

Новое в практике налогообложения компаний сектора розничной торговли
и производства потребительских товаров

Развитие отрасли: навигация в условиях кризиса



12 ноября 2009 года

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

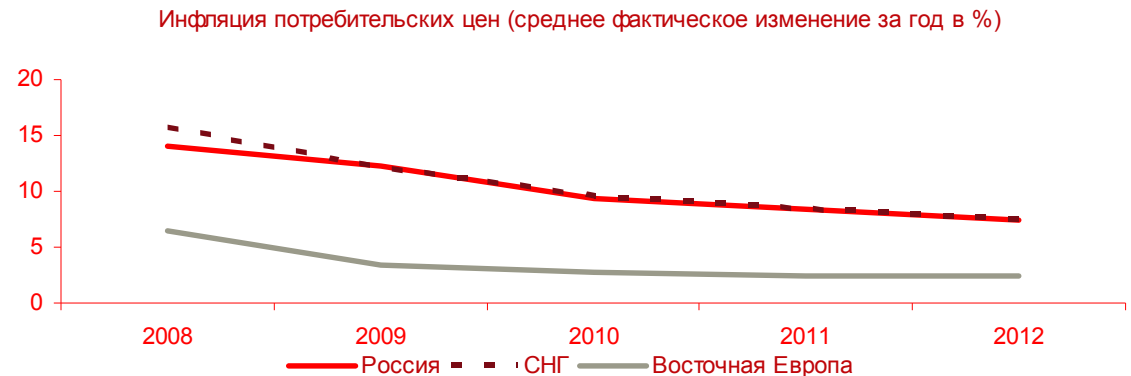
Краткий экономический обзор

- В течение 15 лет население России сократилось с 148 миллионов до 141 миллиона человек к 2009 г. (СТГР: -0,35%), однако к 2011 г. процесс может замедлиться
- В этом году экономика, скорее всего, сократится более чем на 7%
- Это последует за периодом роста в пределах 6-8%, наблюдавшимся в 2003-2008 гг.
- ВВП в номинальном выражении достиг 1 677 млрд. долл. США в 2008 г., что сопоставимо по размерам с Испанией, Бразилией, Канадой и Индией. Снижение ВВП в 2009 г. оставляет Россию позади Бразилии и Индии
- Двухзначные темпы роста реальных доходов сменились их падением. В 4 кв. 2008 г. они составили -5,8%, и согласно прогнозам в 2009 финансовом году они составят -4,5%.
- Компании отрасли розничной торговли ощущают влияние кризиса на их бизнес с осени 2008 г. В объемах реализации в рублевом выражении наблюдается стагнация, однако в долларовом выражении снижение составило 30%.



Краткий экономический обзор

- В 2009 г. Россия пострадала больше, чем Восточная Европа, однако процесс восстановления в 2010 г. пойдет быстрее и лучше
- В результате сокращения ВВП и слабого спроса инфляция снижается. Однако в России уровень инфляции по-прежнему будет выше, чем в Восточной Европе



Основные страны СНГ: Азербайджан, Казахстан, Молдова, Россия, Украина, Узбекистан

Восточная Европа: Болгария, Хорватия, Чешская Республика, Эстония, Венгрия, Литва, Латвия, Македония, Польша, Румыния, Словакия, Словения

Экономический прогноз по основным показателям

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
ВВП (фактическое изменение за год в %)	5,6	-7,4	2,5	4,1	4,5
Личное потребление (фактическое изменение за год в %)	11,2	-4,5	2,5	3,3	3,2
Государственное потребление (фактическое изменение за год в %)	2,5	3,5	2,8	3,2	3,3
Валовые вложения в основные фонды (фактическое изменение за год в %)	10,0	-18,0	2,0	6,0	8,5
Экспорт товаров и услуг (фактическое изменение за год в %)	0,5	-10,2	4,4	5,0	5,7
Импорт товаров и услуг (фактическое изменение за год в %)	15,0	-9,7	4,2	3,4	4,9
Промышленное производство (изменение за год в %)	2,1	-10,0	2,5	4,0	4,5
Сальдо бюджета (% от ВВП)	3,8	-8,0	-5,5	-3,3	-2,9
Потребительские цены (среднее изменение за год в %)	14,1	12,2	9,4	8,4	7,4
Обменный курс к долл. США (средний)	24,85	32,00	31,50	31,50	31,30
Уровень безработицы (%)	6,4	8,6	8,4	7,7	6,8
Текущий платежный баланс/ВВП	6,1	2,2	3,3	2,7	3,7
Входящие прямые инвестиции	73,1	38,0	50,0	52,0	55,0

