	ТОВ «Караван»	Караван	84,4	Київ	2	3	2	2	гіпермаркет
16	ДП «Білла-україна»	Вілла	81,6	Київ	8	8	5	5	супермаркет
17	ТОВ «Торгова мережа Ненажера»	Ненажера	72,0	Донецьк	н. д.	н. д.	1	н. д.	супермаркет, мінімаркет
18	ЗАТ «Агроконтракт»	Калібрис, Наш!, Агроконтракт-маркет	70,0	Луцьк	14	н. д.	1	н. д.	супермаркет, дискаунтер
19	Концерн «Алмі»	Копійка	67,5	Одеса	15	15	1	н. д.	супермаркет
20	Торгова компанія «Кит	Кіт	67,4	Запоріжжя	н. д.	н. д.	1	н. д.	
21	ТОВ «Ефект»	БУМ	57,6	Донецьк	2	2	1	1	супермаркет
22	ЧП «Реарді»	Велика ложка	51,0	Дніпропетровськ	14	13	2	5	магазин у удома

пп	Назва компанії	Мережі магазинів	Оборот за 2006 р., млн. \$	Місцезнаходження центрального офісу	Кількість магазинів на 01.01.2007	Кількість магазинів на 01.05.2007	Кількість областей, в яких представлена мережа на 01.05.2007	Кількість населених пунктів в яких представлена мережа на 01.05.2007	Формат магазинів
23	ТОВ «БМ Трейд»	Бумі	48,0	Київ	37	40	5	15	зручний супермаркет, магазин у удома
24	ТОВ «Львівхолод»	Львівхолод, Рукавиця	48,0	Львів	н. д.	н. д.	1	н. д.	Cash&Carу, дискаунтер
25	ЗАТ «КС Трейдінг»	Пік	47,0	Дніпропетровськ	14	14	1	3	супермаркет
26	ТОВ «Ален»	Ален	40,0	Севастополь	9	9	1	1	супермаркет
27	ТОВ «Збутова мережа «П'ятий елемент»	П'ятірочка	40,0	Харків	23	23	1	н. д.	дискаунтер
28	ТОВ «Омега»	Варус	38,5	Дніпропетровськ	9	9	2	2	супермаркет
29	Компанія «Наш Край»	Наш Край	38,0	Луцьк	38	43	13	21	супермаркет, магазин у удома
30	ТОВ «ТД «Марс»	Марс	29,0	Луганськ	11	11	2	10	дискаунтер
31	ТОВ «Торговий центр»	SPAR	28,0	Черкаси	н. д.	н. д.	2	2	супермаркет
32	ЗАТ «ВЕСТ ЛАЙН»	Вест Лайн	24,0	Київ	4	4	1	1	супермаркет, гастроном
33	Захоплення	Захоплення	20,0	Харків	2	2	1	1	Супермаркет
34	ТОВ «555»	555	6,7	Івано-Франківськ	н. д.	н. д.	1	н. д.	супермаркет
35	Корпорація «ЕкоЛан»	ЕкоЛан	2,4	Львів	н. д.	н. д.	1	н. д.	хлібні магазини

Джерело: Інтернет сторінка новин операторів роздрібної торгівлі, <http://retai.net>

Дані балансу ПП «Союз-Лідер»

Рядок балансу	31.12.2003		31.12.2004		31.12.2005		31.12.2006		30.09.2007	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Активи										
Необоротні активи	797,6	66,3	1 037,7	61,4	3 115,3	12,5	4 378,3	8,5	15 173,8	13,4
Нематеріальні активи	0,0	0,0	0,0	0,0	1 255,1	5,0	11,8	0,0	39,9	0,0
Незавершене будівництво	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8 143,9	7,2
Основні засоби	797,6	66,3	1 037,7	61,4	1 860,2	7,4	4 366,5	8,5	6 990,0	6,2
Оборотні активи	405,2	33,7	652,3	38,6	21 763,8	87,1	46 751,4	91,1	97 647,1	86,3
Запаси:	0,0	0,0	0,0	0,0	8 803,2	35,2	12 550,2	24,5	14 720,3	13,0
виробничі запаси	0,0	0,0	0,0	0,0	45,2	0,2	575,6	1,1	1 289,0	1,1
товари	0,0	0,0	0,0	0,0	8 758,0	35,0	11 974,6	23,3	13 431,3	11,9
Дебіторська заборгованість :	0,0	0,0	0,0	0,0	4 636,2	18,6	16 806,2	32,7	14 502,1	12,8
За товари	0,0	0,0	0,0	0,0	4 619,0	18,5	16 805,7	32,7	6 747,5	6,0
За розрахунками:	0,0	0,0	0,0	0,0	17,2	0,1	0,5	0,0	7 754,6	6,9
- з бюджетом	0,0	0,0	0,0	0,0	17,2	0,1	0,5	0,0	0,0	0,0
- за виданими авансами	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7 754,6	6,9
Інша поточна дебіторська заборгованість	141,5	11,8	350,8	20,8	4 137,5	16,6	12 212,4	23,8	65 150,2	57,6
Грошові кошти та їх еквіваленти:	263,7	21,9	301,5	17,8	2 545,7	10,2	4 457,0	8,7	2 893,1	2,6
- в національній валюті	263,7	21,9	301,5	17,8	2 545,7	10,2	4 457,0	8,7	2 893,1	2,6
Інші оборотні активи	0,0	0,0	0,0	0,0	1 641,2	6,6	725,6	1,4	381,4	0,3
Витрати майбутніх періодів	0,0	0,0	0,0	0,0	111,5	0,4	192,8	0,4	276,4	0,2
Всього активи	1 202,8	100,0	1 690,0	100,0	24 990,6	100,0	51 322,5	100,0	113 097,3	100,0

