



**Включи
ПОЗИТИВ!**



**ГОДОВОЙ
ОТЧЕТ
2009**



Основные показатели 2009 года

Рост чистой розничной выручки на 3,2% до 70,3 млрд. рублей

Увеличение рыночной доли до 13%

Валовая рентабельность 25,3%

Рентабельность по EBITDA 4,5%

177 магазинов в 72 городах. Общая площадь магазинов — 467 тыс. кв.м.,
в т.ч. торговые площади — 349 тыс. кв.м.

22 новых магазина открыто в 2009 году

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2009

Содержание

1	Обращение Председателя Совета директоров и Президента	6
2	Философия «М.видео»	10
3	История Компании	11
4	Обзор операционной деятельности:	14
	Развитие сети	16
	Доля рынка и конкуренция в отрасли	17
	Валовая рентабельность	17
	Новинки	18
	Управление цепочкой поставок	19
	Обязательства перед потребителями и сотрудниками	21
	Корпоративная социальная ответственность	22
	Перспективы развития	23
5	Обзор финансовых результатов	26
6	Совет директоров	34
7	Менеджмент	36
8	Корпоративное управление	40
	Отчет Комитета Совета директоров по аудиту	40
	Отчет Комитета Совета директоров по вознаграждениям и назначениям	42
9	Финансовая отчетность по стандартам МСФО за 2009 год.	48

Свобода



ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ В СЕТИ «М.ВИДЕО» ПРЕДОСТАВЛЯЕТ БЕСПРЕЦЕДЕНТНУЮ СВОБОДУ ВЫБОРА ЭЛЕКТРОННОЙ ТЕХНИКИ, А ЗНАЧИТ СВОБОДУ СВЕЖИХ, ЯРКИХ ВПЕЧАТЛЕНИЙ, НОВЫХ УСТРЕМЛЕНИЙ И СМЕЛЫХ ЖЕЛАНИЙ

Портативный GPS-навигатор
Экран 4.3", touch screen
дорога



СВЯЗЬ
КПК
Процессор 624 МГц



МУЗЫКА

Автомобильная магнитола с MP3
Макс. мощность 4 x 52 Вт



№1
ДЛЯ ВАС

Обращение Председателя Совета директоров и Президента

1

УВАЖАЕМЫЕ АКЦИОНЕРЫ ОАО «КОМПАНИЯ «М.ВИДЕО»! ПОЗВОЛЬТЕ ПРЕДСТАВИТЬ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ ОБЗОР РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ В 2009 ГОДУ, А ТАКЖЕ РАССКАЗАТЬ О КЛЮЧЕВЫХ ДОСТИЖЕНИЯХ «М.ВИДЕО» ЗА ЭТОТ ПЕРИОД

В 2009 году сеть «М.видео» стала единственным розничным продавцом бытовой техники и электроники (БТиЭ) национального масштаба, продемонстрировавшим позитивную динамику основных показателей и рост продаж. В условиях снижения объемов рынка БТиЭ, как минимум, на 30%, розничная выручка «М.видео» выросла более, чем на 3% в денежном выражении.

В отчетном периоде Компания продолжила активную экспансию в регионах Российской Федерации. В то время, как многие игроки розничного рынка электроники вынуждены были закрывать торговые точки и испытывали значительные финансовые затруднения, в 2009 году сеть «М.видео» открыла 22 новых гипермаркета, причем, в 7 городах России магазины сети открылись впервые.

Успешная деятельность Компании в 2009 году позволила «М.видео» существенно увеличить долю рынка, как в сегменте специализированных сетей, так и в общем объеме потребления БТиЭ в России.

Не менее важным нашим достижением в 2009 году стало увеличение валовой рента-

бельности бизнеса на 30 базисных пунктов, до 25,3% от продаж Компании.

Одним из самых заметных успехов «М.видео» в 2009 году мы считаем достижение чистой денежной позиции в размере 6,4 млрд. рублей и полное погашение долга в сравнении с предыдущим годом.

Экономическая ситуация в стране в 2009 году обусловила снижение покупательской активности. Наряду с сокращением числа совершаемых покупок, российские потребители стали значительно чаще обращать внимание на цену приобретаемых товаров и услуг. При этом покупатели бытовой техники и электроники по-прежнему отдавали предпочтение высококачественным товарам от ведущих мировых производителей. Россияне традиционно рассматривают потребительскую электронику как способ вложения «свободных» денег, поэтому, предлагая своим покупателям наиболее широкий выбор продукции крупнейших мировых фирм, сеть «М.видео» способствовала удовлетворению спроса на технику широкого круга потребителей. Компания рассчитывает на рост продаж в перспективе, в условиях дальнейшего восстановления экономики и увеличения потребительского спроса.

Залог успешной работы «М.видео» в будущем — слаженная команда менеджеров-профессионалов и хорошо подготовленные, заинтересованные в высоких результатах продавцы-консультанты. Компания намерена и впредь делать особый акцент на развитии и мотивации персонала, создавая новые воз-



Питер Герфи

Александр Тынкован

можности для занятости, построения карьеры и профессионального роста в регионах своей деятельности.

Даже в неблагоприятных рыночных условиях ключевым приоритетом «М.видео» остается фокус на потребностях и интересах покупателей. Тесно взаимодействуя с поставщиками, Компания обеспечивает наличие необходимого количества товара на полках магазинов, но только постоянная обратная связь с покупателями дает нам понимание текущей потребительской конъюнктуры и позволяет совершенствовать обслуживание клиентов.

В 2010 году «М.видео» продолжит радовать своих покупателей технологичными новинками и высоким качеством сервиса во всех регионах деятельности сети, открывать новые магазины и совершенствовать свою работу на таких перспективных направлениях,

как онлайн-торговля, удовлетворяя запросы и предпочтения той части аудитории, которая предпочитает приобретать товары и услуги через Интернет.

Наконец, позвольте поблагодарить всех акционеров Компании за доверие и поддержку в 2009 году и пожелать успехов в 2010 году!

Александр Тынкован
Президент

Питер Герфи
Независимый директор,
Председатель Совета директоров

Радость

СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН, ПРОСТОТА УПРАВЛЕНИЯ, НАДЕЖНОСТЬ, ЭКОНОМИЧНОСТЬ И ВЫСОКАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ — ВОТ ТЕ КАЧЕСТВА, КОТОРЫЕ ТАК ЦЕНЯТСЯ ПОКУПАТЕЛЯМИ И ПРИНОСЯТ ИМ РАДОСТЬ ОТ ОБЩЕНИЯ С БЫТОВОЙ ТЕХНИКОЙ

Музыка

Аудиосистема Hi-Fi
Макс. мощность 2 x 65 Вт



учеба

Моноблок
Процессор 3 ГГц, оперативная память 4Gb



№1
ДЛЯ ВАС

общение

Мобильный телефон
EGSM 900/1800/1900,
Камера 3.2 МПикс



Философия «М.видео»



Видение

«М.видео» — лучшее место для покупки электроники в России!

Миссия

Построение в России эффективного бизнеса — сети магазинов бытовой электроники, способного:

- сделать доступными для потребителей качественные товары бытовой электроники, обеспечив при этом сервис высокого уровня;
- предоставить возможности карьерного роста для сотрудников Компании;
- создать условия для увеличения стоимости Компании.

Стратегия

Основная цель бизнеса «М.видео» — повысить акционерную стоимость Компании путем увеличения выручки и рентабельности и, фокусируясь на наших конкурентных преимуществах, увеличить рыночную долю сети «М.видео» в России в городах, где работают наши магазины. Для достижения этих целей Компания реализует стратегию, которая включает следующие ключевые элементы:

- Рост рыночной доли благодаря успешному формату;
- Усиление основных преимуществ бренда;
- Фокус на эффективность.

История Компании



«М.ВИДЕО» ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ЛИДЕРОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЭЛЕКТРОНИКОЙ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКОЙ В РОССИИ

Первый магазин «М.видео» был открыт в центре Москвы в 1993 году. На конец 2009 года в 72 городах России работало 177 магазинов сети, а также два интернет-магазина.

«М.видео» предлагает своим покупателям порядка 20 000 наименований аудио/видео и цифровой техники, мелкой и крупной бытовой техники, медиа товаров и товаров для развлечений, а также аксессуаров. Наряду с продукцией известных брендов, мы продаем некоторые эксклюзивные товары. «М.видео» использует единый формат и концепцию оформления своих магазинов. Покупателям предоставляется удобная для навигации торговая площадь

размером приблизительно 2000 кв. м, на которой также размещена информация о продаваемых товарах и новинках.

Помимо эффективного формата и ориентированной в первую очередь на интересы покупателя концепции магазинов, в сочетании с узнаваемостью бренда «М.видео», Компания выделяется тем, что предлагает своим покупателям широкий ассортимент качественных товаров и новинок и прекрасное обслуживание благодаря знанию товаров продавцами, а также дополнительное обслуживание и услуги круглосуточного Центра обслуживания клиентов.

В ноябре 2007 года сеть «М.видео» стала первым российским эмитентом в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции были допущены к торговле на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями Компании идет на российских биржевых площадках – РТС и ММВБ.

География «М.видео»

Количество магазинов	Расположение
41	Москва (с областью)
16	Санкт-Петербург
5	Екатеринбург, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону
4	Казань, Краснодар, Челябинск
3	Волгоград, Воронеж, Немерово, Новосибирск, Пермь, Самара, Тюмень, Уфа.
2	Барнаул, Вологда, Красноярск, Курск, Липецк, Нижневартовск, Новороссийск, Омск, Оренбург, Рязань, Сургут, Саратов, Ставрополь.
1	Альметьевск, Армавир, Архангельск, Астрахань, Брянск, Владикавказ, Владимир, Волгодонск, Волжский, Губкин, Железногорск, Иваново, Ижевск, Йошкар-Ола, Кострома, Курган, Махачкала, Магнитогорск, Набережные Челны, Нальчик, Нефтеюганск, Нижнекамск, Нижние Тагил, Новокузнецк, Новотроицк, Нягань, Орел, Пенза, Псков, Пятигорск, Салават, Сочи, Старый Оскол, Стерлитамак, Томск, Тамбов, Таганрог, Тольятти, Ульяновск, Ханты-Мансийск, Чебоксары, Череповец, Ярославль.
Всего : 177	Всего городов: 72



Мечта

ВСЕМИ СВОИМИ ДОСТИЖЕНИЯМИ, ВСЕМИ ИЗОБРЕТЕНИЯМИ И ОТКРЫТИЯМИ ЛЮДИ ОБЯЗАНЫ МЕЧТЕ. МЕЧТА ЭТО САМАЯ ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ НА ПУТИ К ЦЕЛИ. СДЕЛАТЬ ПЕРВЫЙ ШАГ И ПРИБЛИЗИТЬ МЕЧТУ К РЕАЛЬНОСТИ ПОМОГАЕТ ТЕХНИКА «М.ВИДЕО»

Портативный GPS-навигатор
Технология Bluetooth, карта
памяти micro-SD

путешествия



впечатления

Ноутбук
Память DDR2 4Гб, встроенная веб-камера



**№1
ДЛЯ ВАС**

связь

КПК
ОС Windows Mobile 6.1



Обзор операционной деятельности



В 2009 ГОДУ БОЛЬШИНСТВО РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ СТОЛКНУЛИСЬ С РАЗЛИЧНЫМИ ТРУДНОСТЯМИ

Покупательская активность снизилась на фоне негативных явлений в экономике страны и многие розничные операторы прилагали значительные усилия для поддержания продаж и стимулирования потребительского спроса. В то же самое время сеть «М.видео» сделала акцент на взаимодействии с поставщиками электроники и бытовой техники с тем, чтобы предложить своим покупателям наиболее выгодные условия.

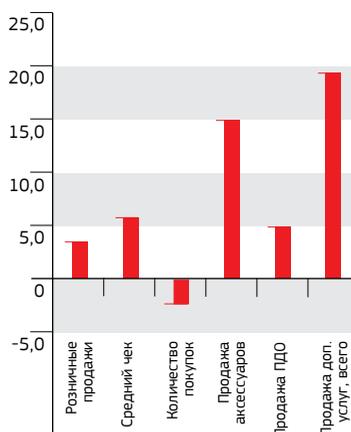
По оценкам ряда аналитиков в 2009 г. показатели российского рынка бытовой техники и электроники упали более, чем на 30% по сравнению

с предыдущим годом. В этих условиях «М.видео» оказалась единственной национальной розничной сетью по торговле бытовой электроникой, которая сумела показать положительную динамику продаж и увеличение розничной выручки. Рост продаж был достигнут за счет открытия 22 новых магазинов, несмотря на снижение продаж сопоставимых магазинов (like-for-like sales, LfL) на 11,6%, а также закрытие 2 магазинов сети.

В сложных рыночных условиях в 2009 году Компания добилась увеличения продаж важнейших категорий с точки зрения валовой рентабельности бизнеса - аксессуаров и сертификатов по Программе дополнительного обслуживания, соответственно на 15% и 5%.

В 2009 в супермаркетах «М.видео» было совершено более 19 млн. покупок. По данным Компа-

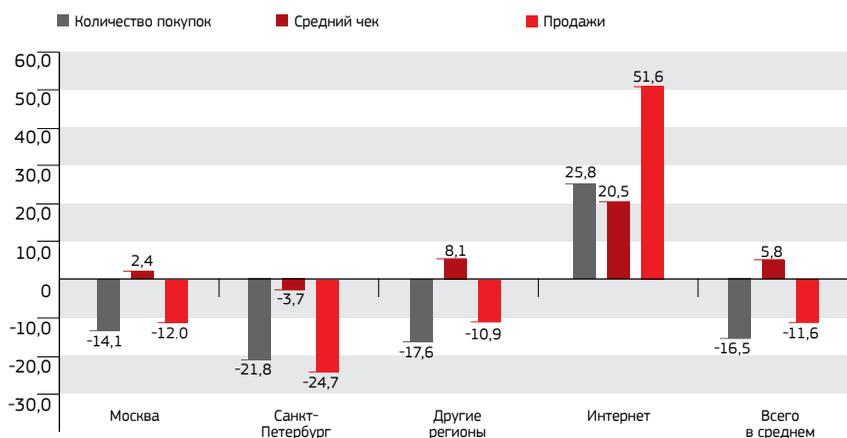
Динамика основных розничных показателей «М.видео» в 2009 г, %



Розничная выручка и продажи сопоставимых магазинов (like-for-like) с 1-го по 4-й кв. 2009 г, %



Количество транзакций, средний чек и продажи like-for-like* в 2009 г., в %.



нии, около 20% посетителей не ушли из магазинов «М.видео» без покупки. Размер среднего чека в 2009 г. составил около 4 300 рублей (с НДС).

Традиционная сезонность бизнеса претерпела серьезные изменения из-за девальвации национальной валюты в начале 2009 г. В январе – феврале 2009 года наблюдался чрезвычайный рост продаж, вызванный негативными ожиданиями российских потребителей по поводу покупательской способности рубля и роста цен. Значительная часть покупок электроники пришлось на 1-й квартал 2009 года, а сезонные тренды восстановились только после стабилизации валютного курса.

На фоне трудностей, которые испытывала российская экономика в 2009 г. в результате влияния глобальной рецессии, изменилось и поведение покупателей. Российские потребители, по-прежнему отдавая предпочтение товарам с высокими качественными характеристиками, стали гораздо менее активны и более ориентированы на цену товара. При этом покупатели электроники, как и ранее, отдавали предпочтение высококачественной продукции с улучшенными потребительскими свойствами и, несмотря на кризис, не переключили свое внимание на продукцию более низкой ценовой категории, например, товары OEM или private labels (товары без торговой марки либо реализуемые под собственной маркой сети). Российские потребители традиционно рассматривают электронику и бытовую технику как своего рода инвестиции. Магазины «М.видео», предлагая широкий выбор товаров ведущих мировых производителей, таким образом удовлетворяют стабильный спрос своих лояльных покупателей на эту продукцию.

Продажи сопоставимых магазинов (like-for-like sales) снизились в 2009 г. вследствие сокращения количества посетителей (трафика) в целом по сети, что привело и к снижению числа покупок. Частично негативный эффект от снижения трафика и числа транзакций был компенсирован ростом среднего чека.

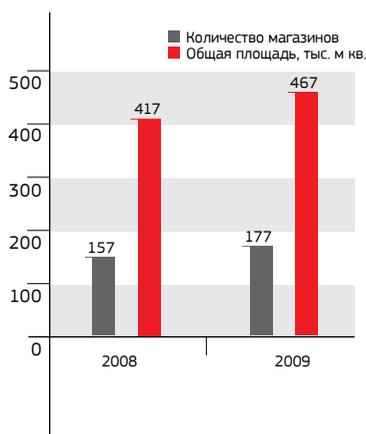
Наибольшее снижение продаж сопоставимых магазинов произошло в крупных промышленных центрах и моногородах с одним градообразующим предприятием.

В текущих рыночных условиях фокус на покупателе существенно расширяет возможности розничной торговой Компании. Наличие товаров в магазинах, общение с покупателями и предложение разнообразных аксессуаров позволило «М.видео» увеличить в 2009 г. средний чеки количество позиций в чеке. В Компании было создано отдельное бизнес-подразделение, занимающееся сбытом устаревших товаров, а также введены новые сервисные точки, представленные в магазинах под именем «Армия ботаников». Проект «Армия ботаников» был первоначально запущен в магазинах «М.видео» в Санкт-Петербурге, Компания намерена продолжить его реализацию в других регионах в 2010 г.

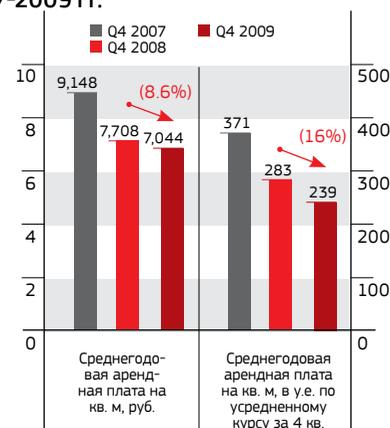
Также к концу 2009 г. «М.видео» прекратила осуществление оптовых продаж, поскольку в настоящее время Компания не рассматривает данный канал с точки зрения увеличения объемов закупок или получения представления о потребительском спросе в регионах, как это было ранее.

* Анализ продаж сопоставимых магазинов (like-for-like, LfL) основан на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2008 г., и не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20% впоследствии.

Количество магазинов и рост площадей в 2008-2009 гг.



Динамика арендных платежей по новым магазинам, открытым в 2007-2009 гг.



Развитие сети

В 2009 г. сеть «М.видео» открыла в общей сложности 22 новых магазина: 3 в Москве и 19 в регионах, впервые открыв свои магазины в 7 новых городах. Также в 2009 г. было закрыто 2 магазина из-за низкой эффективности этих проектов.

По состоянию на конец отчетного года 147 магазинов «М.видео» находились в торговых центрах, а остальные 30 – в отдельно стоящих зданиях. Компания арендует площади для 155 магазинов, и владеет площадями 22 магазинов на правах собственности.

Модель развития сети, доказавшая свою успешность, основана на концепции магазина единого формата со средним размером торговой площади 2 000 кв. м и более (общей площадью 2 500 кв.м и более). При открытии магазина Компания, в целом, ориентируется на регионы (области, районы) с высоким уровнем средней покупательной способности, высокой плотностью населения и транспортной доступностью. Другим важным фактором региональной экспансии являются существенные объемы строительства новых торговых площадей и жилья в регионе.

На открытие нового магазина уходит в среднем 3-5 месяцев, при этом Компания вкладывает в открытие одного магазина около 55 млн. руб. на обустройство, договоры аренды и прочие затраты.

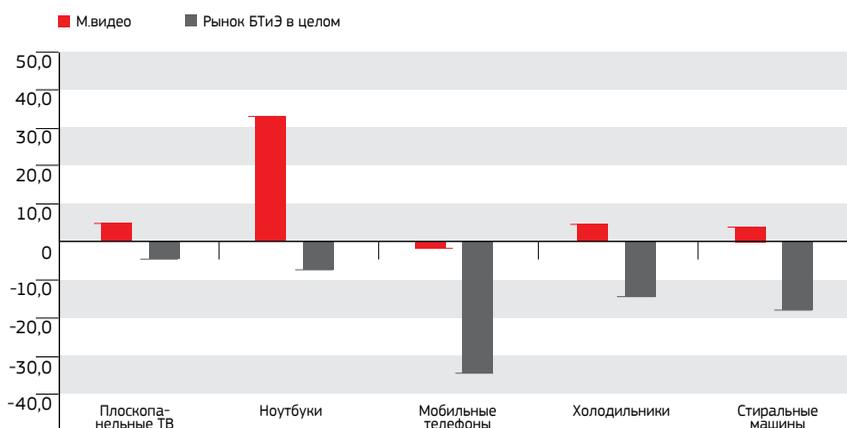
В 2009 «М.видео» продолжила реализацию стратегии повышения плотности сети в городах своего присутствия с тем, чтобы иметь возможность воспользоваться эффектом экономии

в отношении расходов на рекламу и обеспечение поставок, а также увеличить свою долю на локальном рынке. Выход в новые города и регионы признавался целесообразным в тех случаях, когда появлялась возможность открытия рентабельного магазина в перспективном городе, а также в тех городах, где наблюдались хорошие продажи других сетей в отсутствие прямой конкуренции с «М.видео».

При изучении вопроса о расположении будущего магазина, в Компании создается его детальная финансовая модель для оценки потенциальных доходов, структуры издержек, расчета срока окупаемости и внутренней нормы рентабельности. «М.видео» проводит тщательный анализ условий аренды помещения для нового магазина и отказывается от сделки, если арендная плата или объем доходов не отвечают установленным требованиям. Правильное расположение магазина является важнейшим условием его операционной рентабельности, поэтому менеджмент «М.видео» внимательно анализирует стоимость аренды с тем, чтобы обеспечить бесперебойную работу магазина и одновременно жестко контролировать затраты.

В связи с кризисом Компания имела возможность арендовать помещения в 2009 г. для открытия новых магазинов по более выгодным ставкам по сравнению с предыдущими годами. За счет ослабления конкурентов и усиления переговорных позиций, «М.видео» удалось добиться от арендодателей льгот по аренде, например, снижения арендной платы на 1-2 года либо отмены ежегодной индексации в тех торговых центрах, где like-for-like продажи магазинов Компании снизились в сравнении с 2008 г.

Продажи 5 основных товарных категорий в 2009, в %.



С другой стороны, экономическая рецессия серьезно повлияла на планы «М.видео» по открытию ежегодно до 40 магазинов в новых торговых центрах. Сектор коммерческой недвижимости пострадал от кризиса, пожалуй, в наибольшей степени, в результате чего значительно сократилось число объектов нового строительства. Поэтому Компания скорректировала свои планы и открыла только 22 новых магазина в 2009 г.

Серьезным спадом, так и с различными внутренними проблемами, сеть «М.видео» развивала свой бизнес и существенно нарастила долю рынка.

Серьезный спад спроса на бытовую электронику в 2009 г. привел к падению объемов рынка, по имеющимся данным, более, чем на 30% по сравнению с предыдущим годом, до уровня ниже 2007 г. По оценке различных аналитических агентств в 2009 г. общий объем рынка БТиЭ в России составил чуть выше 600 млрд. рублей, при этом доля «М.видео» выросла до 13%. Доля специализированных сетей по торговле электроникой и бытовой техникой (CES) в общем рынке составила примерно 50%. «М.видео» оценивает рост собственной доли в сегменте CES до 26% против 18% в середине 2008 г.

Необходимо также отметить, что сеть «М.видео» нарастила долю рынка в большинстве имеющихся продуктовых категорий и групп.

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА НА РЫНКЕ БТИЭ В КОНЦЕ 2008 Г. И В ТЕЧЕНИЕ ВСЕГО 2009 Г. ОТКРЫЛА ДЛЯ «М.ВИДЕО» ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Доля рынка и конкуренция в отрасли

«М.видео» конкурирует как с национальными, так и региональными операторами розничной торговли электроникой по всей России, а также со специализированными продавцами компьютеров и фототоваров. В 2009 г. «М.видео» удалось продемонстрировать более высокие темпы роста продаж благодаря современным технологиям продаж и высоким стандартам обслуживания покупателей.

Конкурентная среда на рынке БТиЭ в конце 2008 г. и в течение всего 2009 г. открыла для «М.видео» дополнительные возможности. В то время, как другие специализированные сети по торговле электроникой и бытовой техникой (Consumer Electronics Specialists, CES) испытывали трудности, связанные как с экономи-

Валовая рентабельность

Управление валовой рентабельностью находится в постоянном фокусе внимания менеджмента «М.видео». Целевой аудиторией Компании являются покупатели, готовые платить больше за качество, дизайн и сервис. Акцент на продажу продукции с более высокой торговой маржой и товаров с большой добавленной стоимостью обеспечивает Компании дополнительные преимущества в переговорах с поставщиками, прежде всего, позволяя оговаривать особые условия поставок и более низкие закупочные цены.



Возросшая нестабильность рынка БТиЭ в 2009 году в значительной мере определила формирование показателей валовой рентабельности «М.видео». Компания была вынуждена увеличить количество специальных предложений и промо-акций в своем ассортименте: доля спецпредложений выросла на 45% в сравнении с 2008 годом и составила свыше 24% от продаж сети. Компания также столкнулась с изменениями в текущем ассортименте в виде роста доли низкомаржинальных товаров, таких, как персональные компьютеры (ноутбуки) или плоскочпанельные ЖК-телевизоры.

Наиболее позитивным достижением «М.видео» на фоне неблагоприятных в целом рыночных условий можно назвать крайне результативные продажи товаров, относящихся к категории аксессуаров; их доля в общем объеме продаж составила 15%. Компания намерена и впредь увеличивать этот показатель с целью улучшения валовой рентабельности сети.

Для укрепления валовой рентабельности в виду снижения цен на группы товаров в 2009 г. внимание менеджмента «М.видео» было сконцентрировано на оптимизации системы закупок. В результате внедрения этой политики Компании удалось получить значительно более весомые бонусы от поставщиков в отчетном периоде несмотря на то, что объем закупок практически не вырос в сравнении с 2008 г. «М.видео» также прекратила собственные импортные операции в иностранной валюте и начала вести все расчеты с поставщиками в российских рублях.

