

**Утвержден Годовым общим собранием акционеров  
ОАО «Аптечная сеть 36,6»  
(Протокол №21 от 04.07.2008)**

## **Годовой отчет ОАО «Аптечная сеть 36,6» за 2007 год**

**(Обращение Генерального Директора Общества к Годовому Общему  
Собранию Акционеров)**

### ***Уважаемые Акционеры!***

Разрешите приветствовать Вас сегодня на шестом годовом Собрании акционеров ОАО «Аптечная сеть 36,6».

В 2007 году Компания значительно упрочила свои позиции на розничном фармацевтическом рынке России.

Аптечная сеть 36,6 успешно продолжила свою активную региональную экспансию. В 2007 году Компания приобрела 26 региональных аптечных сетей объединяющих 293 аптеки. По итогам 2007 года Аптечная сеть 36,6 насчитывает 1224 аптеки, расположенных в 90 городах 29 регионов России. Стратегическая цель Аптечной сети 36,6 - занять не менее 10-15% фармацевтического рынка РФ в ближайшие 3-5 лет, а также обеспечить объем розничных продаж порядка 3 млрд. долларов США к 2012 году.

Обеспечение Компании достаточным финансированием и дальнейшая оптимизация его источников остается одной из ключевых задач. В течение 2007 года Аптечная сеть 36,6 реализовала проект структурного финансирования, за счет которого были привлечены инвестиционные ресурсы без увеличения долговой нагрузки Компании. Помимо этого осенью 2007 года было успешно произведено рыночное размещение дополнительного выпуска акций Компании в количестве 1,5 млн. штук.

Детальному освещению результатов развития ОАО «Аптечная сеть 36,6», с учетом деятельности входящих в него дочерних компаний, посвящен данный отчет.

## **I. Положение Общества в отрасли**

**ОАО «Аптечная Сеть 36,6»** - это национальный лидер в области розничной торговли товарами для красоты и здоровья. Мы предлагаем своим покупателям разнообразие высококачественных товаров по доступным ценам в удобных и красивых магазинах.

ОАО «Аптечная сеть 36,6» также первая публичная российская компания в своем секторе. Акции Компании включены в котировальный лист «Б» на РТС (символ АРТК) и допущены к торгам на ММВБ (символ RU14АРТК1007). Рыночная капитализация Компании на 28.12.07. составила 693 млн. долларов США.<sup>1)</sup> Акции Компании включены в списки для расчета индексов РТС-2 (индекс акций второго эшелона) и РТС-Потребительские товары и розничная торговля (RTScr).

### **Основные показатели развития компании в 2007 г.**

- Инвестиции Компании в 2007 г. составили 163 млн. долларов.
- В течение 2007 г. было органически открыто 166 новых аптек, 45 аптек были ребрендированы, 73 аптеки закрыты.
- Аптечная сеть 36,6 приобрела в течение 2007 г. 26 аптечных сетей, объединяющих 293 аптеки.
- По состоянию на конец 2007 г. Компании принадлежало 1224 аптек.
- По итогам 2007 г. Аптечная сеть 36,6 управляет 12 отдельно стоящими магазинами оптики, а также имеет 28 отделов оптики, расположенных внутри аптек.
- В 2007 г. было открыто 4 магазина сети «Центр раннего развития – ELC» в Москве.

### **Характеристика аптечного розничного рынка**

- Аптечный розничный рынок включает в себя рынок лекарственных средств, парафармацевтической продукции, товаров косметики и гигиены, а также сопутствующих товаров повседневного спроса, реализация которых разрешена в аптечных учреждениях.
- Агрессивное региональное развитие крупнейших аптечных сетей привело к росту концентрации продаж в аптечном сегменте рынка. Совокупная доля первых 10 аптечных сетей России составила в 2007 г. около 22% (для сравнения, в 2002 — всего 5%). Ожидается, что к 2010 г. в результате процесса консолидации 4-5 крупнейших аптечных сетей будут контролировать до 30% национального рынка.<sup>2)</sup>

---

1) По данным РТС.

2) Здесь и далее данные по рынку и положению в отрасли на основании данных исследовательских агентств DSM Market Research и Фармэксперт.

- Объем фармацевтического рынка России в 2007 г. составил 11,4 млрд долларов США, что на 6,4% больше, чем в 2006 г. Потребление лекарственных средств на душу населения составило около 80 долларов, т. е. в среднем каждый человек потребил ЛС на 2000 руб. за истекший год, что составляет всего 1,1% от среднедушевого дохода на одного жителя России

(для сравнения, в Великобритании этот показатель равен 5,5%, в Чехии - 7,8%).

