

Утвержден

Годовым общим собранием акционеров

ОАО "Пермский мясокомбинат"

Протокол № __ от " __ " _____ 2007 г.

Предварительно утвержден

Советом директоров

ОАО "Пермский мясокомбинат"

Протокол № __ / __ от " __ " _____ 2007 г.

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ

Открытого акционерного общества

"Пермский мясокомбинат"

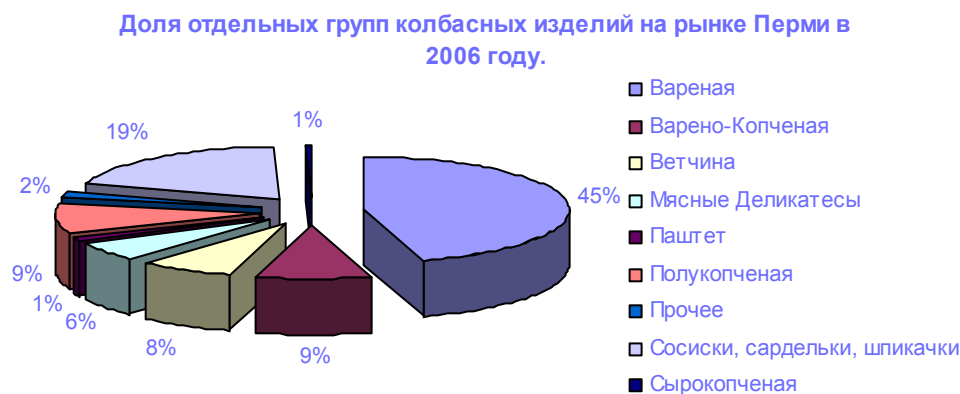
за 2006 год

I. ПОЛОЖЕНИЕ ОБЩЕСТВА В ОТРАСЛИ

Емкость рынка колбасных изделий в г. Перми в 2006 году составила – 16 384 тонны или 2 175 млн. рублей.

Основная доля рынка остаётся за группой вареной продукции (колбаса, сосиски, сардельки, шпикачки), суммарная доля которых по тоннажу составляет 64% объемов реализации всех колбасных изделий.

Рис.1



Доля рынка ОАО "Пермский мясокомбинат" по колбасным изделиям в тоннаже за 2006 год составила 26%, за 2005 год - 31,5 %, в 2004 г. она составляла 33,30 %.

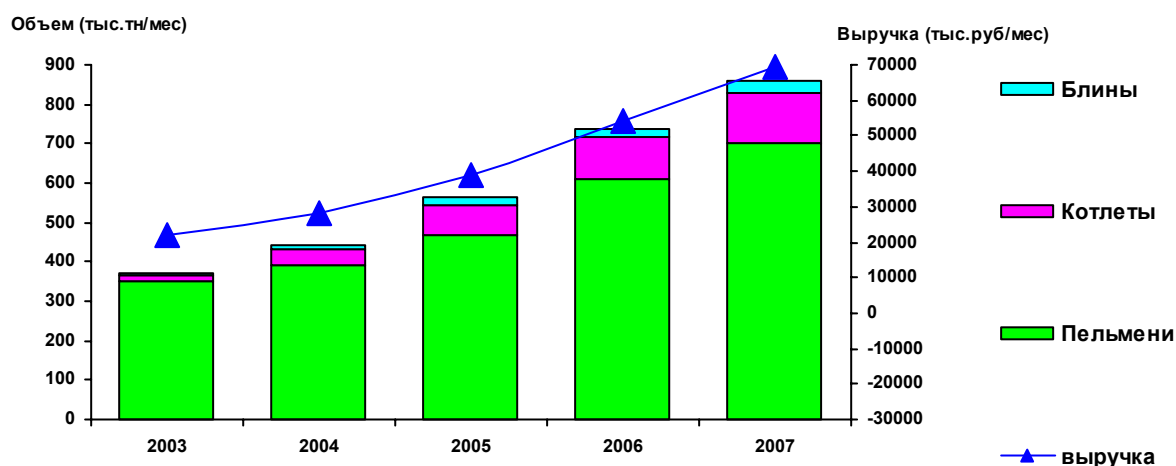
С приходом сети "МЕТРО" в сентябре 2006 года на рынок г. Перми, по данным компании "Бизнес Аналитики" количество производителей увеличилось с 43 до 68. Только 8 из них имеют долю рынка более 1 %.

Явным лидером рынка является ООО "Мясокомбинат Кунгурский" с долей 44% по тоннажу и 46% по выручке. Доля ОАО "КЭЛМИ" составляет 5%.

Рынок замороженных полуфабрикатов на 82% формирует категория Пельмени, на котлеты и блинчики приходится соответственно 3% и 15%.

Рис. 1.

Динамика продаж замороженных полуфабрикатов в г. Перми за 2003 – 2006 гг.



Рынок замороженных полуфабрикатов г. Перми продолжает расти. В 2006 году прирост по тоннажу выражении составил 39% относительно 2005 года, в том числе по Пельменям - 37%, по Котлетам - 56%, по Блинам +10%.