Зонами особого внимания менеджмента Компании в 2009 году стали улучшение оборачи-

ваемости товара внутри сети, а также обеспечение наличия товара в магазинах, в особенности, товаров, пользующихся наибольшим спросом и предлагаемых в рамках промо-акций и по спецпредложениям. Менеджмент «М.видео» также более тесно взаимодействовал с фирмами-поставщиками: в 2009 г. в Компании были внедрены передовая система планирования продаж (Sales Forecast System) для улучшения прогноза и планирования объема закупок, а также новейший модуль CPRF (Collaborative Planning Forecasting and Replenishment), позволяющий оперативно обмениваться информацией о движении товара и складских остатках с крупнейшими вендорами.

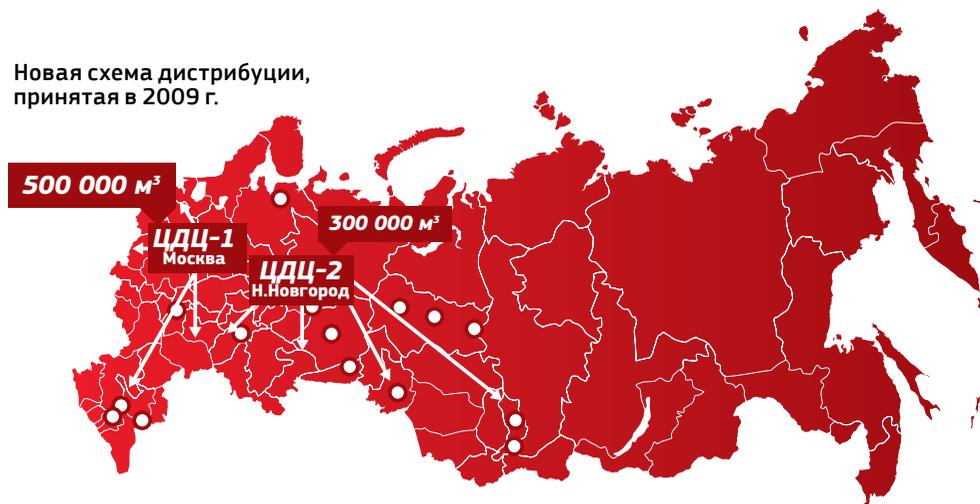
В 2009 году «М.видео» делала особый упор на продвижение в магазинах сети продукции ведущих мировых брендов, а также сокращению товарно-материальных запасов устаревшей и неходовой техники.

Новинки

Мировая электронная промышленность быстро развивается, ежегодно выпуская на рынок новые технологии и инновационные продукты. Сеть «М.видео» ведет постоянный мониторинг тенденций в отрасли и стремится первой предложить своим покупателям товары-новинки.

В отчетном периоде особое внимание мы сфокусировали на продвижении и продажах главной новинки 2009 года – телевизоров на основе технологии EDGE LED. «М.видео» доказала свое лидерство в продвижении на рынок новых технологий, выполнив внутренний план продаж LED-телевизоров в количестве 10 000

Новая схема дистрибуции,
принятая в 2009 г.



В СОТРУДНИЧЕСТВЕ С «МАЙКРОСОФТ РОССИЯ» «М.ВИДЕО» ОРГАНИЗОВАЛА ПРЕМЬЕРНУЮ ПРОДАЖУ НОВОЙ ОПЕРАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ WINDOWS 7 В ОДНОМ ИЗ СВОИХ ЦЕНТРАЛЬНЫХ МОСКОВСКИХ МАГАЗИНОВ.

единиц за отчетный период, сформировав таким образом пятипроцентную долю в сегменте всех ЖК-телевизоров.

«М.видео» первой среди федеральных розничных сетей начала продажи в России цифровых фотоаппаратов стандарта Микро 4/3, представленный принципиально новым решением от компании Panasonic – эксклюзивным цифровым фотоаппаратом DMC-GF1K. «М.видео» также первой предложила покупателям средства для доступа в Интернет новейшего поколения WiMAX 4G и ряд моделей портативных ноутбуков.

В сотрудничестве с «Майкрософт Россия» «М.видео» организовала премьерную продажу новой операционной системы Windows 7 в одном из своих центральных московских магазинов.

Управление цепочкой поставок

В 2009 Компанией «М.видео» была принята Стратегия дистрибуции на 2009-2011 гг., которая аккумулирует и уравнивает «интересы» стратегий в области складского хранения, транспортировки и пополнения товарных запасов, обеспечивая таким образом надлежащее распределение товаров в рамках сети.

Товарная матрица «М.видео» включает 20 000 наименований, в том числе 5 000 наименований основных электробытовых товаров, 5 000 наименований аксессуаров и 10 000 наименований различной медиа продукции и товаров для развлечений. В рамках концепции единого формата магазинов существует возможность изменять размер торговой площади, отводимой под продукты той или иной группы, в зависимости от локального спроса.

Существующий формат магазинов и принципы мерчендайзинга обеспечивают размещение достаточного большого количества товаров на торговой площади, смещая таким образом «центр тяжести» товарных запасов ближе к точкам продаж. Наилучшим решением с точки зрения эффективности и издержек является сосредоточение большого запаса товаров в Центральном Дистрибуторском Центре (ЦДЦ), и пополнение товаров в магазинах «по запросу», что предусматривает одноуровневую модель дистрибуции и позволяет «укоротить» цепочку поставок.

При этом специалисты Компании осознают риски, связанные с хранением всех запасов в одном месте, а также предвидимое снижение эффективности вследствие значительного объема погрузочно-разгрузочных работ и высоких цен на логистические операции в Москве. Исходя из вышеупомянутых соображений, в 2009 г. было принято решение об открытии второго ЦДЦ в Нижнем Новгороде, выбранном из-за своего географического положения, а также наличия провайдеров транспортных и логистических услуг.



В 2009 г. менеджмент «М.видео» уделял особое внимание эффективности управления товарными запасами: Коммерческому Департаменту была поставлена задача уравновесить объем товарных запасов Компании с торговой кредиторской задолженностью для получения положительного эффекта в части оборотного капитала. Следуя поставленной цели, с крупнейшими поставщиками Компании были заключены специальные соглашения с целью обеспечить соотношение между товарными запасами и кредиторской задолженностью в пропорции один к одному.

В 2009 Г. УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ SUPPLY CHAIN MANAGEMENT «М.ВИДЕО» ПРОВОДИЛИСЬ В ДВУХ НАПРАВЛЕНИЯХ: В ЛОГИСТИКЕ И ПЛАНИРОВАНИИ ПРОДАЖ И ЗАКУПОК

Еще в 2008 г. «М.видео» приступила к осуществлению рассчитанного на несколько лет Проекта по Управлению цепочкой поставок (Supply Chain Management, SCM). Управление цепочкой поставок подразумевает не только технические аспекты хранения и перевозки товаров, но также охватывает планирование, прогнозирование и пополнение товарных запасов с учетом спроса, равно как и обеспечение необходимого количества наиболее «ходовых» товаров в нужном месте в нужное время. Таким образом, с одной стороны устраняется проблема складских излишков, а с другой – решается проблема товарного дефицита в магазинах, что способствует увеличению продаж.

В 2009 г. усовершенствования системы Supply Chain Management «М.видео» проводились в двух направлениях: в логистике и планировании продаж и закупок.

Реализация проекта SCM в области логистики велась в сфере оптимизации бизнес-процессов и внедрения новой платформы управления ресурсами предприятия SAP ERP на следующих направлениях: оптимизация цикла «От закупки до платежа» для товаров, находящихся в обороте (работы завершены в августе 2009 г.) и внутренних логистических операций между ЦДЦ и магазинами и пополнению запасов в магазинах (срок завершения – 2010 г.).

Реализация проекта SCM в области планирования продаж и закупок была направлена на оптимизацию процесса прогнозирования и планирования продаж на уровне ассортиментных позиций (реализовано в ноябре 2009 г.), а также планирования закупок на уровне ассортиментных позиций (срок завершения — 2010 г.).

В качестве базовой платформы по управлению товарными остатками и обеспечению наличия товаров в магазинах сети, «М.видео» выбрала программное обеспечение по планированию и прогнозированию закупок, разработанное компанией «Predictix».

Первые результаты реализации проекта SCM будут получены в предстоящие годы, учитывая запланированные Компанией на 2010-2011 гг. значительные инвестиции в проект.

Динамика средней численности персонала (FTE) в 2008-2009 гг.

	2008	2009	%, изменение
Центральный офис	633	620	(2%)
Колл-центр	123	138	12,2%
Интернет-магазин	13	19	46,2%
Региональные сотрудники	496	536	8%
Магазины	9,504	9,727	2,3%
ВСЕГО	10 769	11 040	2,5%

Обязательства перед потребителями и сотрудниками

В «М.видео» уверены, что лояльность покупателей – ключ к успеху Компании на рынке. Покупатели выбирают магазины «М.видео», так как знают, что смогут получить в них качественную консультацию по продуктам и аксессуарам, познакомиться с новинками. Персонал магазинов всегда готов дать совет или помочь в выборе компонентов для правильной установки и эксплуатации техники и электроники на дому.

В 2009 году в Компании была запущена новая программа лояльности покупателей «М.видео Бонус» на базе инновационного CRM-решения Oracle Siebel Loyalty Management.

Новая программа лояльности пришлась по вкусу нашим постоянным покупателям. К концу 2009 года программа насчитывала более 2 млн. участников; каждая третья покупка в магазинах сети была совершена членами клуба «М.видео Бонус». На долю участников программы пришлось 5,5 млн. транзакций из 19,5 млн. покупок, сделанных в магазинах «М.видео».

Программа лояльности «М.видео Бонус» вошла в число лучших мировых практик внедрения корпорации Oracle, а также была признана лучшим CRM-проектом года в рамках национального конкурса CRM TOP AWARDS.

В конце 2009 года Компания также осуществила пилотный запуск нового проекта кобрендинговой карты лояльности совместно с одним из ведущих российских розничных банков. Новая карта «М.видео Бонус» MasterCard позволя-

ет наиболее активным участникам программы лояльности накапливать вознаграждения не только в магазинах «М.видео», но и везде, где принимаются к оплате карты международной платежной системы MasterCard.

Помимо широкого ассортимента товаров в магазинах сети клиентам «М.видео» предлагаются услуги круглосуточного call-центра. Вне зависимости от того, был ли товар приобретен в магазине «М.видео» или нет, операторы call-центра проконсультируют вас по любым вопросам: от месторасположения и часов работы магазинов до способов использования и установки того или иного продукта.

Управленческая команда – ключевое конкурентное преимущество «М.видео». Компания уделяет большое внимание привлечению лучших кадров и обучению персонала, ставя своей целью формирование уникальной корпоративной культуры. В «М.видео» действует многоуровневая система тренингов для ознакомления продавцов с новейшими разработками в сфере бытовой электроники. В Корпоративном Университете «М.видео» проходят обучение будущие директора магазинов и менеджеры секций.

В условиях кризиса, в то время, как многие предприятия столкнулись с необходимостью сокращать персонал либо снижать выплаты по заработной плате, сеть «М.видео» вкладывала средства в развитие сотрудников и способствовала росту занятости в регионах и городах своего присутствия, открывая новые магазины и создавая рабочие места.



Корпоративная социальная ответственность

«М.видео» является одним из крупнейших операторов российского розничного рынка электроники и бытовой техники, поэтому мы отдаем себе отчет в том, что товары, которые продаются в наших магазинах, делают жизнь людей более комфортной, но также могут оказывать непрогнозируемое воздействие на окружающую среду.

КОМПАНИЯ «М.ВИДЕО» СЧИТАЕТ ОДНОЙ ИЗ СВОИХ ПРИОРИТЕТНЫХ ЗАДАЧ ЭКОНОМИЮ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ

Корпоративная символика «М.видео» остается красно-белой, однако, Компания активно пропагандирует «зеленые» ценности, продвигая и отстаивая бережное отношение к окружающей среде.

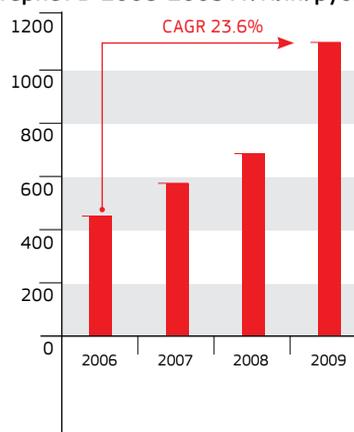
В марте 2009 года «М.видео» присоединилась к всемирной акции «Час Земли», организованной под патронажем Всемирного Фонда Дикой Природы (WWF). В поддержку инициативы WWF все световые вывески и телевизоры в магазинах сети на территории России были выключены в течение одного часа. В рамках подготовки к проведению акции «Час Земли» информация об инициативе доводилась до сведения посетителей магазинов с тем, чтобы они тоже смогли к ней присоединиться. Акция «Час земли» объединила почти миллиард людей по всему миру и явилась общественным призывом принять меры по сохранению окружающей среды для будущих поколений.

В июне 2009 г. Компания отказалась от использования и обращения в своих магазинах упаковочных пакетов из полиэтилена в целях минимизации вредного воздействия этого материала на окружающую среду. Компания перешла на использование окси-биоразлагаемых пакетов, которые в отличие от полиэтиленовых пакетов не предоставлялись бесплатно, а продавались в магазинах. Новые упаковочные изделия пригодны для хранения потребительских товаров в соответствии с руководством ЕС 90/128/ЕЕС. В результате предпринятых действий потребление упаковочных пакетов в магазинах сети за первые три месяца сократилось в одиннадцать раз! Инициатива Компании получила высокую оценку бизнес-сообщества: сеть «М.видео» была признана победителем в номинации «Социальная инициатива года» в рамках Ежегодной национальной премии в области розничной торговли «Annual National Retail Awards 2009».

Компания «М.видео» считает одной из своих приоритетных задач экономию электроэнергии. В декабре 2009 года «М.видео» прекратила продажи ламп накаливания, для которых уже существует замена в виде новых высококачественных энергосберегающих ламп. Месячное потребление электроэнергии новыми лампами в среднем на 80% меньше по сравнению с лампами накаливания, что позволяет значительно сократить потребление электроэнергии в бытовом секторе.

В конце 2009 года Компания «М.видео» присоединилась к инициативе Всемирного фонда дикой природы, направленной на сохранение исчезающей популяции тигров на Дальнем Востоке России. Эта инициатива будет

Динамика продаж «М.видео» в сети Интернет в 2006-2009 гг. млн. руб.



активно продвигаться во всех магазинах сети в течение всего 2010 года.

Компанией «М.видео» также созданы поддерживается благотворительный фонд «Наша инициатива», который оказывает поддержку ряду благотворительных учреждений, приютов, медицинских центров и образовательных проектов в Российской Федерации.

Перспективы развития

«М.видео» и впредь намерена предлагать своим покупателям самые модные новинки и другую высококачественную продукцию во всех магазинах сети, где бы они ни находились, поддерживая уверенность потребителей в том, что «М.видео» – лучшее место для покупки бытовой электроники в России.

Сотрудники Компании заинтересованы в увеличении количества продаж за счет повышения коэффициента конвертации (количество посетителей магазина, совершивших покупку) и в поддержании размера среднего чека за счет высоких продаж аксессуаров и предоставления дополнительных услуг, одновременно стремясь к увеличению количества позиций в чеке.

«М.видео» планирует открыть 30 новых магазинов в 2010 г. Открытие этих магазинов гарантировано наличием существующих площадей в уже открытых либо строящихся торговых центрах, однако увеличение числа открытий будет зависеть от того, насколько быстро сектор коммерческой недвижимости преодолеет последствия кризиса, а также от того, какие возможно-

сти могут появиться вследствие усиления конкуренции на рынке БТИЭ.

Онлайн-торговля по-прежнему будет одним из основных направлений развития Компании в 2010 году. В прошедшем году в «М.видео» было создано новое структурное подразделение, Дирекция по электронной коммерции, отвечающее за развитие интернет-продаж, а также внесены существенные изменения в организацию сайта www.mvideo.ru, являющегося основной торговой интернет-платформой Компании. Мы стремимся к тому, чтобы онлайн-бизнес «М.видео» мог оказать поддержку продажам в сети магазинов, но также имел все возможности для удовлетворения запросов покупателей, предпочитающих приобретать электронику через Интернет.

Бренд «М.видео» – второй по значимости актив Компании после ее персонала. Поэтому Компания не считает возможным открывать новые торговые точки на основе франчайзинга, но предпочитает организовывать прямое управление сетью через собственных сотрудников, гарантируя строгое соблюдение стандартов «М.видео» в каждом магазине, где бы он ни находился. В основе идеологии бренда «М.видео» лежат ключевые корпоративные ценности: честность, простота, эффективность и командная работа; Компания прилагает максимум усилий к тому, чтобы все ее сотрудники разделяли и принимали эти ценности, полностью концентрируясь на интересах покупателей.

Уют

Уютная спокойная обстановка, комфорт и порядок, любимые развлечения и разнообразный досуг — вот что делает дом по-настоящему родным и привычным местом, в которое хочется постоянно возвращаться

комфорт

Кондиционер

Охлаждающая мощность
2,6 кВт



досуг



ЖК-Телевизор

Экран LED 40", частота 120 Гц, 1080 p

**№1
для вас**

впечатления

Blu-Ray плеер

Встроенный WiFi, система
отображения 3D



Обзор финансовых результатов



Ключевые финансовые показатели в 2007-2009 гг.

В млн. рублей (без НДС)	2009	2008	2007
Выручка	72 507	71 486	52 317
Валовая прибыль	18 360	17 876	11 965
% от выручки	25,3%	25,0%	22,9%
Операционные издержки	16 243	15 143	9 981
% от выручки	22,4%	21,2%	18,9%
Операционная прибыль (ЕБИТ)	2 117	2 733	2 084
% от выручки	2,9%	3,8%	4,0%
Показатель EBITDA	3 244	3 596	2 607
% от выручки	4,5%	5,03%	4,98%
Чистая прибыль	783	1 256	649
% от выручки	1,07%	1,08%	1,2%

Выручка

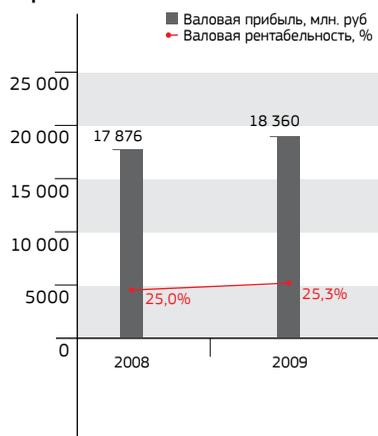
Общая выручка «М.видео» от продажи товаров и услуг складывается из двух ключевых источников, а именно – продаж сопоставимых магазинов, а также выручки новых магазинов сети. В связи с глобальной экономической рецессией продажи сопоставимых магазинов «М.видео» в 2009 году снизились, аналогично большинству других розничных сетей, однако, благодаря открытию новых гипермаркетов сеть «М.видео» стала одной из немногих компаний, которые сумели показать положительную динамику розничной выручки в прошедшем году.

В 2009 году основное внимание менеджмент «М.видео» уделял функционированию розничной сети. К концу года Компания полностью прекратила оптовые поставки, так как этот канал

реализации не оказывал заметного влияния на объемы закупок сети и не способствовал, как это было ранее, получению дополнительной информации о потребительском спросе в отдельных регионах. Розничные продажи в 2009 году составили 97% от общей выручки «М.видео».

Розничные продажи «М.видео» выросли на 3,2% в 2009 г. до 70,3 млрд. рублей в сравнении с 68,1 млрд. руб. годом ранее. Открытие новых магазинов не только компенсировало снижение продаж сопоставимых магазинов сети, но и обусловило рост общей выручки в отчетном периоде.

Непростые рыночные условия и обострение конкуренции привели к значительному сокращению объемов потребления электроники и бытовой техники в России в 2009 г. Необходимо отме-

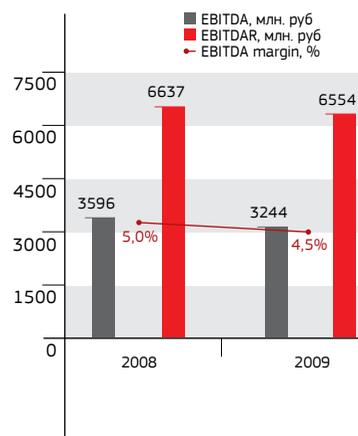
Динамика валовой прибыли и валовой рентабельности в 2008-2009 гг.


тить, что показатель like-for-like «М.видео», снизившийся на по итогам года на 11,6%, был достигнут на фоне буквального обрушения российского рынка БТиЭ, «потерявшего» более 30% своего объема в денежном выражении.

В расчет выручки за период включены как новые магазины, открытые в 2008 году и проработавшие полный 2009 год, так и 22 гипермаркета, открытые уже в 2009 г. Программа развития сети в 2009 году была успешно реализована Компанией несмотря на значительное сокращение числа вводимых в строй новых торговых центров.

Валовая прибыль

Валовая прибыль «М.видео» в 2009 году увеличилась до 18,4 млрд. рублей в сравнении с 17,9 млрд. рублей в 2008 г. Валовая рента-

Динамика показателей EBITDA/ EBITDAR в 2008-2009 гг.


бельность (в % от выручки) выросла на 0,3% до 25,3% против 25% годом ранее. Укрепление валовой рентабельности произошло на фоне сокращения объемов рынка БТиЭ и увеличения промо-активности за счет того, что Компании удалось снизить показатель потерь товарно-материальных запасов, а также уменьшить резерв на их устаревание в отчетном периоде. Менеджмент «М.видео» сконцентрировал особое внимание на улучшениях в наиболее важных с точки зрения операционной эффективности сферах деятельности Компании.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы «М.видео» в 2009 году возросли на 3,8% до 16,6 млрд. рублей в срав-

	В миллионах рублей и в % от Выручки			
	Год, закончившийся			
	31 декабря 2009		31 декабря 2008	
Заработная плата и сопутствующие налоги	4 292	5,9%	4 386	6,1%
Расходы на аренду	3 310	4,6%	3 041	4,3%
Рекламные и маркетинговые расходы	2 493	3,4%	2 462	3,4%
Расходы на транспортировку и складские услуги	1 793	2,5%	2 171	3,0%
Амортизация, износ и убытки от обесценения основных активов	1 127	1,6%	863	1,2%
Прочие*	3 600	5,0%	3 088	4,3%
ВСЕГО	16 615	22,9%	16 011	22,4%

* Прочие расходы включают: оплата коммунальных услуг, расходы на безопасность, содержание сервис-центра, ремонт и замену оборудования, банковские услуги, упаковку товара, консалтинговые услуги, командировочные расходы и др.



нении с 16 млрд. рублей в 2008 году. Общие операционные расходы, как % от выручки, увеличились на 1,2% в 2009 году против 2% годом ранее, показав небольшое снижение темпов ежегодного прироста.

Двумя наиболее существенными факторами, определившими общий рост издержек Компании в 2009 году, стали: амортизационные расходы и расходы на аренду, включая коммунальные услуги. Обе статьи расходов выросли как процент от оборота в связи с отрицательными показателями продаж сопоставимых магазинов в отчетном периоде. При этом негативный эффект роста расходов (в % от выручки) был сглажен ростом продаж магазинов, открытых в 2008-2009 гг.

В СВЯЗИ СО СНИЖЕНИЕМ СТОИМОСТИ РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ В ОТЧЕТНОМ ПЕРИОДЕ, ПОЛУЧЕННАЯ ЭКОНОМИЯ БЫЛА НАПРАВЛЕНА «М.ВИДЕО» НА УВЕЛИЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ АКТИВНОСТИ И РОСТ ЧИСЛА GRP ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ ПРОМО-АКЦИЙ И СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЙ

Расходы на заработную плату и сопутствующие налоги в 2009 году оставались наиболее значительной статьей расходов «М.видео», так как большинство из 11 000 наших работников ориентированы на тесное взаимодействие с покупателями и оказание им различных услуг и консультаций. Небольшое снижение расходов на персонал в 2009 году на 2,1% до 4,29 млрд. рублей в сравнении с 4,39 млрд. рублей годом ранее было достигнуто при од-

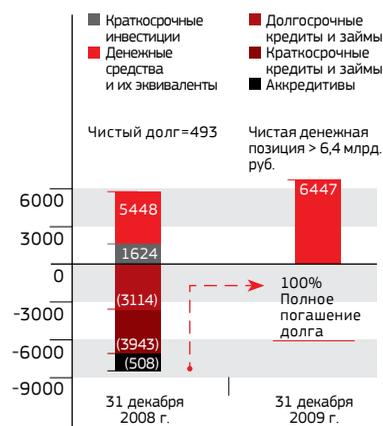
новременном росте числа магазинов сети. Менеджмент тщательно проанализировал должностные обязанности сотрудников и в тех, случаях, когда работник увольнялся из Компании, его место оставалось вакантным, а его функционал перераспределялся между другими сотрудниками. Это привело к улучшению операционной эффективности в целом, а также позволило удержать размер заработных плат на уровне 2008 г. Дополнительным преимуществом такого решения стало повышение мотивации сотрудников, чья зарплата не снизилась в период кризиса.

Расходы на аренду (в % от выручки) возросли с 4,3% в 2008 году до 4,6% в 2009 г. Этот рост был обусловлен, главным образом, увеличением общего числа магазинов сети. Компании удалось добиться снижения платежей по части арендных договоров в 2009 году, однако, эти меры не смогли полностью компенсировать снижение сопоставимых продаж отдельных магазинов.

Расходы на маркетинг и рекламу в 2009 году остались практически на уровне 2008 года. В связи со снижением стоимости рекламных услуг в отчетном периоде, полученная экономия была направлена «М.видео» на увеличение рекламной активности и рост числа GRP (Gross Rating Points) для поддержки промо-акций и спецпредложений.