- В течение 2005-2007гг. государственное финансирование отпуска медикаментов через программу ДЛО демонстрировало неровную динамику, что в итоге выразилось в сокращении доли участия государства в структуре фармацевтического рынка. В 2007 г. государство через различные компенсационные программы, прежде всего программу дополнительного лекарственного обеспечения (ДЛО), субсидировало 17,6% от общего объема рынка, что составляет примерно 2 млрд. долларов. В сравнении с 2006 г. доля рынка бюджетных компенсационных программ уменьшилась на 5,7% в общем объеме рынка и на 20% в ценах потребителя.
- Наибольшую долю фармацевтического рынка занимает коммерческий сектор - 70% от общего объема. Рост сектора составил 6,2% от общего объема рынка и 16% в ценах потребителя в сравнении с 2006 г. Факторы, определяющие рост коммерческого сегмента, это: сохранение тенденции роста показателей, характеризующих благосостояние: доход на душу населения, расходы на потребительские товары. С ростом благосостояния населения осуществляется сдвиг потребления в сторону более дорогостоящих препаратов. В настоящий момент коммерческий сектор фармацевтического рынка находится в стадии активного роста и консолидации активов. Продолжает усиливаться роль России как ключевого рынка сбыта в географии продаж крупнейших международных корпораций, занятых в сфере товаров для красоты и здоровья.
- Дополнительным стимулом развития фармацевтического рынка в 2007-2008 гг. может оказаться программа обязательного фармацевтического страхования (ОФС). Данная программа направлена на охрану и профилактику здоровья трудоспособного населения. Реализация этой программы может оказать существенное влияние на емкость фармацевтического рынка.
- В структуре продаж коммерческого сектора наблюдается устойчивая тенденция роста доли продаж сопутствующих товаров и парафармацевтики. В 2007 г. рост продаж парафармацевтической продукции в аптеках составил 30% в сравнении с 2006 г., что соответствует 3,2 млрд USD в ценах потребителя
- На локальных рынках в городах - миллионниках и наиболее развитых экономических регионах конкуренция ощущается со стороны развитых крупных региональных аптечных сетей. В городах с меньшим количеством населения конкуренция в большей степени испытывается со стороны государственных муниципальных аптечных сетей.
- На национальном уровне мы конкурируем с аптечной сетью «Ригла», на региональных рынках - с сетями «Фармакор» и «Доктор Столетов».

ОАО «Аптечная сеть 36,6» принадлежит фармацевтическое производство - ОАО «Верофарм», имеющее производственные площадки в Воронеже, Белгороде и Покрове (Владимирская область).

«Верофарм» является одной из лидирующих российских компаний-производителей современных воспроизведенных лекарственных средств (дженериков), онкологических препаратов, витаминов и медицинских пластырей. Общий ассортимент продукции «Верофарм» охватывает широкий спектр

фармакологических областей; фармацевтический портфель превышает 400 наименований.

По данным исследовательского агентства «Фармэксперт», по итогам 2007 г. «Верофарм» занимает 4-е место по объему производства среди отечественных производителей. По данным компании RMBC, по итогам 2007 г. в рейтинге "ТОП 10 производителей онкологических лекарственных средств", по сравнению с аналогичным периодом прошлого г. "Верофарм" поднялся с 12-го на 6-е место, а среди всего госпитального рынка – с 22-го на 20-е место. В рейтинге производителей онкологических лекарственных средств в натуральном выражении, по итогам 2007 г., «Верофарм» сохранил позиции лидера. По данным исследований компании ГФК «Русь», проведенных в октябре 2007 г., в рейтинге «Знание российскими потребителями российских фармпроизводителей», компания «Верофарм» занимает 2 место.

ОАО «Верофарм» является первой публичной российской компанией фармпроизводителем. Акции Компании включены в котировальный лист «Б» на РТС (символ VRPH) и допущены к торгам на ММВБ (символ VFRM). Рыночная капитализация Компании по состоянию на 29.12.06. составила 514 млн. долларов США. Акции Компании включены в списки для расчета индексов РТС-2 (индекс акций второго эшелона) и РТС-Потребительские товары и розничная торговля (RTScr).

## **II. Приоритетные направления деятельности Общества**

Приоритетными направлениями деятельности Общества в 2007 г. являлись:

1. Региональное расширение Аптечной сети 36,6.
2. Приобретение и интеграция региональных аптечных сетей.
3. Продолжение развития новых перспективных направлений деятельности, начатых ранее.
4. Обеспечение развития Компании достаточным финансированием.
5. Совершенствование бизнес стратегии и маркетинговых технологий.
6. Повышение уровня прозрачности финансовой и управленческой отчетности.

## **III. Отчет Совета Директоров о результатах развития Общества по приоритетным направлениям его деятельности.**

### ***1. Региональное расширение Аптечной сети 36,6***

В соответствии с пятилетним стратегическим планом развития к 2008 г. годовой розничный объем продаж Компании должен увеличиться до 1 млрд. долларов.

Для достижения данной цели Компания осуществляет агрессивный органический рост (открытие новых аптек) и приобретение ведущих аптечных региональных сетей в приоритетных целевых регионах.

На конец 2007 г. Компании принадлежало 1224 аптеки в двадцати девяти регионах и 90 крупных городах, что почти на 50% больше по сравнению с 2006 годом (всего 838 аптек). В 2007 году продолжилась активная региональная экспансия Компании.