Рядок балансу	31.12.2003		31.12.2004		31.12.2005		31.12.2006		30.09.2007	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Пасиви										
Власний капітал	926,9	77,1	1 371,5	81,2	1 623,5	6,5	2 176,7	4,2	3 001,5	2,7
Статутний капітал	1,0	0,1	1,0	0,1	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	925,9	77,0	1 370,5	81,1	1 622,5	6,5	2 175,7	4,2	3 000,5	2,7
Забезпечення наступних витрат і платежів	-0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Забезпечення виплат персоналу	-0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Довгострокові зобов'язання	0,0	0,0	0,0	0,0	88,1	0,4	17 763,1	34,6	27 719,2	24,5
Довгострокові кредити банків	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	17 675,0	34,4	27 631,1	24,4
Інші довгострокові зобов'язання	0,0	0,0	0,0	0,0	88,1	0,4	88,1	0,2	88,1	0,1
Поточні зобов'язання	276,2	23,0	318,5	18,8	23 279,0	93,2	31 382,7	61,1	82 376,6	72,8
Короткострокові кредити банків	0,0	0,0	0,0	0,0	3 100,0	12,4	7 839,4	15,3	47 766,9	42,2
Кредиторська заборгованість за товари	0,0	0,0	0,0	0,0	16 928,0	67,7	22 461,3	43,8	21 769,0	19,2
Поточні зобов'язання за розрахунками:	9,0	0,7	21,1	1,2	383,9	1,5	822,9	1,6	924,4	0,8
- з бюджетом	1,1	0,1	12,1	0,7	76,0	0,3	237,4	0,5	145,9	0,1
- зі страхування	0,1	0,0	0,0	0,0	60,1	0,2	161,0	0,3	217,6	0,2
- з оплати праці	7,8	0,6	9,0	0,5	247,8	1,0	424,5	0,8	560,9	0,5
Інші поточні зобов'язання	267,2	22,2	297,4	17,6	2 867,1	11,5	259,1	0,5	11 916,3	10,5
Всього пасиви	1 202,8	100,0	1 690,0	100,0	24 990,6	100,0	51 322,5	100,0	113 097,3	100,0

Джерело: Статистична фінансова звітність емітента

Звіт про фінансові результати ПП «Союз-Лідер»

Показник	2 003*	2 004*	2 005	9 місяців 2006	2 006	9 місяців 2007
Чистий дохід від реалізації продукції	14 747,0	1 422,3	52 910,5	66 602,8	214 905,0	209 956,6
Собівартість реалізованої продукції	13 889,3	0,0	45 784,6	56 078,3	183 966,8	174 319,3
Валовий прибуток	857,7	1 422,3	7 125,9	10 524,5	30 938,2	35 637,3
Інші операційні доходи	0,0	0,0	0,5	8,0	15 608,6	39 631,2
Адміністративні витрати	0,0	0,0	1 490,0	1 824,7	9 051,1	6 189,4
Витрати на збут	0,0	0,0	3 943,1	7 403,6	20 288,2	23 742,8
Інші операційні витрати	0,0	0,0	1 195,1	37,4	14 394,1	40 212,4
Операційний прибуток	857,7	1 422,3	498,2	1 266,8	2 813,4	5 123,9
Інші фінансові доходи	0,0	0,0	0,4	1,2	1,6	5,8
Інші доходи	0,0	0,0	233,9	0,1	132,7	36,9
Фінансові витрати	0,0	0,0	145,2	860,1	1 897,7	4 102,8
Інші витрати	355,7	977,7	222,9	1,0	139,3	30,5
Прибуток до оподаткування	502,0	444,6	364,4	407,0	910,7	1 033,3
Податок на прибуток	0,0	0,0	112,0	192,6	357,5	208,4
Чистий прибуток	502,0	444,6	252,4	214,4	553,2	824,9