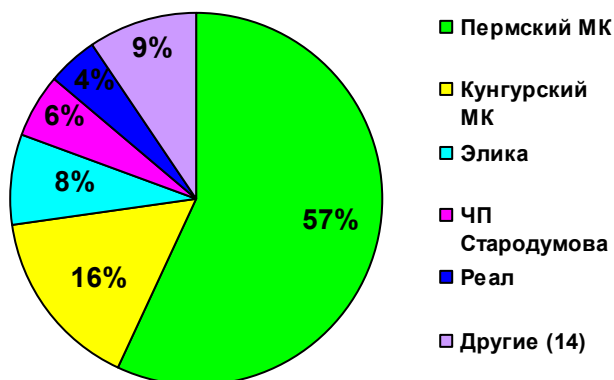
В 2007 году прогнозируется прирост рынка по Пельменям +15%, по котлетам +20% и по Блинчикам +24%.

Доля рынка ОАО "Пермский мясокомбинат" по полуфабрикатам в г. Перми в 2006 году сократилась с 23 до 19,9%.

На рынке котлет в г. Перми представлена продукция 19 производителей (рис. 2). Явным лидером является ОАО "Пермский мясокомбинат" (57% рынка). Второе место, со значительным отставанием в объемах реализации, занимает ООО "Мясокомбинат Кунгурский". 14 производителей имеют долю рынка менее 1 %.

Рис. 2

Доли рынка производителей Котлет



Растет конкуренция на рынке пельменей. По данным компании "Бизнес Аналитики" в Перми продается 294 SKU продукции 44-х производителей. ОАО "Пермский мясокомбинат" остается лидером рынка (21,38 % рынка), но его доля сокращается за счет увеличения доли рынка мелких производителей. Второе место по объемам продаж занимает Чайковский мясокомбинат.

Продажи продукции ОАО "Пермский мясокомбинат" в основном осуществлялись в г. Перми. По данным компании "Бизнес Аналитика" численная дистрибуция продукции в торговых точках г. Перми составляет 73,6%.

В Пермской области наблюдался рост продаж в северных районах.

Вырос объем продаж в сетевые магазины с 20 % до 22%. Доля фирменной торговли в 2006 году сократился с 8,7% до 4%.



Спонтанное знание торговой марки ПМК в 2006 года составило 84%.

Основными конкурентами ОАО "Пермский мясокомбинат" в 2006 г. являлись:

- по колбасным изделиям – ООО "Мясокомбинат Кунгурский" (г. Кунгур Пермского края) и ОАО "КЭЛМИ" (г. Краснокамск Пермского края). Например, в 2004 г. доля рынка колбасных изделий Пермской области ООО "Мясокомбинат Кунгурский" составляла 42,2 %, а в 2005 году – 46,5 %, в 2006 году – 44%. Доля рынка ОАО "КЭЛМИ" выросла с 4,3 % в 2005 году до 5% в 2006 году..

- по полуфабрикатам – ЗАО "Агрофирма "Мясо" (г. Чайковск Пермского края) и ООО "Мясокомбинат Кунгурский" (г. Кунгур Пермского края). Например, в 2005 г. доля рынка полуфабрикатов г. Перми ЗАО "Агрофирма "Мясо" составляла 6 %, а в 2006 году она увеличилась до 6,6%. Доля ООО "Мясокомбинат Кунгурский" в Перми за 2006 год выросла с 5,1 до 5,8%.

Активно выходят на рынок Пермской области Екатеринбургский мясокомбинат, "Уралколбасы", "Микоян", "Морозко", "Мириталь", "Талосто". Большая часть полуфабрикатов изготавливается в кулинарных цехах магазинов розничной сети и мелких цехах в г. Перми (например, Реал).

В 2006 г. сохранилась недифференцированная ассортиментная политика. Производились и реализовывались *колбасные изделия*: вареные колбасы, сосиски и сардельки, полукопченые колбасы, варено-копченые колбасы, сырокопченые колбасы, копчености, ветчины (высокая, средняя и низкая ценовая ниша), а также ливер (низкая ценовая ниша); *полуфабрикаты натуральные*: мелкокусковые и мясо (высокая и средняя ценовая ниша), а также порционные и крупно кусковые полуфабрикаты (высокая ценовая ниша). С сентября 2006 года начат выпуск серии охлажденных мясных полуфабрикатов и субпродуктов.

Соотношение колбасных изделий и полуфабрикатов в продажах продукции ОАО "Пермский мясокомбинат" практически не изменилось (70 % и 30 % соответственно).

В разрезе ассортимента по сравнению с 2005 г. имел место заметный структурный сдвиг в сторону увеличения выпуска более дешевых вареных, варено-копченых колбас.

Сократилась доля в продажах продукции ОАО "Пермский мясокомбинат" полукопченых колбас (с 11,3 % до 9,4%), сосисок и сарделек (с 13,7 до 12,7%), пельменей и котлет (с 19,1 до 16,2%). При этом значительно увеличилась доля варено-копченых колбас (с 4,4 % до 11%).

Выведены из ассортимента в 2006 году низко рентабельные и продающиеся в малых объемах SKU. Наибольшие сокращения произведены в группах: котлеты, пельмени, копчености.

В 2006 году были выпущены новые продукты в следующих товарных группах:

- **вареные колбасы**: мини колбасы с фиксированным весом (по 400 грамм)
- **сосиски**: сосиски Аппетитные (низкий ценовой сегмент) и Русские Классические (средний ценовой сегмент).
- **варено-копченые колбасы**: 2 сервелата в среднеценовом сегменте (Сервелаты Финский и Швейцарский).
- **ветчины**: в базовом, популярном и премиальном ценовых сегментах.