В течение года были осуществлены следующие приобретения:

1. Аптечная сеть «Спас» (9 аптек в Краснодаре; объем продаж - 55,3 млн. долларов в 2007г.);
2. Аптечная сеть «Добрый лекарь» (7 аптек в Астрахани; объем продаж - 1,2 млн. долларов в 2007г.);
3. Аптечная сеть «Здравник» (52 аптеки в Свердловской области, в том числе 37 в Екатеринбурге; объем продаж - 23,8 млн. долларов в 2007г.);
4. Аптечная сеть «ЗЕМ фарм» (15 аптек в Москве; объем продаж – 15 млн. долларов в 2007г.);
5. Аптечная сеть «Сигма» (7 аптек в Краснодаре; объем продаж – 1,2 млн. долларов в 2007г.);
6. Аптечная сеть «Наша аптека» (44 аптеки во Владимире и Владимирской области; объем продаж – 13,2 млн. долларов в 2007г.);
7. Аптечная сеть «Вербена и К» (3 аптеки в Новочеркасске; объем продаж – 0,7 млн. долларов в 2007г.);
8. Аптечная сеть «Фармель» (2 аптеки в Казани; объем продаж – 0,7 млн. долларов в 2007г.);
9. Аптечная сеть «АСН» (19 аптек в Иваново и области; объем продаж – 5,5 млн. долларов в 2007г.);
10. Аптечная сеть в Обнинске (9 аптек в Обнинске; объем продаж – 3 млн. долларов в 2007г.);
11. Аптечная сеть «Экорос Фарм» (5 аптек в Саратове; объем продаж – 0,9 млн. долларов в 2007г.);
12. Аптечная сеть «Компаньон» (5 аптек в Ставрополе; объем продаж – 3,1 млн. долларов в 2007г.);
13. Аптечная сеть «Фирма ИКА» (12 аптек в Орске; объем продаж – 2,9 млн. долларов в 2007г.);
14. Аптечная сеть «АЛС Шахты» (14 аптек; объем продаж – 1,7 млн. долларов в 2007г.);
15. Аптечная сеть «Донлав» (7 аптек; объем продаж – 2,2 млн. долларов в 2007г.);
16. Аптечная сеть «АИР» (5 аптек в Сочи; объем продаж – 2 млн. долларов в 2007г.);
17. Аптечная сеть «Альма» (11 аптек в Новочеркасске; объем продаж – 13,1 млн. долларов в 2007г.);
18. Аптечная сеть «Фармакон» (4 аптеки в Анапе; объем продаж – 2,6 млн. долларов в 2007г.);
19. Аптечная сеть «Шпиль» (5 аптек в Сочи; объем продаж – 2,1 млн. долларов в 2007г.);
20. Аптечная сеть «Озон» (2 аптеки в Анапе; объем продаж – 1 млн. долларов в 2007г.);
21. Аптечная сеть «Комета-А» (2 аптеки в Новороссийске; объем продаж – 1,2 млн. долларов в 2007г.);
22. Аптечная сеть «Народная» (7 аптек; объем продаж – 4,8 млн. долларов в 2007г.);
23. Аптечная сеть «ЛеО» (29 учреждений, в т.ч. 5 салонов оптики, ветеринарная аптека и клиника в Кемеровской области; объем продаж – 13,8 млн. долларов в 2007г.);
24. Аптечная сеть «Айболит» (16 аптек; объем продаж – 3,2 млн. долларов в 2007г.);

25. Аптечная сеть «Ремедиум» (1 аптека в Тюмени; объем продаж – 0,2 млн. долларов в 2007г.).
26. Аптечная сеть «Фармедика» (1 аптека в п. Тучково; объем продаж – 1 млн. долларов в 2007г.).

## **2. Усиление конкурентных преимуществ Компании, в т.ч.:**

- Подтверждение лидирующих позиций за счет увеличения объемов продаж и доли на рынке;
- Совершенствование операционной платформы через внедрение современных технологий (ERP система);
- Активная интеграция приобретаемых аптечных сетей;
- Оптимизация операционных расходов в аптеках, логистике и центральном офисе, а также создание системы контроля и управления производительностью;
- Совершенствование управления категориями товаров и оптимизация ассортимента;
- Развитие уникального торгового предложения (УТП) через расширение ассортимента, представленного эксклюзивно в сети 36,6 (товары под марками Boots, Champneys, Monteil, развивающие игрушки ELC и продукция под маркой «36,6», в т.ч. линейки косметической продукции под брендами Natura 36,6, Med Response 36,6 и «Добрая Забота 36,6»);
- Активное сотрудничество с производителями по вводу новинок на российский рынок;
- Работа в рамках совместной с другими предприятиями розничной торговли программы лояльности покупателей – «Малина».

## **3. Развитие новых перспективных направлений деятельности**

- Аптечная сеть 36,6 продолжила развитие медицинского направления бизнеса через приобретение здания под многопрофильный стационар, общей площадью 5200 кв.м. в центре Москвы. Больница будет включать стационар на 30 коек, четыре универсальные операционные и клинично-диагностическое отделение, оснащенное среди прочих аппаратами МРТ и КТ.
- В 2007 году набрал силу проект по открытию магазинов игрушек, работающих по брендом «Центр Раннего Развития - ELC». В 2007 году было открыто 4 магазина сети в Москве. Часть ассортимента игрушек также продается в аптеках сети по модели shop and shop (магазин в магазине).
- Полномасштабное развитие проекта по выпуску продукции под маркой «36,6», в том числе вывод на рынок линеек косметической продукции под брендами Natura 36,6, Med Response 36,6 и «Добрая Забота 36,6». Портфель собственных торговых марок также расширился за счет приобретения и развития марки холодных, натуральных чаев Tabla.