Джерело: Статистична фінансова звітність емітента

* перероблено з фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва

Дані консолідованого балансу групи компаній «Союз»

Показник	31.12.2004		31.12.2005		31.12.2006		30.09.2007	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Актив								
Грошові кошти	2 845,3	6,9%	5 114,0	5,9%	8 155,0	6,4%	6 619,0	2,9%
Дебіторська заборгованість	10 145,4	24,6%	12 302,0	14,3%	24 449,0	19,3%	49 184,0	21,7%
Товарно-матеріальні запаси	9 629,5	23,4%	14 999,0	17,4%	22 104,0	17,4%	22 705,0	10,0%
Інші поточні активи	279,3	0,7%	303,0	0,4%	1 574,0	1,2%	5 253,0	2,3%
Всього поточних активів	22 899,5	55,6%	32 718,0	37,9%	56 282,0	44,4%	83 761,0	37,0%
Залишкова вартість основних засобів	16 246,6	39,4%	29 079,0	33,7%	37 015,0	29,2%	106 329,0	47,0%
Залишкова вартість нематеріальних активів	0,0	0,0%	1 492,0	1,7%	25,0	0,0%	2 001,0	0,9%
Інші довгострокові активи	2 058,3	5,0%	22 966,0	26,6%	33 446,0	26,4%	34 120,0	15,1%
Всього довгострокових активів	18 304,9	44,4%	53 537,0	62,1%	70 486,0	55,6%	142 450,0	63,0%
Всього активів	41 204,4	100,0%	86 255,0	100,0%	126 768,0	100,0%	226 211	100,0%
Пасив								
Кредиторська заборгованість	7 546,0	18,3%	23 156,0	26,8%	44 820,0	35,4%	33 279,0	14,7%
Рахунки по авансам одержаним	0,0	0,0%	9,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Поточні зобов'язання по кредитах	2 399,1	5,8%	4 505,0	5,2%	9 977,0	7,9%	54 723,0	24,2%
Накопичена заборгованість по бюджетним платежам	221,0	0,5%	202,0	0,2%	1 541,0	1,2%	888,0	0,4%
Накопичена заборгованість по заробітній платі	140,1	0,3%	621,0	0,7%	884,0	0,7%	1 135,0	0,5%
Інші поточні зобов'язання	10 295,0	25,0%	6 660,0	7,7%	3 936,0	3,1%	5 444,0	2,4%
Всього поточних зобов'язань	20 601,2	50,0%	35 153,0	40,8%	61 158,0	48,2%	95 469,0	42,2%
Довгострокові кредити банків	6 208,9	15,1%	30 818,0	35,7%	45 223,0	35,7%	101 303,5	44,8%
Інші довгострокові пасиви	49,9	0,1%	60,0	0,1%	0,0	0,0%	7 946,5	3,5%
Всього довгострокових зобов'язань	6 258,8	15,2%	30 878,0	35,8%	45 223,0	35,7%	109 250,0	48,3%
Всього зобов'язань	26 860,0	65,2%	66 031,0	76,6%	106 381,0	83,9%	204 719,0	90,5%
Всього власного капіталу	14 344,4	34,8%	20 224,0	23,4%	20 387,0	16,1%	21 492,0	9,5%
Всього зобов'язань і капіталу	41 204,4	100,0%	86 255,0	100,0%	126 768,0	100,0%	226 211	100,0%

Джерело: Інформація надана емітентом

Параметри банківських кредитів отриманих групою компаній «Союз»