К концу 2006 год был изменен дизайн упаковки вареных колбас. Новый дизайн выполнен в новом фирменном стиле ОАО "Пермский мясокомбинат", в основе которого пасторальный пейзаж, вызывающий ассоциацию с гармонией, свежестью и натуральностью.

Для реализации плана продаж 2007 года разработаны программы по повышению лояльности конечных потребителей для увеличения продаж колбасных изделий и полуфабрикатов.

II. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА

Общество ведет деятельность в следующих направлениях:

1. производство готовых и консервированных продуктов из мяса, мяса птицы, мясных субпродуктов и крови животных;
2. производство мяса и пищевых субпродуктов крупного рогатого скота, свиней, овец, коз, животных семейства лошадиных;
3. производство пищевых животных жиров.

III. ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕТОРОВ ОБЩЕСТВА О РЕЗУЛЬТАТАХ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Производственная деятельность

Динамика объемных показателей производственной деятельности общества в 2006 году отражает снижение объемов против 2005 года.

Товарная продукция в 2006 г. составила 981 066 тыс. руб. против 1 003 253 тыс. руб. в 2005 г., 97,8 %.

В части физических объемов производства произошло снижение выпуска колбасных изделий против 2005 г. на 279 т., при общем объеме производства 9 558 т., что составило 97,2% к уровню прошлого года. На данной динамике отразилось значительное повышение отпускных цен в течение отчетного периода, связанное с существенным повышением стоимости закупаемого сырья. Снижился, объем производства полуфабрикатов, который достиг 2 698 т. Производство мяса и субпродуктов 1 категории составило в 2006 г. 4 831 т. против 4 867 т. 2005 г., т.е. произошло снижение на 36 т., или на 0,74%.

Данные факты свидетельствуют, что рост стоимостных показателей продукции достигнут в основном за счет увеличения отпускных цен.

Структура производства колбасных изделий в 2006 г. выглядела следующим образом:

- вареные колбасы – 4 128 т. (43,19 %);
- сосиски – 1 110 т. (11,61 %),
- сардельки – 468 т. (4,90 %),
- полукопченые колбасы – 1 169 т. (12,23 %),
- тв. копченые колбасы – 1 454 т. (15,21 %),
- копчености – 789 т. (8,26 %),
- прочие колбасы – 369 т. (3,86 %),
- холодец – 71 т. (0,74 %)

Структура производства полуфабрикатов:

- котлеты – 772 т. (28,61%),
- пельмени – 1 236 т. (45,81%),
- фарша – 290 т. (10,75%),
- фрикадельки – 74 т. (2,74 %),
- мелкие полуфабрикаты – 265 т. (9,82 %).

Финансово–экономические показатели

Финансово–экономические показатели характеризовались отрицательной динамикой. Выручка от продажи работ и услуг без НДС составила 994 697 тыс. руб., это на 30 697 тыс. руб. меньше уровня прошлого года или 97%.

Сохранилась тенденция увеличения стоимости закупаемого сырья, изменения ценообразования (в сторону уменьшения учетных цен), связанная с функционированием торговой организации ООО "ПРОДО Урал", нарушение паритета цен на сырье и готовую продукцию, при опережающих темпах роста цен на сырье, привели к отрицательному показателю чистой прибыли (- 50 280 тыс. руб.), что на 10 987 тыс. руб. ниже уровня 2005 г. Основная причина убытков – резкий рост цен на сырье, что повлекло увеличение доли материальных расходов, более высокий рост себестоимости продукции по сравнению с ростом отпускных цен.

Переменные затраты производства на 1 т. продукции составили 59,07 тыс. руб. при чистой выручке на тонну реализованной продукции 73,84 тыс. руб. В 2006 г. кредитный портфель предприятия составил 200 000 тыс. руб., в то же время имеется значительный рост кредиторской задолженности с 154 382 тыс. руб. до 225 813 тыс. руб., что связано с изменением политики закупок сырья и материалов.

Дебиторская задолженность сократилась по сравнению с уровнем 2005 года и составила 246 673 тыс. руб. Движение капиталов характеризуется уменьшением стоимости основных средств до 171 077 тыс. руб. Собственные оборотные средства на конец отчетного периода составили -75 188 тыс. руб. против 8 712 тыс. руб. на начало 2006 г., что говорит о нехватке у предприятия собственных оборотных средств.

Инвестиционная деятельность

Фактическое финансирование инвестиционной деятельности Общества в 2006 г. составило 46 866 тыс. руб. Основная сумма денежных средств была направлена на строительство нового колбасного модуля – 43 550 тыс. руб. или 92,9 % от общей суммы финансирования.

Остальная сумма была направлена на приобретение: технологического оборудования в рамках техперевооружения на сумму 2 954 тыс. руб., оборудования информационных технологий – 805 тыс. руб., на реализацию вспомогательных проектов - 1 291 тыс. руб.

Показатели использования трудовых ресурсов

Среднесписочная численность персонала в 2006 г. составила 736 человека.

Списочная численность на конец года составила 695 человека.

Структура численности персонала на конец года была следующая:

- основное производство – 477 человек,
- вспомогательное производство – 201 человек,
- администрация – 17 человек,
- прочие – 0 человек.

Снижение численности произошло, в частности, за счет сокращения численности рабочих основного и вспомогательного производства по программе оптимизации, а также увольнения в порядке перевода работников транспортного цеха.