## **4. Обеспечение Компании достаточным финансированием**

- Кредитный портфель ОАО «Аптечная сеть 36,6» составляет 242 млн. долларов США, кредитный портфель вырос на 29 млн. долларов США по сравнению с 2006 г.;
- Основными кредитующими финансовыми институтами Компании являются ОАО Банк ВТБ, ОАО Сбербанк РФ, ОАО "Альфа-банк", ОАО "Банк-Уралсиб", "Номос-банк" ОАО, Амстредамский торговый банк (АТБ);
- Компания в ноябре 2007 года провела публичное размещение дополнительного выпуска акций ОАО «Аптечная сеть 36.6», что позволило привлечь 2,8 млрд. рублей (по цене размещения);
- В начале 2007 г. Компания реализовала проект по структурному финансированию, в результате которого было привлечено 85 млн долларов внешних инвестиций без увеличения долговой нагрузки Компании.

### ***5. Совершенствование бизнес стратегии и усиление маркетинговых технологий***

- Оптимизация операционной платформы бизнеса с целью построения прочной основы для дальнейшего роста и развития бизнеса.
- Для достижения максимального результата в рамках реализации стратегии «эффекта масштаба» активно развивается проект по созданию собственной логистической системы. Основными преимуществами являются возможность работать напрямую с производителями и получать более выгодные финансовые условия, в т.ч. снижать закупочные цены, что дает возможность увеличить маржу на продукцию. Также собственная логистическая система позволяет поддерживать регулярные поставки эксклюзивного ассортимента в аптеки сети.
- В рамках реализации стратегии дифференциации «36,6» и укрепления позиций бренда ведется работа по расширению уникального ассортимента продукции, эксклюзивно представленной в сети.
- Ориентируясь на возрастающие требования покупателей и в стремлении постоянно совершенствовать уровень сервиса, развиваются проекты по открытию центров лечебной косметики «Лаборатория Красоты» и рецептурных отделов «Ароматерапии». По итогам 2007 г. сеть насчитывала 55 центров «Лаборатория Красоты» и 3 отдела «Ароматерапия». Также запущен проект по повышению квалификации персонала «Корпоративная Академия 36,6».

### ***6. Повышение уровня прозрачности финансовой и управленческой отчетности***

- Оптимизация организации финансовой службы, консолидирующей финансовую и управленческую отчетность и обеспечивающей бюджетирование, планирование и финансовый контроль за деятельностью компании с целью повышения эффективности ее работы;

- Выпуск финансовой отчетности по МСФО на ежеквартальной основе в соответствии с разработанной внутри Компании методологией;
- Сокращение сроков подготовки отчетности, консолидации финансовых данных и аудита.

#### **IV. Основные финансовые показатели развития Общества в 2007 г.**

Текст Аудиторского заключения по финансовой (бухгалтерской) отчетности ОАО «Аптечная сеть 36,6» по РСБУ является приложением к тексту данного Годового отчета.

##### **Выручка**

	<u>тыс. рублей</u>
2007 год	4 959
2006 год	8 138

##### **Валовая прибыль**

	<u>2007</u>	<u>2006</u>	<u>Изменение</u>
Валовая прибыль (убыток) (тыс. руб.)	(52 212)	(39 999)	30,5%

##### **Общехозяйственные и административные расходы**

	<u>2007</u>	<u>2006</u>	<u>Изменение</u>
Общехозяйственные и административные расходы (тыс. рублей)	57 525	48 540	18,5%

Общехозяйственные и административные расходы выросли на 18,5% в течение 2007 г. Рост административных расходов обусловлен снижением обменного курса доллара США и, как следствие, ростом расходов, номинированных в рублях, в частности, оплаты труда сотрудников Компании и административного персонала.

##### **Чистая прибыль**

	<u>2007</u>	<u>2006</u>	<u>Изменение</u>
Чистая прибыль (тыс. рублей)	3 429	60 700	-94,4%

Чистая прибыль Компании составила 3 429 тыс. рублей в 2007 г.

##### **Займы и кредиты**

	<u>2007</u>	<u>2006</u>	<u>Изменение</u>
Займы и кредиты (тыс. рублей)	5 930 075	5 606 910	5,8%



В течение 2007 г. долг Аптечной сети 36,6 увеличился на 5,8% и достиг 5 930 075 тыс. рублей. Привлеченное финансирование в основном было направлено на приобретения региональных аптечных сетей, обслуживание долга, а также на инвестиции в новые проекты.

## **V. Перспективы развития Общества**

Наша цель – стать предпочтительным источником товаров для здоровья и красоты для широких слоев российских потребителей в городах с численностью от 250 тысяч человек и выше. В ближайшие годы мы планируем упрочить наши лидирующие позиции на рынке фармацевтического ритейла.

Мы рассматриваем розницу в качестве локомотива развития бизнеса Компании и будем продолжать активно расширять это направление. Дополнительные бизнесы Компании рассматриваются в качестве проектов, чья стоимость должна быть максимизирована без ущерба основному бизнесу, и которые могут быть использованы для его финансирования. Мы убеждены в том, что целостность компании и диверсификация бизнеса являются залогом его процветания и роста стоимости акций Компании.

### **Розничный бизнес**

Розничный бизнес характеризуется двумя ключевыми тенденциями, которые имеют влияние на наш бизнес. С одной стороны, розничный бизнес в России находится в значительной степени в стадии формирования, что обуславливает его быструю динамику, в первую очередь – в крупных городах. С другой стороны, мы видим признаки растущей конкуренции на розничном фармацевтическом рынке.