Расходы на транспортировку товаров и складские услуги в 2009 году сократились на 17% до 1,8 млрд. рублей против 2,2 млрд. рублей годом ранее. Сокращение данных расходов было достигнуто за счет увеличения плотности размеще-

Структура чистого долга в 2008-2009 гг. (в млн. руб.)



ния магазинов сети в отдельных регионах, снижения стоимости транспортных услуг сторонними подрядчиками, а также, частично, благодаря открытию нового ЦДЦ (Центрального Дистрибуционного Центра) в Нижнем Новгороде.

операционная прибыль снизилась до 2,9% в 2009 году в сравнении с 3,8% в 2008 г.

РАСХОДЫ ПО АМОРТИЗАЦИИ, ИЗНОСУ И УБЫТКАМ ОТ ОБЕСЦЕНЕНИЯ ОСНОВНЫХ АКТИВОВ В 2009 ГОДУ ВЫРОСЛИ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОИЗВЕДЕННЫХ КАПИТАЛЬНЫХ ЗАТРАТ НА НОВЫЕ МАГАЗИНЫ, ОТКРЫТЫЕ В 2008-2009 ГГ.

Расходы по амортизации, износу и убыткам от обесценения основных активов в 2009 году выросли в результате произведенных капитальных затрат на новые магазины, открытые в 2008-2009 гг.

Прочие операционные доходы и расходы

Прочие операционные доходы «М.видео» в 2009 сократились до 536 млн. рублей против 1 001 млн. рублей в 2008 г., главным образом, в результате снижения дохода от комиссий, получаемых от банков, выдающих потребительские кредиты покупателям в магазинах сети.

Операционная прибыль

Операционная прибыль снизилась в 2009 году на 22,5% до 2,1 млрд. рублей против 2,7 млрд. рублей годом ранее. Как процент от выручки,

Финансовые расходы (нетто)

Финансовые расходы (нетто) в 2009 году выросли на 117,5% до 794 млн. рублей против 365 млн. рублей в 2008 г.

Снижение процентных расходов «М.видео» по банковским кредитам до 303 млн. рублей с 415 млн. рублей стало возможным благодаря гораздо меньшему объему кредитного портфеля при более высоких процентных ставках. Компания обеспечила чистую денежную позицию в сентябре 2009 года и оставалась с положительным балансом наличности в течение 4-го квартала. Снижение доходов по денежным средствам, размещенным на банковских депозитах было обусловлено переводом всей свободной наличности в банки с более высоким кредитным рейтингом.

Потери от переоценки валютных кредитов и займов, имевшей место в 2009 году, должны рассматриваться в связи с прибылью, полученной от переоценки валютных кредитов и займов в 2008 г. По состоянию на 31 декабря 2009 г. наблюдалась значительная разница между спотовыми курсами иностранных валют, связанных с непогашенными кредитными обязательствами и фьючерсными курсами тех же валют, привязанных к форвардным контрактам.



Расходы по налогу на прибыль

Эффективная ставка налогообложения в 2009 году для «М.видео» составила 40,8% в сравнении с 47% в 2008 г. Снижение эффективной ставки налога было достигнуто, главным образом, за счет улучшения контроля за оборотом товарно-материальных запасов, что выразилось в заметном снижении их потерь в процессе складского хранения. Также на снижение ставки налога позитивное влияние оказало понижение общей ставки налога на прибыль организаций в Российской Федерации до с 24% до 20%.

ОСНОВНОЙ АКЦЕНТ БЫЛ СДЕЛАН НА ОПТИМИЗАЦИИ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА, В РЕЗУЛЬТАТЕ ЧЕГО К КОНЦУ 2009 ГОДА СЕТЬ «М.ВИДЕО» ПОЛНОСТЬЮ ПОГАСИЛА ИМЕВШУЮСЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ И ЗАКОНЧИЛА ОТЧЕТНЫЙ ПЕРИОД, ИМЕЯ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ ЧИСТЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА

Чистая прибыль за год

Чистая прибыль за год снизилась в 2009 году на 38% до 783 млн. рублей против 1256 млн. рублей в 2008.

Активы и обязательства

В 2009 году Компания продолжила работу по улучшению структуры баланса и снижению зависимости от внешних заимствований. Основной акцент был сделан на оптимизацию оборотного

капитала, в результате чего к концу 2009 года сеть «М.видео» полностью погасила имевшуюся задолженность и закончила отчетный период, имея значительные чистые денежные средства.

Движение денежных средств

Чистые денежные средства от операционной деятельности

Компания добилась увеличения денежных средств, полученных от операционной деятельности, до 8,1 млрд. рублей в 2009 году в сравнении с 4,1 млрд. рублей в 2008 г. в следствие оптимизации оборота денежных средств внутри сети.

Торговый оборотный период по итогам 2009 года улучшился на 34 дня по сравнению с 2008 годом. Это показывает, что Компания использовала на 34 дня меньше для перевода запасов и соответствующей дебиторской задолженности в денежные средства. В расчете учитывались запасы, торговая и прочая дебиторская задолженность и торговая кредиторская задолженность. Наибольшую роль сыграло увеличение оборачиваемости торговой кредиторской задолженности на 37 дней в результате переговоров с поставщиками и снижения количества устаревших и неходовых товаров.

Чистые денежные средства от инвестиционной деятельности

Приток денежных средств от инвестиционной деятельности был получен в результате закрытия депозитных счетов, открытых в банках в 2008 г., и снятия средств в размере 1,8 млрд. рублей. Полученные денежные средства пре-

Движение денежных средств

	Год, закончившийся	
	31 декабря 2009	31 декабря 2008
Движение денежных средств от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	3 409	4 146
Изменения в оборотном капитале, уплата налога на прибыль и полученные проценты	4 703	(44)
Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности	8 112	4 102
Чистые денежные средства, направленные на инвестиционную деятельность	231	(2 562)
Чистые денежные средства, полученные от финансовой деятельности	(7 504)	1 347
Чистое увеличение денежных средств и их эквивалентов	839	2 887

высили потребности Компании в финансировании программы развития сети.

Чистые денежные средства от финансовой деятельности

Отток денежных средств от финансовой деятельности в размере 7,5 млрд. рублей сложился в результате полного погашения Компанией всей задолженности к концу года. Для этих целей Компания использовала денежные средства, полученные от операционной деятельности.

Чистый долг (наличность)

«М.видео» закончила 2009 год с чистой денежной позицией в размере 6,4 млрд. рублей в сравнении с чистым долгом, равнявшимся 493 млн. рублей на конец 2008 г.

Долгосрочный план вознаграждения («ДПВ»)

Компания запустила третью Серию ДПВ в декабре 2009 г. В ДПВ участвуют 56 ключевых менеджеров «М.видео». ДПВ является программой мотивации персонала, финансируемой за счет акционерного капитала.

Дружба



ТЕХНИЧЕСКОЕ СОВЕРШЕНСТВО, УДОБНЫЙ И ЭЛЕГАНТНЫЙ ДИЗАЙН ЭЛЕКТРОННЫХ И БЫТОВЫХ ПРИБОРОВ, ПРОДАВАЕМЫХ В «М.ВИДЕО», СПОСОБСТВУЮТ ПРОЯВЛЕНИЮ ЛУЧШИХ КАЧЕСТВ ЛЮДЕЙ, ДЕЛАЮТ ИХ БЛИЖЕ И ИНТЕРЕСНЕЙ ДРУГ ДЛЯ ДРУГА

впечатления



Цифровая «зеркальная» фотокамера
Объектив 18-55 мм, матрица CMOS, съемка видео Full HD



развлечения

Цифровая видеокамера
Оптический зум 25x, матрица 3Мпикс, стабилизация съемки

**№1
ДЛЯ ВАС**



отдых

Цифровой фотоаппарат
Экран 2,7», технология распознавания лиц

Совет Директоров



Слева направо¹

1. Дэвид Хамид

Независимый директор

2. Кристофер Паркс

Член Совета директоров,
Главный финансовый директор

3. Питер Герфи

Независимый директор,
Председатель Совета директоров

4. Уто Кройзен

Независимый директор

5. Александр Тынкован

Член Совета директоров,
Президент

6. Павел Бреев

Член Совета директоров,
Директор по развитию

7. Илпо Хеландер

Независимый директор,
Вице-председатель Совета директоров

8. Стюарт Лейтон

Независимый директор

9. Михаил Кучмент

Неисполнительный директор

¹ Полная биография на сайте www.mvideo.ru

Менеджмент



Александр Тынкован
Президент



Павел Бреев
Директор по развитию



Энрике Фернандес
Коммерческий директор



Ирина Иванова
Директор по управлению поставками



Ольга Терпигорева
Директор по персоналу



Татьяна Окутина
Директор по маркетингу



Стивен Льюис
Директор по розничным продажам



Кристофер Паркс
Финансовый директор



Кристофер Менгхам
Директор по информационным технологиям



Максим Захир
Директор по электронной коммерции



Константин Нечаев
Директор по проектам

Любовь



ПОРОЙ ЛЮДЕЙ СВЯЗЫВАЮТ САМЫЕ НЕЖНЫЕ ЧУВСТВА, КОТОРЫЕ ЗАСТАВЛЯЮТ ИХ ОТНОСИТЬСЯ ДРУГ К ДРУГУ С ОСОБОЙ ЗАБОТОЙ И ВНИМАНИЕМ. РАЗВИТЬ И СОХРАНИТЬ ЭТИ ЧУВСТВА НА ВСЮ ЖИЗНЬ ПОМОГАЕТ ТЕХНИКА ИЗ МАГАЗИНОВ «М.ВИДЕО»

атмосфера **Вытяжка**
2-скоростной
вентилятор,
сменный
фильтр



завтрак



Микроволновая печь
Сенсорная панель управления,
функция разморозки



кофе

Чайник
Мощность нагревательного
элемента 1500 Вт,
автовыключение.



№1
ДЛЯ ВАС

Корпоративное управление



«М.ВИДЕО» В ПОЛНОЙ МЕРЕ СОБЛЮДАЕТ РОССИЙСКИЙ КОДЕКС КОРПОРАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ И СТРЕМИТСЯ СООТВЕТСТВОВАТЬ САМЫМ ВЫСОКИМ МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

«М.видео» прилагает все усилия для раскрытия информации о Компании на своевременной и регулярной основе, обеспечивая всем акционерам равную доступность публикуемой информации. «М.видео» стремится соблюдать разумный баланс между открытостью, прозрачностью и коммерческой тайной. В части публичного раскрытия информации деятельность Компании полностью соответствует российскому законодательству и правилам листинга российских бирж. «М.видео» раскрывает информацию посредством пресс-релизов, через уполномоченные новостные ленты, а также на корпоративном сайте (www.mvideo.ru).

Совет директоров

В 2003 году Компания сформировала консультационный совет, большинство членов которого были избраны в Совет директоров ОАО «Компания «М.видео» на внеочередном Общем собрании акционеров, состоявшемся 27 февраля 2007 года.

В Совете директоров «М.видео» девять мест, пять из которых занимают независимые директора. Критерии независимости директоров

определяются в соответствии с российским Кодексом корпоративного поведения, а также лучшими мировыми стандартами корпоративного управления. Каждый из независимых директоров Компании обладает уникальными знаниями и опытом в сфере ритейла, бытовой электроники, управления поставками и т.п.

По состоянию на 31 декабря 2009 года Председателем Совета директоров являлся Питер Герфи, независимый директор. На эту дату в Совет директоров также входили: Александр Тынкован (президент и основатель Компании, контролирующий акционер), Павел Бреев (директор по развитию и контролирующий акционер), Кристофер Паркс (финансовый директор), Михаил Кучмент (неисполнительный директор) и независимые директора Дэвид Хамид, Илпо Хеландер (Вице-председатель Совета Директоров), Уто Кройзен и Стюарт Лейтон.

В соответствии с российским Кодексом корпоративного поведения и лучшей деловой практикой в июне 2007 года были избраны Комитет по аудиту и Комитет по вознаграждениям при Совете директоров ОАО «Компания «М.видео». Членами и председателями этих комитетов стали независимые члены Совета директоров.

Отчет Комитета по аудиту

Ключевыми компетенциями Комитета по аудиту Совета директоров ОАО «Компания «М.видео» является контроль за подготовкой финансовой отчетности Компании, мониторинг функций внутреннего аудита и проверка эффективности взаимодействия с внешни-

ми аудиторами. Полный перечень функций и компетенций Комитета по аудиту содержится в соответствующем Положении, размещенном на корпоративном сайте «М.видео» по адресу: <http://invest.m-video.ru/path/?go=54>.

В состав Комитета по аудиту входят два независимых директора. По состоянию на 31 декабря 2009 года членами Комитета по аудиту являлись Стюарт Лейтон (Председатель) и Илпо Хеландер (заместитель). В соответствии с Положением о Комитете по аудиту в его состав могут быть избраны члены Совета, имеющие существенный опыт работы в сфере финансов.

В ТЕЧЕНИЕ ГОДА КОМИТЕТ ТАКЖЕ ПРОВЕЛ НЕСКОЛЬКО ВСТРЕЧ ТОЛЬКО В ПРИСУТСТВИИ РУКОВОДИТЕЛЯ СЛУЖБЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА И ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ВНЕШНЕГО АУДИТОРА, БЕЗ УЧАСТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ, ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ ВОПРОСОВ, ИМЕЮЩИХ ОТНОШЕНИЕ К ПРОВЕДЕНИЮ АУДИТА

В 2009 году Комитет по аудиту провел 6 заседаний, на которых присутствовали оба члена Комитета. На заседаниях также присутствовали финансовый директор, финансовый контроллер, руководитель службы внутреннего аудита и ведущий партнер, представляющий внешнего аудитора, ЗАО «Делойт и Туш СНГ». Другие представители менеджмента могут присутствовать на заседаниях в случае необходимости по приглашению членов Комитета.

В течение года Комитет также провел несколько встреч только в присутствии руководителя службы внутреннего аудита и представителей внешнего аудитора, без участия менеджмента Компании, для обсуждения вопросов, имеющих отношение к проведению аудита. В ходе этих встреч было утверждено Положение, обеспечивающее руководителю службы внутреннего аудита прямой контакт с Председателем Комитета, а также утверждающее его подотчетность Комитету. Кроме того, в целях более полного понимания текущей ситуации в Компании, Председатель Комитета регулярно проводит неформальные встречи с менеджментом и внешними аудиторами.

На своих заседаниях в 2009 году Комитет по аудиту, в числе прочих, рассматривал следующие вопросы:

Финансовая отчетность

- обзор промежуточной управленческой отчетности, полугодовой и годовой финансовой отчетности по МСФО, включая выбор надлежащих принципов бухгалтерского учета, применение обоснованных оценок и расчетов и т.п.;
- проверка достоверности и аккуратности финансовой отчетности и любых других публичных сообщений/заявлений Компании, касающихся ее финансовых результатов;
- обсуждение отчетов и рекомендаций менеджмента и внешнего аудитора по вопросам бухгалтерского учета и налогообложения.



Внутренний контроль

- рассмотрение отчетов менеджмента по соблюдению принципов и процедур финансовой отчетности, прочих внутренних процедур, функционирования систем и т.п.;

- рассмотрение рекомендаций аудиторов по улучшению процедур внутреннего контроля и обсуждение этих инициатив с менеджментом.

Внутренний аудит

- утверждение плана работы на год службы внутреннего аудита;

- утверждение расходов на обеспечение работы и обучение сотрудников службы внутреннего аудита;

- рассмотрение регулярных отчетов службы внутреннего аудита с целью проверки исполнения графика проведения аудита.

Внешний аудит

- утверждение условий найма, размера вознаграждения внешних аудиторов, а также объема работ, выполняемого внешним аудитором;

- мониторинг политик, определяющих критерии независимости внешних аудиторов и консультантов;

- рассмотрение отчетов и обзор ключевых выводов внешнего аудитора, контроль за исполнением рекомендаций, данных менеджменту в ходе аудита;

- проведение тендера на проведение внешнего аудита, определение размера и структуры вознаграждения аудитора на 2010 год и представление рекомендаций Совету директоров по назначению ЗАО «Делойт и Туш СНГ» консультантом по проведению внешнего аудита Компании по стандартам МСФО, а также дочерних компаний «М.видео» по российским стандартам бухгалтерского учета.

граждения аудитора на 2010 год и представление рекомендаций Совету директоров по назначению ЗАО «Делойт и Туш СНГ» консультантом по проведению внешнего аудита Компании по стандартам МСФО, а также дочерних компаний «М.видео» по российским стандартам бухгалтерского учета.

Прочие мероприятия

- оценка деятельности Комитета по аудиту. В 2009 году данный анализ был проведен в рамках более широкого исследования, посвященного работе Совета директоров и его комитетов. По итогам исследования было отмечено, что Комитет по аудиту в полной мере выполняет возложенные на него обязанности.

Стюарт Лейтон,
Председатель Комитета по аудиту

Отчет Комитета по вознаграждениям и назначениям

В компетенцию Комитета по вознаграждениям и назначениям ОАО «Компания «М.видео» входят вопросы подготовки рекомендаций для Совета директоров в сфере политики вознаграждений, разработка предложений по вознаграждению отдельных менеджеров высшего звена и консультирование менеджмента «М.видео» по вопросам вознаграждения ключевых сотрудников Компании.

Задачи Комитета детально описаны в Положении о Комитете по вознаграждениям и назначениям, доступном на корпоративном сайте «М.видео» <http://invest.m-video.ru/path/?go=54>.

По состоянию на 31 декабря 2009 года членами Комитета являлись Уто Кройзен (Председатель), Дэвид Хамид, и Питер Гефри.

В 2009 г. было проведено 7 заседаний Комитета.

НЕСМОТЯ НА НЕБЛАГОПРИЯТНЫЙ РЫНОЧНЫЙ ТРЕНД, КОМИТЕТ РЕКОМЕНДОВАЛ СОХРАНИТЬ КОМПЕНСАЦИОННЫЕ ПАКЕТЫ И РАЗМЕР ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ДЛЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМАНДЫ «М.ВИДЕО» НА ТОМ ОСНОВАНИИ, ЧТО КОМПАНИЯ ПРОДОЛЖАЕТ ПОКАЗЫВАТЬ БОЛЕЕ ВЫСОКИЕ, ПО СРАВНЕНИЮ СО СВОИМИ КОНКУРЕНТАМИ, РЕЗУЛЬТАТЫ

В 2009 году глобальный экономический кризис, затронувший и Россию, поставил ряд серьезных вопросов в области мотивации руководителей и персонала. Несмотря на неблагоприятный рыночный тренд, Комитет рекомендовал сохранить компенсационные пакеты и размер вознаграждения для управленческой команды «М.видео» на том основании, что Компания продолжает показывать более высокие, по сравнению со своими конкурентами, результаты. В связи с этим в сфере внимания Комитета в 2009 г. находился новый Долгосрочный план вознаграждения («ДПВ»), предусматривающий вознаграждение менеджерам Компании за увеличение стоимости акционерного капитала. Новый Долгосрочный план вознаграждения (2010 – 2015) был утвержден Советом директоров в декабре 2009 г.

В течение 2009 года Комитет содействовал укреплению управленческого звена «М.видео» и привлечению новых топ-менеджеров. В перспективе Комитет рассчитывает способствовать повышению эффективности процедуры кадрового планирования и замещения вакантных должностей в Компании.

Необходимо особо отметить, что Совет директоров Компании со всей серьезностью подходит к вопросу компенсационной политики, а Комитет по вознаграждениям и назначениям, полностью состоящий из независимых директоров, эффективно функционирует в интересах всех акционеров «М.видео» и использует в своей работе распространенные рыночные критерии, определяя и устанавливая справедливый размер компенсаций менеджеров.

Уто Кройзен,
Председатель Комитета
по вознаграждениям и назначениям.





Информация для акционеров

В Российской Федерации акции ОАО «Компания «М.видео» обращаются в Российской Торговой Системе (РТС) и на Московской Межбанковской Валютной Бирже (ММВБ) под следующими биржевыми тикерами:

Биржевые тикеры

Биржа	Bloomberg	Reuters
МІСЕХ	MVID RM	MVID MM
RTS	MVID RU	MVID.RTS

Международные идентификационные коды акций ОАО «Компания «М.видео»:

Название	Код
ISIN	RU000A0JPGA0

Информация по акциям

Дата проведения IPO (РТС/ММВБ)	01.11.2007
Цена предложения	6,95 долл.
Объем привлеченного капитала	203 млн долл.
Цена на 31.12.2009	3,97 долл.
Максимальное/минимальное значение цены акции	8,80 долл./0,69 долл.
Капитализация	713 млн. долл. (на 31 декабря 2009 г.)
Выпущенные акции	17 976 8227
Акции в свободном обращении	29,4%

Информация о регистраторе

ОАО «Центральный Московский
Депозитарий» («ЦМД»)
105082, г. Москва,
ул. Большая Почтовая 34/8
Телефоны: +7 (495) 221-13-35,
+7 (495) 221-13-33, +7 (495) 221-13-34
E-mail: info@mcd.ru
Сайт: www.mcd.ru

Контакты

Центральный офис:

ОАО «Компания «М.видео»
107066, г. Москва, ул. Нижняя
Красносельская 40/12 строение 1
Телефон: + 7 (495) 644-28-48 доб. 7064
E-mail: ir@mvideo.ru

Официальный сайт: invest.mvideo.ru

Для инвесторов и акционеров:

Денис Давыдов
Директор по связям с инвесторами
Тел: +7 (495) 644-28-48 доб. 7064
E-mail: ir@mvideo.ru

Доверие

ДОСТАТОЧНО ОДНОГО ВЗЛЯДА НА ЭЛЕКТРОННУЮ И БЫТОВУЮ ТЕХНИКУ В НАШИХ МАГАЗИНАХ, ЧТОБЫ ПОНЯТЬ, НАСКОЛЬКО ОНА БЕЗОПАСНА И НАДЕЖНА. ТАКУЮ ТЕХНИКУ МОЖНО ДОВЕРИТЬ САМЫМ БЛИЗКИМ ЛЮДЯМ, НЕ ОПАСЯСЬ ЗА ИХ ЗДОРОВЬЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ

атмосфера

Вытяжка
3-скоростной
вентилятор,
алюминиевый фильтр



пирог

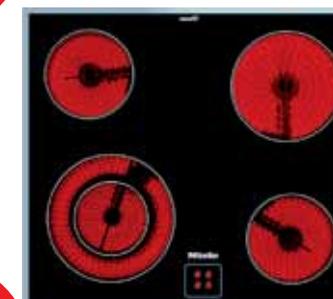


Встроенная духовка
Функция самоочистения,
система True Convection



начинка

Встроенная варочная панель
Мощность 3000 Вт,
4 нагревательных элемента



№1
ДЛЯ ВАС



Открытое акционерное общество «Компания «М.видео» и дочерние предприятия Консолидированная финансовая отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2009 года

Открытое акционерное общество «Компания «М.видео» и дочерние предприятия Консолидированная финансовая отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2009 года	48
Заявление руководства об ответственности за подготовку и утверждение Консолидированной Финансовой Отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2009 года	49
Отчет независимых аудиторов	50–51
Консолидированная Финансовая Отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2009 года:	
Консолидированный баланс	52–53
Консолидированный отчет о совокупном доходе	54
Консолидированный отчет об изменениях в капитале	55
Консолидированный отчет о движении денежных средств	56–57
Примечания к консолидированной финансовой отчетности	58–104

Заявление руководства об ответственности за подготовку и утверждение Консолидированной Финансовой Отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2009 года

Нижеследующее заявление, которое должно рассматриваться совместно с описанием обязанностей аудиторов, содержащимся в представленном на страницах 50–51 отчете независимых аудиторов, сделано с целью разграничения ответственности аудиторов и руководства в отношении консолидированной финансовой отчетности ОАО «Компания «М.видео» и его дочерних предприятий («Группа»).

Руководство Группы отвечает за подготовку консолидированной финансовой отчетности, достоверно отражающей во всех существенных аспектах консолидированное финансовое положение на 31 декабря 2009 года, результаты деятельности, движение денежных средств и изменения в капитале Группы за год, закончившийся 31 декабря 2009 года, в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности («МСФО»).

При подготовке консолидированной финансовой отчетности руководство несет ответственность за:

- выбор надлежащих принципов бухгалтерского учета и их последовательное применение;
- применение обоснованных оценок и расчетов;
- соблюдение требований МСФО и раскрытие всех существенных отступлений от МСФО в примечаниях к консолидированной финансовой отчетности;
- подготовку консолидированной финансовой отчетности, исходя из допущения, что Группа будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем, за исключением случаев, когда такое допущение неправомерно.

Руководство также несет ответственность за:

- разработку, внедрение и обеспечение функционирования эффективной и надежной системы внутреннего контроля на всех предприятиях Группы;
- поддержание системы бухгалтерского учета, позволяющей в любой момент с достаточной степенью точности подготовить информацию о финансовом положении Группы и обеспечить соответствие консолидированной финансовой отчетности требованиям МСФО;
- ведение бухгалтерского учета в соответствии с законодательством и стандартами бухгалтерского учета Российской Федерации;
- принятие мер в пределах своей компетенции для обеспечения сохранности активов Группы; и
- выявление и предотвращение фактов мошенничества, ошибок и прочих злоупотреблений.

Настоящая консолидированная финансовая отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2009 года, была утверждена 24 мая 2010 года от имени Совета Директоров:

А. Тышкован
Президент



К. Паркс
Финансовый директор



Отчет независимых аудиторов

Акционерам ОАО «Компания М.видео»:

Мы провели аудит прилагаемой консолидированной финансовой отчетности ОАО «Компания М.видео» и его дочерних предприятий (далее совместно именуемые – «Группа»), которая включает в себя консолидированный баланс по состоянию на 31 декабря 2009 года и соответствующий консолидированный отчет о совокупном доходе, консолидированный отчет об изменениях в капитале и консолидированный отчет о движении денежных средств за год, закончившийся на эту дату, а также краткое изложение основных принципов учетной политики и прочие примечания к данной консолидированной финансовой отчетности.