Безработица и доверие

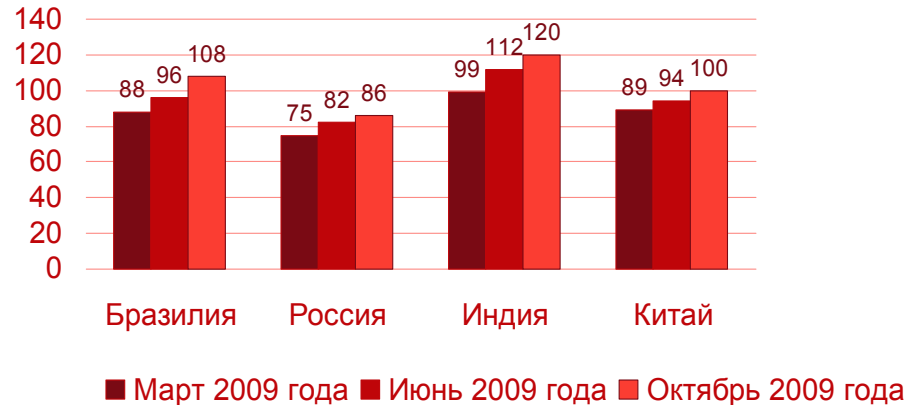
- Согласно прогнозам, уровень безработицы повысится до 8-9%
- Прогнозируется, что промышленное производство в 2009 г. сократится приблизительно на 10%, однако в 2010 г. восстановится на 2,5%
- Потребительское доверие является основной движущей силой потребления
- Экономическая и политическая стабильность будет способствовать восстановлению потребительского доверия
- Финансовое стимулирование и более низкие процентные ставки должны привести к росту потребительского кредитования к концу 2009 г.
- Пока остаются некоторые сомнения относительно уровня "плохих" активов на балансе банков



Безработица и доверие

- Индекс потребительского доверия Nielsen:
 - >100 оптимистичный
 - =100 нейтральный
 - <100 пессимистичный
- В России потребительское доверие растет так же, как и на других развивающихся рынках
- Приток капитала начал расти, однако вложения в основные фонды остаются на низком уровне
- По мере укрепления потребительского доверия растут расходы на личное потребление - на 2,5% в 2010 г.

Индекс потребительского доверия для стран БРИК



Источник: Глобальный индекс потребительского доверия, Nielsen

Потребительское доверие в других странах мира

- Россия не одинока. Уровень доверия в странах ЕС ниже, чем в России
- Укрепление потребительского доверия отстает от роста экономики, но ведет к увеличению личного потребления

Глобальный индекс потребительского доверия Nielsen, 2 полугодие 2009 г.



Источник: Nielsen

Влияние кредитного кризиса

- Влияние экономического спада на Россию:
 - Ограниченный доступ к корпоративному финансированию
 - Вывод средств из иностранных банков
 - Обесценение рубля - около 30% с июля 2008 г.
 - Резкое снижение объемов потребительского кредитования
- Следовательно, государство должно поддерживать финансовый сектор
- Государственное вмешательство замедлило обесценение рубля до текущего уровня

Влияние кредитного кризиса

Денежная масса М2 (национальное определение) в 2009 г. (млрд. руб.)