С момента создания Аптечной сети 36,6 мы концентрировались в первую очередь на достижении определенной доли рынка и увеличении продаж. В соответствии с рыночными тенденциями, в области розничного бизнеса наши приоритеты будут по-прежнему фокусироваться на двух направлениях: повышение эффективности наших операций и дальнейшем росте доли рынка и объема продаж.

### **Повышение эффективности**

Мы осуществляем ряд проектов, направленных на существенное повышение эффективности нашей работы.

Основу нашего конкурентного преимущества в розничном бизнесе составляет наша компетенция в области розничного маркетинга. В 2007 г. мы продолжили работу по внедрению новых технологий ассортиментного планирования, ценообразования, размещения товаров в аптеке и продвижения товаров. Мы значительно расширили ассортимент и увеличили объемы продаж товаров под торговой маркой «36,6». По итогам 2007 г. портфель товаров под торговой маркой «36,6» насчитывал около 400 наименований (SKU). Мы продолжили сотрудничество в рамках коалиционной программы лояльности «Малина». Основными преимуществами участия в «Малине» для 36,6 стали стабильные финансовые показатели: чек с картой «Малина» в 2 раза больше среднего по сети; 30% продаж в сети осуществляется с картой «Малина»; сокращение расходов на продвижение новых торговых точек в Московском

регионе в 2 раза. Программа «Малина» предоставляет широкий инструментарий для целевого маркетинга. Персональные предложения, адресованные участникам программы, получают отклик не менее 40% и ежеквартально увеличивает базу клиентов на 6%. В условиях потенциального усиления конкуренции, осуществление этих проектов позволит нам закрепить наше конкурентное преимущество в технологии розничных продаж, обеспечить более привлекательное предложение товаров и услуг нашим покупателям и повысить их лояльность марке 36,6.

### **Дальнейшее повышение доли рынка Аптечной сети 36,6**

В 2007 г. мы продолжили процесс региональной экспансии как за счет приобретения розничных сетей в других регионах, так и за счет органического роста. Компания является абсолютным лидером по количеству аптек в России. На конец 2007 г. их насчитывалось 1224. В течение 2007 г. было органически открыто 166 новых аптек, 45 аптек были ребрендированы.

Аптечная сеть 36,6 приобрела в течение 2007 г. 26 аптечных сетей, объединяющих 293 аптеки.

В планах Компании достижение 15% доли коммерческого фармацевтического рынка в РФ в ближайшие 3-5 лет.

### **Производственный бизнес**

Мы уверены, что рынок фармацевтического производства России будет быстро развиваться, прежде всего, за счет сегмента современных брендовых дженериков. Наша стратегия в этом сегменте не претерпела существенных изменений и направлена на развитие наиболее интересных с маркетинговой и финансовой точки зрения проектов по созданию и продвижению современных препаратов с учетом диверсификации портфеля препаратов.

Стратегия развития «Верофарма» предусматривает 20-30-ти процентный годовой рост объема продаж Компании, при росте прибыльности и укреплении лидерских позиций на рынке.

В укреплении лидирующих позиций нашего производственного бизнеса мы будем опираться на дальнейшее развитие наших конкурентных преимуществ:

- Диверсифицированный портфель дженериков;
  - Компетентность в разработке и выпуске на рынок новых дженериков;
  - Гибкое и современное производственное оборудование наших предприятий;
  - Сильный бренд и прочная репутация;
  - Высокий уровень подготовки медицинских представителей.
- Мы планируем продолжать стремиться выпускать на российский рынок аналоги наиболее перспективных препаратов, отвечающих запросам современной медицины и соответствующих возможностям российского потребителя, раньше других компаний. Наши возможности в этой области обусловлены высокой производственной компетентностью компании и современными производственными мощностями, обеспечивающими возможность быстрого освоения новых препаратов.

- Мы будем продолжать развивать нашу сеть медицинских представителей с тем, чтобы существенно повысить эффективность их работы с врачами и медицинским персоналом, принимающим решение о приобретении препаратов и включении препаратов в одобренные схемы лечения.
- Мы будем уделять повышенное внимание вопросам укрепления сильных позиций бренда, а также качества выпускаемой продукции и придерживаться полного соответствия производственного процесса международным стандартам.

## **VI. Отчет о выплате объявленных (начисленных) дивидендов по акциям Общества**

Дивиденды по акциям, в т.ч. промежуточные, за 2007 г. не объявлялись, не начислялись и не выплачивались. Компания планирует аккумулировать доходы с целью обеспечения финансового роста и развития Компании. Совет Директоров рекомендовал дивиденды по итогам 2007 г. не выплачивать.

## **VII. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью Общества**

### ***Системные риски***

Зарождающиеся рынки, такие как российские, являются субъектами большей степени рисков, чем более развитые рынки, включая, в некоторых случаях, значительные юридические, экономические и политические риски. Мы описываем риски и неопределенности, которые, по мнению менеджмента, являются важными. Но эти риски и неопределенности – не единственные, с которыми мы можем столкнуться в своей деятельности. Дополнительные риски и неопределенности, включая те, о которых мы в настоящее время не знаем или считаем несерьезными, могут также привести к снижению доходов, увеличению затрат или к другим событиям, которые могут оказать влияние на деятельность и стоимость Компании.

