

Обзор финансовых результатов

Основные финансовые показатели «М.видео» в 2012-2014 гг., млн. руб. (без НДС)

	2014	2013	2012
Чистая выручка	172 187	148 042	133 593
Валовая прибыль	46 600	38 360	32 955
% от чистой выручки	27,10%	25,91%	24,67%
Операционные расходы	36 500	31 593	27 583
% от чистой выручки	21,20%	21,34%	20,65%
Операционная прибыль (ЕБИТ)	10 100	6 767	5 372
% от чистой выручки	5,90%	4,57%	4,02%
ЕБИТДА	12 909	9 400	7 525
% от чистой выручки	7,50%	6,35%	5,63%
Чистая прибыль	7 989	5 729	4 141
% от чистой выручки	4,60%	3,87%	3,10%

Источник: данные Компании

Выручка

Чистая выручка «М.Видео» возросла в 2014 году на 16,2% до 172,2 млрд. рублей в результате открытия новых магазинов и увеличения интернет-продаж, а также роста выручки реконструированных магазинов.

Увеличение продаж сопоставимых магазинов на 12%, открытие 39 новых магазинов в 2014 году, 42 новых магазинов в 2013 году, реконструкция 30 торговых точек в 2013-2014 годах – все это способствовало позитивной динамике выручки Компании в 2014 году. Продажи через Интернет выросли практически в два раза в отчетном периоде, что также положительно сказалось на чистой выручке за 2014 год.

Чистая выручка за 2014 год не включает примерно 3,7 млрд. рублей выручки за товары, предоплаченные в 2014 году, но доставленные покупателям в 2015 году (это произошло вследствие повышенной нагрузки на сервис доставки в декабре прошлого года из-за взрывного спроса на электронику). Указанная сумма была признана в качестве выручки по МСФО в январе 2015 года и будет включена в доход за 1-е полугодие 2015 года.

Валовая прибыль

В % от выручки валовая прибыль «М.Видео» выросла на 120 процентных пунктов с 25,9% до 27,10% или же до 46,6 млрд. рублей. Прирост валовой прибыли был достигнут благодаря улучшениям, полученным в управлении товарным ассортиментом, в частности, за счет роста продаж более дорогостоящих товаров и услуг в конце года; кроме того, на улучшение показателя валовой прибыли оказали влияние некоторая экономия на логистических издержках, снижение резервов под обесценение товарно-материальных запасов и увеличение объема компенсаций от поставщиков товара в связи с проведением различных промо-акций.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы в 2014 году увеличились на 14,5% до 38,4 млрд. рублей против 33,6 млрд. рублей годом ранее. Как процент от выручки эти расходы снизились на 0,4% с 22,7% в 2013 году до 22,3% в 2014 г.

Коммерческие, общие и административные расходы в 2012-2013 гг., млн руб. и как % от чистой выручки

	Год, завершившийся			
	31 декабря 2014 г.		31 декабря 2013 г.	
Заработная плата и соответствующие налоги	11 084	6,4%	9 678	6,5%
Арендные расходы (за вычетом доходов от субаренды)	9 693	5,6%	7 422	5%
Расходы на рекламу и продвижение товаров	3 923	2,3%	3 942	2,7%
Складские расходы	2 375	1,4%	2 204	1,5%
Оплата коммунальных услуг	1 705	1%	1 491	1%
Банковские услуги	1 283	0,7%	1 034	0,7%
Охранные услуги	971	0,6%	935	0,6%
Доставка клиентам	957	0,6%	984	0,7%
Прочие издержки реализации - общие и административные расходы	3 625	2,1%	3 243	2,2%
Обесценение и амортизация	2 809	1,6%	2 633	1,8%
Итого	38 425	22,3%	33 566	22,7%

Источник: данные Компании

* В число прочих позиций входят: услуги охраны, центр обслуживания, ремонт и техническое обслуживание, банковские сборы, упаковочные материалы и сырье, консультационные услуги, командировочные расходы и т.п.