Структура затрат на производство и реализацию продукции характеризовалась снижением затрат на оплату труда к 2005 году на 4,35 %.

Структура фонда оплаты труда (ФОТ) выглядела следующим образом:

- основное производство - 56,8 %,
- вспомогательное производство - 30,2 %,
- администрация - 1,8 %,
- прочие - 11,2 %

Величина ФОТ производственного персонала с отчислениями составила в 2006 г. 127 422,5 тыс. руб.

Производительность труда в 2006 г. увеличилась по сравнению с 2005 г. на 20,9 % и составила 1 328,28 тыс. руб. на 1 работающего.

Уровень средней заработной платы в 2006 г. составил 12 252 руб., что на 15,2 % выше уровня средней заработной платы предыдущего года. Рост средней заработной платы произошел за счет оптимизации численности персонала, повышения тарифных ставок рабочих вспомогательного производства, а также в результате создания на предприятии отдела производственного планирования и дирекции по качеству.

IV. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Прогноз развития рыночной ситуации в 2007 г.

В 2007 году планируется ужесточение конкуренции на рынке Перми и Пермского края за счет увеличения маркетинговой активности ООО "Мясокомбинат Кунгурский", а также за счет дальнейшего продвижения федеральных игроков (Микоян, Черкизово, Останкино) и региональных (Челябинск, Екатеринбург). Стоит отметить активное продвижение колбасного цеха "Телец" г. Кунгур.

Основные тенденции – рост рынка варенокопченых колбас и мясных деликатесов, переход на новых виды фасовки и упаковки (фиксированный вес, вакуумная упаковка),

стабилизация рынка вареных колбас, сосисок и сарделек, развитие рынка охлажденных мясных полуфабрикатов.

Основной задачей на 2007 год является работа над формированием положительного имиджа ОАО "Пермский мясокомбинат", активное продвижение продукции с использованием всех каналов коммуникации. Данная работа позволит увеличить объемы продаж продукции после запуска на полную мощность колбасного модуля.

В 2007 году планируется предпринять следующие шаги:

- проведение масштабной рекламной компании в СМИ в апреле-мае и октябре-ноябре 2007 года, направленной на улучшение имиджа предприятия;
- ежемесячное проведение Trade и BTL акций, направленных на стимулирование продаж продукции ПМК;
- завершение смены дизайна оболочки и упаковки продукции;
- переход на покоробочную отгрузку продукции;
- увеличение сроков реализации колбасных изделий в натуральной оболочке за счет упаковки в модифицированную газовую среду;
- выпуск новых продуктов в растущих сегментах рынка и их продвижение;
- вывод из ассортимента продуктов с низкой рентабельностью и маленькими объемами продаж;
- более тесное сотрудничество с торговыми сетями;
- повышение дистрибуции продукции в г. Перми и Пермской области;
- увеличение объемов продаж продукции в других регионах.

V. ОТЧЕТ О ВЫПЛАТЕ ОБЪЯВЛЕННЫХ (НАЧИСЛЕННЫХ) ДИВИДЕНДОВ ПО АКЦИЯМ ОБЩЕСТВА

В соответствии с решением годового общего собрания акционеров дивиденды акционерам Общества в отчетном году не начислялись и не выплачивались.

VI. ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА, СВЯЗАННЫХ С ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБЩЕСТВА

Отраслевые риски

В зависимости от макроэкономических условий развития Российской Федерации принципиально возможны два сценария развития продовольственного рынка Российской Федерации.

В случае дальнейшего увеличения реальных доходов населения основными тенденциями на продовольственном рынке станут следующие:

- увеличение рекламных бюджетов производителей мясопродуктов у конкурентов;
- продолжение роста рынков продуктов не первой необходимости;
- активизация работы конкурентов по расширению/оптимизации ассортимента мясопродукции;
- усиление позиций брендируемой продукции;
- увеличение числа общероссийских брендов на региональных рынках;
- усиление позиций западных компаний на российском рынке;
- активизация инвестиционной деятельности в динамичных отраслях пищевой промышленности.

В случае же резкого изменения макроэкономической ситуации в негативную сторону (резкий обвал мировых цен на нефть, значительное сокращение золотовалютных резервов ЦБ, проблемы с обслуживанием внешнего долга РФ), что представляется в настоящий момент крайне маловероятным, следующие тенденции будут преобладать на продовольственном рынке вообще и на рынках мясной продукции в частности:

- снижение расходов на рекламную активность;
- расширение базового (нижнего) ценового сегмента, сокращение доли элитной и престижной продукции;
- усиление ценовой конкуренции;
- снижение качества продукции.

Пищевая промышленность в последнее время по уровню инвестиций находится на одном из первых мест среди обрабатывающих отраслей.

Среди основных негативных факторов, которые могут повлиять на деятельность эмитента можно выделить:

- снижение платежеспособного спроса населения;
- усиление конкуренции среди производителей пищевой продукции;
- значительное повышение цен на сырье;
- проникновение на рынок крупных западных предприятий (через приобретение долей собственности российских производителей мясопродуктов).

Возможные действия Эмитента при наступлении указанных факторов:

- сокращение внутренних издержек;
- повышение качества продукции;
- повышение лояльности конечных потребителей к бренду "Пермский мясокомбинат".
- концентрация маркетинговых усилий с целью продвижения наиболее технологичных и доходных видов продукции;
- выпуск новых видов продукции оптимальных по цене и качеству в новых условиях рынка.