Компания оперирует на российском рынке и ориентирована, прежде всего, на российского потребителя. Потребительский рынок России еще довольно мал, по международным меркам недостаточно организован и подвержен существенным колебаниям спроса и предложения. Его потенциал значителен, но время и скорость его реализации зависит от многих факторов. Более того, как таковой национальный потребительский рынок находится только в стадии становления и вследствие довольно слаборазвитой инфраструктуры может претерпевать значительные взлеты и падения в будущем.

В 2007 г. продолжилась стабилизация экономики, что позитивно сказалось на росте реальных доходов населения, покупательной способности и увеличении уровня расходов населения. Однако рост национальной экономики пока не приобрел устойчивый постоянный характер, поэтому в будущем вероятны периоды дестабилизации. В 2007 г. уровень инфляции составил 11,9% годовых, что выше спрогнозированного уровня, но является предсказуемым, а следовательно может учитываться при планировании производственной, финансовой и инвестиционной

деятельности. Риск негативного влияния инфляции может возникнуть в случае, когда получаемые денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности денег быстрее, чем растут номинально. Рост инфляции влияет на финансовые результаты деятельности Компании неоднозначно. Он может привести к увеличению затрат Компании (за счет роста цен на энергоресурсы, сырье и материалы) и, как следствие, падению уровня прибыли Компании и, соответственно, рентабельности его деятельности. Кроме того, рост инфляции приведет к увеличению стоимости заемных средств для Компании, что может привести к нехватке оборотных средств предприятия. Данные риски формируют риск ликвидности, т.е. вероятность получения убытка из-за нехватки денежных средств в требуемые сроки и, как следствие, неспособность Компании выполнить свои обязательства. Наступление такого рискованного события может повлечь за собой штрафы, пени, ущерб деловой репутации Компании и т.д.

Однако усилия правительства РФ направлены на снижение темпов инфляции, и в настоящее время нет никаких оснований ставить под сомнение реализуемость этой задачи.

Существенные риски для бизнеса несут как несовершенство российского законодательства в целом, так и его изменения. В частности, по инициативе Министерства экономического развития и торговли и Федеральной антимонопольной службы внесен на рассмотрение в Государственную Думу РФ федеральный закон «О торговой деятельности в РФ», который в случае принятия внесет существенные ограничения в деятельность розничных компаний. Существующая система лицензирования аптечных учреждений, регулирования наценок на лекарственный ассортимент в регионах и контроля со стороны различных проверяющих органов, с одной стороны, вносит ограничения в ведение бизнеса существующими игроками, но, с другой, - создает барьеры для прихода в отрасль новых игроков.

Кроме того, отличия в законодательствах различных субъектов Федерации также существенным образом влияют на ведение деятельности компаний, представленных в более чем одном регионе.

### ***Риски, связанные со структурой и бизнесом Компании***

Значительный ущерб операциям и финансовому положению Компании могут нанести действия или бездействие самой Компании, а также в связи с или в отношении следующего:

- ограниченность управленческих, операционных и финансовых ресурсов;
- темпы роста самой Компании;
- рост конкуренции на московском рынке и других региональных рынках;
- ограниченные возможности по нахождению объектов недвижимости для их использования под торговые площади;
- изменение условий по аренде в существующих аптеках и на рынке аренды в целом;
- возможности интеграции приобретаемых активов, и в частности других компаний;
- привлечение и удержание квалифицированного персонала, в частности провизоров и фармацевтов;

- нарушение прав Компании на торговые марки;
- сбои или отказы в работе информационных систем;
- сбои в поставках сырья и товаров для перепродажи;
- инвестирование значительных ресурсов для получения разрешений на выпуск продукции без гарантий такого получения;
- возможности по защите прав на активы, в том числе на интеллектуальную собственность;
- успешность выхода на рынок с новыми продуктами;
- ограниченный контроль за поступлениями бюджетных средств в счет оплаты продукции Компании;
- изменения в правительственных закупках или выделении средств из государственного бюджета;
- ответственность при работе с опасными материалами за потенциальный экологический ущерб;
- намеренные действия конкурентов с целью дестабилизировать деятельность Компании;
- отсутствие страхового покрытия, обычного для объема и рода деятельности Компании на развитых рынках, на случай происшествия значительной величины;
- невыполнение специфических правительственных нормативных актов, процедур, требований;
- отсутствие или недостаточность специфического регулирования операций Компании;
- выборочное применение действующих нормативных документов и значительное изменение регулирования;
- введение дополнительных лицензионных условий или стандартов;
- неблагоприятные колебания рыночной конъюнктуры, влияющие на выручку Компании, показатели её прибыльности, курс акций, существенно осложняющие финансирование деятельности Компании вплоть до невозможности такого финансирования.

В связи с высоким уровнем нашей задолженности, в случае предъявления требований о досрочном погашении обязательств компании перед Банками и третьими лицами, деятельности компании может быть причинен существенный ущерб.

**VIII. Перечень совершенных Обществом в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом №208-ФЗ от 26 декабря 1995 года «Об акционерных обществах» крупными сделками, с указанием по каждой сделке существенных условий и органа управления общества, принявшего решение об ее одобрении**

1) 04 октября 2007 года Советом директоров ОАО «Аптечная сеть 36,6» одобрен Договор о размещении 1 500 000 (один миллион пятьсот тысяч) акций,

номинальной стоимостью 0,64 (Ноль целых шестьдесят четыре сотых) рубля или 64 (Шестьдесят четыре) копейки каждая) как крупная сделка.