Дата	М2 Денежная масса ¹		Темпы роста денежной массы, %		
	Итого	В том числе:		Относительно предыдущего месяца	Относительно начала года
		Денежные средства(М0)	Неденежные средства		
01.01.2009	13,493.2	3,794.8	9,698.3	2	—
01.02.2009	11,990.7	3,312.7	8,677.9	-11.1	-11.1
01.03.2009	12,021.3	3,301.6	8,719.7	0.3	-10.9
01.04.2009	12,111.7	3,278.3	8,833.4	0.8	-10.2
01.05.2009	12,339.1	3,410.1	8,928.9	1.9	-8.6
01.06.2009	12,861.1	3,461.9	9,399.3	4.2	-4.7
01.07.2009	13,161.0	3,522.5	9,638.5	2.3	-2.5
01.08.2009	13,121.0	3,550.1	9,570.9	-0.3	-2.8
01.09.2009	13,305.0	3,506.6	9,798.5	1.4	-1.4
01.10.2009	13,649.5	3,485.6	10,163.9	2.6	1.2

¹ М2 определяется как общая сумма денежных средств в обращении (за пределами банков) и остатков на счетах нефинансовых организаций, финансовых организаций (за исключением кредитных институтов) и физических лиц – резидентов в национальной валюте.

Источник: ЦБ РФ

Инфляция

- Инфляция на уровне свыше 10%:
 - Март 2009 г.: 14,1% в годовом исчислении
 - 2009 ф.г.: 12,2%
 - 2010 ф.г.: 9,4%
- Инфляционные силы уменьшаются по мере снижения спроса на товары и сокращения импорта
- Обесценение рубля оказывает влияние на систему
- Инфляция цен производителя также снижается в силу низкого спроса и недозагруженности мощностей

Поведение потребителей

Розничная торговля - основные моменты

- Розничные продажи в двух основных городах России замедлились, однако ситуация улучшается даже в сегментах товаров длительного пользования и автомобилей
- На Центральный регион (включая Москву) приходится 26% населения России и 34% розничных продаж.
- Необходимо пересмотреть ожидания относительно темпов роста в долгосрочной перспективе, так как они могут быть ниже, чем в прошлые периоды

Россия: Розничные продажи и рост реализации, 2006-2010 гг.