Страновые и региональные риски

Торговля и сфера услуг в Пермской области в настоящее время являются важнейшими бюджетообразующими отраслями, постепенно увеличивающими свои доли в консолидированном бюджете Пермской области.

В последнее время наметились положительные тенденции совершенствования организации торговых процессов, основными направлениями которых стали:

- формирование крупных торговых сетей,
- универсализация продовольственной торговли,
- развитие специализированных и узкоспециализированных непродовольственных магазинов в центрах жилой застройки,
- открытие фирменных магазинов предприятиями промышленности,
- формирование зон торгового обслуживания в транспортных узлах.

Таким образом, неблагоприятных изменений непосредственно в самом регионе не прогнозируется. Неблагоприятные изменения в регионе могут возникнуть из-за общего ухудшения экономической ситуации в России. Помимо этого, для предотвращения региональных рисков, Эмитент осуществляет сбыт своей продукции в других регионах России.

В России продолжают значительные политические, экономические и социальные изменения. Будучи страной с переходной экономикой, Россия пока не имеет достаточно развитой деловой и законодательной инфраструктуры, которая существует в странах с более развитой рыночной экономикой. Более того, Правительство Российской Федерации еще не завершило реформы, направленные на создание банковской, судебной, налоговой и законодательной систем, существующих в странах с более развитыми рыночными отношениями. В результате, как о том свидетельствует дефолт по государственным долгам и девальвация рубля в августе 1998 года, хозяйственная деятельность в России сопряжена со значительными рисками, которые обычно отсутствуют в странах с более развитыми рыночными отношениями.

Эти риски сохраняются в современной российской экономике, что приводит, в частности, к таким результатам, как неконвертируемость национальной валюты за рубежом, обременительный валютный контроль, низкий уровень ликвидности на рынках

долгосрочного кредитования и инвестиций, а также по-прежнему высокий уровень инфляции.

Финансовые риски

Деятельность эмитента не является сильно подверженной рискам, связанным с изменением процентных ставок, курсом обмена иностранных валют. Однако, одним из значимых для деятельности эмитента факторов могут являться, в частности, факты изменения цен в течение договорного периода поставок импортного мясосырья, пищевых добавок и оболочки, т.к. цены привязаны к валюте страны-производителя, а курс валюты по отношению к рублю может изменяться.

Правовые риски

Деятельность эмитента не является сильно подверженной правовым рискам, связанным, в частности, с изменением валютного регулирования, правил таможенного контроля и пошлин; также, основная деятельность эмитента не является лицензируемой деятельностью.

В большей степени обосновано считать деятельность эмитента подверженной рискам, связанным с возможностью изменения налогового законодательства, т.к., в частности увеличение ставок существующих налогов либо введение дополнительных налогов и сборов, которые обязан будет уплачивать эмитент, не сможет не сказаться на его общем финансовом состоянии. К числу возможных последствий увеличения налогового бремени следует отнести, в том числе, возникновение дополнительных проблем с обеспечением производства сырьем и материалами, замедление роста заработной платы персонала, уменьшение расходов на социальное обеспечение, возможное сокращение инвестиционных планов эмитента по расширению производства, модернизации оборудования и т.п.

Риски, связанные с деятельностью эмитента

К основным рискам можно отнести риски связанные с закупками на мясокомбинат сырья и расходных материалов. Поскольку рынок мясосырья достаточно "подвижен", специфичен и мало предсказуем, существуют факты срыва поставщиками, по разным, не зависящим, от них причин, графиков поставок, и недопоставок вообще. В этом случае существует угроза снижения объемов производства предприятия из-за недостатка сырья, но благодаря оптимизации товарных остатков, этого удастся избежать.

Дефицит мясного сырья может привести к дальнейшему росту цен на него. Это приведет к необходимости повышения отпускных цен на продукцию мясокомбината, что может негативно отразиться на объемах продаж из-за снижения покупательской способности и более высоких цен, чем у конкурентов.

Так же случаются факты изменения цен в течение договорного периода поставок импортного мясосырья, пищевых добавок и оболочки, т.к. цены привязаны к валюте страны производителя, а курс валюты по отношению к рублю может значительно меняться.

В значительной мере на поставки импортного мясосырья и расходных материалов может влиять изменение законодательной базы, как страны импортёра, так и экспортера.

SWOT – анализ продукции ОАО "Пермский мясокомбинат"

ПРОДУКТЫ	
<i>Сильные стороны</i>	Присутствие во всех ценовых сегментах товарных групп. Постоянная работа по обновлению и оптимизации ассортимента Лидерство на местном рынке полуфабрикатов Наличие производственных мощностей для увеличения объемов продаж колбасных изделий.