Сторонами (выгодоприобретателями) по Договору о размещении акций являются:

(1) Общество, (2) Организаторы, а также другие лица, на которые будут распространяться положения о возмещении ущерба (*Indemnity*) по условиям Договора о размещении акций;

Предметом сделки является совершение сделок, связанных с публичным предложением российским и иностранным инвесторам обыкновенных акций Общества, в связи с чем Общество (i) предоставляет определенные заверения и гарантии (*Representations and Warranties*) в пользу Организаторов, в частности, касающиеся его полномочий на заключение Договора о размещении акций, правового положения, выполнения договорных и иных обязательств, акций Общества и его дочерних обществ, полноты и достоверности информации, предоставленной Организаторам финансовой отчетности Общества, хозяйственной и иной деятельности Общества, финансового состояния и правового положения Общества, а также иных вопросов, связанных с Обществом и публичным предложением российским и иностранным инвесторам обыкновенных акций Общества, (ii) принимает на себя обязательства по возмещению ущерба (*Indemnity*) Организаторам, в частности, в случае нарушения Обществом заверений и гарантий, содержащихся в Договоре о размещении акций, а также (iii) принимает на себя иные обязательства в связи с публичным предложением российским и иностранным инвесторам обыкновенных акций Общества.

Цена по Договору о размещении акций была определена исходя из (i) всех обязательств Общества по Договору о размещении акций, (ii) вознаграждения Организаторов, определяемого на рыночных условиях, сходных с условиями аналогичных сделок, исходя из размеров публичного предложения акций Общества, а также размера возмещаемых Организаторам расходов и затрат, а также (iii) ограничения возможного размера обязательств Общества 45 (Сорока пятью) процентами балансовой стоимости активов Общества в связи с возмещением ущерба Организаторов (*Indemnity*) по условиям Договора о размещении акций, в частности, в результате нарушения Обществом каких-либо заверений, гарантий или обязательств, содержащихся в Договоре о размещении акций или других соглашениях, заключаемых Обществом в связи с публичным предложением российским и иностранным инвесторам обыкновенных акций Общества. Условия положений о возмещении ущерба Организаторов будут являться стандартными для подобного рода сделок и соответствовать рыночным. Исходя из положений о возмещении ущерба Организаторов, цена обязательств Общества по Договору о размещении акций может составить 25 (Двадцать пять) и более процентов балансовой стоимости активов Общества по данным его бухгалтерской отчетности на последнюю отчетную дату, но не более 50 (Пятидесяти) процентов.

Сведения об исполнении указанных обязательств: обязательство исполнено.

**IX. Перечень совершенных обществом в отчетном году сделок, признаваемых сделками, в совершении которых имеется заинтересованность, с указанием по каждой сделке заинтересованного лица (лиц), существенных условий и органа управления общества, принявшего решение об ее одобрении**

Сделок, признаваемых сделками, в совершении которых имеется заинтересованность в отчетном периоде не было.

**Х. Состав Совета Директоров, включая информацию об изменениях в составе Совета Директоров, имевших место в отчетном году, и сведения о членах совета Директоров, в т.ч. их краткие биографии и владение акциями Общества в течение отчетного года.**

Совет Директоров избирается Общим собранием акционеров кумулятивным голосованием, количественный состав Совета Директоров – 5 членов.

**Совет директоров** осуществляет общее руководство деятельностью компании, в том числе определяет приоритетные направления деятельности компании.

Совет Директоров собирается не реже одного раза в квартал. Специальные сессии, посвященные решению стратегических вопросов, проводятся по мере необходимости.

Совет Директоров утверждает годовые бюджеты, систему компенсации руководства и принимает важные стратегические и инвестиционные решения. Он также анализирует ежеквартальные и годовые финансовые отчеты, отслеживая прогресс на пути к достижению целей, утвержденных в Стратегическом Плане Компании.

**Состав Совета Директоров:**

- 1. КРИВОШЕЕВ Сергей Анатольевич, Председатель Совета директоров**
- 2. БЕКТЕМИРОВ Артем Альбертович**
- 3. ОБЕРМАЙЕР Майкл**
- 4. РУДОМИНО Василий Адрианович**
- 5. СТОЛИН Владимир Викторович**

***Кривошеев Сергей Анатольевич*** - Председатель Совета директоров. Соучредитель компании «Время» с 1991 года и Председатель Совета директоров компании «Время» с 1996 года. Образование: высшее экономическое, доктор фармацевтических наук, Московская Медицинская Академия им. Сеченова.

***Бектемиров Артем Альбертович*** - Генеральный директор. Соучредитель компании «Время» с 1991 года; с 1996 года по 2002 год - ее Генеральный директор, с 1998 года - член Совета директоров. Образование: высшее экономическое, международные экономические отношения, МГИМО.

***Рудомино Василий Адрианович*** - один из основателей и партнер юридической фирмы «АЛРУД» (Москва, Россия). Господин Рудомино является одним из руководителей фирмы на протяжении 12 лет; адвокат, председатель коллегии адвокатов "АЛРУД". Член международной ассоциации адвокатов (*International Bar Association*). Член правления международной ассоциации *IAG International*. Василий Рудомино также является членом правления *International Lawyers Group* в Москве. Член попечительского совета Всероссийской государственной библиотеки иностранной литературы им. М. И. Рудомино. Образование: высшее юридическое, международное коммерческое право, МГИМО.