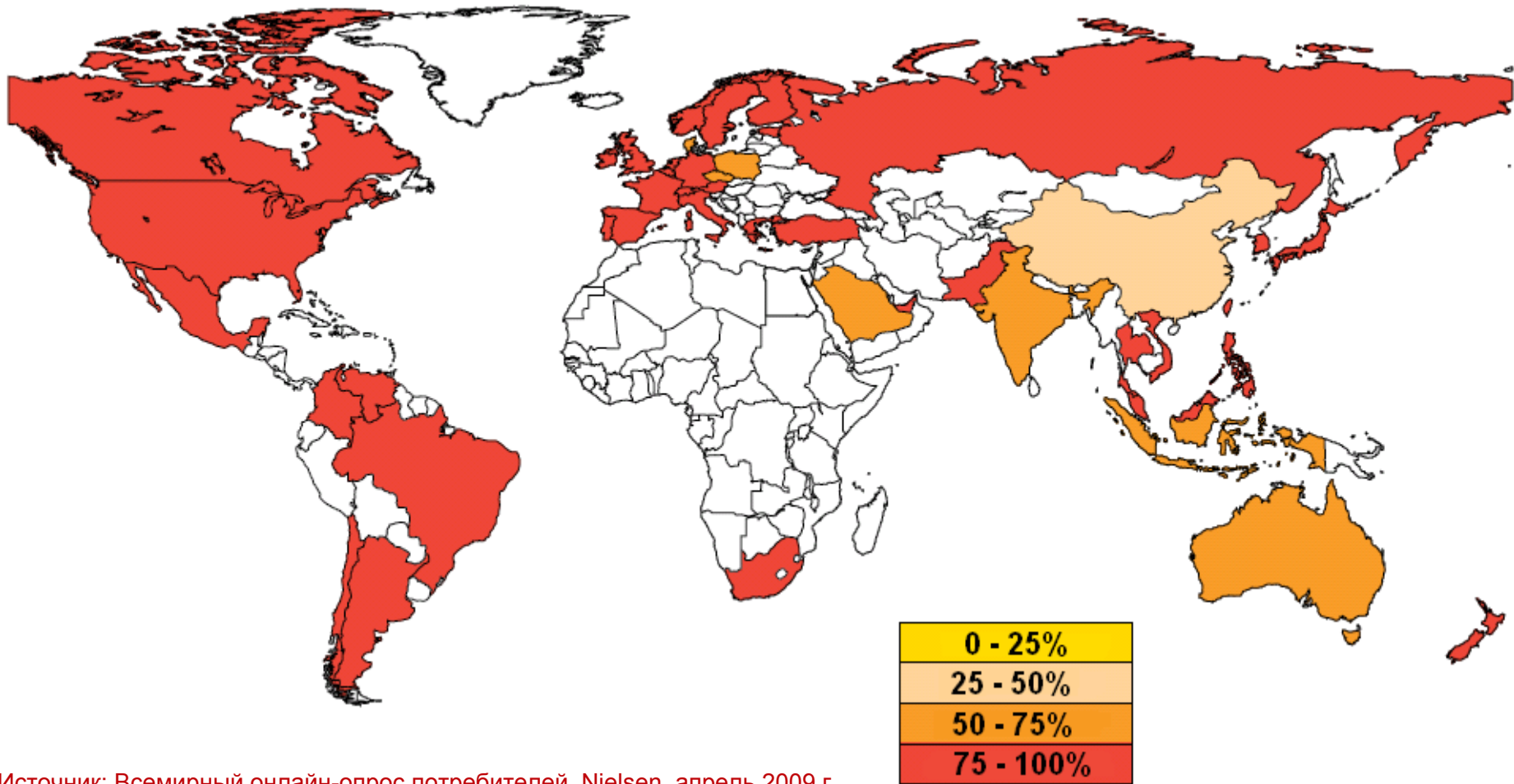


Источник: Planet Retail Ltd – www.planetretail.net

Поведение потребителей

Вы полагаете, что в вашей стране сейчас экономический спад?

Апрель 2009 года: глобальный спад расширяется, Азиатско-Тихоокеанский регион пострадал в меньшей степени



Источник: Всемирный онлайн-опрос потребителей, Nielsen, апрель 2009 г.