Расходы по заработной плате и соответствующим налогам незначительно снизились как процент от выручки, главным образом, из-за роста продаж в 4-м квартале 2014 года. Рост сопоставимых продаж на 12% более чем компенсировал расходы на общее увеличение числа персонала в связи с открытием новых магазинов, а также рост премиальной части заработной платы в конце года, обусловленный более высокими продажами.

Расходы на аренду торговых площадей и коммунальные услуги увеличились на 0,6% как процент от выручки в 2014 году, главным образом, в связи с девальвацией российского рубля. Примерно около 40% арендных ставок в денежном выражении (по оценке на конец периода) были номинированы в различных иностранных валютах. Несмотря на то, что рост LFL-продаж значительно опередил заложенную в арендных договорах ежегодную индексацию, ослабление рубля привело к увеличению расходов на аренду.

Расходы на рекламу и продвижение в 2014 году снизились на 0,38% в процентах от выручки. Компании не пришлось проводить традиционные сезонные распродажи в условиях взрывного спроса на электронику в декабре прошлого года; кроме того, «М.Видео» продолжает оптимизировать издержки на этом направлении, как с точки зрения объема затрат, так и эффективности рекламных носителей. В связи с внедрением концепции Omni-Channel, Компания также увеличивает долю более дешевых рекламных кампаний в Интернете против более дорогих традиционных носителей, рекламных щитов и информационных брошюр.

Складские расходы в 2014 году незначительно снизились в 2014 году как % от выручки благодаря росту продаж и некоторым улучшениям в логистической системе, прежде всего, открытию нового Центрального Распределительного Центра в Ростове-на-Дону и улучшению оборачиваемости товарных запасов через ЦРЦ Компании.

Расходы по доставке товаров на дом в 2014 году незначительно сократились благодаря росту доли самовывоза покупок из магазинов при онлайн-заказах. Этот эффект был тем более заметен в городах с высокой себестоимостью доставки на дом, особенно в Москве.

Рост расходов на банковское обслуживание в 2014 году был обусловлен увеличением использования покупателями кредитных/дебитных карт при оплате покупок, до 40% от выручки в конце 2014 года против 28% в 2013 году. Рост карточных платежей связан с запуском программ лояльности рядом российских банков: покупатели предпочитают совершить платеж картой, с тем, чтобы иметь возможность копить бонусные баллы, а не снимать наличные в банкомате, как это было ранее.

Затраты на безопасность, а также на реконструкцию магазинов также незначительно снизились как % от выручки. Компания особо фокусировалась на экономии в данных сферах в ходе бюджетного процесса-2014 и намерена делать это и в будущем.

Обесценение и амортизация выросли в 2014 году в связи с запуском нескольких ИТ-проектов в 2013-2014 гг., а также реконструкцией существующих магазинов.

Прочие операционные доходы и расходы

Чистые прочие операционные доходы (за вычетом расходов) в 2014 году практически остались на уровне 2013 года. Собственно прочие операционные доходы выросли на 18% с 2,1 млрд. рублей в 2013 году до 2,5 млрд. рублей в 2014 году, однако этот рост был компенсирован увеличением прочих операционных расходов, вызванным, главным образом, изменением обменного курса рубля к основным валютам. Компания приобретала иностранную валюту в конце 2014 года для выполнения платежей по контрактам с некоторыми контрагентами, прежде всего, поставщиками IT-услуг (SAP, Oracle и т.п.).

Прочие операционные доходы включают комиссии от банков за выдачу потребительских кредитов в магазинах сети, доходы от доставки на дом и доходы от рекламы поставщиков в магазинах, тогда как прочие операционные расходы подразумевают затраты на реализацию основных средств, благотворительность и приобретение валюты.

Операционная прибыль

Рост операционной прибыли был прямо обусловлен улучшением валовой рентабельности, что частично было компенсировано ростом коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, в т. ч. амортизации.

Чистый финансовый доход

В 2014 году чистый финансовый доход «М.Видео» вырос, так как денежные средства Компании, находящиеся на банковских депозитах, принесли более высокий доход в связи с ростом процентных ставок год на год.