Ответственность руководства за подготовку консолидированной финансовой отчетности

Руководство Группы несет ответственность за подготовку и достоверное представление данной консолидированной финансовой отчетности и ее соответствие Международным стандартам финансовой отчетности. Данная ответственность включает создание, внедрение и поддержание системы внутреннего контроля за подготовкой и достоверным представлением консолидированной финансовой отчетности, не содержащей существенных искажений ни вследствие злоупотреблений, влияющих на консолидированную финансовую отчетность, ни вследствие ошибок; выбор и применение надлежащей учетной политики; а также применение обоснованных обстоятельствами бухгалтерских оценок.

Ответственность аудитора

Наша обязанность состоит в выражении мнения о достоверности данной консолидированной финансовой отчетности на основании проведенного нами аудита. Мы провели аудит в соответствии с Международными стандартами аудита. Эти стандарты требуют обязательного соблюдения аудиторами этических норм, а также планирования и проведения аудита с целью получения достаточной уверенности в том, что консолидированная финансовая отчетность не содержит существенных искажений.

Аудит включает проведение процедур, необходимых для получения аудиторских доказательств в отношении числовых показателей и примечаний к консолидированной финансовой отчетности. Выбор надлежащих процедур основывается на профессиональном суждении аудитора, включая оценку рисков существенного искажения консолидированной финансовой отчетности вследствие злоупотреблений, влияющих на консолидированную финансовую отчетность, или ошибок. Оценка таких рисков включает рассмотрение системы внутреннего контроля над подготовкой и достоверностью консолидированной финансовой отчетности с целью разработки аудиторских процедур, применимых в данных обстоятельствах, но не для целей выражения мнения об эффективности системы внутреннего контроля Группы. Аудит также включает оценку уместности применяемой учетной политики и обоснованности допущений, сделанных руководством, а также оценку представления консолидированной финансовой отчетности в целом.

Мы полагаем, что полученные нами аудиторские доказательства являются достаточным основанием для выражения мнения аудитора.

Мнение аудитора

По нашему мнению, консолидированная финансовая отчетность достоверно во всех существенных аспектах отражает консолидированное финансовое положение Группы по состоянию на 31 декабря 2009 года, а также консолидированные финансовые результаты ее деятельности и консолидированное движение денежных средств за год, закончившийся на эту дату, в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности.

Регина А. Ташева

Москва
24 мая 2010 года


Консолидированный баланс по состоянию на 31 декабря 2009 года (в миллионах российских рублей)

	Примечания	31 декабря 2009 года	31 декабря 2008 года
АКТИВЫ			
ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ:			
Основные средства	6	6 074	5 917
Авансы по приобретению основных средств		157	–
Нематериальные активы	7	474	335
Отложенные налоговые активы	15	1 160	915
Форвардный валютный контракт		–	388
Прочие внеоборотные активы		127	119
ИТОГО ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		7992	7674
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ:			
Товарно-материальные запасы	8	15 474	14 115
Торговая дебиторская задолженность		104	138
Прочая дебиторская задолженность и расходы будущих периодов	9	1 067	2 043
НДС и дебиторская задолженность по прочим налогам	10	1 159	1 489
Дебиторская задолженность по налогу на прибыль		34	54
Форвардный валютный контракт		–	433
Краткосрочные инвестиции	11	–	1 624
Денежные средства и их эквиваленты	12	6 447	5 448
Прочие оборотные активы		225	164
ИТОГО ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		24 510	25 508
ИТОГО АКТИВЫ		32 502	33 182

Консолидированный баланс (продолжение) по состоянию на 31 декабря 2009 года (в миллионах российских рублей)

	Примечания	31 декабря 2009 года	31 декабря 2008 года
КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
КАПИТАЛ:			
Уставный капитал	13	1 798	1 798
Добавочный капитал		4 576	4 576
Нераспределенная прибыль		2 385	1 615
ИТОГО КАПИТАЛ		8 759	7 989
ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА:			
Долгосрочные кредиты и займы	14	-	3 114
Отложенные налоговые обязательства	15	288	446
Резервы	21	129	119
ИТОГО ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		417	3 679
КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА:			
Краткосрочные займы и кредиты	16	-	3 943
Торговая кредиторская задолженность	17	20 495	14 878
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	18	567	1 309
Авансы, полученные от покупателей		506	318
Налог на прибыль к уплате		321	263
Прочие налоги к уплате	19	132	138
Отложенная выручка	20	1 094	505
Резервы	21	211	160
ИТОГО КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		23 326	21 514
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		23 743	25 193
ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		32 502	33 182

Примечания на стр. 58–104 являются неотъемлемой частью настоящей консолидированной финансовой отчетности. Отчет независимых аудиторов представлен на стр. 50–51.

Подписано от имени Совета Директоров 24 мая 2010 года:

А. Тышкован
Президент



К. Парк
Финансовый директор





**Консолидированный отчет о совокупном доходе за год, закончившийся 31 декабря 2009 года
(в миллионах российских рублей, за исключением чистой прибыли на акцию)**

	Примечания	2009	2008
ВЫРУЧКА	22	72 507	71 486
СЕБЕСТОИМОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ	23	(54 147)	(53 610)
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ		18 360	17 876
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	24	(16 615)	(16 011)
Прочие операционные доходы	25	536	1 001
Прочие операционные расходы	26	(164)	(133)
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ		2 117	2 733
Финансовые расходы, нетто	27	(794)	(365)
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ		1 323	2 368
РАСХОДЫ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ	15	(540)	(1 112)
ИТОГО ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ЗА ГОД, ЯВЛЯЮЩАЯСЯ СОВОКУПНЫМ ДОХОДОМ ЗА ГОД		783	1 256
СРЕДНЕВЗВЕШЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО ОБЫКНОВЕННЫХ АКЦИЙ ДЛЯ РАСЧЕТА БАЗОВОЙ И РАЗВОДНЕННОЙ ПРИБЫЛИ НА АКЦИЮ (в миллионах штук)		180	180
БАЗОВАЯ И РАЗВОДНЕННАЯ ПРИБЫЛЬ НА АКЦИЮ (в российских рублях)		4.35	6.98

Примечания на стр. 58–104 являются неотъемлемой частью настоящей консолидированной финансовой отчетности. Отчет независимых аудиторов представлен на стр. 50–51.

Подписано от имени Совета Директоров 24 мая 2010 года:

А. Тынкован
Президент



К. Паркс
Финансовый директор



**Консолидированный отчет об изменениях в капитале за год, закончившийся 31 декабря 2009 года
(в миллионах российских рублей)**

	Примечания	Уставный капитал	Добавочный капитал	Нераспределенная прибыль	Итого
Остаток на 31 декабря 2007 года		1 798	4 576	265	6 639
Признание вознаграждения в форме акций с использованием ранее выпущенных обыкновенных акций	28	-	-	87	87
Исключение налога на прибыль, ранее признанного в капитале	15	-	-	7	7
Итого совокупный доход за год		-	-	1 256	1 256
Остаток на 31 декабря 2008 года		1 798	4 576	1 615	7 989
Признание вознаграждения в форме акций с использованием ранее выпущенных обыкновенных акций	28	-	-	28	28
Налог на дивиденды, распределенные дочерними компаниями в пользу материнской Компании Группы	15	-	-	(41)	(41)
Итого совокупный доход за год		-	-	783	783
Остаток на 31 декабря 2009 года		1 798	4 576	2 385	8 759

Примечания на стр. 58–104 являются неотъемлемой частью настоящей консолидированной финансовой отчетности. Отчет независимых аудиторов представлен на стр. 50–51.

Подписано от имени Совета Директоров 24 мая 2010 года:

А. Тышкован
Президент



К. Паркс
Финансовый директор



**Консолидированный отчет о движении денежных средств за год, закончившийся 31 декабря 2009 года
(в миллионах российских рублей)**

	Примечания	2009	2008
ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:			
Итого совокупный доход за год		783	1 256
Корректировки:			
Налог на прибыль, отраженный в отчете о совокупном доходе	15	540	1 112
Процентные расходы по кредитам банков	27	368	631
Процентные доходы	27	(65)	(226)
Расходы по выплате купонного дохода	27	-	10
Убыток от продажи и прочего выбытия основных средств	6	10	2
Амортизация, износ и убытки от обесценения внеоборотных активов	6,7,24	1 127	863
Курсовая разница, нетто	25,27	188	734
Изменение в резерве по сомнительной торговой дебиторской задолженности		(2)	-
Вознаграждение в форме акций	28	28	87
Восстановление резерва по сомнительным векселям к получению		(14)	(12)
Начисление резерва по сомнительным авансам выданным	9	34	90
Изменение справедливой стоимости форвардных контрактов	25,27	279	(937)
Изменение в резерве на возвраты товаров покупателями		(5)	5
Изменение в резерве на устаревшие и неходовые товары	8,23	138	531
Потери в товарно-материальных запасах	23	302	711
Операционный доход до изменений в оборотном капитале		3 711	4 857
Увеличение товарно-материальных запасов		(1 806)	(5 180)
Уменьшение/(увеличение) торговой дебиторской задолженности		45	(58)
Уменьшение/(увеличение) прочей дебиторской задолженности и расходов будущих периодов		942	(453)
Увеличение прочих оборотных активов		(4)	(13)
Уменьшение НДС и дебиторской задолженности по прочим налогам		330	101
Увеличение торговой кредиторской задолженности		5 621	5 462
(Уменьшение)/увеличение прочей кредиторской задолженности и начисленных расходов		(779)	867
Увеличение авансов, полученных от покупателей		187	25
(Уменьшение)/увеличение гарантийного резерва		(3)	5
(Уменьшение)/увеличение прочих налогов к уплате		(6)	40
Увеличение отложенной выручки		589	200
Денежные средства, полученные от операционной деятельности		8 827	5 853
Уплаченный налог на прибыль		(905)	(1 254)
Уплаченные проценты		(352)	(629)
Расчеты по форвардным контрактам		542	132
ЧИСТЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА, ПОЛУЧЕННЫЕ ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		8 112	4 102

**Консолидированный отчет о движении денежных средств (продолжение)
за год, закончившийся 31 декабря 2009 года (в миллионах российских рублей)**

	2009	2008
ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:		
Приобретение основных средств	(1 201)	(2 535)
Краткосрочные инвестиции, размещенные в банках	-	(4 834)
Поступления от возврата краткосрочных инвестиций	1 772	4 766
(Увеличение)/уменьшение авансов по приобретению основных средств	(157)	42
Приобретение нематериальных активов	(232)	(334)
Поступления от погашения кредитов и векселей к получению	-	29
Проценты полученные	49	304
ЧИСТЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА, ПОЛУЧЕННЫЕ ОТ/(ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ В) ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	231	(2 562)
ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:		
Поступления от долгосрочных кредитов	1 290	2 880
Поступления от краткосрочных кредитов	6 827	18 419
Погашение кредитов	(15 621)	(19 833)
Выкуп облигаций	-	(119)
ЧИСТЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА, (ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ В)/ПОЛУЧЕННЫЕ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	(7 504)	1 347
ЧИСТОЕ УВЕЛИЧЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И ИХ ЭКВИВАЛЕНТОВ	839	2 887
Курсовая разница, нетто	160	181
ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ на начало года	5 448	2 380
ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ на конец года	6 447	5 448

Для более детальной информации по неденежным операциям см. Примечания 6, 9 и 28.

Примечания на стр. 58–104 являются неотъемлемой частью настоящей консолидированной финансовой отчетности. Отчет независимых аудиторов представлен на стр. 50–51.

Подписано от имени Совета Директоров 24 мая 2010 года:

А. Тышкован
Президент



К. Паркс
Финансовый директор



Примечания к консолидированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2009 года (в миллионах российских рублей)

1. Общие сведения

Настоящая консолидированная финансовая отчетность ОАО «Компания «М.видео» (далее «Компания») и дочерних предприятий (далее совместно «Группа») за год, закончившийся 31 декабря 2009 года, была утверждена к выпуску согласно решению Совета Директоров 24 мая 2010 года.

Компания и ее дочерние предприятия (см. таблицу ниже) зарегистрированы на территории Российской Федерации. Юридический адрес Компании: 105066, Россия, Москва, ул. Нижняя Красносельская, д. 40/12, стр. 20. В ходе первичного публичного размещения акций в ноябре 2007 года акции Компании были допущены к торгам на российских биржах РТС и ММВБ.

ООО «Компания «М.видео» была зарегистрирована 3 декабря 2003 года. 25 сентября 2006 года Компания была преобразована из Общества с Ограниченной Ответственностью в Открытое Акционерное Общество.

Группе принадлежит сеть магазинов бытовой техники и электроники в Российской Федерации. Группа специализируется на реализации телевизионной, аудио-, видео-, хай-фай, бытовой техники и цифрового оборудования, а также на предоставлении сопутствующих услуг. Группа включает в себя сеть собственных и арендованных магазинов (177 магазинов по состоянию на 31 декабря 2009 года; 157 магазинов на 31 декабря 2008 года) и два Интернет-магазина, осуществляющих продажу товаров конечным покупателям. В 2009 году Группа также осуществляла оптовые торговые операции, которые представляют собой продажи товаров другим розничным продавцам.

Настоящая консолидированная финансовая отчетность включает в себя активы, обязательства и результаты деятельности следующих дочерних предприятий Компании, входящих в Группу по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов:

Наименование	Вид деятельности	Процент участия/процент голосующих акций, % 2009	Процент участия/процент голосующих акций, % 2008
ООО «М.видео Менеджмент»	Торговля	100	100
ООО «М.видео Торг»	Владелец торгового оборудования	100	100
ООО «М.видео Трейд»	Торговля	100	100
ООО «Сфера Инвест»	Владелец недвижимости	100	100
ООО «Стандарт Инвест»	Владелец недвижимости	100	100
ООО «М.видео Финанс»	Финансы	100	100

Акционеры

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов зарегистрированные акционеры ОАО «Компания «М.видео», а также их доли владения представлены следующим образом:

	2009	2008
«Свече Лимитед»	69,9626%	69,9626%
«М.видео Холдинг (Сайпрус) Лимитед»	0,5884%	0,7405%
Различные акционеры	29,4490%	29,2969%
ИТОГО	100%	100%

Конечные собственники

«М.видео Инвестмент Лтд.» (БВО) – компания, зарегистрированная на территории Британских Виргинских островов, контролирует 100% голосующих и обыкновенных акций компаний «М.видео Холдинг (Сайпрус) Лимитед» и «Свече Лимитед» (компания зарегистрирована на Кипре) и является материнской компанией самого высокого уровня по отношению к Компании.

Г-н Александр Тынкован, гражданин Российской Федерации, владеет контрольным пакетом акций компании «М.видео Инвестмент Лтд.» (БВО).

2. Принципы подготовки отчетности**Заявление о соответствии**

Консолидированная финансовая отчетность была подготовлена в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (далее «МСФО»).

Основы составления отчетности

Консолидированная финансовая отчетность была подготовлена на основе принципа исторической стоимости, за исключением оценки финансовых инструментов в соответствии с МСБУ 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» (далее «МСБУ 39») и оценки объектов основных средств по их справедливой стоимости, которая была принята в качестве фактической стоимости на дату перехода на МСФО. Датой перехода Группы на МСФО является 1 января 2006 года.

Все компании Группы ведут бухгалтерский учет в соответствии со стандартами бухгалтерского учета Российской Федерации (далее «РСБУ»). РСБУ существенно отличаются от стандартов МСФО. В связи с этим в консолидированную финансовую отчетность, которая была подготовлена на основе форм российской бухгалтерской отчетности компаний, были внесены соответствующие корректировки, необходимые для представления данной консолидированной финансовой отчетности в соответствии с МСФО.

Функциональная валюта и валюта представления отчетности – Данная консолидированная финансовая отчетность представлена в рублях (далее «руб.»), являющихся функциональной валютой Компании и валютой представления ее отчетности. Функциональная валюта каждой компании Группы определялась как валюта основной экономической среды, в которой осуществляет свою деятельность соответствующая компания.

Применение новых стандартов и интерпретаций

Учетная политика, применяемая при подготовке данной финансовой отчетности, соответствует учетной политике, применявшейся при подготовке финансовой отчетности за предыдущий отчетный период, за исключением изменений, описанных ниже.

Группа применила следующие новые и измененные международные стандарты бухгалтерского учета (далее «МСБУ») и интерпретации Комитета по Международным стандартам финансовой



отчетности (далее «МСФО») и Комитета по интерпретациям международных стандартов финансовой отчетности (далее «КИМСФО») для целей подготовки настоящей годовой консолидированной финансовой отчетности:

- Поправка к МСФО 1 «Первое применение Международных стандартов финансовой отчетности» и МСБУ 27 «Консолидированная и отдельная финансовая отчетность» – Стоимость инвестиций в дочерние предприятия, совместные предприятия или ассоциированные компании;
- Поправка к МСФО 2 «Выплаты на основе цены акций» – Условия закрепления прав на вознаграждения и их аннулирование;
- Поправка к МСФО 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации»;
- МСФО 8 «Операционные сегменты»;
- МСБУ 1 «Представление финансовой отчетности» (пересмотренный в 2007 году);
- Поправка к МСБУ 32 «Финансовые инструменты: представление информации» и МСБУ 1 «Представление финансовой отчетности» – Финансовые инструменты с правом досрочного погашения и обязательства, возникающие при ликвидации;
- КИМСФО 15 «Соглашение на строительство объектов недвижимости»;
- КИМСФО 16 «Хеджирование чистых инвестиций в зарубежные операции»;
- Улучшения МСФО (май 2008).

Принятие данных стандартов и интерпретаций не оказало влияние на консолидированную финансовую отчетность Группы, а также ожидается, что их применение не окажет влияние на консолидированную финансовую отчетность Группы в обозримом будущем, за исключением стандартов и интерпретаций, описанных ниже:

Поправки к МСФО 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации»

Данные поправки к стандарту были выпущены в марте 2009 года и применяются для годовых отчетных периодов, начинающихся с или после 1 января 2009 года. В отношении финансовых инструментов, учитываемых по справедливой стоимости, данное дополнение для каждого класса финансовых инструментов требует раскрывать информацию об источниках исходных данных, используемых при оценке справедливой стоимости финансовых инструментов, в виде трехуровневой иерархии. Данные поправки также содержат требования к раскрытию информации о риске ликвидности применительно к операциям с производными финансовыми инструментами и активами, используемыми для управления ликвидностью. Требуемые раскрытия в отношении оценки справедливой стоимости и риска ликвидности не претерпели существенных изменений в связи с принятием данных поправок, они представлены в Примечании 32. Группа приняла решение не предоставлять сравнительную информацию для данных дополнительных раскрытий в текущем году в соответствии с положениями по применению данных поправок.

МСФО 8 «Операционные сегменты»

Группа применила МСФО 8 «Операционные сегменты» (далее «МСФО 8»), вступающий в силу с 1 января 2009 года. МСФО 8 требует определения операционных сегментов на основании внутренних отчетов в отношении частей Группы, которые на регулярной основе рассматриваются высшими должностными лицами, принимающими операционные решения, с целью распределения ресурсов между сегментами и оценки результатов их деятельности.

В отличие от данного подхода, предыдущий стандарт (МСБУ 14 «Сегментная отчетность») требовал от организаций определять две группы сегментов (операционные и географические сегменты), используя подход, основанный на рисках и доходности операций в рамках таких сегментов. При этом, система внутренней финансовой отчетности организации, используемая управленческим персоналом, рассматривалась исключительно как исходный фактор при определении таких сегментов. В результате принятия МСФО 8 руководство Группы проанализировало информацию по сегментам, раскрываемую Группой в финансовой отчетности в предыдущие периоды, и определило, что существующее определение отчетных сегментов соответствует принципам МСФО 8. Таким образом, принятие Группой МСФО 8 не привело к изменению в определении отчетных сегментов, подлежащих раскрытию, по сравнению с предыдущими периодами.

МСБУ 1 «Представление финансовой отчетности» (пересмотренный в 2007 году)

Пересмотренный стандарт предусматривает отдельное представление изменения капитала собственников от прочих изменений в капитале. Отчет об изменениях в капитале должен представлять детальную информацию только об операциях с собственниками, в то время как все прочие изменения капитала должны быть представлены одной строкой с последующей их детализацией. Кроме того, данный стандарт вводит новый отчет о совокупном доходе, в котором должны быть представлены все статьи доходов и расходов, признанных в отчете о прибылях и убытках, вместе с прочими статьями признанных доходов и расходов, либо в виде единого отчета о совокупном доходе, либо в виде двух взаимосвязанных отчетов: отчета о прибылях и убытках и отчета о совокупном доходе. Группа решила представлять информацию обо всех доходах и расходах, признанных в отчетном периоде, в виде единого отчета.

3. Основные принципы учетной политики

Принципы консолидации – Консолидированная финансовая отчетность включает финансовую отчетность Компании и контролируемых ею организаций (дочерних предприятий). Предприятие считается контролируемым, если руководство Компании имеет возможность определять его финансовую и хозяйственную политику для получения выгод от его деятельности.

Финансовая отчетность дочерних предприятий составляется за тот же отчетный год и использует те же принципы учетной политики, что и финансовая отчетность материнской компании.

Дочерние предприятия полностью консолидируются, начиная с даты приобретения, т.е. даты, когда Группа приобретает контроль над ними. Такие компании исключаются из консолидации с даты прекращения контроля.

При подготовке консолидированной финансовой отчетности все остатки по расчетам и операциям внутри Группы, а также доходы и расходы, прибыли и убытки, возникающие в результате этих расчетов и операций, были исключены.

Операционные сегменты – Представление информации по сегментам основано на точке зрения руководства и относится к частям Группы, определенным в качестве операционных сегментов. Операционные сегменты определяются на основании внутренней отчетности, представляемой высшим должностным лицам Группы, принимающим операционные решения. Такая внутренняя отчетность составляется на основании тех же самых принципов, что и настоящая консолидированная финансовая отчетность.

Исходя из текущей структуры управления, Группа определила два операционных сегмента: торговые операции по продажам бытовой техники через сеть розничных магазинов и продажи через Интернет. Для целей настоящей консолидированной финансовой отчетности данные операционные сегменты были объединены в один отчетный сегмент, поскольку оба операционных сегмента демонстрируют похожие долгосрочные экономические характеристики, продают

одинаковые товары, используются одинаковые технологии по доставке товаров, а также продают товары и услуги одной и той же категории покупателей.

Применимость допущения непрерывности деятельности – Настоящая консолидированная финансовая отчетность была подготовлена исходя из допущения, что Группа будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем.

Операции в иностранной валюте – Отдельная финансовая отчетность каждого предприятия Группы привязана к валюте основной экономической среды, в которой оно осуществляет свою деятельность (в функциональной валюте).

При подготовке финансовой отчетности отдельных предприятий операции в валюте, отличающейся от функциональной (в иностранной валюте), отражаются по курсу на дату совершения операции. На каждую отчетную дату денежные статьи, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются по курсу, действующему на отчетную дату. Неденежные статьи, учитываемые по справедливой стоимости, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются по курсу, действующему на дату определения справедливой стоимости. Неденежные статьи, отраженные по первоначальной стоимости, выраженной в иностранной валюте, пересчитываются в функциональную валюту по курсу на дату совершения операции и в дальнейшем не пересчитываются.

Курсовые разницы отражаются в прибылях или убытках в том периоде, в котором они возникли. Курсовые разницы, возникающие по кредитам и займам, отражаются в составе финансовых расходов, в то время как курсовые разницы, относящиеся к операционной деятельности, отражаются в составе прочих операционных доходов или расходов.

Основные средства – Объекты основных средств отражаются по первоначальной стоимости за вычетом накопленной амортизации и начисленных убытков от обесценения. Предполагаемая первоначальная стоимость объектов основных средств, по состоянию на 1 января 2006 года, т.е. на дату перехода на МСФО, определялась исходя из справедливой стоимости основных средств, установленной независимым оценщиком в соответствии с требованиями МСФО 1. Справедливая стоимость недвижимого имущества определялась на основе рыночных цен, справедливая стоимость прочих объектов основных средств, включая торговое оборудование Группы, определялась на основе остаточной восстановительной стоимости. Историческая стоимость включает расходы, непосредственно связанные с приобретением объектов основных средств.

Существенные затраты на восстановление или модернизацию объектов основных средств капитализируются и амортизируются в течение срока полезного использования соответствующих активов. Все прочие расходы на ремонт и текущее обслуживание отражаются в отчете о совокупном доходе в периоде их возникновения.

Амортизация начисляется в целях списания стоимости или переоценки активов с использованием линейного метода в течение ожидаемого срока полезного использования следующим образом:

Здания	20-30 лет
Капиталовложения в арендованные основные средства	2-7 лет
Торговое оборудование	5 лет
Охранное оборудование	3 года
Прочие основные средства	3-5 лет

Период амортизации по капиталовложениям в арендованные основные средства представляет собой период, в течение которого Группа имеет возможность продлевать срок аренды с учетом юридических положений, регулирующих соответствующие условия продления, и имеет намерение

длительного присутствия в торговых точках, в которых она ведет розничную торговлю. Данное положение относится к договорам аренды торговых помещений в портфеле Группы, по которым у нее имеется успешная динамика продления сроков аренды. Капиталовложения во все прочие арендованные основные средства амортизируются в течение срока полезного использования или срока соответствующей аренды, если этот срок более короткий.

Торговое оборудование амортизируется в течение указанного выше оцененного срока полезного использования, кроме случаев, когда имеются планы по полному обновлению оборудования магазина до окончания predeterminedенного срока его использования. В таком случае остаточная стоимость торгового оборудования амортизируется в течение оставшегося оцененного срока полезного использования, который равняется периоду времени, оставшемуся до проведения запланированных работ по обновлению.

Остаточная стоимость и сроки полезного использования активов анализируются и, при необходимости, корректируются на каждую отчетную дату. В случае обнаружения признаков того, что балансовая стоимость актива единицы, генерирующей денежные потоки, превышает ее оцененную возмещаемую стоимость, балансовая стоимость актива списывается до его возмещаемой стоимости.

Прибыль или убыток, возникший в результате выбытия актива, определяется как разница между выручкой от продажи и балансовой стоимостью актива, и отражается в отчете о совокупном доходе.