<i>Слабые стороны</i>	Высокая лояльность потребителей к продукции конкурента (ООО "Мясокомбинат Кунгурский") Слабая узнаваемость нового дизайна упаковки колбас. Нестабильность качества выпускаемой продукции. Отсутствие оборудования для фасовки котлет.
<i>Возможности</i>	Рост доходов населения и потребления мяса и мясопродуктов. Развитие рынка замороженных полуфабрикатов и колбасных изделий. Динамичный рост рынка охлажденных мясных полуфабрикатов. Перспективы внедрения и развития новых продуктов. Лояльность потребителей к местным производителям. Увеличение сроков реализации колбасных изделий в натуральной оболочке за счет упаковки в модифицированную газовую среду.
<i>Угрозы</i>	Установка конкурентами более высокотехнологичного оборудования. Стратегия конкурентов – создание собственной сырьевой базы. Переход потребителей на продукты-субституты: мясо птицы. Усиление давления со стороны федеральных брендов.
ДИСТРИБУЦИЯ	
<i>Сильные стороны</i>	Нахождение торговой площадки в г. Перми. Присутствие торговой базы на севере области. Продажи в соседних регионах. Работа с крупными сетевыми клиентами.
<i>Слабые стороны</i>	Отсутствие торговой площадки на юге области. Низкая дистрибуция по значительной части ассортимента.
<i>Возможности</i>	Более полный охват Пермской области. Выход на региональные рынки. Развитие сетевой торговли. Увеличение продаж в регионы колбасных изделий в натуральной оболочке за счет увеличения сроков реализации путем упаковки в модифицированную газовую среду.
<i>Угрозы</i>	Выход на пермский рынок производителей из других регионов, предлагающих более выгодные условия сотрудничества.
БРЕНД - КОММУНИКАЦИИ	
<i>Сильные стороны</i>	Известность бренда и наличие лояльных потребителей.
<i>Слабые стороны</i>	Слабая известность нового фирменного стиля. Наличие у потребителей мнения, что продукция ОАО "Пермский мясокомбинат" дорогая с нестабильным качеством.
<i>Возможности</i>	Лояльность потребителей к местным производителям. Отстройка от конкурентов за счет смены дизайна упаковки. Повышение лояльности за счет информирования потребителей об модернизации производства и

	обновлении оборудования.
<i>Угрозы</i>	Снижение лояльности к продукции ОАО "Пермский мясокомбинат" по причине высоких цен и нестабильного качества. Высокая лояльность к ООО "Мясокомбинат Кунгурский". Повышение маркетинговой активности конкурентов.
ЦЕНА	
<i>Сильные стороны</i>	Высокая доля высокомаржинальных продуктов.
<i>Слабые стороны</i>	Цены на продукцию выше средних цен по региону. Конкуренты устанавливают цены ниже цен на продукцию ОАО "Пермский мясокомбинат". Увеличение размера средней скидки для клиентов на продукцию.
<i>Возможности</i>	Снижение затрат за счет использования сырьевых резервов холдинга, модернизации производства, сокращение суммы постоянных затрат в расчете на единицу продукции за счет увеличения объема реализации. Вывод из ассортимента продуктов с низкой маржинальной рентабельностью Вывод новых высокомаржинальных продуктов.
<i>Угрозы</i>	Снижение объемов продаж из-за высоких цен. Дефицит на рынке сырья и рост цен на сырье.

Анализ конкурентов, их возможные действия и наши контрдействия.

<i>Сильные стороны</i>		ООО "Мясокомбинат Кунгурский" (г. Кунгур Пермского края.)	ОАО "КЭЛМИ" (г. Краснокамск Пермского края)
	Продукт	Широкий ассортимент, присутствие продукции во всех ценовых сегментах, единый стиль оформления продукции. Наличие высокотехнологичного оборудования; низкие маржинальные затраты.	Оригинальный ассортимент.
	Дистрибуция	Широкая представленность во всех видах торговых организаций, наличие складов в г. Перми и г. Соликамске.	Широкая сеть фирменных магазинов, особенно сильные позиции в г. Краснокамске и в некоторых удаленных районах г. Перми.

	Цена	Агрессивная ценовая политика. Более низкие цены, чем у ОАО "Пермский мясокомбинат".	Следование ценовой политике ОАО "Пермский мясокомбинат".
	Персонал	Переманивание персонала	
	Коммуникации	Лояльность к продукции, выпускаемой ООО "Мясокомбинат Кунгурский"	Высокая лояльность к продукции, выпускаемой ОАО "КЭЛМИ", постоянное участие предприятия в выставках
<i>Слабые стороны</i>	Продукт	Отступление от ГОСТов	Отступление от ГОСТов
	Дистрибуция	Расположение вне г. Перми, что влечет за собой дополнительные затраты. Осуществление значительной доли продаж через дистрибьюторов.	Удаленность от г. Перми. Низкая представленность в сетях и розничных магазинах г. Перми.
	Цена	Есть продукция в разных ценовых сегментах.	
	Персонал	Немаркетингоориентированный персонал, нет командной работы.	
	Коммуникации	Слабая рекламная поддержка в 2005 -2006 гг.	Слабая рекламная поддержка в 2005 - 2006 гг.
<i>Возможные действия конкурентов</i>	Продукт	Выпуск ПЛП (продуктов легкого приготовления). Строительство собственной сырьевой базы в области (собственного свиного комплекса).	Выпуск продукции в натуральной оболочке.
	Дистрибуция	Выход на рынок других регионов.	Увеличение дистрибуции в области.
	Цена	Удержание более низких цен, чем у ОАО "Пермский мясокомбинат".	
	Персонал	Переманивание персонала.	
	Коммуникации	Разработка стратегии продвижения продукции.	Начало осуществления программы продвижения продукции.