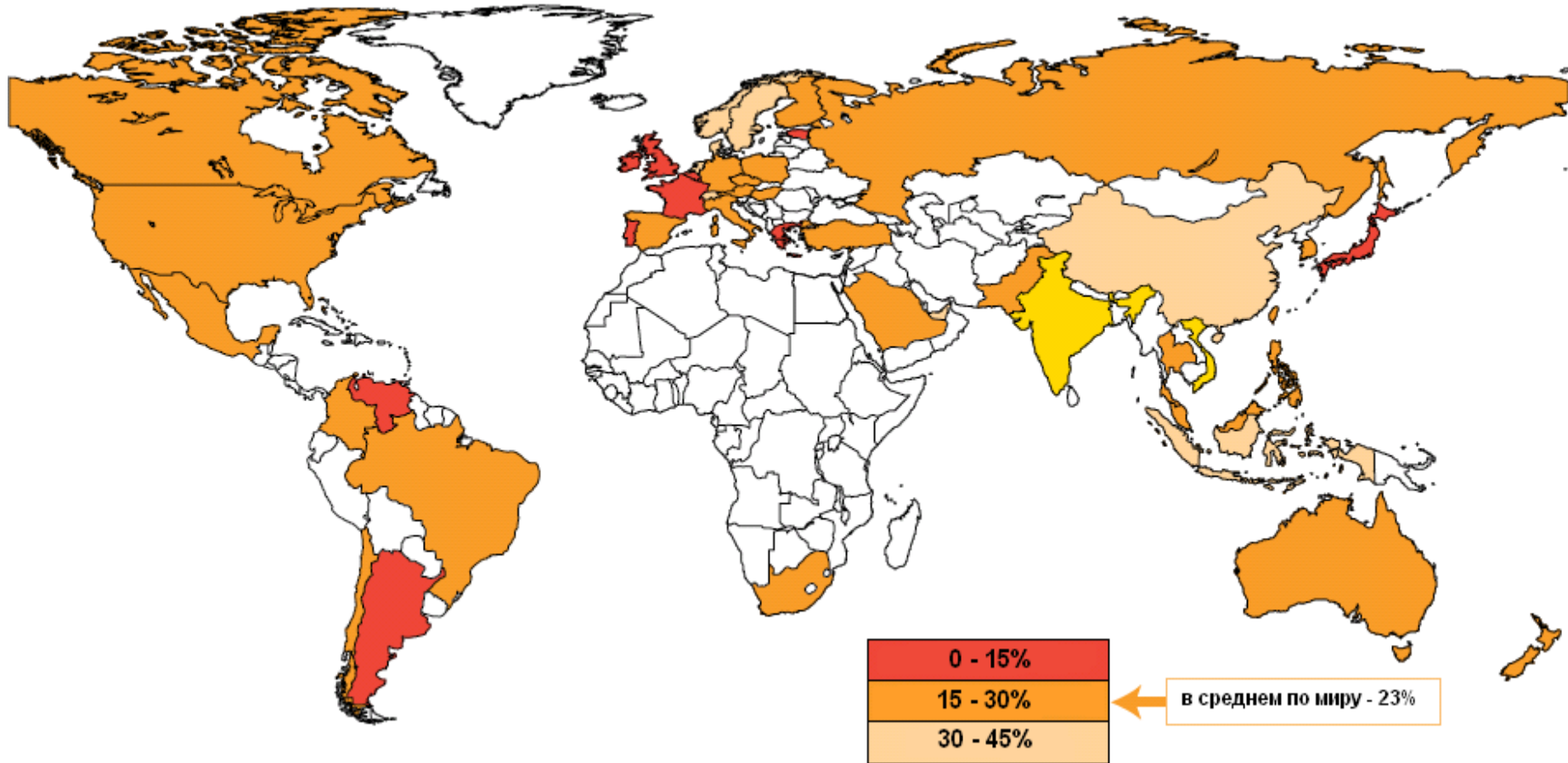
Свыше 25 140 респондентов из разных стран мира
Развитие отрасли: навигация в условиях кризиса
PricewaterhouseCoopers

12 ноября 2009 года
Слайд 13

Поведение потребителей

Вы полагаете, что ваша страна выйдет из экономического спада в течение следующих 12 месяцев?

Экономический спад омрачает перспективы



Источник: Всемирный онлайн-опрос потребителей, Nielsen, апрель 2009 г.

Свыше 25 140 респондентов из разных стран мира

Развитие отрасли: навигация в условиях кризиса

PricewaterhouseCoopers

12 ноября 2009 года

Слайд 14

Поведение потребителей

Что вызывает наибольшую озабоченность в последующие 6 месяцев

Глобальное среднее



Источник: Nielsen

Развитие отрасли: навигация в условиях кризиса
PricewaterhouseCoopers

12 ноября 2009 года
Слайд 15

Поведение потребителей

- Потребителей беспокоит, как выжить в период кризиса и как сэкономить средства на будущее
- Многие предметы роскоши приносятся в жертву ради сбережений
- Отсутствие доверия к инвестиционным механизмам – потребители предпочитают погашать долги
- Плохие новости для индустрии туризма и развлечений вне дома
- Хорошие новости для сегмента домашних развлечений (кабельное ТВ, Интернет). В сегменте развлечений возможен рост количества случаев пиратства

Как используются свободные средства, оставшиеся после оплаты всех жизненно необходимых расходов

Глобальное среднее



■ 1 полугодие 2009 года ■ 2 полугодие 2008 года

Поведение потребителей

- Хорошие новости для производителей табачной и алкогольной продукции
- Хорошие новости для розничных дискаунтеров и производителей товаров массового потребления для среднего и низкого ценового сегментов рынка
- Плохие новости для сферы услуг