Незавершенное строительство включает в себя стоимость оборудования, находящегося в процессе установки и прочие расходы, напрямую связанные со строительством основных средств, включая соответствующие переменные накладные расходы, непосредственно относимые на стоимость строительства. Начисление амортизации по данным активам, так же как и по прочим объектам недвижимости, начинается с момента готовности активов к запланированному использованию.

Нематериальные активы – Нематериальные активы, приобретенные в рамках отдельной сделки, учитываются по себестоимости за вычетом накопленной амортизации и накопленного убытка от обесценения. Амортизация начисляется линейным способом в течение срока полезного использования нематериальных активов. Ожидаемые сроки полезного использования и метод начисления амортизации анализируются на конец каждого отчетного года, при этом все изменения в оценках отражаются в учете и отчетности за последующие периоды.

Ожидаемый срок полезного использования по классам нематериальных активов представлен следующим образом:

Лицензии на программное обеспечение	5-10 лет
Торговые знаки	5-10 лет

Обесценение материальных и нематериальных активов – На каждую отчетную дату Группа осуществляет проверку балансовой стоимости своих материальных и нематериальных активов с тем, чтобы определить, имеются ли признаки, свидетельствующие о наличии какого-либо убытка от обесценения этих активов. В случае обнаружения таких признаков Группа рассчитывает возмещаемую стоимость соответствующего актива с целью определения размера убытка от обесценения (если таковой имеется). В тех случаях, когда оценить возмещаемую стоимость отдельного актива невозможно, Группа оценивает возмещаемую стоимость единицы, генерирующей денежные потоки (далее «ЕГДП»), к которой относится такой актив.

Для проверки наличия обесценения активов Группа рассматривает в качестве ЕГДП группу магазинов, расположенных в одном городе. При наличии возможности определить обоснованный

и последовательный метод распределения активов по ЕГДП, корпоративные активы также распределяются по этим единицам; если такой возможности нет, распределение производится по самым мелким группам генерирующих единиц, в отношении которых можно определить обоснованный и последовательный метод распределения.

Налог на прибыль – Налог на прибыль за отчетный период включает суммы текущего и отложенного налога.

Текущий налог на прибыль

Сумма текущего налога определяется исходя из размера налогооблагаемой прибыли за год. Налогооблагаемая прибыль отличается от чистой прибыли, отраженной в консолидированном отчете о совокупном доходе, поскольку не включает статьи доходов или расходов, подлежащих налогообложению или вычету для целей налогообложения в другие годы, а также исключает не облагаемые и не учитываемые в целях налогообложения статьи. Начисление обязательств Группы по текущему налогу на прибыль осуществляется с использованием ставок налога, установленных или фактически установленных на дату составления бухгалтерского баланса.

Отложенный налог

Отложенный налог признается в отношении разниц между балансовой стоимостью активов и обязательств, отраженных в консолидированной финансовой отчетности, и соответствующими данными налогового учета, используемыми при расчете налогооблагаемой прибыли. Отложенные налоговые обязательства, как правило, отражаются с учетом всех временных разниц, увеличивающих налогооблагаемую прибыль, а отложенные налоговые активы отражаются с учетом вероятности наличия в будущем налогооблагаемой прибыли, достаточной для использования образовавшихся налоговых активов. Подобные налоговые активы и обязательства не отражаются в финансовой отчетности, если временные разницы связаны с гудвиллом или возникают вследствие первоначального признания (кроме случаев объединения компаний) других требований и обязательств в рамках операций, которые не влияют на размер налогооблагаемой или бухгалтерской прибыли.

Отложенные налоговые обязательства не отражаются в отношении налогооблагаемых временных разниц, касающихся инвестиций в дочерние предприятия, так как Группа имеет возможность контролировать сроки обратимости временной разницы и представляется вероятным, что данная разница не изменится в обозримом будущем. Отложенные налоговые активы, возникающие в результате образования вычитаемых временных разниц, связанных с такими инвестициями и соответствующими доходами, отражаются в той степени, в какой представляется вероятным, что в будущем будет получена налогооблагаемая прибыль, в отношении которой смогут быть использованы данные временные разницы, и что данные разницы не изменятся в обозримом будущем.

Балансовая стоимость отложенных налоговых активов пересматривается на каждую отчетную дату и уменьшается в случае исчезновения вероятности получения значительной налогооблагаемой прибыли, достаточной для полного или частичного возмещения актива.

Отложенные налоговые активы и обязательства по налогу на прибыль рассчитываются с использованием ставок налогообложения, которые, как предполагается, будут действовать в период реализации налогового актива или погашения обязательства, основываясь на налоговых ставках, которые были утверждены законом и введены или фактически введены на дату составления баланса. Оценка отложенных налоговых активов и обязательств отражает налоговые последствия, которые могут возникнуть в связи с тем, каким образом Группа намеревается возместить или погасить балансовую стоимость своих активов и обязательств на отчетную дату.

Отложенные налоговые активы и обязательства принимаются к зачету друг против друга, если

существует законное право произвести взаимозачет текущих налоговых активов и обязательств, и они относятся к налогу на прибыль, взимаемому одним и тем же налоговым органом, и Группа намеревается произвести зачет своих текущих налоговых требований и обязательств.

Текущий и отложенный налог на прибыль за отчетный период

Текущие и отложенные налоги признаются в составе расходов или доходов в консолидированном отчете о совокупном доходе, кроме случаев, когда они относятся к статьям, напрямую относимым в состав капитала (в этом случае соответствующий налог также признается напрямую в составе капитала), или если они признаются в результате первоначального отражения в бухгалтерском учете приобретенной компании. Налоговый эффект от объединения компаний учитывается до расчета гудвилла или величины превышения доли приобретающей компании в чистой справедливой стоимости идентифицируемых активов, обязательств и условных обязательств приобретаемого предприятия над стоимостью приобретения.

Справедливая стоимость – Справедливая стоимость инвестиций, активно обращающихся на организованных финансовых рынках, рассчитывается на основе текущей рыночной стоимости на момент закрытия торгов на отчетную дату. По вложениям в ценные бумаги, для которых активный рынок отсутствует, справедливая стоимость рассчитывается с использованием других методов оценки финансовых инструментов. Такие методы оценки включают использование информации о недавно совершенных на рыночных условиях сделках между хорошо осведомленными, желающими совершить такую сделку независимыми друг от друга сторонами, или данных о текущей рыночной стоимости другого аналогичного по характеру инструмента, анализ дисконтированных денежных потоков или иные модели определения цены.

Финансовые активы – Инвестиции, которые признаются в учете и снимаются с учета в момент совершения сделки, в случае если приобретение или продажа финансового вложения осуществляется в соответствии с договором, условия которого требуют поставки инструмента в течение срока, установленного на соответствующем рынке, и первоначально оцениваются по справедливой стоимости минус транзакционные издержки, непосредственно относящиеся к сделке, за исключением финансовых активов, относящихся к категории активов, оцениваемых по справедливой стоимости через прибыли или убытки, которые первоначально отражаются по справедливой стоимости.

Финансовые активы классифицируются по следующим категориям: оцениваемые по справедливой стоимости через прибыли и убытки (далее «ОССЧПУ»); удерживаемые до погашения; имеющиеся в наличии для продажи (далее «ИНП»), а также займы выданные и дебиторская задолженность. Отнесение финансовых активов к той или иной категории зависит от их особенностей и цели приобретения и происходит в момент их принятия к учету.

Метод эффективной процентной ставки

Метод эффективной процентной ставки используется для расчета амортизированной стоимости финансового актива и распределения процентных доходов в течение соответствующего периода. Эффективная процентная ставка представляет собой ставку, обеспечивающую дисконтирование ожидаемых будущих денежных поступлений в течение ожидаемого срока действия финансового актива или более короткого срока, если это применимо.

Доходы, относящиеся к долговым инструментам, отражаются по методу эффективной процентной ставки, за исключением финансовых активов ОССЧПУ.

Финансовые активы ОССЧПУ

Финансовый актив классифицируется как ОССЧПУ, если он предназначен для торговли, либо обозначен как ОССЧПУ.



Финансовый актив классифицируется как предназначенный для торговли, если он:

- приобретен изначально с целью продажи/погашения в течение короткого периода; или
- является частью портфеля идентифицируемых финансовых инструментов, управление которыми осуществляется совместно, и структура которого фактически свидетельствует о намерении получения прибыли в краткосрочной перспективе; или
- является производным инструментом, который не классифицирован в качестве инструмента хеджирования и не эффективен для этих целей.

Финансовый актив, не являющийся финансовым активом, предназначенным для торговли, может классифицироваться как ОССЧПУ в момент принятия к учету, если:

- применение такой классификации устраняет или значительно сокращает несоответствия в оценке или учете, которые в противном случае могли бы возникнуть; или
- финансовый актив является частью группы финансовых активов, финансовых обязательств или обеих групп, управление и оценка которыми осуществляется на основе справедливой стоимости в соответствии с документально оформленной стратегией управления рисками или инвестиций Группы, и информация о такой группировке предоставляется внутри организации на этой основе; или
- он существует в рамках контракта, содержащего один или более встроенных производных инструментов, и МСБУ 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» разрешает классифицировать весь контракт (актив или обязательство) как ОССЧПУ.

Финансовые активы ОССЧПУ отражаются по справедливой стоимости с признанием возникающих прибылей или убытков в консолидированном отчете о совокупном доходе. Чистые прибыли или убытки, признаваемые в отчете о совокупном доходе, включают дивиденды и проценты, полученные по соответствующему финансовому активу. Справедливая стоимость определяется в порядке, приведенном в Примечании 3 выше по тексту.

Инвестиции, удерживаемые до погашения

Инвестиции, удерживаемые до погашения, учитываются по амортизированной стоимости с использованием метода эффективной процентной ставки, за вычетом обесценения, а доход отражается по методу фактической доходности. В течение отчетных периодов, представленных в настоящей финансовой отчетности, у Группы отсутствовали инвестиции данной категории.

Займы выданные и дебиторская задолженность

Дебиторская задолженность по основной деятельности, займы, кредиты и прочая дебиторская задолженность с фиксированными или определяемыми платежами, которые не котируются на активном рынке, классифицируются как «займы выданные и дебиторская задолженность». Займы выданные и дебиторская задолженность учитываются по амортизированной стоимости с использованием метода эффективной процентной ставки за вычетом обесценения и безнадежной к взысканию задолженности.

Процентный доход признается с помощью применения эффективной процентной ставки, за исключением краткосрочной дебиторской задолженности, для которой сумма такого процентного дохода является незначительной.

Финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи

Финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи, представляют собой те производные финансовые активы, которые классифицированы как имеющиеся в наличии для продажи, либо не попавшие ни в одну из трех предыдущих категорий. После первоначального признания такие активы оцениваются по справедливой стоимости с отнесением результата переоценки непосредственно на счет капитала (в составе резерва нереализованной прибыли), пока не будут реализованы, при этом накопленные прибыли и убытки, ранее признанные в капитале, отражаются в консолидированном отчете о совокупном доходе. Проценты, полученные или уплаченные по данным вложениям, отражаются в составе процентных доходов или расходов с использованием эффективной процентной ставки. Дивиденды, полученные по данным инвестициям, отражаются в консолидированном отчете о совокупном доходе в составе дивидендов, полученных в момент регистрации соответствующего права или получения платежа.

Некотируемые инвестиции, имеющиеся в наличии для продажи, если их справедливая стоимость не может быть достоверно определена, отражаются в учете по себестоимости.

Обесценение финансовых активов

Финансовые активы, за исключением финансовых активов ОССЧПУ, на каждую отчетную дату оцениваются на предмет наличия признаков, указывающих на обесценение. Убыток от обесценения признается при наличии объективных данных, свидетельствующих об уменьшении предполагаемых будущих денежных потоков по данному активу в результате одного или нескольких событий, произошедших после принятия финансового актива к учету. Для финансовых активов, учитываемых по амортизированной стоимости, величина обесценения рассчитывается как разница между балансовой стоимостью актива и текущей стоимостью прогнозируемых будущих денежных потоков, дисконтированной с использованием эффективной ставки процента.

Убыток от обесценения напрямую уменьшает балансовую стоимость всех финансовых активов, за исключением дебиторской задолженности по основной деятельности, снижение балансовой стоимости которой осуществляется за счет созданного резерва. В случае если дебиторская задолженность по основной деятельности является безнадежной, она списывается за счет соответствующего резерва. Полученные впоследствии возмещения ранее списанных сумм отражаются по кредиту счета резерва. Изменения в балансовой стоимости счета резерва относятся в прибыли и убытки.

За исключением долевых инструментов, имеющих в наличии для продажи, если в последующем периоде размер убытка от обесценения уменьшается, и такое уменьшение может быть объективно привязано к событию, имевшему место после признания обесценения, ранее отраженный убыток от обесценения восстанавливается путем корректировки прибылей и убытков. При этом балансовая стоимость финансовых вложений на дату восстановления обесценения не может превышать амортизированную стоимость, которая была бы отражена в случае, если бы обесценение не признавалось.

В отношении долевых ценных бумаг, имеющих в наличии для продажи, любое увеличение справедливой стоимости после признания убытка от обесценения относится непосредственно на счет капитала.

Списание финансовых активов

Группа списывает финансовый актив только в случае прекращения прав на денежные потоки по соответствующему договору или в случае передачи финансового актива и соответствующих рисков и выгод другой организации. Если Группа не передает и не сохраняет все основные риски и выгоды от владения активом, и продолжает контролировать переданный актив, то она отражает свою долю в данном активе и связанном с ним обязательстве в размере возможной оплаты соответствующих сумм.

Если Группа сохраняет все основные риски и выгоды от владения переданным финансовым активом, она продолжает учитывать данный финансовый актив, а также отражает обеспеченный заем по полученным поступлениям.

Финансовые обязательства и долевыми инструментами, выпущенными Группой

Учет в составе обязательств или капитала

Долговые и долевыми финансовые инструменты классифицируются как обязательства или собственные средства исходя из сути договорных обязательств, на основании которых они возникли.

Долевыми инструментами

Долевой инструмент – это любой договор, подтверждающий право на долю активов компании, оставшихся после вычета всех ее обязательств. Выпущенные Группой долевыми инструментами отражаются в размере поступлений по ним за вычетом прямых затрат на их выпуск.

Обязательства по договорам финансовой гарантии

Обязательства по договорам финансовой гарантии первоначально оцениваются по справедливой стоимости и впоследствии отражаются по наибольшей из следующих величин:

- стоимость договорных обязательств, определяемая в соответствии с МСБУ 37 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы»; и
- первоначальная стоимость за вычетом, в соответствующих случаях, накопленной амортизации, отраженной в соответствии с принципами признания выручки, изложенными далее.

Финансовые обязательства

Финансовые обязательства классифицируются либо как финансовые обязательства ОССЧПУ, либо как прочие финансовые обязательства.

Финансовые обязательства ОССЧПУ, если они предназначены для торговли, либо отнесены к ОССЧПУ

Финансовые обязательства классифицируются как ОССЧПУ, если оно предназначено для торговли, либо отнесено к ОССЧПУ.

Финансовое обязательство классифицируется как предназначенное для торговли, если оно:

- принимается главным образом с целью обратной покупки в краткосрочной перспективе; или
- является частью портфеля идентифицируемых финансовых инструментов, управление которыми осуществляется совместно, и структура которого фактически свидетельствует о намерении получения прибыли в краткосрочной перспективе; или
- является производным инструментом, который не классифицирован в качестве инструмента хеджирования или не эффективен для этих целей.

Финансовое обязательство, не являющееся финансовым обязательством, предназначенным для торговли, может классифицироваться как финансовое обязательство ОССЧПУ в момент принятия к учету, если:

- применение такой классификации устраняет или значительно сокращает несоответствия в оценке или учете, которые в противном случае могли бы возникнуть; или

- финансовое обязательство является частью группы финансовых активов, финансовых обязательств или обеих групп, управление и оценка которых осуществляются на основе справедливой стоимости в соответствии с документально оформленной стратегией управления рисками или инвестиций Группы, и информация о такой группировке предоставляется внутри организации на этой основе; или
- оно существует в рамках контракта, содержащего один или более встроенных производных инструментов, и МСБУ 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» разрешает классифицировать весь контракт (актив или обязательство) как ОССЧПУ.

Финансовые обязательства ОССЧПУ отражаются по справедливой стоимости с отнесением возникающих прибылей и убытков на счет финансовых результатов. Чистые прибыли и убытки, признаваемые в отчете о совокупном доходе, включают проценты, уплаченные по финансовому обязательству. Справедливая стоимость определяется в порядке, приведенном в Примечании 3 выше по тексту.

Прочие финансовые обязательства

Прочие финансовые обязательства, включая заемные средства, принимаются к учету по справедливой стоимости за вычетом транзакционных издержек. Прочие финансовые обязательства впоследствии учитываются по амортизированной стоимости с использованием метода эффективной процентной ставки, с признанием процентных расходов по методу эффективной доходности.

Списание финансовых обязательств

Группа списывает финансовые обязательства только в случае их погашения, аннулирования или истечения срока действия.

Вознаграждения в форме акций – Вознаграждения сотрудникам, основанные на рыночной стоимости акций или выплачиваемые в виде акций, учитываются по справедливой стоимости долевых инструментов на дату предоставления вознаграждения. Подробная информация относительно определения справедливой стоимости операций по выплате вознаграждений в форме акций приведена в Примечании 28.

Справедливая стоимость вознаграждения, основанного на акциях, расчеты по которым производятся долевыми инструментами, определенная на дату предоставления прав на вознаграждение, относится на расходы равномерно в течение периода закрепления прав, исходя из оценки Группой количества долевых инструментов, права на передачу которых будут, в конечном счете, закреплены. На каждую отчетную дату Группа пересматривает свои оценки количества долевых инструментов, в отношении которых ожидается закрепление прав за сотрудниками. Влияние пересмотра первоначальных оценок, если таковые имели место, отражается в отчете о совокупном доходе в течение оставшегося периода закрепления прав, в корреспонденции со счетом учета нераспределенной прибыли.

Производные финансовые инструменты – Группа использует производные финансовые инструменты, а именно валютные форвардные контракты, для управления риском изменения процентной ставки по полученным заемным средствам в иностранной валюте. Группа не учитывает данные производные финансовые инструменты как инструменты хеджирования. Соответственно, такие производные инструменты учитываются как финансовые активы и обязательства ОССЧПУ. Прибыли и убытки, возникающие в связи с изменением справедливой стоимости форвардных контрактов, включаются в состав финансовых расходов или прочих операционных расходов в зависимости от того, относятся они к финансовой или текущей операционной деятельности Группы.



Справедливая стоимость валютных форвардных контрактов рассчитывается с использованием текущих курсов форвардных контрактов с аналогичными сроками исполнения.

Затраты по выпуску долевых инструментов – Расходы по совершению операций с долевыми инструментами относятся в уменьшение капитала (за вычетом соответствующего дохода по налогу на прибыль) в той мере, в которой они представляют собой дополнительные издержки, непосредственно связанные с операцией по выпуску долевых инструментов, которые не возникли бы в отсутствие такого выпуска.

Размер операционных издержек, относимых в уменьшение капитала за период, представляется отдельной строкой. Соответствующая сумма налога на прибыль признается непосредственно в составе капитала и учитывается при определении совокупного размера текущего и отложенного налога на прибыль, относимого непосредственно на счета капитала.

Налог на добавленную стоимость – Налог на добавленную стоимость (далее «НДС») по реализованным товарам подлежит уплате в государственный бюджет либо (а) в момент получения аванса от покупателей, либо (б) в момент поставки товаров или оказания услуг покупателям, в зависимости от того, что происходит раньше. НДС по приобретенным товарам и услугам в большинстве случаев подлежит возмещению путем зачета против НДС, начисленного с выручки от реализации, по факту поступления соответствующих счетов-фактур. Входящий НДС по незавершенному строительству может быть возмещен по получении счетов-фактур по отдельным этапам проведенных работ, либо, если проект незавершенного строительства не может быть разделен на этапы, при получении счетов-фактур по завершении подрядных работ в целом.

Как правило, налоговые органы разрешают производить зачет НДС. НДС в отношении операций купли-продажи, расчет по которым не был завершен на отчетную дату, отражается в балансе развернуто отдельными суммами как активы и обязательства. При создании резерва под обесценение дебиторской задолженности убыток от обесценения отражается в размере полной суммы задолженности, включая НДС.

Товарно-материальные запасы – Товарно-материальные запасы отражаются по наименьшей из двух величин: средней себестоимости или чистой цене возможной продажи. Расходы по транспортировке товаров от наших поставщиков, включаются в состав чистой себестоимости товарных запасов. Предоставленные поставщиками скидки, которые не являются возмещением прямых, дополнительных и идентифицируемых издержек по продвижению товаров поставщиков, также включаются в себестоимость товарно-материальных запасов. Прочие затраты, связанные со складированием, хранением и доставкой товарных запасов до точек розничной торговли Группы, относятся на расходы по мере возникновения и включаются в состав коммерческих, общехозяйственных и административных расходов.

Чистая цена возможной продажи – это предполагаемая цена реализации при совершении сделки на общих условиях за вычетом оцененных затрат на выполнение работ и осуществление реализации.

Денежные средства и их эквиваленты – Денежные средства и их эквиваленты включают денежные средства в банках, в пути и в кассах магазинов, краткосрочные депозиты с первоначальным сроком погашения не более трех месяцев, а также платежи кредитными картами, погашаемые в течение 24 часов.

Затраты по займам – Затраты по займам капитализируются Группой в состав актива, если они напрямую относятся к приобретению или строительству квалифицируемого актива, включая незавершенное строительство, затраты по приобретению которого возникли начиная с 1 января

2008 года. Группа включает в состав квалифицируемых активов капитальные вложения в арендованные средства и прочие активы, приобретенные в связи с открытием новых магазинов, для которых подготовка к использованию занимает три и более месяцев. Прочие затраты по займам признаются в составе расходов в период их возникновения.

Резервы – Резервы признаются, когда у Группы в настоящем периоде имеется обязательство, возникшее в результате прошлых событий, существует вероятность того, что от Группы потребуется погашение данного обязательства, и при этом может быть сделана надежная оценка суммы обязательства.

Сумма, признанная в качестве резерва, представляет собой наилучшую оценку затрат, необходимых для погашения текущего обязательства на отчетную дату, принимая во внимание риски и неопределенность, связанные с обязательством.

Когда все или некоторые экономические выгоды, необходимые для покрытия резерва, предполагается получить от третьей стороны, дебиторская задолженность признается в качестве актива в случае, если имеется почти полная уверенность в том, что возмещение будет получено и сумма дебиторской задолженности может быть надежно определена.

Гарантии на товары

Как правило, гарантии на товары предоставляются напрямую владельцем соответствующего бренда, или владельцами бренда через официальных представителей в Российской Федерации.

В случае если поставщик не в состоянии предоставлять гарантийные услуги по своей продукции на территории Российской Федерации, Группа начисляет соответствующий резерв на расходы по гарантийному обслуживанию. Такие расходы признаются в учете на дату продажи соответствующего товара в размере, определяемом на основе оценки руководством расходов, необходимых для покрытия соответствующих обязательств Группы.

Признание выручки – Выручка признается в размере справедливой стоимости вознаграждения, полученного или причитающегося к получению. Из суммы выручки вычитается предполагаемая стоимость возвратов товаров покупателями, суммы скидок и налога на добавленную стоимость. Выручка от реализации товаров предприятиям внутри Группы не учитывается для целей консолидированной финансовой отчетности. Кроме того, выручка признается только при соблюдении следующих критериев признания выручки:

Продажа товаров

Выручка от реализации товаров признается при одновременном выполнении следующих условий:

- Группа передала покупателю существенные риски и выгоды, связанные с владением товаром;
- Группа не сохраняет за собой ни дальнейших управленческих функций в той степени, которая обычно ассоциируется с правом собственности, ни реального контроля над проданными товарами;
- сумма выручки может быть достоверно определена;
- поступление в Группу экономических выгод, связанных со сделкой, является вероятным;
- понесенные или ожидаемые затраты, связанные со сделкой, могут быть достоверно определены.

Товары Группы для перепродажи делятся на две категории: товары для розничной и оптовой продажи.

Розничная выручка (без учета выручки от продажи программ дополнительного обслуживания) признается в учете в момент продажи товара или по факту завершения поставки товара, если это происходит позднее. Выручка от розничной продажи товаров поступает Группе в виде наличных денег или посредством оплаты банковской картой. Сумма признанной выручки включает комиссию за расчеты по банковским картам. Такие затраты отражаются в отчетности в составе операционных расходов.

Начиная с 2008 года в Группе начала действовать программа лояльности клиентов «М.Видео Бонус», которая позволяет покупателям накапливать баллы при покупке товаров в магазинах Группы. Баллы затем могут быть использованы в качестве оплаты за товары, при накоплении минимально необходимого количества баллов. Поступления от продаж участнику программы разделяются между бонусными баллами и обычной продажей. Сумма, относимая на бонусные баллы, соответствует их справедливой стоимости, т.е. сумме, за которую данные баллы могли бы быть реализованы отдельно. Такая сумма переносится на следующие отчетные периоды и подлежит признанию в качестве выручки по мере использования участником программы соответствующих бонусных баллов. Стоимость бонусных баллов, которые по оценке не будут использованы, признаются в качестве выручки в момент первоначальной продажи и не относятся к бонусным баллам при разделении поступления от продаж между бонусными баллами и обычной реализацией.

Оптовая выручка признается при получении покупателем товаров со склада или по факту доставки товаров и их приемки на складе покупателя, а также при соблюдении приведенных выше критериев признания выручки.

Выручка от предоставления услуг

Выручка от предоставления услуг признается в периоде оказания соответствующих услуг. Также требуется соблюдение следующих условий:

- сумма выручки может быть достоверно определена;
- существует вероятность получения экономических выгод, связанных со сделкой;
- степень завершения сделки на отчетную дату может быть определена с достаточной степенью надежности;
- связанные со сделкой затраты и расходы, необходимые для завершения сделки, могут быть надежно оценены.