<i>Собственная контрстратегия ОАО "Пермский мясокомбинат"</i>	Продукт	Использование потенциала холдинга, оптимизация ассортимента, вывод новых продуктов в растущих ценовых сегментах, завоевание рынка охлажденных мясных полуфабрикатов	
	Дистрибуция	Осуществление поставок продукции на региональные рынки. Увеличение процента дистрибуции продукции в Перми и области.	Выход на рынок г. Краснокамска и удаленных районов г. Перми, где традиционно сильны позиции ОАО "КЭЛМИ".
	Цена	Выпуск продукции в разных ценовых сегментах.	
	Персонал	Использование методической поддержки холдинга.	

VII. ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ ОБЩЕСТВОМ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ "ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ" № 208-ФЗ ОТ 26.12.95 г. КРУПНЫМИ СДЕЛКАМИ

В 2006 году Обществом не заключалось сделок, которые в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" № 208-ФЗ от 26.12.95 г. являются крупными сделками.

VIII. ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ "ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ" № 208-ФЗ ОТ 26.12.95 г. СДЕЛКАМИ, В СОВЕРШЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЕТСЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ

В отчетном году Обществом были совершены следующие сделки, признаваемые в соответствии с Федеральным законом от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ "Об акционерных обществах" сделками, в совершении которых имеется заинтересованность:

Договор займа

Стороны сделки: ОАО "Пермский мясокомбинат" - заемщик, ООО "ПРОДО Менеджмент" - займодавец

Существенные условия: сумма займа – 200 000 000 руб.

Срок возврата займа: 01.07.07 г.

Процентная ставка: 9,8 % годовых

Заинтересованное лицо: ООО "ПРОДО"

Орган управления, принявший решение об одобрении сделки: Общее собрание акционеров Общества (протокол № б/н от 29.06.2006).

IX. СОСТАВ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ОБЩЕСТВА В ОТЧЕТНОМ ГОДУ

В состав Совета директоров в 2006 г. входили:

А) избраны общим собранием акционеров 23.06.05 г. (Протокол годового общего собрания акционеров б/н от 08.07.05 г.):

Состав Совета директоров:

Ф.И.О.: Длуцкий Константин Эдуардович
Дата рождения: 14.12.1962 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).

1996-2000 ООО "Ви-рацио". Заместитель Генерального директора.
2000-2002 ООО "Планета Менеджмент" Директор по маркетингу.
2002-2003 ОАО "ПРОДО Трейд". Директор по стратегическому маркетингу.
2003-2006 ООО "ПРОДО Менеджмент". Директор по стратегическому маркетингу.

Ф.И.О.: Перетяцько Андрей Иванович
Дата рождения: 08.11.1967 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).

2001-2003 ОАО "Регистратор Р.О.С.Т.". Начальник операционного управления.
2003-2004 Московское представительство компании "Миллхаус Кэпитал Ю. Кей Лимитед" (Великобритания). Начальник отдела корпоративного управления зарубежными обществами.
2004-н.в. ООО "ПРОДО Менеджмент". Руководитель управления по работе с собственностью.

Ф.И.О.: Евдокимов Анатолий Владимирович
Дата рождения: 12.11.1964 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).

2001-2002 ЗАО "Микояновский мясокомбинат". Менеджер по маркетингу.
2002-2004 ОАО "Останкинский молочный комбинат".
Ведущий специалист отдела стратегического развития.
2004- 2006 ООО "ПРОДО Менеджмент". Руководитель направления "Колбасные изделия" Департамента маркетинга.

Ф.И.О.: Маренков Алексей Станиславович
Дата рождения: 04.11.1973 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).

2001-2002 Министерство сельского хозяйства РФ.
Заместитель руководителя Департамента регулирования продовольственных рынков и качества продукции
2002-2002 ООО "Планета Менеджмент". Директор по закупкам
2003-2004 ООО "Продо Трейд". Директор Департамента по закупкам сырья
2004 – н.в. ООО "ПРОДО Менеджмент". Директор по закупкам

Ф.И.О.: Савостина Елена Сергеевна
Дата рождения: 29.07.1978 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).
2002-2002 ОАО "Омский завод газовой аппаратуры". Начальник группы маркетинга.
2002-2003 ОАО "Мясокомбинат Омский". Специалист по маркетингу.
2003-2004 ООО "ПРОДО Трейд". Ассистент руководителя маркетинговой категории.
2004- н.в. ООО "ПРОДО Менеджмент". Руководитель направления "Продукция птицеводства".

Б) избраны общим собранием акционеров 19.06.06 г. (Протокол годового общего собрания акционеров б/н от 29.06.06 г.):

Ф.И.О.: Блинова Ирина Олеговна
Дата рождения: 29.01.1961 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).
2000-2004 ОАО "НГК "Славнефть". Главный бухгалтер.
2004-н.в. ООО "ПРОДО Менеджмент". Главный бухгалтер.

Ф.И.О.: Ищенко Юрий Валерьевич
Дата рождения: 16.01.1976 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).
2002-2004 Московское представительство "Millhouse Capital UK Ltd". Специалист по организационному планированию.
2004- н.в. ООО "ПРОДО Менеджмент". Начальник управления развития бизнес-технологий.

Ф.И.О.: Перетяцько Андрей Иванович
Дата рождения: 08.11.1967 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).
2001-2003 ОАО "Регистратор Р.О.С.Т." Начальник операционного управления.
2003-2004 Московское представительство компании "Миллхаус Кэпитал Ю. Кей Лимитед" (Великобритания). Начальник отдела корпоративного управления зарубежными обществами.
2004-н.в. ООО "ПРОДО Менеджмент". Руководитель управления по работе с собственностью.

