

Пресс-релиз

Контактное лицо: Артём Тюрин,
специалист по связям с общественностью

Тел: +7 (495) 787 06 00

Fax: +7 (495) 787 06 01

Email: atyurin@deloitte.ru

Сектор потребительских товаров благополучно пережил еще один год международной экономической неопределенности

Москва, 14 апреля 2015 года. Несмотря на неопределенность экономической ситуации, объем продаж 250 крупнейших мировых компаний сектора потребительских товаров за 2013 финансовый год составил около 3,1 триллиона долларов США (включая финансовые годы, закончившиеся в июне 2014 года). Таким образом, по результатам восьмого ежегодного отчета [«Мировой сектор потребительских товаров в 2015 году: всегда на связи с потребителем»](#), подготовленного «Делойт Туш Томацу Лимитед», оборот компаний в среднем составил 12,3 миллиарда долларов США.

В отчете представлен обзор развития мировой экономики, в частности, рынка сделок по слиянию и поглощению в секторе потребительских товаров, а также рассматривается вопрос о необходимости быть постоянно на связи с потребителем, активно пользующимся мобильными устройствами, подключенными к сети Интернет.

«Мировая экономика, безусловно, оказывает влияние и на российский рынок. В то же время 2014 год оказался непростым для России из-за смены политической обстановки, введения взаимных санкций и, как следствие, более высокого уровня инфляции, потери инвестиционной привлекательности и обесценения рубля. В силу изменения экономической ситуации и ограниченного доступа к импортным продуктам питания потребители отдают предпочтение отечественному производителю, чья продукция не всегда оказывается дешевой. Отечественные агропроизводители получили блестящую возможность увеличить свою долю на российском рынке в связи с введенным продуктовым эмбарго. Несмотря на экономический спад, Россия все же остается одним из крупнейших розничных рынков мира. Кроме того, поскольку Россия занимает лидирующее место по количеству пользователей Интернета, открываются прекрасные перспективы для интернет-торговли. Однако это возможно только при условии улучшения системы безопасности платежных систем и оптимизации логистической деятельности. Дальнейшее развитие потребительского сектора, как и в целом экономики России, зависит от нормализации политической обстановки и отмены взаимных санкций», - добавила **Ольга Папуша, руководитель сектора производства продуктов питания и напитков компании «Делойт» СНГ.**

Увеличение количества сделок по слиянию и поглощению в секторе потребительских товаров

Число сделок росло каждый год начиная с относительно спокойного 2009 года и в 2013 году достигло 1 421. Исходя из имеющихся на сегодняшний день данных, в 2014 году

число сделок по слиянию и поглощению не только достигнет уровня 2013 года, но и превысит его. Однако, в отличие от *количества* сделок, их стоимость падала с 2009 по 2013 годы, когда произошло резкое увеличение средней стоимости сделки. Снижение стоимости сделок в течение 2012 года объясняется, по крайней мере, отчасти, «погоней» за выгодными сделками, связанной с замедлением экономической активности. Это, в свою очередь, позволило компаниям приобретать активы по ценам ниже рыночных.

Всегда на связи с «продвинутым» потребителем

Современный потребитель имеет беспрецедентный по своим масштабам онлайн-доступ к информации о товарах, влияющей на его решения о совершении покупок. Однако в ходе исследования¹, недавно проведенного «Делойтом», выяснилось, что потребители гораздо меньше пользуются рекомендациями работников торгового зала или специалистов сервисной поддержки, а больше доверяют советам членов своей семьи, друзей и других потребителей. 60% опрошенных заявили, что больше прислушиваются к родственникам и друзьям или отзывам покупателей, 43% — к мнению независимых экспертов, 16% — руководствуются информацией, размещенной на официальном сайте магазина, или советом консультантов в торговом зале и 12% — данными от производителя.