Договоры на продажу программ дополнительного обслуживания

Выручка от продажи программ дополнительного обслуживания признается по мере предоставления услуг, при этом та часть выручки, на сумму которой услуги еще не были предоставлены (если такая присутствует), распределяется в течение оставшегося срока действия договоров с целью отражения расходов, которые могут возникнуть, в соответствии с ожиданиями Группы, при выполнении ею обязательств по договору. Выручка признается в полном объеме, когда Группа не ожидает возникновения никаких дальнейших расходов по соответствующему договору.

Затраты, непосредственно связанные с продажей программ дополнительного обслуживания, например премии, выплачиваемые продавцам магазинов за реализацию таких договоров, а также комиссия, выплачиваемая третьим сторонам за полное или частичное обеспечение обязательств Группы по существующим договорам на предоставление дополнительных услуг, признаются в отчете о совокупном доходе таким же образом, как и соответствующая выручка.

Выручка от реализации программ дополнительного обслуживания включена в состав розничной выручки.

Агентская комиссия

Поступления от продажи товаров или услуг Группой как посредником отражаются в составе выручки в чистой сумме. Соответствующее вознаграждение Группа получает за продажу контрактов на предоставление услуг телефонной связи, обслуживание, установку и подключение.

Подарочные карты

Группа реализует подарочные карты покупателям через магазины розничной торговли и через свой сайт в Интернете. Подарочные карты имеют ограниченный срок действия и должны быть использованы до указанной на них даты. Группа признает доход от продажи подарочных карт, когда: (i) подарочная карта использована покупателем; или (ii) срок действия подарочной карты истек.

Процентные доходы

Доход признается в момент начисления процентов (используя метод эффективной процентной ставки). Процентный доход включается в состав финансовых расходов консолидированного отчета о совокупном доходе.

Скидки поставщиков – Группа получает скидки от поставщиков. Все предоставляемые поставщиками товаров скидки рассматриваются Группой как скидки за объем закупок, кроме случаев, когда они предоставляются по условиям отдельных соглашений в виде возмещения прямых, дополнительных и идентифицируемых издержек. Скидки поставщиков предоставляются по достижении Группой определенного объема закупок и отражаются в учете, когда существует разумная уверенность в том, что Группа достигнет соответствующих объемов закупок.

Скидки поставщиков за объем закупок учитываются в виде снижения себестоимости товарно-материальных запасов, к которым они относятся. Скидки поставщиков, предоставленные в виде возмещения прямых, дополнительных и идентифицируемых издержек, понесенных с целью продвижения продукции поставщика, учитываются в виде снижения расходов (или стоимости актива) по мере возникновения таких расходов.

Аренда – Группа не заключала договоров финансовой аренды, хотя у нее имеется значительное количество договоров операционной аренды.

Платежи по операционной аренде списываются на расходы равномерно в течение срока аренды при условии, что использование другого систематического способа учета не позволяет более адекватно отразить характер получения выгод от арендованного актива. Условные арендные платежи по договорам операционной аренды отражаются как расходы в том периоде, в котором они были совершены. Эффект положений об увеличении размера арендной платы признается в составе расходов в том периоде, когда начинается действие таких положений.

Льготы, полученные от арендодателя в качестве стимулов к заключению договоров операционной аренды (если такие существуют), распределяются равномерно в течение срока аренды.

Затраты, предшествующие открытию магазинов – Затраты, предшествующие открытию новых магазинов, которые не соответствуют критериям капитализации, предусмотренным МСБУ 16 «Основные средства», относятся на расходы по мере возникновения. В состав таких затрат входят расходы на аренду, оплату коммунальных услуг и прочие операционные расходы.

Вознаграждения работникам – Группа осуществляет взносы в государственный пенсионный фонд, фонды медицинского и социального страхования за всех своих сотрудников посредством уплаты

единого социального налога (далее «ЕСН»). Все расходы признаются в составе консолидированного отчета о совокупном доходе в том периоде, в котором наступает срок их выплаты. Группа не имеет других пенсионных планов, спонсируемых работодателем.

Дивиденды – Дивиденды признаются в качестве обязательств в том периоде, в котором они объявлены решением общего собрания акционеров и подлежат выплате в соответствии с законодательством.

4. Стандарты и интерпретации выпущенные, но еще не применяемые

На дату утверждения консолидированной финансовой отчетности Группы за год, закончившийся 31 декабря 2009 года, были опубликованы следующие новые или пересмотренные стандарты и интерпретации, утвержденные КМСФО и КИМСФО, которые еще не вступили в действие:

- МСФО 2 «Выплаты, рассчитываемые на основе цены акций» – Внутригрупповые операции по предоставлению вознаграждений в форме выплат, основанных на акциях, расчеты по которым производятся денежными средствами;
- МСФО 3 «Объединения предприятий» (пересмотренный в 2008 году), МСБУ 27 «Консолидированная и отдельная финансовая отчетность» (пересмотренный в 2008 году) и МСБУ 28 «Инвестиции в зависимые компании» (пересмотренный в 2008 году);
- МСФО 9 «Финансовые инструменты»;
- МСБУ 24 «Раскрытие информации о связанных сторонах» (пересмотренный в 2009 году);
- Поправка к МСБУ 32 «Финансовые инструменты: представление информации» – Классификация эмиссий прав;
- КИМСФО 9 «Переоценка производных инструментов» и Поправка к МСБУ 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»;
- КИМСФО 17 «Распределение неденежных активов в пользу владельцев»;
- КИМСФО 18 «Передача активов от клиентов»;
- КИМСФО 19 «Погашение финансовых обязательств долевыми инструментами»;
- Улучшения МСФО (2009);
- Улучшение МСФО (2010).

МСФО 2 «Выплаты, рассчитываемые на основе цены акций» – Внутригрупповые операции по предоставлению вознаграждений в форме выплат, основанных на акциях, расчеты по которым производятся денежными средствами

КМСФО выпустил поправку к МСФО 2 в июне 2009 года, данная поправка применяется к годовым отчетным периодам, начинающимся с 1 января 2010 года или после этой даты. Данная поправка представляет изменения в учете внутригрупповых операций по предоставлению вознаграждений в форме выплат, основанных на акциях, расчеты по которым производятся денежными средствами. Данная поправка также заменяет собой КИМСФО 8 и КИМСФО 11. Применение данной поправки не повлияет на финансовое состояние и результаты деятельности Группы, так как Группа не осуществляла операций, к которым относится данная поправка.

МСФО 3 «Объединения предприятий» (пересмотренный в 2008 году), МСБУ 27 «Консолидированная и отдельная финансовая отчетность» (пересмотренный в 2008 году) и МСБУ 28 «Инвестиции в зависимые компании» (пересмотренный в 2008 году)

Пересмотренные стандарты были опубликованы в январе 2008 года и применяются к годовым отчетным периодам, начинающимся с 1 июля 2009 года или после этой даты. МСФО 3 (пересмотренный) вводит ряд изменений в порядок учета объединений предприятий, произошедших после этой даты, которые повлияют на величину признаваемого гудвилла и финансовых результатов, признаваемых в период приобретения и последующих периодах. МСБУ 27 (пересмотренный) требует учитывать в составе капитала результаты операций с долями участия в дочерних предприятиях, если при этом не происходит потеря контроля над соответствующими предприятиями. Таким образом, данные операции не приводят более ни к возникновению гудвилла, ни к признанию прибылей или убытков. Кроме того, пересмотренный стандарт изменяет требования по учету убытков, понесенных дочерней компанией, а также требования по учету потери контроля над дочерней компанией. Прочие соответствующие изменения были внесены в МСБУ 7 «Отчеты о движении денежных средств», МСБУ 12 «Налоги на прибыль», МСБУ 21 «Влияние изменений валютных курсов», МСБУ 28 «Инвестиции в зависимые компании», и МСБУ 31 «Участие в совместной деятельности». Изменения в МСФО 3 (пересмотренный) и МСБУ 27 (пересмотренный) повлияют на будущие операции по приобретению или потере контроля и операции с долей меньшинства. Принятие стандартов не повлияет на величины прибыли или чистых активов Группы, отраженные в настоящей финансовой отчетности.

МСФО 9 «Финансовые инструменты»

Стандарт был выпущен в ноябре 2009 года и применяется для годовых отчетных периодов, начинающихся с 1 января 2013 года или после этой даты. Разрешается раннее применение данного стандарта. Новый стандарт вводит классификацию финансовых активов, которая определяет способ учета финансовых активов по амортизированной стоимости или по справедливой стоимости исходя из того, как предприятие управляет своими финансовыми активами и денежными потоками от финансовых активов согласно соответствующим контрактным условиям. В настоящее время Группа оценивает влияние нового стандарта на финансовую отчетность.

МСБУ 24 «Раскрытие информации о связанных сторонах» (пересмотренный в 2009 году)

В ноябре 2009 года КМСФО выпустил дополнение к МСБУ 24, которое применяется к годовым периодам, начинающимся с 1 января 2011 года или после этой даты. Пересмотренный стандарт упрощает требования к раскрытию для государственных организаций и уточняет определение связанных сторон. Группа в настоящее время оценивает влияние данного дополнения на консолидированную финансовую отчетность.

МСБУ 32 «Финансовые инструменты: представление информации» – Классификация эмиссий прав

КМСФО выпустил в октябре 2009 года поправку к МСБУ 32, которая применяется к годовым периодам, начинающимся с 1 февраля 2010 года или после этой даты. Поправка к стандарту относится к учету эмиссии прав для акционеров на покупку акций (прав, опционов, гарантий), номинированных в валюте, отличной от функциональной валюты эмитента. Поправка требует в случае выполнения определенных условий классифицировать выпуски таких прав в качестве долевых инструментов независимо от валюты, в которой указана цена исполнения. В настоящее время Группа оценивает влияние данной поправки на консолидированную финансовую отчетность.

КИМСФО 9 «Переоценка производных инструментов» и Поправка к МСБУ 39 «Финансовые инструменты – признание и оценка»

В 2009 году КМСФО выпустил поправку к КИМСФО 9, которая применяется к годовым периодам, начинающимся с 30 июня 2009 года или после этой даты. Данная поправка требует от компании определять стоит ли отделять производный инструмент от основного договора, если компания переводит гибридный финансовый актив из категории активов, оцениваемых по справедливой стоимости через прибыли и убытки. Данная оценка должна быть сделана на основании

обстоятельств, существовавших на наиболее позднюю из двух дат – дату, когда компания стала участником сделки, и дату принятия дополнений к контракту, которые значительно изменили денежные потоки по договору. МСБУ 39 теперь определяет, что если производный инструмент не может быть достоверно оценен, тогда весь гибридный инструмент должен быть классифицирован как оцениваемый по справедливой стоимости через прибыли и убытки. Применение данной поправки не повлияет на финансовое состояние и результаты деятельности Группы, так как Группа не осуществляла операций, к которым относится данная поправка.

КИМСФО 17 «Распределение неденежных активов в пользу владельцев»

Данная интерпретация была опубликована в ноябре 2008 года и применяется для годовых отчетных периодов, начинающихся 1 июля 2009 года или после этой даты. Интерпретация не применяется в отношении предыдущих отчетных периодов. Интерпретация поясняет, когда и каким образом подлежит признанию распределение неденежных активов в пользу владельцев. Компания должна начислить обязательство по распределению неденежных активов в пользу собственников в виде дивидендов в сумме справедливой стоимости таких активов. Прибыль или убыток от выбытия распределенных неденежных активов подлежит признанию в составе прибыли или убытка тогда, когда компания признает обязательство по выплате дивидендов. Ожидается, что КИМСФО 17 не повлияет на консолидированную финансовую отчетность Группы.

КИМСФО 18 «Передача активов от клиентов»

КИМСФО был выпущен в январе 2009 года и применим к годовым периодам, начинающимся с 1 июля 2009 года или после этой отчетной даты. Интерпретация разъясняет порядок учета операций по передаче покупателями активов, в частности, выполнение критериев признания активов, оценку стоимости активов при их первоначальном признании, идентификацию отдельных услуг (одна или несколько услуг в обмен на передаваемый актив), признание выручки, и учет передачи денежных средств от покупателей. Руководство Группы не ожидает, что применение КИМСФО 18 окажет какое-либо влияние на консолидированную финансовую отчетность Группы.

КИМСФО 19 «Погашение финансовых обязательств долевыми инструментами»

КИМСФО 19 был выпущен в ноябре 2009 и применяется к годовым периодам, начинающимся с 1 июля 2010 года или после этой даты. Интерпретация определяет применение требований Международных Стандартов Финансовой Отчетности (МСФО) в случаях, когда компания пересматривает условия финансовых обязательств со своими кредиторами и кредиторы, в свою очередь согласны принять акции компании или другие долевыми инструментами для полного или частичного погашения финансовых обязательств. Ожидается, что КИМСФО 19 не будет иметь влияния на финансовую отчетность Группы.

Улучшения МСФО

В апреле 2009 года и мае 2010 года КМСФО выпустил очередные поправки к некоторым стандартам и интерпретациям, преимущественно с целью устранения несоответствия в используемых определениях и уточнения формулировок. Данные поправки относятся к ряду стандартов и интерпретаций, выпущенных КМСФО и КИМСФО, и вступят в силу в последующие отчетные периоды.

Руководство полагает, что при их принятии данные дополнения не окажут существенного влияния на консолидированную финансовую отчетность Группы.

5. Основные бухгалтерские оценки, используемые в учете, и основные источники неопределенности в оценке

Применение учетной политики Группы, изложенной в Примечании 3, требует от руководства формирования суждений, оценок и допущений в отношении балансовой стоимости активов и обязательств, которую невозможно определить на основании других источников. Оценочные значения и лежащие в их основе допущения формируются исходя из прошлого опыта и прочих факторов, которые считаются обоснованными в конкретных обстоятельствах, и среди прочего включают толкования в отношении неопределенности и противоречивости российской правовой и налоговой систем и трудности получения основанных на договорах прав согласно определению, содержащимся в договорах. Фактические результаты могут отличаться от этих оценок.

Оценки и связанные с ними допущения постоянно пересматриваются. Последствия того или иного изменения в бухгалтерской оценке отражаются в том периоде, в котором оценка была пересмотрена, если изменение затрагивает только этот период, либо в том периоде, в котором оценка была пересмотрена и в будущих периодах, если изменение затрагивает как отчетный, так и будущие периоды.

Существенные оценки и допущения

Оценка стоимости запасов

Руководство проводит проверки товарных остатков для выявления возможности реализации запасов по цене, превышающей их балансовую стоимость или равной ей плюс расходы на продажу. Такие проверки включают выявление неходовых и устаревших запасов, а также частично или полностью поврежденных запасов. Процесс выявления подразумевает анализ исторических данных и текущих операционных планов в отношении соответствующих запасов, а также отраслевые тенденции и тенденции предпочтений потребителей. В отношении поврежденных запасов начисляется резерв либо производится списание, в зависимости от степени повреждений. Руководство начисляет резерв по любым объектам запасов, признаваемым устаревшими. Резерв начисляется в размере разницы между себестоимостью запасов и их оцененной возможной стоимостью чистой реализации.

Резерв возможной стоимости чистой реализации рассчитывался с использованием следующей методологии:

- запасы, предназначенные для перепродажи – сопоставление ожидаемой цены реализации с балансовой стоимостью по каждой единице учета запасов;
- поврежденные товары – анализ прошлых данных по скидкам, предоставляемым на поврежденные товары, и сравнение с учетной стоимостью по состоянию на отчетную дату;
- запасы, находящиеся в сервисных центрах – используется резерв, рассчитанный на основе оценок руководства в отношении балансовой стоимости запасов;
- дополнительные суммы начисляются, если существует фактическое свидетельство снижения цен продажи по истечении отчетного периода в такой степени, что такое снижение подтверждает условия, существующие по состоянию на конец периода.

Если фактические результаты будут отличаться от оценок руководства в отношении реализации запасов по цене, равной или меньшей их балансовой стоимости, от руководства потребуются корректировка стоимости товарно-материальных запасов.



Налоговые и таможенные резервы и условные обязательства

Группа уплачивает различные налоги, взимаемые в Российской Федерации. Большая часть товаров Группы импортируется на территорию России, а значит, подпадает под действие российского таможенного законодательства. Определение суммы резерва по налогу на прибыль и прочим налогам в значительной мере является предметом субъективного суждения. Группа признает обязательства по предполагаемым налоговым спорам на основе оценки потенциально возможных дополнительных налоговых обязательств. В случае если итоговый результат по этим налоговым обязательствам будет отличаться от изначально отраженных сумм, данная разница окажет влияние на сумму налога и резерва по налогу в том периоде, в котором она выявляется.

Группа получает различные виды бонусов от своих поставщиков. Действующее российское налоговое законодательство содержит неопределенность в отношении возможности уменьшения суммы возмещения НДС по приобретенным товарам на сумму НДС, исчисленного с величины таких бонусов. Группа полагает, что корректно интерпретирует действующее налоговое законодательство в данном вопросе и дополнительных налоговых обязательств в отношении бонусов поставщиков не возникает. В дальнейшем позиция Группы по данному вопросу будет зависеть от развития судебной практики и изменений в законодательстве в отношении бонусов поставщиков.

Возмещение отложенных налоговых активов

Отложенные налоговые активы, возникающие с учетом вычитаемых временных разниц, признаются с учетом вероятности наличия в будущем налогооблагаемой прибыли, достаточной для использования подлежащих вычету временных разниц.

Вознаграждения в форме акций

Стоимость операций с сотрудниками, расчет по которым производится долевыми инструментами, определяется на основе оценок руководства Группы относительно количества долевых инструментов, права на которые будут в итоге закреплены, а также прочих оценок, описанных в Примечании 28.

Срок полезного использования основных средств

Торговое оборудование амортизируется в течение ожидаемого срока полезного использования как описано в Примечании 3 выше. В случае существования плана по полному обновлению магазина в ближайшем будущем производится корректировка ожидаемых сроков полезного использования. В этом случае балансовая стоимость соответствующего торгового оборудования амортизируется в течение срока до дня запланированного обновления.

Обесценение основных средств и нематериальных активов

Выявление обесценения основных средств предусматривает использование оценок, которые включают, в частности, причину, сроки и сумму обесценения. Обесценение основывается на анализе значительного числа факторов, таких как: изменение в текущих условиях конкуренции, ожидание роста в отрасли, увеличение стоимости капитала, изменение в возможности привлечения финансирования в будущем, технологическое устаревание, текущая стоимость замещения и прочие изменения в обстоятельствах, указывающие на наличие обесценения. Определение возмещаемой суммы на уровне ЕГДП требует использования оценок руководства. Определение стоимости от использования включает методы, основанные на оценке ожидаемых будущих дисконтированных денежных потоков и требующие от Группы проведения оценки таких потоков на уровне ЕГДП, а также выбора обоснованной ставки дисконта для расчета приведенной стоимости денежных потоков. Указанные оценки, включая использованные методы, описаны в Примечании 6.

Выручка, относящаяся к бонусам, выпущенным в рамках программы лояльности клиентов

Группа оценивает справедливую стоимость бонусных баллов, начисленных покупателям в рамках программы лояльности «М.Видео Бонус», используя установленный курс конвертации бонусных

баллов в бонусные рубли таким образом, что часть выручки от первоначальной реализации, относящаяся на бонусные баллы, представляет собой их покупательскую способность. Руководство также делает предположения об ожидаемом уровне использования начисленных бонусных баллов участниками программы. Начисленные баллы аннулируются по истечении установленного времени, поэтому подобные предположения в отношении бонусных баллов, неиспользованных по состоянию на отчетную дату, представляют собой источник значительной неопределенности.

Основные бухгалтерские оценки при применении учетной политики предприятия

Признание выручки от продажи программ дополнительного сервиса и соответствующих затрат

Выручка, полученная от продажи договоров на предоставление программ дополнительного обслуживания, признается, когда она считается «заработанной»; при этом та часть выручки, которая еще не является заработанной (если таковая присутствует), распределяется в течение оставшегося срока действия договора с целью отражения расходов, которые могут возникнуть, в соответствии с ожиданиями Группы, при выполнении ею обязательств по договору.

Группа заключила договор с поставщиком услуг, который является связанной стороной, по которому данный поставщик принял на себя практически все обязательства Группы по всем текущим и будущим договорам на предоставление программ дополнительного обслуживания за вознаграждение, рассчитываемое исходя из фиксированной доли от сумм, уплачиваемых клиентами.

Фиксированный размер комиссионного вознаграждения, выплаченного сервисному центру (связанной стороне) за обеспечение обязательств Группы по договорам на предоставление программ дополнительного обслуживания, признается сразу же в составе себестоимости реализации. Прочие прямые затраты, связанные с реализацией договоров на предоставление программ дополнительного обслуживания, например премии, выплачиваемые продавцам магазинов за продажу таких договоров, включаются в состав коммерческих, общехозяйственных и административных расходов.

Бонусы поставщиков

Группа получает различные типы бонусов от поставщиков в форме бонусов за достижение определенного объема закупок, а также вознаграждений за продвижение, рекламу и расположение товаров на торговых полках. По заключению руководства практически все бонусы поставщиков, полученные или ожидаемые к получению Группой, должны расцениваться как бонусы, привязанные к объему закупок, и отражаться в виде снижения стоимости товаров, приобретенных у поставщиков, а не как возмещение прямых издержек, понесенных Группой.

б. Основные средства

Основные средства по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей							
	Здания	Капитальные вложения в арендованные основные средства	Незавершенное строительство	Торговое оборудование	Охранное оборудование	Прочие	Итого
Первоначальная стоимость							
На 31 декабря 2007 года	2 288	1 314	6	601	319	688	5 216
Приобретения	-	-	2 322	-	-	-	2 322
Перемещения	694	838	(2 270)	220	133	385	-
Выбытия	-	-	-	(22)	(4)	(10)	(36)
На 31 декабря 2008 года	2 982	2 152	58	799	448	1 063	7 502
Приобретения	-	-	1 201	-	-	-	1 201
Перемещения	273	397	(1 231)	130	120	311	-
Выбытия	-	(15)	(2)	(78)	(20)	(47)	(162)
На 31 декабря 2009 года	3 255	2 534	26	851	548	1 327	8 541
Накопленная амортизация и убыток от обесценения							
На 31 декабря 2007 года	121	133	-	190	137	217	798
Начислено за год	123	196	-	154	105	208	786
Выбытия	-	-	-	(21)	(4)	(9)	(34)
Убыток от обесценения	-	26	-	3	2	4	35
На 31 декабря 2008 года	244	355	-	326	240	420	1 585
Начислено за год	155	323	-	154	122	284	1 038
Выбытия	-	(15)	-	(73)	(19)	(45)	(152)
(Восстановление) /признание убытка от обесценения, нетто	-	(8)	-	1	-	3	(4)
На 31 декабря 2009 года	399	655	-	408	343	662	2 467
Остаточная стоимость							
На 31 декабря 2008 года	2 738	1 797	58	473	208	643	5 917
На 31 декабря 2009 года	2 856	1 879	26	443	205	665	6 074

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 года у Группы не было обязательств по приобретению объектов основных средств.

В течение 2009 года затраты по займам в размере 16 млн. руб. были капитализированы в стоимость основных средств Группы (2008 год: 8 млн. руб.).

Амортизационные отчисления и расходы по обесценению были отражены в составе «Коммерческих, общехозяйственных и административных расходов» (Примечание 24).

Обесценение основных средств

Из-за ухудшения экономической ситуации в Российской Федерации в результате нестабильности на мировом рынке капитала и кредитном рынке были выявлены некоторые признаки, которые потребовали от руководства Группы проведения анализа внеоборотных активов на предмет

их обесценения по состоянию на отчетную дату. Группа провела анализ на обесценение для всех ЕГДП, каждая из которых представляет собой отдельный город, в котором находятся магазины Группы. Возмещаемая стоимость ЕГДП была определена путем расчета стоимости от использования с применением прогнозов денежных потоков, полученных на основании финансового плана, одобренного Советом Директоров на следующий год, и прогнозного темпа роста для следующих четырех лет, учитывающего темпы роста валового регионального продукта для регионов, в которых Группа осуществляет свою деятельность, и ожидаемую инфляцию на товары, реализуемые Группой. Темпы роста варьируются от 4% до 8%, и ожидаемый уровень долгосрочной инфляции составил 5%. Денежные потоки после 5 летнего периода рассчитывались на основании долгосрочной ставки роста 5%.

Используемая в расчетах ставка дисконтирования до учета эффекта налога на прибыль составляет 19.40% (2008: 21.56%). Она определена на основании средневзвешенной стоимости капитала Группы и отражает ожидания руководства по поводу рисков, ассоциируемых с инвестициями в Группу. При определении соответствующей ставки были учтены опубликованные аналитические отчеты в отношении Группы.

В соответствии с МСБУ 36 «Обесценение активов» было проведено сравнение возмещаемой стоимости каждой ЕГДП с её балансовой стоимостью. В результате данного анализа Группой не было выявлено значительных убытков от обесценения.

Руководство полагает, что обоснованно допустимые изменения в раскрытых выше ключевых допущениях не приведут к существенному превышению балансовой стоимости активов Группы над стоимостью их использования.

7. Нематериальные активы

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов нематериальные активы представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	Лицензии на программное обеспечение	Торговые знаки	Итого
Первоначальная стоимость			
На 31 декабря 2007 года	65	1	66
Приобретения	323	11	334
На 31 декабря 2008 года	388	12	400
Приобретения	232	-	232
На 31 декабря 2009 года	620	12	632
Накопленная амортизация			
На 31 декабря 2007 года	23	-	23
Начислено за год	41	1	42
На 31 декабря 2008 года	64	1	65
Начислено за год	92	1	93
На 31 декабря 2009 года	156	2	158
Остаточная стоимость			
На 31 декабря 2008 года	324	11	335
На 31 декабря 2009 года	464	10	474

В 2009 году Группа понесла расходы в сумме 232 млн. руб. (2008: 334 млн. руб.), которые в большей части относились к внедрению дополнительных функций ERP системы Группы SAP SCM.

Амортизационные отчисления были отражены в составе «Коммерческих, общехозяйственных и административных расходов» (Примечание 24).

