

«М.Видео» улучшила ключевые показатели эффективности на фоне снижения рынка бытовой техники и электроники в первом квартале 2017 года

18.04.2017 12:30

Ключевые показатели «М.Видео» по итогам первого квартала 2017 года:

- Продажи составили 52 млрд рублей (с НДС);
- Продажи через интернет выросли на 5,9% до 6,5 млрд рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (LfL) снизились на 6,5%.

«Российский рынок бытовой техники и электроники показал спад в первом квартале 2017 года за счет продолжающегося снижения трафика и розничных цен на фоне укрепления рубля – продажи крупной бытовой техники, телевизоров, компьютеров в России снизились на 4-8%. Этот тренд оказал наибольшее влияние на наши продажи в январе на фоне высоких показателей начала 2016 года, вызванных ростом курса доллара. В феврале и марте мы смогли переломить тенденцию и нарастить продажи в среднем на 6% в годовом исчислении. В январе 2017 года рубль укрепился на 30% относительно аналогичного периода прошлого года, что привело к снижению розничных цен на бытовую технику, при этом продажи «М.Видео» по итогам первого квартала 2017 года в натуральном выражении в основных сегментах показали рост на 5-15%. Несмотря на общий для всего рынка тренд на снижение трафика и средней цены «М.Видео» удалось нарастить свою долю и увеличить отрыв от конкурентов в продажах крупной и мелкой бытовой техники, ТВ и других основных категориях, – отметил президент «М.Видео» Александр Тынкован. – Можно говорить о том, что рынок электроники в России вошел в стадию нормализованного спроса – после активного роста на этапе насыщения и скачкообразного инвестиционного спроса при изменении курса рубля».

«М.Видео» также улучшила качественные показатели работы розницы, влияющие на прибыль. Ключевые показатели эффективности работы розничной сети, к которым можно отнести среднее число товаров в чеке и коэффициент привлечения, то есть, количество покупателей в общем

объеме посетителей, показали лучшую за последние два года динамику. Так, количество товаров в одном чеке выросло на 4%, коэффициент привлечения – на 5,6% за счет лучшего ассортимента, гарантированно низкой цены и высокого уровня сервиса», – подчеркнул Александр Тынкован.

«Рынок бытовой техники и электроники по нашей оценке в первом квартале 2017 года демонстрирует отрицательную динамику как в денежном, так и в натуральном выражении по основным категориям. При этом «М.Видео» продолжает концентрироваться на укреплении своей доли и привлечении новой аудитории, а также росте маржинальности бизнеса за счет увеличения продаж аксессуаров и дополнительных услуг. Мы не только усилили свое присутствие в ключевых сегментах, мы видим и заметную позитивную динамику в таких новых сегментах как гейминг, цифровой контент. Так, рыночная доля «М.Видео» в этих категориях выросла до более чем 40%. «М.Видео» также увеличила продажи сервисов в первом квартале 2017 года на примерно 20%. Доля проникновения аксессуаров в чеке по итогам первого квартала показала двузначный рост. Мы продолжаем развитие проектов, направленных на улучшение клиентского опыта и повышение лояльности, реализацию специальных акций, а также потребительского кредитования с максимально выгодными условиями кредитов без увеличения покупной цены, что делает доступной для наших покупателей любую технику», – сказал главный исполнительный директор «М.Видео» Энрике Фернандес.

В первом квартале 2017 года «М.Видео» открыла один новый магазин. Общее число магазинов сети на конец марта 2017 года составляет 399, «М.Видео» работает в 165 городах по всей России. Торговая площадь «М.Видео» насчитывает 664 тыс. кв. м, общая площадь – 897 тыс. кв. м.

[Полный текст пресс-релиза](#)