Ф.И.О.: Тимченко Сергей Викторович
Дата рождения: 29.10.1963 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).
2002-2004 ООО "Малаховский мясокомбинат". Генеральный директор.

2004-н.в. ООО "ПРОДО Менеджмент". Директор Департамента
мясоперерабатывающего комплекса.

Ф.И.О.: Чеботарев Алексей Александрович
Дата рождения: 15.08.1973 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).
2000-2002 ООО "Торговый дом "Петелино". Финансист.
2002-2003 ОАО АПК "Михайловский". Специалист отдела бюджетирования.
2002-2003 ЗАО "Петелинская птицефабрика", ООО "Торговый дом
"Петелино". Главный экономист.
2003-2004 Московское представительство компании "Миллхаус Кэпитал Ю.
Кей Лимитед"" (Великобритания). Ведущий специалист отдела
бизнес-планов ПЭУ.
2004-н.в. ООО "ПРОДО Менеджмент". Начальник отдела бюджетирования.

В течение отчетного года вышеперечисленные члены Совета директоров акциями
Общества не владели.

Х. СВЕДЕНИЯ О ЛИЦЕ, ЗАНИМАЮЩЕМ ДОЛЖНОСТЬ ЕДИНОЛИЧНОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО ОРГАНА ОБЩЕСТВА, И ЧЛЕНАХ КОЛЛЕГИАЛЬНОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО ОРГАНА ОБЩЕСТВА

Должность генерального директора Общества в 2006 г. занимал Трапезников
Михаил Константинович - избран Советом директоров с 02.02.04 г. (Протокол № 5 от
26.01.04 г., Приказ № 82-к от 02.02.04 г.).

Протоколом Совета директоров № 06/29 от 29 июня 2006 г. подтверждены
полномочия директора Трапезникова Михаила Константиновича в связи с изменениями
наименования должности Единоличного исполнительного органа в уставе Общества.

Ф.И.О.: Трапезников Михаил Константинович
Дата рождения: 23.09.1972 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).
11.2000-03.2002 ОАО "Уфимский мясоконсервный комбинат".
Начальник отдела сбыта.
03.2002-02.2003 ОАО "Уфимский мясоконсервный комбинат".
Директор по сбыту и маркетингу.
02.2003-01.2004 ООО "Башкирская мясная компания". Директор по продажам.
02.2004-05.07.06 ОАО "Пермский мясокомбинат". Генеральный директор.
06.07.06-30.09.06 ОАО "Пермский мясокомбинат". Директор.

12.10.06 г. Советом директоров Исполняющим обязанности директора Общества
назначена Дроздова Валентина Васильевна (протокол Совета директоров № 10/12 от
12.10.06г.).

27.12.06 г. Советом директоров Директором Общества назначена Дроздова
Валентина Васильевна (протокол Совета директоров № 12/27 от 27.12.06 г.).

Ф.И.О.: Дроздова Валентина Васильевна
Дата рождения: 07.09.1959 г.
Образование: высшее

Трудовая деятельность (за последние 5 лет).

10.2001-03.2004	ООО "Марс". Техник-технолог, технолог.
03.2004-09.2004	ООО "Г.К. Хан и КО". Технолог-менеджер по продажам и сервису.
09.2004-08.2006	ЗАО "Мясная индустриальная компания". Главный технолог.
08.2006-10.2006	ОАО "Пермский мясокомбинат". Директор по производству.
10.2006-31.12.2006	ОАО "Пермский мясокомбинат". Исполняющий обязанности Директора.

В соответствии с действовавшим в течение 2006 г. Уставом ОАО "Пермский мясокомбинат" образование в Обществе коллегиального исполнительного органа (Правления, Дирекции) предусмотрено не было.

XI. КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И РАЗМЕР ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ (КОМПЕНСАЦИИ РАСХОДОВ) ЛИЦА, ЗАНИМАЮЩЕГО ДОЛЖНОСТЬ ЕДИНОЛИЧНОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО ОРГАНА ОБЩЕСТВА, И КАЖДОГО ЧЛЕНА СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ОБЩЕСТВА, ВЫПЛАЧЕННОГО ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОТЧЕТНОГО ГОДА

Критерии определения и размер вознаграждения (компенсации расходов) лица, занимающего должность Единоличного исполнительного органа Общества, установлены трудовым договором с ним и положением об оплате труда.

Членам Совета директоров Общества размер вознаграждения не устанавливался и не выплачивался.

XII. СВЕДЕНИЯ О СОБЛЮДЕНИИ ОБЩЕСТВОМ КОДЕКСА КОРПОРАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Общество в своей деятельности стремится к соблюдению Кодекса корпоративного поведения, рекомендованного Распоряжением ФКЦБ РФ от 04.04.2002 N 421/р к применению акционерным обществам, созданным на территории Российской Федерации.

XIII. ИНАЯ ИНФОРМАЦИЯ, ПРЕДУСМОТРЕННАЯ УСТАВОМ ОБЩЕСТВА ИЛИ ИНЫМ ВНУТРЕННИМ ДОКУМЕНТОМ ОБЩЕСТВА

Уставом Общества и иными внутренними документами не предусмотрена иная информация, подлежащая включению в годовой отчет Общества.

Управляющая организация
ООО "ПРОДО Менеджмент"
в лице Генерального директора

В.Е. Сухинов

Главный бухгалтер
ОАО "Пермский мясокомбинат"

Е.М. Богомолова