Банк-кредитор	Вид кредиту	Сума за договором, тис. грн.	Заборгованість на 01.10.2007 р.	Дата виникнення заборгованості/ зобов'язання	Дата погашення заборгованості
ПП «СОЮЗ-МОСТ»					
Полікомбанк	довгостроковий	2 020,0	1 515,0	15.04.2004	18.12.2007
Укрексімбанк	довгостроковий	3 535,0	2 944,2	06.07.2006	06.07.2011
Укрексімбанк	довгостроковий	5 469,1	5 469,1	10.08.2007	09.08.2012
Укрексімбанк	довгостроковий	2 234,7	2 234,7	28.07.2005	25.07.2008
Укрексімбанк	довгостроковий	465,1	465,1	12.08.2005	11.08.2008
Укрсиббанк	довгостроковий	4 242,0	4 242,0	24.09.2007	22.09.2014
Укрсиббанк	довгостроковий	3 282,5	3 282,5	23.04.2007	22.04.2014
Укрсиббанк	довгостроковий	4 343,0	4 343,0	13.04.2007	11.04.2014
Укрсоцбанк	довгостроковий	3 257,3	1 893,7	17.04.2006	16.04.2009
Укрсоцбанк	довгостроковий	12 000,0	6 714,2	22.06.2005	22.06.2010
Укрсоцбанк	довгостроковий	3 686,5	2 525,0	14.09.2005	12.09.2008
Укрсоцбанк	довгостроковий	8 130,5	8 130,5	06.04.2007	03.01.2014
Укрсоцбанк	довгостроковий	4 267,2	2 667,0	18.11.2005	14.11.2008
Всього:		56 932,9	46 426,0		
ПП «СОЮЗ-ЛІДЕР»					
Полікомбанк	довгостроковий	3 350,0	3 350,0	18.04.2007	19.04.2010
Полікомбанк	короткостроковий	3 000,0	3 000,0	04.05.2007	16.01.2008
Полікомбанк	довгостроковий	3 535,0	3 535,0	27.07.2006	27.07.2011
Укрексімбанк	овердрафт	840,0	367,7	16.01.2007	15.01.2008
Укрексімбанк	довгостроковий	4 606,1	4 606,1	10.07.2007	09.07.2010
Укрсиббанк	довгостроковий	3 535,0	3 535,0	16.06.2006	12.06.2009
Укрсиббанк	овердрафт	2 300,0	2 300,0	05.07.2007	30.06.2008
Укрсиббанк	довгостроковий	6 060,0	6 060,0	02.10.2006	01.10.2009
Укрсоцбанк	овердрафт	2 000,0	997,0	06.02.2007	05.02.2008
Укрсоцбанк	довгостроковий	2 000,0	2 000,0	15.06.2007	11.06.2010
Альфа-банк	короткостроковий	35 350,0	35 350,0	23.08.2007	21.08.2009

Банк-кредитор	Вид кредиту	Сума за договором, тис. грн.	Заборгованість на 01.10.2007 р.	Дата виникнення заборгованості/ зобов'язання	Дата погашення заборгованості
Укрсоцбанк	довгостроковий	4 545,0	4 545,0	28.03.2006	27.03.2009
Укрсоцбанк	Короткостровий (аваль векселів)	6 000,0	5 752,2	15.11.2006	31.12.2008
Всього:		77 121,1	75 398,0		
ТОВ «Колос Плюс БФЛ»					
Полікомбанк	довгостроковий	5 000,0	5 000,0	07.08.2007	10.08.2010
Полікомбанк	короткостроковий	4 000,0	4 000,0	28.09.2007	05.11.2007
Всього:		9 000,0	9 000,0		
ВАТ «Чернігівпродтовари»					
Укрсоцбанк	довгостроковий	1 515,0	1 167,7	16.01.2006	12.01.2011
Укрсоцбанк	довгостроковий	17 437,7	17 437,7	12.03.2007	11.03.2014
Укрексімбанк	овердрафт	1 250,0	1 090,6	25.04.2007	24.04.2008
Укрексімбанк	довгостроковий	4 449,1	4 449,1	31.10.2005	30.09.2008
Всього:		24 651,8	24 239,8		
ТОВ «Союз-С»					
Полікомбанк	довгостроковий	962	962	27.02.2001	25.10.2007
Всього:		962	962		
Разом:		168 667,8	156 025,8		

Джерело: Інформація надана емітентом

Рух грошових коштів ПП «Союз-Лідер» у 2006 р., тис. грн.

Показники	2006
Чистий дохід від реалізації продукції	214 905
Собівартість реалізованої продукції	-183 967
Грошовий потік від реалізації продукції	30 938
Інші операційні доходи	15 609
Інші операційні витрати	-14 394
Адміністративні витрати	-9 051
Витрати на збут	-20 288
Інші доходи	133
Інші видатки	-139
Інші фінансові доходи	2
Відсотки за кредитами	-1 898
Податок на прибуток	-358
Амортизація	1 861
Збиток/прибуток від неопераційної діяльності	5
Грошові потоки від операційної діяльності до змін в оборотних активах	2 420
Зменшення/збільшення оборотних активів	-23 076
Збільшення/зменшення поточних зобов'язань	-81
Грошові потоки від операційної діяльності	3 364
Реалізація необоротних активів	158
Придбання необоротних активів	-289
Інші надходження	2
Грошові потоки від інвестиційної діяльності	-129
Надходження кредитних ресурсів	32 464
Погашення тіла кредитних ресурсів	-13 050
Грошові потоки від фінансової діяльності	19 414
Чисті грошові потоки	1 911
залишок на початок року	2 546
залишок на кінець року	4 457

Джерело: Інформація надана емітентом