Какие меры вы предприняли для экономии на хозяйственных расходах? (Все респонденты)

Меньше трачу на покупку новой одежды	56%
Сокращаю расходы на развлечения вне дома	53%
Стараюсь сэкономить на расходе газа и электроэнергии	51%
Меньше покупаю «еду на вынос»	45%
Перехожу на более дешевые марки продуктов питания	41%
Откладываю модернизацию техники, например компьютеров, мобильных телефонов и т.д.	39%
Сокращаю расходы на телефонные разговоры	34%
Уменьшаю расходы на длительный/короткий отпуск	34%
Откладываю замену основных предметов домашнего обихода	34%
Реже езжу на своем автомобиле	29%
Отказываюсь от ежегодного отпуска	23%
Сокращаю расходы на домашние развлечения	22%
Ищу более выгодные условия по жилищным кредитам, страхованию, кредитным картам и т.д.	22%
Сокращаю покупки или покупаю более дешевые марки алкогольных напитков	17%
Я предпринял другие меры, которые не перечислены выше	13%
Сокращаю курение	12%

Источник: Nielsen

Поведение потребителей

- Грешники остаются грешниками (алкоголь и табак)
- Снижение энергопотребления – плохо для цен на нефть, зато хорошо для решения проблемы глобального потепления
- Возможное долгосрочное изменение предпочтений в сторону брендов не самого высокого класса и магазинов, торгующих по сниженным ценам??
- Снижение лояльности к бренду и узнаваемости бренда???
- Возможное замедление процесса "вестернизации" России. Меньше внимания здоровому образу жизни, если он стоит дороже. Уменьшение расходов на санитарно-гигиенические и косметические средства?

Когда улучшатся экономические условия, на чем вы по-прежнему будете экономить?

(Все респонденты)

Буду стараться сэкономить на расходе газа и электроэнергии	40%
Буду меньше покупать «еду на вынос»	24%
Буду меньше тратить на покупку новой одежды	22%
Перейду на более дешевые марки продуктов питания	21%
Буду сокращать расходы на телефонные разговоры	21%
Буду сокращать расходы на развлечения вне дома	20%
Буду реже ездить на своем автомобиле	17%
Буду искать более выгодные условия по жилищным кредитам, страхованию, кредитным картам и т.д.	16%
Предприму другие меры, которые не перечислены выше	16%
Отложу модернизацию техники, например компьютеров, мобильных телефонов и т.д.	14%
Уменьшу расходы на длительный/короткий отпуск	11%
Отложу замену основных предметов домашнего обихода	10%
Буду сокращать курение	9%
Буду сокращать расходы на домашние развлечения	8%
Буду сокращать покупки или покупать более дешевые марки алкогольных напитков	7%
Ни на чем	7%

Спасибо за внимание!

Дэйл Кларк

Партнер

Руководитель практики по оказанию услуг
компаниям розничной торговли и производства
потребительских товаров

dale.clark@ru.pwc.com

Тел. + 7 (495) 967 6048

Настоящая презентация подготовлена исключительно для создания общего представления об обсуждаемом в ней предмете и не является профессиональной консультацией. Не рекомендуется действовать на основании информации, представленной в настоящей презентации, без предварительного обращения к профессиональным консультантам. Не предоставляется никаких гарантий, прямо выраженных или подразумеваемых, относительно точности и полноты информации, представленной в настоящей презентации. Если иное не предусмотрено законодательством РФ, компании сети PricewaterhouseCoopers, их сотрудники и уполномоченные представители не несут никакой ответственности за любые последствия, возникшие в связи с чьими-либо действиями (бездействиями), основанными на информации, содержащейся в настоящей презентации, или за принятие решений на основании информации, представленной в настоящей презентации.

© 2009 PricewaterhouseCoopers. Все права защищены. Под "PricewaterhouseCoopers" понимаются фирмы, входящие в глобальную сеть компаний PricewaterhouseCoopers International Limited, каждая из которых является самостоятельным юридическим лицом.