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов у Группы имелись обязательства по приобретению лицензий на программное обеспечение. Детальная информация по данному вопросу представлена в Примечании 31.

8. Товарно-материальные запасы

Товарно-материальные запасы по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Товары для перепродажи	17 110	15 544
Прочие товарно-материальные запасы	10	79
За вычетом резерва на устаревшие и неходовые товарно-материальные запасы	(1 646)	(1 508)
Итого	15 474	14 115

Информация относительно себестоимости товарно-материальных запасов, отраженной в составе расходов за годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008 годов, представлена в Примечании 23. По состоянию на 31 декабря 2009 года товарно-материальные запасы Группы не являлись предметом залога в обеспечение по заемным средствам банков (31 декабря 2008: 10 063 млн. руб., см. Примечания 14,16,18).

9. Прочая дебиторская задолженность и расходы будущих периодов

Прочая дебиторская задолженность и расходы будущих периодов на 31 декабря 2009 и 2008 годов представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Авансы, выданные поставщикам, и расходы будущих периодов	954	1 870
Прочая дебиторская задолженность третьих сторон	197	209
Авансы, выданные связанным сторонам	36	54
За вычетом резерва по сомнительной дебиторской задолженности	(120)	(90)
Итого	1 067	2 043

Информация по прочей дебиторской задолженности к получению от связанных сторон более подробно представлена в Примечании 29.

По состоянию на 31 декабря 2009 года у Группы отсутствовала просроченная, но не обесцененная прочая дебиторская задолженность от третьих лиц (31 декабря 2008: ноль).

Изменения в резерве по сомнительной задолженности представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Остаток на начало года	90	36
Убыток от обесценения, отраженный в отношении прочей дебиторской задолженности	50	90
Суммы, списанные как невозможные для взыскания	(4)	(36)
Суммы, возмещенные в течение года	(16)	-
Остаток на конец года	120	90

Изменение в прочей дебиторской задолженности и расходах будущих периодов включает в себя неденежную операцию по списанию дебиторской задолженности в сумме 4 млн. руб. за счет ранее созданного резерва (2008: 36 млн. руб.).

Срок дебиторской задолженности, обесцененной по состоянию на 31 декабря 2009 года, составлял более 120 дней (на 31 декабря 2008 года: более 120 дней).

Балансовая стоимость прочей дебиторской задолженности приблизительно равна ее справедливой стоимости.

10. НДС и дебиторская задолженность по прочим налогам

НДС и дебиторская задолженность по прочим налогам по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
НДС к возмещению	1 159	1 484
Дебиторская задолженность по прочим налогам	-	5
Итого	1 159	1 489

11. Краткосрочные финансовые вложения

Краткосрочные финансовые вложения по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	Процентная ставка	Срок погашения	2009	2008
Краткосрочные депозиты в банке	8,5%	Март 2009	-	1 140
Краткосрочные депозиты в банке	4%	Март 2009	-	323
Краткосрочные депозиты в банке	8,2%	Февраль 2009	-	161
Итого краткосрочные депозиты в банках			-	1 624

По состоянию на 31 декабря 2009 года у Группы не было краткосрочных депозитов в банках, которые можно было бы классифицировать иначе, чем денежные средства и их эквиваленты (Примечание 12). Краткосрочные депозиты, включенные в состав краткосрочных инвестиций на 31 декабря 2008 года, были номинированы в евро. В течение 2009 года в составе прибыли от курсовых разниц Группа признала доход от переоценки стоимости депозитов, номинированных в иностранной валюте, в общей сумме 148 млн. руб. (2008: 266 млн. руб.)



12. Денежные средства и их эквиваленты

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов денежные средства и их эквиваленты представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Краткосрочные депозиты	4 848	4 111
Денежные средства в банках	786	660
Денежные средства в пути	644	529
Денежные средства в кассах компаний Группы и кассах магазинов	169	148
Итого	6 447	5 448

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов справедливая стоимость денежных средств и их эквивалентов равна их балансовой стоимости.

Денежные средства в пути представляют собой денежную наличность, инкассированную в магазинах Группы, но еще не внесенную на банковский счет по состоянию на конец года. Краткосрочные депозиты приносят проценты от 4,5% до 11,5% в год (2008: от 0,1% до 7% в год).

13. Уставный капитал

Объявленный и выпущенный капитал состоял из следующего количества обыкновенных акций с номинальной стоимостью 10 руб. за акцию:

в миллионах российских рублей	Выпущенные обыкновенные акции	Объявленные обыкновенные акции
По состоянию на 1 января 2008 года	179 768 227	209 768 227
По состоянию на 31 декабря 2008 года	179 768 227	209 768 227
По состоянию на 31 декабря 2009 года	179 768 227	209 768 227

В течение 2009 и 2008 годов количество объявленных и выпущенных обыкновенных акций Компании не изменялось. Все выпущенные акции были полностью оплачены.

Дивиденды

В течение годов, закончившихся 31 декабря 2009 и 2008 годов, Компания не объявляла и не выплачивала дивиденды. В соответствии с российским законодательством дивиденды могут объявляться в пользу акционеров Компании только из размера накопленной нераспределенной и нерезервированной прибыли в соответствии с официальной финансовой отчетностью Компании по российским стандартам бухгалтерского учета. Нераспределенная и нерезервированная прибыль (неаудированная) ОАО «Компания «М.видео» по состоянию на 31 декабря 2009 года составила 611 млн. руб. (на 31 декабря 2008 года: 154 млн. руб., неаудированная).

14. Долгосрочные кредиты и займы

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов долгосрочные кредиты и займы представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	Ставка процента	Срок погашения	2009	2008
Обеспеченные кредиты от банков (евро)	11,25%	Март 2010	-	2 114
Обеспеченные кредиты от банков (руб.)	13,75%	Март 2010	-	1 000
Итого			-	3 114

В течение 2009 года Группа досрочно погасила все долгосрочные займы и кредиты от банков, которые существовали на 31 декабря 2008 года.

15. Налог на прибыль

Налог на прибыль Группы за годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008, представлен следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Расходы, связанные с текущим налогом на прибыль	(943)	(1 358)
Доходы, связанные с отложенным налогом на прибыль	403	246
Итого расходы по налогу на прибыль	(540)	(1 112)
Текущий налог на прибыль, признанный в капитале	(41)	7

Налоговый эффект от основных временных разниц, по которым возникают отложенные налоговые активы и обязательства по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов, представлен ниже:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Отложенные налоговые активы		
Бонусы поставщиков, относящиеся к товарно-материальным запасам	333	225
Резервы на устаревшие и неходовые товарно-материальные запасы	329	301
Доходы будущих периодов	219	101
Разница в остаточной стоимости основных средств	126	58
Начисления по оплате труда	47	54
Начисленные расходы	27	71
Резерв по сомнительным долгам	27	22
Начисленное обязательство по неиспользованным отпускам	19	23
Корректировка на сумму нереализованной прибыли	2	22
Прочие разницы	31	38
Итого	1 160	915
Отложенные налоговые обязательства		
Разница в амортизируемой стоимости основных средств	276	214
Форвардные валютные контракты	-	164
Разница в нематериальных активах	-	63
Прочие разницы	12	5
Итого	288	446

Официальная ставка налога на прибыль, действовавшая в Российской Федерации в 2008 году, составляла 24%. В соответствии с Федеральным Законом №224-ФЗ от 26 ноября 2008 года были внесены изменения в Налоговый Кодекс Российской Федерации, и общая ставка налога на прибыль организаций была снижена до 20% для периодов с 1 января 2009 года. По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов Группа оценивала отложенные налоговые обязательства и активы по ставке 20%, представляющей собой ставку, которая будет применяться, когда активы будут реализовываться, а обязательства погашаться.

Сумма налоговых отчислений за год отличается от суммы, которая была бы получена при применении официальной ставки по налогу на прибыль к сумме чистой прибыли до налогообложения.

Ниже представлена сверка суммы теоретического налога на прибыль, рассчитанного с применением установленной ставки налога на прибыль 20% (31 декабря 2008: 24%), и суммы фактических расходов по уплате налогов, отраженной Группой в консолидированном отчете о совокупном доходе:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Прибыль до налогообложения	1 323	2 368
Теоретический налог на прибыль по официальной ставке 20% (2008: 24%)	(265)	(568)
Корректировки:		
Потери от недостач товара	(26)	(280)
Прочие расходы, не учитываемые при определении налогооблагаемой базы, нетто	(215)	(170)
Резерв по налогу на прибыль (Примечание 31)	(34)	-
Эффект снижения налоговой ставки (с 24% до 20%)	-	(94)
Расход по налогу на прибыль	(540)	(1 112)

Налогооблагаемые временные разницы по вложениям в дочерние предприятия, по которым отложенные налоговые обязательства не признавались по состоянию на 31 декабря 2009 года, составили 98 млн. руб. (31 декабря 2008 года: 479 млн. руб.). Группа не признавала никаких обязательств в отношении данных разниц, так как Группа может контролировать сроки их обратимости, и не намерена изменять эти временные разницы в обозримом будущем.

16. Краткосрочные кредиты и займы

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов краткосрочные кредиты и займы представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	Процентная ставка	2009	2008
Обеспеченный кредит от третьих лиц (евро)	2,74% + EURIBOR (3м)	-	1 624
Обеспеченный кредит от третьих лиц (евро)	3,1% + EURIBOR (1м)	-	1 242
Обеспеченный кредит от третьих лиц (евро)	9,5%	-	622
Обеспеченный кредит от третьих лиц (долл. США)	5%+USD LIBOR (3м)	-	441
Итого основная сумма задолженности по краткосрочным кредитам		-	3 929
Проценты к уплате		-	14
Итого		-	3 943

17. Торговая кредиторская задолженность

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов торговая кредиторская задолженность Группы представлена следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Торговая кредиторская задолженность перед третьими сторонами	20 436	14 816
Торговая кредиторская задолженность перед связанными сторонами	59	62
Итого	20 495	14 878

Проценты по торговой кредиторской задолженности не начисляются. Как правило, задолженность погашается в течение 30-90 дней, в зависимости от условий соглашения с каждым поставщиком.

Условия, действующие в отношении кредиторской задолженности перед связанными сторонами, раскрываются в Примечании 29.

18. Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы

Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Начисленная заработная плата и премии	294	311
Начисленное обязательство по неиспользованным отпускам	94	113
Начисленная арендная плата и коммунальные платежи	43	120
Начисленные консалтинговые услуги	29	74
Прочие текущие обязательства перед связанными сторонами	10	32
Аккредитивы	-	508
Прочие начисленные обязательства	97	151
Итого	567	1 309

По состоянию на 31 декабря 2009 года у Группы не было задолженности по аккредитивам. На 31 декабря 2008 года Группа имела обязательства перед банком Уралсиб по аккредитивам, открытым по поручению Группы в пользу поставщиков отдельных партий товаров. Годовая ставка процента по данному виду обязательств составляла 1,75% годовых. Аккредитивы были обеспечены товарно-материальными запасами Группы в размере 3 661 млн. руб. (см. Примечание 8).

19. Прочие налоги к уплате

Налог к уплате по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Налоги на заработную плату	84	79
НДС к уплате	-	13
Прочие налоговые обязательства	48	46
Итого	132	138

20. Отложенная выручка

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов отложенная выручка представлена следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009		2008	
	Программа лояльности клиентов «М.видео Бонус»	Прочие программы	Программа лояльности клиентов «М.видео Бонус»	Прочие программы
По состоянию на 1 января	113	392	-	305
Отложенная выручка в течение года	505	572	157	392
Выручка, признанная в консолидированном отчете о совокупном доходе	(96)	(392)	(44)	(305)
По состоянию на 31 декабря	522	572	113	392

Прочие программы представляют собой главным образом продажи подарочных карт покупателям Группы.

21. Резервы

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов резервы представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	Внеоборотные		Оборотные	
	2009	2008	2009	2008
Гарантийный резерв по договорам на предоставление программы дополнительного обслуживания (ПДО) (i)	126	114	202	150
Гарантийный резерв на ремонт товаров (ii)	3	5	9	10
Итого	129	119	211	160

Изменения в резервах за годы, заканчивающиеся 31 декабря 2009 и 2008 годов, представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	Гарантии – ПДО	Гарантии – Ремонт товаров
Остаток на 1 января 2008 года	162	10
Формирование дополнительных резервов	102	5
Остаток на 1 января 2009 года	264	15
Формирование дополнительных резервов	64	(3)
Остаток на 31 декабря 2009 года	328	12

(i) Гарантийный резерв по договорам на предоставление программы дополнительного обслуживания представляет собой наилучшую оценку руководства в отношении оттока экономических выгод в будущем, который потребует по заключенным Группой договорам на предоставление дополнительных услуг сроком на 2, 3 и 5 лет. Предприятие Группы продает программы дополнительного обслуживания напрямую покупателям, однако, по условиям взаимного соглашения, заключенного предприятием Группы со связанной стороной в 2007 году, обязательства по договорам на предоставление программ дополнительного обслуживания передаются Группой связанной стороне. В связи с этим Группой в составе прочих активов был признан и отражен соответствующий внеоборотный и оборотный актив в такой же сумме. Оценка была сделана на основании данных о гарантийном обслуживании за предыдущие периоды и может меняться в результате событий, влияющих на качество продукции.

(ii) Гарантийный резерв по ремонту товаров представляет собой наилучшую оценку руководства в отношении оттока экономических выгод в будущем, который может потребоваться для обслуживания проданных товаров, по которым в Российской Федерации отсутствует сервисный центр поставщика.

22. Выручка

Выручка за годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008 годов, представлена следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Розничная выручка (в т.ч. через Интернет)	70 324	68 131
Оптовая выручка	2 173	3 350
Прочая	10	5
Итого	72 507	71 486

Розничная выручка включает в себя продажи сертификатов по программе дополнительного обслуживания в размере 1 914 млн. руб. за 2009 год (2008 год: 1 820 млн. руб.).

23. Себестоимость реализации

Себестоимость реализации за годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008 годов, представлена следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Себестоимость продукции и услуг	58 505	56 409
Потери в товарно-материальных запасах	302	711
Изменение в резерве на устаревшие и неходовые товарно-материальные запасы	138	531
Бонусы поставщиков	(4 798)	(4 041)
Итого	54 147	53 610

24. Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы за годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008 годов, представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Заработная плата и соответствующие налоги	4 292	4 386
Расходы на аренду, за вычетом доходов от субаренды	3 310	3 041
Расходы на рекламу и продвижение товаров, нетто	2 493	2 462
Амортизация основных средств и нематериальных активов, убыток от обесценения	1 127	863
Транспортные расходы	933	1 081
Складские услуги	860	1 090
Оплата коммунальных услуг	617	274
Безопасность	454	463
Сервисный центр	427	356
Ремонт и техническое обслуживание	386	266
Банковские услуги	347	267
Налоги, не включая налог на прибыль	319	91
Юридические, аудиторские и консультационные услуги	221	446
Связь	201	151
Расходы по упаковке и материалам	176	203
Офисные расходы	106	71
Прочее	346	500
Итого	16 615	16 011

Заработная плата и соответствующие налоги включают 540 млн. руб. взносов, уплаченных в государственный пенсионный фонд (2008 год: 532 млн. руб.) и взносы в фонды социального и медицинского страхования в размере 166 млн. руб. (2008 год: 162 млн. руб.).

25. Прочие операционные доходы

Прочие операционные доходы за годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008 годов, включают комиссии, полученные от банков за предоставление кредитов клиентам, комиссии за доставку товаров, доходы от аренды и прочие статьи. Прочие операционные доходы за год, закончившийся 31 декабря 2009 года, включают доход от переоценки валюты в размере 102 млн. руб. (31 декабря 2008 года: 153 млн. руб.)

26. Прочие операционные расходы

Прочие операционные расходы за год, закончившийся 31 декабря 2009 года, в основном представлены статьями, которые по отдельности незначительны.

27. Финансовые расходы, нетто

Финансовые расходы, нетто, за годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008 годов, представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Процентные расходы по банковским кредитам	368	631
Курсовая разница по кредитам, номинированным в иностранной валюте, нетто	290	887
Убыток/(прибыль) по реализованным форвардным контрактам	263	(148)
Купонный расход по корпоративным облигациям	-	10
Изменение справедливой стоимости форвардных контрактов	(62)	(789)
Процентный доход	(65)	(226)
Итого	794	365

Курсовая разница по кредитам, номинированным в иностранной валюте, нетто, включает прибыль в сумме 170 млн. руб. от депозитов, номинированных в иностранной валюте, размещенных Группой для возмещения риска по валютным кредитам.

28. Вознаграждения в форме акций**Программа предоставления опционов на акции работникам**

В Группе действует программа предоставления имущественных прав на акции в качестве компенсации руководителям и высшему управленческому персоналу Группы. По условиям программы, утвержденной Советом Директоров на заседании Совета, проведенном 28 июня 2007 года, держателем контрольного пакета акций были выделены (предоставлены) 1 498 682 существующих обыкновенных акций Компании. Руководители и другие ответственные работники Группы (всего 35 человек) получили право на приобретение обыкновенных акций Компании с ценой исполнения 10 рублей за одну обыкновенную акцию. До наступления даты реализации опционов дивиденды начисляются в пользу существующих акционеров.

Опцион на акции каждого сотрудника предусматривает право приобретения его получателем одной обыкновенной акции Открытого Акционерного Общества «Компания «М.видео» у компании «М.видео Инвестмент Лтд.» (БВО). Поступления от продажи акций перечисляются существующему акционеру. В момент получения опциона его получатель не выплачивает никаких сумм, и у него не возникает обязательств по уплате каких-либо сумм. Опционы не предоставляют прав на получение дивидендов или прав голоса. Для получения возможности реализации опциона соответствующий сотрудник должен оставаться работником одного из предприятий Группы на дату закрепления прав, кроме случаев отмены данного условия решением Совета Директоров. Опционы могут быть реализованы в течение 30 дней после даты закрепления прав. Количество опционов, предоставляемых одному сотруднику, устанавливается Президентом и утверждается Советом Директоров.

Долгосрочный план вознаграждения – Серия первая

Согласно Серии первой долгосрочного плана вознаграждения (далее «ДПВ») сотрудников по состоянию на 1 октября 2007 года 35 человек стали участниками программы и среди них были распределены 622 500 акций, что составляет 42% от общего числа акций, выделенных для ДПВ сотрудников. В 2009 году, до второй даты закрепления прав (1 апреля 2009 года), были аннулированы опционы на 39 000 акций (2008: 123 000 акций). Из оставшихся предоставленных акций были исполнены опционы на 150 500 акций (2008: 166 500 акций), права на которые были закреплены 1 апреля 2009 года (второй транш). До 31 декабря 2009 года опционы еще на 40 000 акций были аннулированы (2008: 10 000 акций).

Ниже представлена информация о программе выплат по состоянию на 31 декабря 2009 года:

Опционы	Количество	Дата выдачи	Дата закрепления права	Срок истечения опциона	Цена исполнения (руб.)	Справедливая стоимость на дату предоставления (руб.)
Выпущены 1 октября 2007 года	93 500	1 октября 2007 года	1 апреля 2010 года	30 апреля 2010 года	10	165,66

Средневзвешенная справедливая стоимость опционов на акции, выданных в рамках серии первой, по состоянию на 31 декабря 2009 года составила 165,66 руб. (2008 год: 165,17 руб.) Цена опционов определялась на основе модели Блэка-Шоулза. Там где это применимо, модель отражала оценки руководства относительно будущего колебания цены акций Компании, предполагаемого дивидендного дохода, безрисковых ставок процента и ожидаемой текучести кадров. При определении информации, необходимой в таких ситуациях, руководство использует различные внешние источники:

Вводные данные	Опционы (Серия 1) с датой исполнения 1 апреля 2010 года
Цена на акцию на дату предоставления, руб.	173,40
Цена исполнения, руб.	10
Предполагаемая волатильность	20,68%
Срок действия опциона (лет)	2,50
Прогнозируемая доходность по дивидендам	0%
Безрисковая ставка процента	10%

Предполагаемая волатильность определялась исходя из цены акций на конец каждой недели за период с 1 ноября 2007 года (дата размещения акций) до 31 декабря 2007 года. Предполагаемая волатильность равна исторической в связи с тем, что данные о динамике торгов доступны лишь за короткий период, а также в связи с недостаточностью сравнительной информации по отрасли.

В течение года, закончившегося 31 декабря 2009 года, по выплатам в форме акций был признан расход в размере 3 млн. руб. (31 декабря 2008 года: 37 млн. руб.). Данный расход связан с вознаграждением сотрудников, основанным на акциях и выплачиваемым в виде акций. Расход был включен в состав «Коммерческих, общехозяйственных и административных расходов» по статье «Заработная плата и соответствующие налоги» (Примечание 24). Корреспондирующая проводка была сделана по счету нераспределенной прибыли.

Долгосрочный план вознаграждения – Серия вторая

31 марта 2008 года Совет Директоров утвердил вторую Серию ДПВ для избранных членов управленческой команды. 1 апреля 2008 года 46 человек стали участниками плана, и среди них были распределены опционы на 756 000 акций из числа выделенных для целей ДПВ. Распределенные акции входят в 1 498 682 изначально существовавших акций Компании, которые были отложены перед проведением первичного публичного размещения акций Компании. По условиям второй Серии ДПВ период закрепления прав длится три года, в течение которых в апреле каждого последующего года после даты выдачи опционов закрепляются права на 33.33% акций. Участники плана могут исполнить опционы на 33.33% своих акций в течение 30 дней каждого периода закрепления прав, уплатив 10 рублей за каждую акцию исполнителю плана после наступления даты закрепления прав. Для реализации своего права соответствующий участник плана должен оставаться сотрудником одного из предприятий Группы на каждую соответствующую дату закрепления прав, кроме случаев отмены данного условия решением Совета Директоров.

В 2009 году, до первой даты закрепления прав (1 апреля 2009 года), были аннулированы опционы на 51 000 акций. Из оставшихся 606 000 предоставленных акций были исполнены опционы на 210 000 акций, права на которые были закреплены 1 апреля 2009 года. До 31 декабря 2009 года, опционы на 112 000 акций были аннулированы.

Ниже представлена информация о программе выплат по состоянию на 31 декабря 2009 года:

Опционы Серия 2	Количество	Дата выдачи	Дата закрепления права	Срок истечения опциона	Цена исполнения (руб.)	Справедливая стоимость на дату предоставления (руб.)
Выпущены 1 апреля 2008 года	142 000	1.04.2008	1.04.2010	30.04.2010	10	169,69
Выпущены 1 апреля 2008 года	142 000	1.04.2008	1.04.2011	30.04.2011	10	170,39

Средневзвешенная справедливая стоимость опционов на акции, выданных в рамках серии два ДПВ, по состоянию на 31 декабря 2009 года составила 170,04 руб. (31 декабря 2008 года: 169,45 руб.). Цена опционов определялась на основе модели Блэка-Шоулза.

Вводные данные	Опционы Серия 2 с датой исполнения 1 апреля 2010 года	Опционы Серия 2 с датой исполнения 1 апреля 2011 года
Цена на акцию на дату предоставления, руб.	177,45	177,45
Цена исполнения, руб.	10	10
Предполагаемая волатильность	26,85%	26,85%
Срок действия опциона (лет)	2	3
Прогнозируемая доходность по дивидендам	0%	0%
Безрисковая ставка процента	10%	10%

Предполагаемая волатильность определялась исходя из цены акций на конец каждой недели за период с 1 ноября 2007 года (дата размещения акций) до 1 апреля 2008 года. Предполагаемая волатильность равна исторической в связи с тем, что данные о динамике торгов доступны лишь за короткий период, а также в связи с недостаточностью сравнительной информации по отрасли.

За год, закончившийся 31 декабря 2009 год, по выплатам в форме акций в рамках Серии второй ДПВ был признан расход в размере 20 млн. руб. (31 декабря 2008 года: 50 млн. руб.). Данный расход связан с вознаграждением сотрудников, основанным на акциях и выплачиваемым в виде акций. Расход был включен в состав коммерческих, общехозяйственных и административных расходов по статье «Заработная плата и соответствующие налоги» (Примечание 24).

Долгосрочный план вознаграждения – Серия третья

9 декабря 2009 года Совет Директоров утвердил Серию три ДПВ для отдельных членов управленческой команды Группы. 56 человек стали участниками плана и в рамках третьей Серии ДПВ будут участвовать 2 670 000 акций. Акции будут выданы Группой участникам плана на соответствующую дату закрепления прав на акции при условии, что участники плана будут оставаться сотрудниками одного из предприятий группы, кроме случаев отмены данного условия решением Совета Директоров.

Ниже представлена информация о программе выплат по состоянию на 31 декабря 2009 года:

Опционы Серия 3	Количество	Дата выдачи	Дата закрепления права	Срок истечения опциона	Цена исполнения (руб.)	Справедливая стоимость на дату предоставления (руб.)
Выпущены 9 декабря 2009 года	1 275 000	9.12.2009	1.04.2013	30.04.2013	-	118,47
Выпущены 9 декабря 2009 года	1 395 000	9.12.2009	1.04.2015	30.04.2015	-	118,49

Средневзвешенная справедливая стоимость опционов на акции, выданных в рамках серии три ДПВ по состоянию на 31 декабря 2009 года составила 118,48 руб. Цена опционов определялась на основе модели Блэка-Шоулза.

Вводные данные	Опционы Серия 3 с датой исполнения 1 апреля 2013 года	Опционы Серия 3 с датой исполнения 1 апреля 2015 года
Цена на акцию на дату предоставления, руб.	122,27	122,27
Цена исполнения, руб.	0	0
Предполагаемая волатильность	123,55%	123,55%
Срок действия опциона (лет)	3	5
Прогнозируемая доходность по дивидендам	0%	0%
Безрисковая ставка процента	7,5%	7,5%

Предполагаемая волатильность определялась исходя из цены акций на конец каждой недели за период с 1 ноября 2007 года (дата размещения акций) до 9 декабря 2009 года. Предполагаемая волатильность равна исторической в связи с тем, что данные о динамике торгов доступны лишь за короткий период, а также в связи с недостаточностью сравнительной информации по отрасли.