Прогноз развития мировой экономики

В целом 2013–2014 финансовый год стал еще одним непростым периодом для мировой экономики. В течение большей части 2013 года Европа находилась в кризисе, хотя к концу года и в начале 2014 года появились первые признаки восстановления экономики, однако значительные показатели роста не наблюдались. В 2013 году экономика США продемонстрировала низкие темпы роста в связи с ужесточением фискальной политики. Экономика Японии укрепила свои позиции за счет увеличения объемов экспорта и реализации масштабных государственных программ по оказанию содействия бизнесу, в то время как экономика Китая замедлила темпы роста, продолжив данную тенденцию и в 2014 году. Экономический рост также замедлился в ряде стран Латинской Америки в связи с окончанием бума производства товаров в Китае, снижением внутреннего спроса, происходящими общественными беспорядками и другими стрессовыми факторами. В целом восстановление экономики в разных странах проходит по-прежнему низкими темпами и с перебоями.

10 ведущих мировых компаний по производству потребительских товаров в 2013 году

Рейтинг 250 ведущих мировых компаний по производству потребительских товаров	Наименование компании	Страна осуществления деятельности	Сектор продукции	Чистый объем продаж в 2013 году (млн долл. США)	Рост чистого объема продаж в 2013 году*
1	Samsung Electronics Co., Ltd.	Южная Корея	Электроника	210 397	13,7%

¹ Исследование «Делойта», май 2014 года
© 2015 ЗАО «Делойт и Туш СНГ». Все права защищены.

2	Apple Inc.	США	Электроника	170 910	9,2%
3	Nestlé S.A. ¹	Швейцария	Продукты питания, напитки и табачные изделия	99 485	2,7%
4	The Procter & Gamble Company	США	Предметы личной гигиены и хозяйственные товары	83 062	-1,3%
5	Sony Corporation	Япония	Электроника	66 756	17,4%
6	PepsiCo, Inc.	США	Продукты питания, напитки и табачные изделия	66 415	1,4%
7	Unilever Group	Нидерланды и Великобритания	Предметы личной гигиены и хозяйственные товары	66 143	-3,0%
8	LG Electronics Inc.	Южная Корея	Электроника	53 489	14,1%
9	The Coca-Cola Company	США	Продукты питания, напитки и табачные изделия	46 854	-2,4%
10	JBS S.A.	Бразилия	Продукты питания, напитки и табачные изделия	43 306	22,7%

Источник: опубликованные данные компаний

© 2015 ЗАО «Делойт и Туш СНГ». Все права защищены.

Название «Делойт» относится к одному либо любому количеству юридических лиц, входящих в «Делойт Туш Томацу Лимитед», частную компанию с ответственностью участников в гарантированных ими пределах, зарегистрированную в соответствии с законодательством Великобритании; каждое такое юридическое лицо является самостоятельным и независимым юридическим лицом. Подробная информация о юридической структуре «Делойт Туш Томацу Лимитед» и входящих в нее юридических лиц представлена на сайте в Интернете www.deloitte.com/about. Подробная информация о юридической структуре «Делойт и Туш» в СНГ представлена на сайте www.deloitte.ru.

О «Делойте»

Наименование «Делойт» относится к одному либо любому количеству юридических лиц, входящих в «Делойт Туш Томацу Лимитед», частную компанию с ответственностью участников в гарантированных ими пределах, зарегистрированную в соответствии с законодательством Великобритании; каждое такое юридическое лицо является самостоятельным и независимым юридическим лицом. Подробная информация о юридической структуре «Делойт Туш Томацу Лимитед» и входящих в нее юридических лиц представлена на сайте www.deloitte.com/about.

«Делойт» предоставляет услуги в области аудита, налогообложения, управленческого и финансового консультирования государственным и частным компаниям, работающим в различных отраслях промышленности. Объединенная международная сеть фирм-участников более чем в 150 странах позволяет «Делойту» использовать потенциал международного уровня для предоставления клиентам услуг высочайшего класса и информации, необходимой для решения наиболее сложных проблем, возникающих в ходе деятельности. Почти 210 тысяч специалистов «Делойта» привержены идеям достижения совершенства в предоставлении профессиональных услуг своим клиентам.