***Обермайер Майкл*** - с 2004 г. заслуженный Директор (Director Emeritus) "МакКинзи энд Кампани" (McKinsey & Company), советник по стратегическим вопросам Генеральных Директоров и член Советов Директоров ряда европейских Компаний. В прошлом занимал ведущие руководящие позиции в "МакКинзи энд

Компани" (McKinsey & Company), в том числе был Директором Норвежского Отделения, Председателем по Восточно- Европейскому Региону и Директором и старшим Партнером Компании. Образование: степень магистра наук в области химической инженерии, Королевский Институт Технологий, Стокгольм, степень кандидата наук биохимии, Институт Макса Планка Биохимии и Университета в Мюнхене и степень MBA бизнес школы INSEAD.

**Столин Владимир Викторович** – председатель Совета директоров консалтинговой компании ЗАО «Экопси консалтинг», которую он основал и возглавил в 1989 г. Господин Столин имеет ученые степени и звания доктора психологических наук, профессора.

Из числа членов Совета Директоров, акциями компании владеют С.А. Кривошеев и А.А. Бектемиров, совокупно контролирующие 56,3% акций компании по состоянию на 31.12.2007 г.

#### **XI. Сведения о лице, занимающем должность Генерального Директора и членах Правления, в т.ч. их краткие биографии и владение акциями Общества в течение отчетного года.**

**Генеральный директор** осуществляет руководство всей текущей деятельностью компании и является членом Совета директоров.

**Бектемиров Артем Альбертович** - Генеральный директор. Соучредитель компании «Время» с 1991 года; с 1996 года по 2002 год - ее Генеральный директор, с 1998 года - член Совета директоров. Образование: высшее экономическое, международные экономические отношения, МГИМО.

**Согласно Устава Компании Правление** является коллегиальным исполнительным органом компании и состоит из 7 человек.

Правление Компании было избрано на Совете Директоров 16.08.02 года сроком на два года. Срок полномочий Правления истек 16.08.04.

На текущий момент Правление не сформировано.

#### **XII. Критерии определения и размер вознаграждения (компенсации расходов) лица, занимающего должность Генерального Директора, каждого члена Правления и каждого члена Совета Директоров Общества или Общий размер вознаграждения (компенсации расходов) всех этих лиц, выплаченного или выплачиваемого по результатам отчетного года.**

Для Генерального Директора Компании дополнительные вознаграждения (компенсации), кроме должностного оклада не предусмотрены. В соответствии с решением годового Общего Собрания Акционеров от 28.06.2007г. членам Совета директоров за членство в Совете директоров:

в период с 26.06.2006 по 28.06.2007 года выплачивается вознаграждение в размере 1 020 000 долларов США в равных долях подлежащее выплате двумя частями равного размера в течение шести месяцев с 1-го января 2008 года и с 1-го января 2009 года соответственно.

в период с 29.06.2007 до следующего Годового общего собрания акционеров в следующем порядке:



780 000 рублей (для членов Совета директоров – резидентов РФ) или USD 30 000 (для членов Совета директоров – нерезидентов РФ) – фиксированное вознаграждение, подлежащей выплате двумя частями равного размера, не позднее 30 ноября 2007 года и 31 мая 2008 года;

дополнительное вознаграждение в размере, рассчитываемом по следующей формуле: (Текущая рыночная стоимость акций ОАО «Аптечная сеть 36,6», рассчитанная как средняя рыночная стоимость акций, определенная на торгах ОАО «РТС» по сделкам, совершенным за три последних календарных месяца, предшествующих месяцу проведения годового общего собрания акционеров в 2008 году или внеочередного общего собрания акционеров, на котором принято решение о досрочном прекращении полномочий членов Совета директоров, в US Dollars – USD 20)\* 1668, подлежащей выплате в течение шести месяцев с 1-го января 2010 года с учетом того, что к выплате начисляется не более USD 200 000.

### **XIII. Сведения о соблюдении Обществом Кодекса корпоративного поведения**

Мы уважаем права и законные интересы всех участников корпоративного управления Компании и стремимся, чтобы система корпоративного управления отвечала всем требованиям законодательства, основывалась на лучшей мировой и российской практике корпоративного управления, способствовала росту стоимости компании и благосостояния всех заинтересованных лиц.

В формировании, функционировании и совершенствовании системы корпоративного управления мы руководствуемся Кодексом корпоративного поведения, рекомендованного ФКЦБ, определяя для себя следующие приоритеты:

- Обеспечение акционерам реальной возможности осуществления своих прав участия в Компании и гарантия одинакового отношения к акционерам, владеющего равным числом акций одной категории;
- Осуществление Советом Директоров стратегического управления деятельностью Общества и эффективного контроля за деятельностью исполнительных органов Компании, в том числе с привлечением независимого аудитора;
- Своевременное, полное и достоверное раскрытие информации о деятельности Компании и доведение такой информации до всех заинтересованных лиц, участников корпоративного управления.

**Генеральный директор \_\_\_\_\_ /А.А. Бектемиров/**

**Главный бухгалтер \_\_\_\_\_ /Н.Н. Чеботарева/**