За год, закончившийся 31 декабря 2009 год, по выплатам в форме акций в рамках Серии третьей ДПВ был признан расход в размере 5 млн. руб. Данный расход связан с вознаграждением сотрудников, основанным на акциях и выплачиваемым в виде акций. Расход был включен в состав «Коммерческих, общехозяйственных и административных расходов» по статье «Заработная плата и соответствующие налоги» (Примечание 24).

Сверка данных по неисполненным опционам на акции, предоставленным в рамках программы предоставления опционов на акции работникам, на конец и начало 2009 финансового года представлена следующим образом:

	Серия Первая ДПВ		Серия Вторая ДПВ		Серия Третья ДПВ	
	Количество опционов	Средневзвешенная цена исполнения (руб.)	Количество опционов	Средневзвешенная цена исполнения (руб.)	Количество опционов	Средневзвешенная цена исполнения (руб.)
Остаток на 1 января 2008 года	622 500	10	-	-	-	-
Выдано в течение года	-	-	756 000	10	-	-
Аннулировано в течение года	(133 000)	10	(99 000)	10	-	-
Исполнено в течение года	(166 500)	10	-	-	-	-
Остаток на 31 декабря 2008 года	323 000	10	657 000	10	-	-
Доступные к исполнению на конец финансового года	-	-	-	-	-	-
Остаток на 1 января 2009 года	323 000	10	657 000	10	-	-
Выдано в течение года	-	-	-	-	2 670 000	-
Аннулировано в течение года	(79 000)	10	(163 000)	10	-	-
Исполнено в течение года	(150 500)	10	(210 000)	10	-	-
Остаток на 31 декабря 2009 года	93 500	10	284 000	10	2 670 000	-
Доступные к исполнению на конец финансового года	-	-	-	-	-	-

Остаток на конец финансового года

Цена исполнения по опционам, выданным в рамках Серий первой и второй ДПВ, не исполненным на конец 2009 финансового года, составляет 10 руб. (в 2008 году: 10 руб.).

Средневзвешенный оставшийся срок реализации опционов по всем трем сериям ДПВ составляет 1 400 дней (в 2008 году: 396 дней).

29. Информация об операциях со связанными сторонами

Связанные стороны включают акционеров, ключевой управленческий персонал, предприятия, имеющие общих собственников и находящиеся под общим контролем, а также компании, в отношении которых у Группы имеется существенное влияние.

Настоящая консолидированная финансовая отчетность включает финансовую отчетность ОАО «Компания «М.видео» и его дочерних предприятий, перечисленных в Примечании 1. Результаты внутригрупповых расчетов и операций не представлены для целей данного раскрытия.

В следующей таблице представлены общие суммы операций, проведенных со связанными сторонами в соответствующем финансовом году (информацию по остаткам по расчетам на 31 декабря 2009 и 2008 годов также см. в Примечаниях 9, 17 и 18):

в миллионах российских рублей	2009	2009	31 декабря 2009		2008	2008	31 декабря 2008	
	Продажи связанным сторонам	Закупки у связанных сторон	Задолженность связанных сторон	Задолженность перед связанными сторонами	Продажи связанным сторонам	Закупки у связанных сторон	Задолженность связанных сторон	Задолженность перед связанными сторонами
Компании, находящиеся под общим контролем								
ООО «Авто-Экспресс»	-	142	-	13	-	144	-	7
ООО «Авторитет»	15	192	3	8	1	52	-	3
ООО «Барс»	-	-	-	-	-	11	-	-
ООО «Компания Профи Центр»	-	6	-	-	-	7	-	-
ООО «МВ. Стиль»	1	-	-	-	1	-	-	-
ООО «Новый Формат»	-	325	-	-	-	404	-	20
ООО «Частное охранное предприятие «Барс-СБ»	2	147	1	-	2	134	4	-
Группа компаний «Транссервис», ООО «ТехновидеоСервис», ООО «Транссервис-95»	21	261	32	12	28	268	50	35
ООО «Универсал Сервис»	-	330	-	36	-	366	-	29
Итого	39	1 403	36	69	32	1 386	54	94

Операции со связанными сторонами носили следующий характер:

- ООО «Авто-Экспресс» – предоставляло Группе услуги аренды автомобилей и логистические услуги;
- ООО «Авторитет» – предоставляло Группе бренд «Smart-on» по лицензионному соглашению и два торговых помещения в Москве по договору аренды. В 2009 году Группа также приобрела у ООО «Авторитет» здание для использования в торговой деятельности;
- ООО «Частное охранное предприятие «Барс-СБ» – предоставляло услуги по охране магазинов и головного офиса;
- ООО «Барс» – предоставляло Группе услуги курьерской доставки;
- ООО «Компания Профи Центр» – обслуживание товаров;
- ООО «МВ. Стиль» – предоставление услуг аренды;
- ООО «Новый Формат» – в течение периодов, закончившихся 31 декабря 2008 и 2009 годов, участвовало в сделках по приобретению Группой зданий;
- Группа компаний «Транссервис» – занималась послепродажным и прочим обслуживанием товаров Группы;
- ООО «Универсал Сервис» – предоставляло послепродажное обслуживание и сопутствующие услуги для товаров, проданных по программе послепродажного гарантийного обслуживания;

Материнская компания наивысшего уровня

Материнской компанией наивысшего уровня по отношению к Группе является компания «М.видео Инвестмент Лтд.» (БВО).

За годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008 года, операции между Группой и материнской компанией наивысшего уровня отсутствовали.

Непосредственная материнская компания

Компании «Свеце Лимитед» принадлежит 69,9626% обыкновенных акций ОАО «Компания «М.видео» по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов.

См. Примечание 1 для дополнительной информации о материнской компании Группы наивысшего уровня и вознаграждениях в виде акций непосредственной материнской компании.

Условия сделок со связанными сторонами

Связанные стороны могут вступать в сделки, которые не проводились бы между несвязанными сторонами. Цены и условия таких сделок могут отличаться от цен и условий сделок между несвязанными сторонами. Остатки в расчетах со связанными сторонами по состоянию на конец года были необеспеченными; расчеты по ним осуществляются денежными средствами. Гарантий по дебиторской и кредиторской задолженности связанных сторон получено и предоставлено не было. За год, закончившийся 31 декабря 2009 года, Группа не отражала обесценения дебиторской задолженности по суммам, подлежащим выплате связанными сторонами (в 2008 году: ноль). Оценка возможного наличия обесценения производится в каждом финансовом году посредством анализа финансовой позиции соответствующей связанной стороны и состояния рынка, на котором такая сторона ведет деятельность.

Вознаграждение, выплаченное ключевому руководящему персоналу Группы

Вознаграждение директоров и других ключевых руководителей, выплаченное в течение года, представлено следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Краткосрочные выплаты*	173	143
Вознаграждения в форме акций	1	35
Итого	174	178

По состоянию на 31 декабря 2009 года задолженность перед ключевым руководящим персоналом Группы составила 35 млн. руб. (2008 год: 32 млн. руб.).

Количество позиций ключевого руководящего состава равнялось 15 в 2009 году (2008: 16).

В течение отчетного периода Группа не принимала на себя существенных обязательств по пенсионным выплатам, оплате выходного пособия или иных долгосрочных обязательств перед ключевым управленческим персоналом, кроме уплаты взносов в государственный пенсионный фонд и фонды социального страхования в составе единого социального налога с заработной платы и премий. Единый социальный налог, уплаченный с суммы вознаграждения ключевого управленческого персонала за годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008 годов, составил 3 млн. руб. и 4 млн. руб. соответственно. Эти выплаты включены в приведенные выше данные.

*Краткосрочные выплаты включают заработную плату, премии, отпускные, расходы по медицинскому страхованию и страхованию жизни.

30. Соглашения операционной аренды

Группа заключала договоры операционной аренды в отношении объектов торговой недвижимости, складских и офисных помещений. Срок аренды по данным договорам варьируется от 1 года до 14 лет. Большая часть договоров содержит положения об увеличении размера арендной платы. Некоторыми договорами предусмотрены условия, по которым Группа обязуется выплачивать минимальные арендные платежи или определенную долю выручки, в зависимости от того, какая сумма больше. Суммы, уплаченные сверх минимальных арендных платежей, представлены ниже как условная арендная плата. Группа не имеет права выкупа арендуемого помещения по окончании срока аренды.

Платежи, признанные в качестве расхода

в миллионах российских рублей	2009	2008
Минимальные арендные платежи	3 288	3 101
Условные арендные платежи	22	-
Итого	3 310	3 101

Обязательства по нерасторгаемым договорам операционной аренды

Будущие минимальные арендные платежи по нерасторгаемым договорам операционной аренды на помещения, занимаемые Группой по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов, представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
В течение одного года	3 707	3 471
Более года, но менее пяти лет	15 923	12 608
Более пяти лет	6 127	5 467
Итого	25 757	21 546

Будущие минимальные арендные платежи по заключенным нерасторгаемым договорам операционной аренды на помещения будущих магазинов по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов представлены следующим образом:

в миллионах российских рублей	2009	2008
В течение одного года	210	470
Более года, но менее пяти лет	2 441	1 409
Более пяти лет	2 577	2 354
Итого	5 228	4 233

На суммы будущих минимальных арендных платежей будет начисляться НДС.

31. Условные обязательства

Операционная среда

Группа реализует товары, спрос на которые чувствителен к изменениям экономических условий, влияющих на потребительские расходы. Будущие экономические условия и другие факторы, включая доверие покупателей, уровень занятости, процентные ставки, задолженность по потребительскому кредитованию и доступность потребительского кредитования могут снизить потребительские расходы или изменить потребительские предпочтения. Глобальное снижение темпов роста российской и мировой экономик или неопределенные экономические перспективы могут отрицательно сказаться на потребительских предпочтениях и операционных результатах Группы.

Российская экономика очень чувствительна к падениям рынка и снижению экономических темпов роста где-либо еще в мире. Существующий мировой финансовый кризис обернулся нестабильностью рынков капитала, значительным ухудшением ликвидности в банковском секторе и ужесточением кредитных условий в России. В то время как Российское Правительство предприняло серию стабилизационных мер, нацеленных на обеспечение ликвидности и поддержание рефинансирования задолженности перед зарубежными компаниями российских банков и компаний, продолжает существовать неопределенность относительно доступа к капиталу и стоимости капитала для Группы и ее контрагентов, которая может повлиять на финансовую позицию Группы, результаты операций и бизнес перспективы. Несмотря на то, что любое последующее ухудшение в областях, описанных выше, может негативно повлиять на результаты и финансовую позицию Группы в степени, которую сейчас достаточно сложно определить, руководство считает, что предпринимает все возможные меры для поддержания стабильности бизнеса Группы в существующих условиях.

Налоговое законодательство и условия регулирования в Российской Федерации

Правительство Российской Федерации продолжает реформу экономической и коммерческой инфраструктуры в процессе перехода к рыночной экономике. В результате законодательство, влияющее на деятельность предприятий, продолжает быстро меняться. Эти изменения характеризуются неясными формулировками, наличием различных толкований и сложившейся практикой вынесения произвольных решений со стороны властей. Интерпретация руководством такого законодательства применительно к деятельности Группы может быть оспорена соответствующими региональными и федеральными органами. Недавние события в Российской Федерации свидетельствуют о том, что налоговые органы занимают более жесткую позицию при интерпретации законодательства и определении размера налогов, и в результате, возможно, что операции и деятельность, которые ранее не оспаривались, будут оспорены. Следовательно, могут быть доначислены налоги, штрафы и пени. Три года, предшествующие отчетному, являются открытыми для проверки налоговыми органами. При определенных обстоятельствах проверки могут охватывать и более длительные периоды. Руководство полагает, что Компания начислила все применимые налоги. В ситуациях неопределенности Группа произвела начисление налоговых обязательств, исходя из оценки руководством вероятной величины оттока ресурсов, которые потребуются для погашения таких обязательств. Руководство Группы, основываясь на своей трактовке налогового законодательства, считает, что обязательства по налогам отражены в полном объеме. Тем не менее, государственные органы могут по-иному трактовать положения действующего налогового законодательства, и различия в трактовке могут иметь существенные последствия.

По состоянию на 31 декабря 2007 года в консолидированной финансовой отчетности руководство начислило резерв в размере 87 млн. руб. по налогу на прибыль и 7 млн. руб. по обязательствам по прочим налогам, часть этого резерва в сумме 32 млн. руб. была восстановлена в 2009 году из-за истечения срока исковой давности (2008: ноль). В течение 2009 года Группа признала дополнительное обязательство по налогам в размере 66 млн. руб., которое возникло в 2009 году (2008: ноль).



Группа выявила иные возможные условные налоговые обязательства по вопросам, не связанным с таможенным оформлением (см. ниже) за трехлетний период, закончившийся 31 декабря 2009 года. Руководство оценило, что возможные риски по данным налоговым вопросам, при условии их осуществления, не превысят двукратную величину прибыли Группы до налога на прибыль.

Таможенные аспекты

Группа или ее аффилированные лица ведут переговоры с зарубежными представителями иностранных производителей и подтверждают количество, цену и характеристики производимых за рубежом товаров. Данная практика является стандартной в рассматриваемом бизнесе. При этом товары могут приобретаться через компании, которые могут быть как зависимыми сторонами, так и третьими сторонами с точки зрения Группы.

В соответствии с вышесказанным, в течение года, закончившегося 31 декабря 2009 года, часть произведенных за рубежом товаров Группа приобретала на территории Российской Федерации у российских юридических лиц, включая оптовые компании и посредников, которые импортировали товары на территорию России напрямую или через посредников. Так как Группа не участвовала в процессе таможенного оформления приобретенных товаров при их ввозе в Россию, руководство не может иметь полной уверенности в том, что предприятия, импортировавшие товары в Россию, полностью соблюдали применимые положения российского таможенного кодекса.

Как описано выше в разделе «Налоговое законодательство и условия регулирования в Российской Федерации», соответствующие государственные органы могут занять более жесткие позиции в толковании применимого законодательства. В соответствии с российским законодательством компания, владеющая товарами, ввоз в страну которых сопровождался доказанными нарушениями таможенного законодательства, может быть подвергнута серьезным административным и гражданским санкциям и/или конфискации товаров, если она участвовала, знала или должна была знать об имевшем место нарушении таможенного кодекса. На настоящий момент Группа не получала никаких уведомлений об имевших место нарушениях таможенного кодекса.

Руководство считает, что предприятия Группы действовали в соответствии со всеми применимыми налоговыми и правовыми требованиями в отношении импортированной продукции, и что Группа не участвовала, не знала и не могла знать о каких-либо существенных нарушениях применимого таможенного кодекса российскими оптовыми или посредническими компаниями. Соответственно, в настоящей консолидированной финансовой отчетности руководство не начисляло резервов в отношении таких условных обязательств. Руководство считает, что с учетом существующих ограничений на доступ к документам таможенного оформления оценить вероятный потенциальный финансовый эффект (если таковой присутствует) таких условных обязательств не представляется практически возможным.

Лицензионные соглашения

По состоянию на 31 декабря 2009 года, закончился четвертый год пятилетнего договора Группы с компанией «Майкрософт», по которому Группа имеет право использования программного обеспечения Microsoft Office. Структура договора позволяет Группе осуществлять предоплату за каждый последующий год. Общий размер будущих обязательств, включая лицензионные платежи и услуги годовой сервисной поддержки до конца года, заканчивающегося 31 декабря 2010 года, составляет 17,5 млн. рублей.

Судебные разбирательства

В ходе ведения деятельности Группа подвергается различным искам и претензиям. Хотя в отношении таких разбирательств действуют прочие факторы неопределенности, и их исход невозможно предсказать с достаточной степенью уверенности, руководство Группы считает, что финансовое влияние данных вопросов не будет существенным для финансового положения или годовых финансовых результатов Группы.

Охрана окружающей среды

Законодательство об охране окружающей среды в Российской Федерации находится в стадии развития, и позиция государственных органов в этом отношении претерпевает изменения. Группа периодически пересматривает свои обязательства в области защиты окружающей среды. В существующих условиях правоприменения и с учетом действующего законодательства у Группы, по мнению руководства, отсутствуют какие-либо значительные обязательства по охране окружающей среды.

Гарантии

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов у Группы не было гарантий, выданных компаниями Группы или третьими лицами в пользу компаний Группы.

32. Цели и политика управления финансовыми рисками

Как правило, финансовые обязательства Группы, помимо производных финансовых инструментов, включают в себя займы и кредиты, торговую и прочую кредиторскую задолженность. Основная цель данных финансовых инструментов заключается в финансировании операций Группы. Группа также имеет торговую и прочую дебиторские задолженности, денежные средства и краткосрочные депозиты, возникающие непосредственно в ходе деятельности. Также Группа использует производные финансовые инструменты.

Основными рисками, возникающими в результате использования Группой финансовых инструментов, являются валютный риск, кредитный риск и риск ликвидности.

Руководство Группы контролирует управление данными рисками. Руководство Группы оказывает содействие Совету Директоров Группы в части управления операциями, связанными с финансовыми рисками, в соответствии с надлежащими правилами и процедурами, а также обеспечивает идентификацию, оценку и управление финансовыми рисками в соответствии с политикой Группы. Все операции с производными финансовыми инструментами для целей управления рисками осуществляются командой специалистов с должным уровнем профессиональных навыков, опытом и руководством.

Совет Директоров проводит анализ и утверждение политики управления каждым из этих рисков, краткое описание которых приведено ниже.

Управление капиталным риском

Группа осуществляет управление своим капиталом для обеспечения продолжения деятельности всех предприятий Группы в обозримом будущем и одновременной максимизации прибыли для акционеров за счет оптимизации соотношения заемных и собственных средств. За годы, закончившиеся 31 декабря 2009 и 2008, не было изменений в целях, политиках и процессах.

В состав капитала Группы входят денежные средства и их эквиваленты (см. Примечание 12), краткосрочные инвестиции (см. Примечание 11), а также капитал акционеров материнской компании, включающий выпущенные акции, добавочный капитал и нераспределенную прибыль.

Главной целью программы управления капиталом Группы является максимизация акционерной стоимости и минимизация рисков кредитного портфеля. Сегмент бытовой электронной техники является циклическим бизнесом и, соответственно, требует краткосрочных колебаний размера капитала, используемого для приобретения товаров с целью насыщения сезонного спроса. Для покрытия сезонной потребности в капитале Группа сочетает такие виды заимствований, как долгосрочные и краткосрочные кредиты, а также задолженность перед поставщиками. Программа наращивания количества магазинов усиливает потребность в капитале, так как затраты, необходимые для открытия новых магазинов, увеличивают финансовую нагрузку Группы. Хотя в Группе не существует какой-либо формальной политики касательно оптимального соотношения заемных и собственных средств, Группа периодически проводит анализ своих потребностей в капитале для определения необходимых мер по поддержанию сбалансированной структуры капитала посредством привлечения вкладов акционеров в уставный капитал, выпуска новых акций, возврата капитала акционерам, выпуска новых или погашения существующих долговых обязательств.

Существенные положения учетной политики

Подробная информация о принятой учетной политике и методах, включая критерии признания, базу оценки и принципы признания доходов и расходов по каждому классу финансовых активов, финансовых обязательств и долевых инструментов, раскрыта в Примечании 3 к настоящей консолидированной финансовой отчетности.

Категории финансовых инструментов

Балансовая стоимость финансовых активов и обязательств, сгруппированных по категориям финансовых инструментов, приведена ниже:

в миллионах российских рублей	2009	2008
Финансовые активы		
Оцениваемые по справедливой стоимости через прибыли и убытки	-	821
Займы выданные и дебиторская задолженность (включая денежные средства и их эквиваленты)	6 628	7 329
Финансовые обязательства		
Обязательства, учитываемые по амортизированной стоимости	21 062	23 244

Управление валютным риском

Валютный риск представляет собой риск того, что справедливая стоимость будущих денежных потоков от финансовых инструментов будет изменяться в результате изменения курса иностранных валют. Руководство полагает, что по состоянию на 31 декабря 2009 года валютный риск не является существенным, поскольку Группа не имеет существенных активов и обязательств, номинированных в иностранной валюте, в консолидированном балансе, а также не подвержена валютному риску в отношении выручки по заключаемым ею сделкам, так как продажи осуществляются на территории Российской Федерации в российских рублях.

Управление риском изменения процентных ставок

Риск изменения процентных ставок представляет собой изменение справедливой стоимости будущих денежных потоков финансовых инструментов вследствие изменения процентных ставок. Руководство полагает, что по состоянию на 31 декабря 2009 года риск изменения процентных ставок не является существенным, поскольку Группа не имела кредитов или прочих финансовых обязательств с плавающей процентной ставкой.

Управление кредитным риском

Кредитный риск представляет собой риск того, что контрагент может не исполнить свои договорные обязательства в срок, что приведет к возникновению у Группы финансового убытка. Финансовые активы, которые потенциально могут вызвать возникновение кредитного риска у Группы, в основном состоят из торговой и прочей дебиторской задолженности, а также из денежных средств на текущих и депозитных счетах в банках или прочих финансовых институтах.

Группа ведет торговлю только с теми третьими сторонами, которые обладают хорошей репутацией и кредитоспособностью и которые учреждены в Российской Федерации. В соответствии с политикой Группы, кредит предоставляется только тем заказчикам, по которым имеются данные о совершении покупок у Группы в прошлом, сотрудники которых известны Группе, и которые могут продемонстрировать наличие финансовых ресурсов, покрывающих предоставленные кредитные лимиты. Группа также требует от таких покупателей предоставления определенных документов, таких как свидетельство о регистрации и финансовая отчетность.

Риск концентрации продаж Группы и кредитный риск незначительны, поскольку выручка и торговая дебиторская задолженность по любому из контрагентов не превышает 5% от величины выручки и дебиторской задолженности в консолидированной финансовой отчетности Группы. Любые нарушения в графиках платежей или значительное сокращение закупок со стороны отдельных покупателей не будут иметь существенных отрицательных последствий для финансового состояния Группы, результатов ее деятельности и ликвидности.

Кредитный риск по ликвидным средствам (см. таблицу ниже) управляются казначейством в Группе. Руководство уверено, что кредитный риск по финансовым вложениям, возникшим в результате избытка наличных средств, является ограниченным, так как контрагентами Группы являются банки с высокими кредитными рейтингами, присвоенными международными рейтинговыми агентствами.

В следующей таблице представлены остатки по операциям с 3 крупнейшими контрагентами на отчетную дату:

в миллионах российских рублей			Балансовая стоимость	
Наименование контрагента	Валюта	Рейтинг	2009	2008
Газпромбанк	Евро, доллары США, руб	BB	3 648	3 994
Московский Кредитный Банк	Руб, доллары США	BBB-	1 200	441
Уралсиб	Евро	BB+	-	1 300

Балансовая стоимость финансовых активов, отраженных в настоящей консолидированной финансовой отчетности, показана за вычетом убытков от обесценения и представляет собой максимальную величину кредитного риска Группы.

По состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов Группа не имела никаких финансовых гарантий перед кем-либо. Также не было прочих признаков концентрации кредитного риска по состоянию на 31 декабря 2009 года.

Управление риском ликвидности

Казначейство Группы контролирует риск возможной нехватки средств, используя модель постоянного планирования ликвидности. Данный инструмент анализирует сроки погашения финансовых вложений и финансовых активов Группы (например, дебиторской задолженности, прочих финансовых активов) и прогнозы в отношении денежных потоков от операционной деятельности.

Целью Группы является обеспечение непрерывного финансирования и гибкости при использовании финансовых ресурсов путем использования овердрафтов по банковским счетам и банковских кредитов. Группа ежегодно проводит анализ своих потребностей в денежных средствах и ожидаемых денежных потоков с целью определения своих обязательств по финансированию. В основе проводимой оценки лежит сезонный характер деятельности Группы, программа увеличения количества магазинов и прогнозируемые потребности Группы в оборотном капитале. Для покрытия значительной доли своих базовых потребностей в наличных денежных средствах Группа использует долгосрочные инструменты (займы и кредиты). Для удовлетворения сезонной потребности в ликвидности Группа использует краткосрочные кредиты и банковские овердрафты. Группа ежеквартально пересматривает прогнозы в отношении необходимой ликвидности и организует доступ к заемным средствам в нескольких банках, чтобы быть уверенной в том, что у нее имеется достаточное количество подтвержденных, но еще неиспользованных кредитов. По состоянию на 31 декабря 2009 года Группа не имела заимствованных средств от банков (31 декабря 2008: 9 833 млн. руб. неизрасходованных резервных заемных средств, по которым, однако, у банков нет твердых обязательств по их предоставлению). Группа может подать формальную заявку на получение дополнительных траншей заемных средств, по которой банк предоставит дополнительное финансирование, при условии соблюдения всех необходимых условий.

В таблице ниже представлены данные о сроках погашения финансовых обязательств Группы по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов на основе недисконтированных платежей по договорам в миллионах российских рублей:

31 декабря 2009 года	Менее 3 месяцев	3-12 месяцев	1-5 лет	Итого
Торговая кредиторская задолженность	20 495	-	-	20 495
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	567	-	-	567
Итого	21 062	-	-	21 062

31 декабря 2008 года	Менее 3 месяцев	3-12 месяцев	1-5 лет	Итого
Процентные кредиты и займы	2 729	1 283	3 565	7 577
Торговая кредиторская задолженность	14 878	-	-	14 878
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	1 309	-	-	1 309
Итого	18 916	1 283	3 565	23 764

Руководство полагает, что балансовая стоимость финансовых активов и финансовых обязательств, отраженных в консолидированном балансе Группы, по состоянию на 31 декабря 2009 и 2008 годов приблизительно равна их справедливой стоимости.

33. События после отчетной даты

12 мая 2010 года Совет Директоров рекомендовал одобрить выплату дивидендов в сумме 413 млн. руб. (что соответствует 2,3 руб. за акцию) по результатам 2009 года. Ожидается, что данная выплата дивидендов будет окончательно одобрена на общем собрании акционеров, которое запланировано на июнь 2010 года.