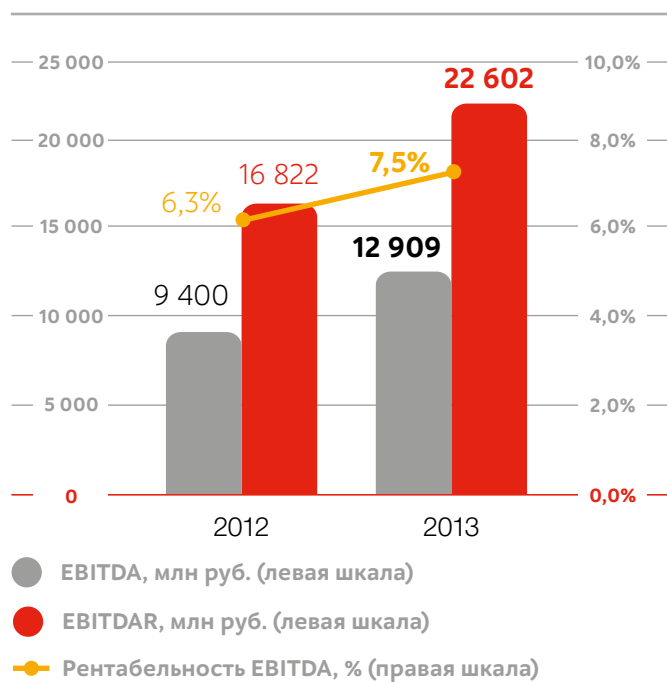
Расход по налогу на прибыль

Эффективная ставка налога на прибыль в 2014 году составила 23,7% в сравнении с 23,1% в 2013 году. Эксперты Компании полагают, что размер эффективной ставки по налогу на прибыль не будет превышать 23-24% в будущем.

Чистая прибыль за год

Чистая прибыль за год увеличилась на 39%, с 4,1 млрд. рублей в 2012 году до 5,7 млрд. рублей в 2013 году.

Динамика EBITDA/EBITDAR в 2013-2014 гг.



Источник: данные Компании

EBITDA

Показатель EBITDA увеличился на 37,3% с 9,4 млрд. рублей в 2013 году до почти 13 млрд. рублей в 2014 году. Рентабельность по EBITDA улучшилась до 7,5% против 6,3% годом ранее.

Активы и пассивы

Как и в предыдущие годы, в 2014 году Компания располагала прозрачным консолидированным балансом, в котором единственными крупными позициями среди активов были «Основные средства», «Товарно-материальные запасы», «Денежные средства и их эквиваленты», а среди пассивов – «Торговая кредиторская задолженность».

Рост основных средств был обусловлен расширением сети и реконструкцией существующих магазинов, в то время как увеличение нематериальных активов – запуском ИТ-проектов. Инвестиции в совершенствование ИТ-системы (прежде всего, в обеспечение сети магазинов и улучшение веб-платформы) будут продолжены и в будущем.

Управление уровнем оборотного капитала в 2014 году оставалось в фокусе внимания менеджмента Компании. В работе с поставщиками «М.видео» продолжает придерживаться паритета между кредиторской задолженностью и товарно-материальными запасами. Это обеспечивает финансовую устойчивость бизнес-модели «М.Видео» при наличии достаточных денежных средств на балансе и чистого дохода от финансовых операций. Отношение кредиторской задолженности к товарно-материальным запасам на конец 2014 года составляло 1,35 против 1,15 в 2013 году.

Денежные средства и их эквиваленты увеличились в отчетном году на конец 2014 года выросли более чем в два раза до 26,2 млрд. рублей против 11,5 млрд. рублей на конец 2013 года.

Движение денежных средств

Движение денежных средств от операционной деятельности

«М.Видео» продолжает генерировать существенный поток наличности от операционной деятельности.

В 2014 году Компания увеличила поступление денежных средств от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале до практически 13 млрд. рублей против 9,8 млрд. рублей годом ранее. Чистый денежный поток от операционной деятельности в 2014 году увеличился на 16,2 млрд. рублей благодаря позитивным изменениям в оборотном капитале и значительному росту выручки в конце отчетного периода.

Чистый денежный поток от операционной деятельности, наряду с небольшими вложениями в чистые активы позволяют Компании направлять значительные средства на выплату дивидендов.

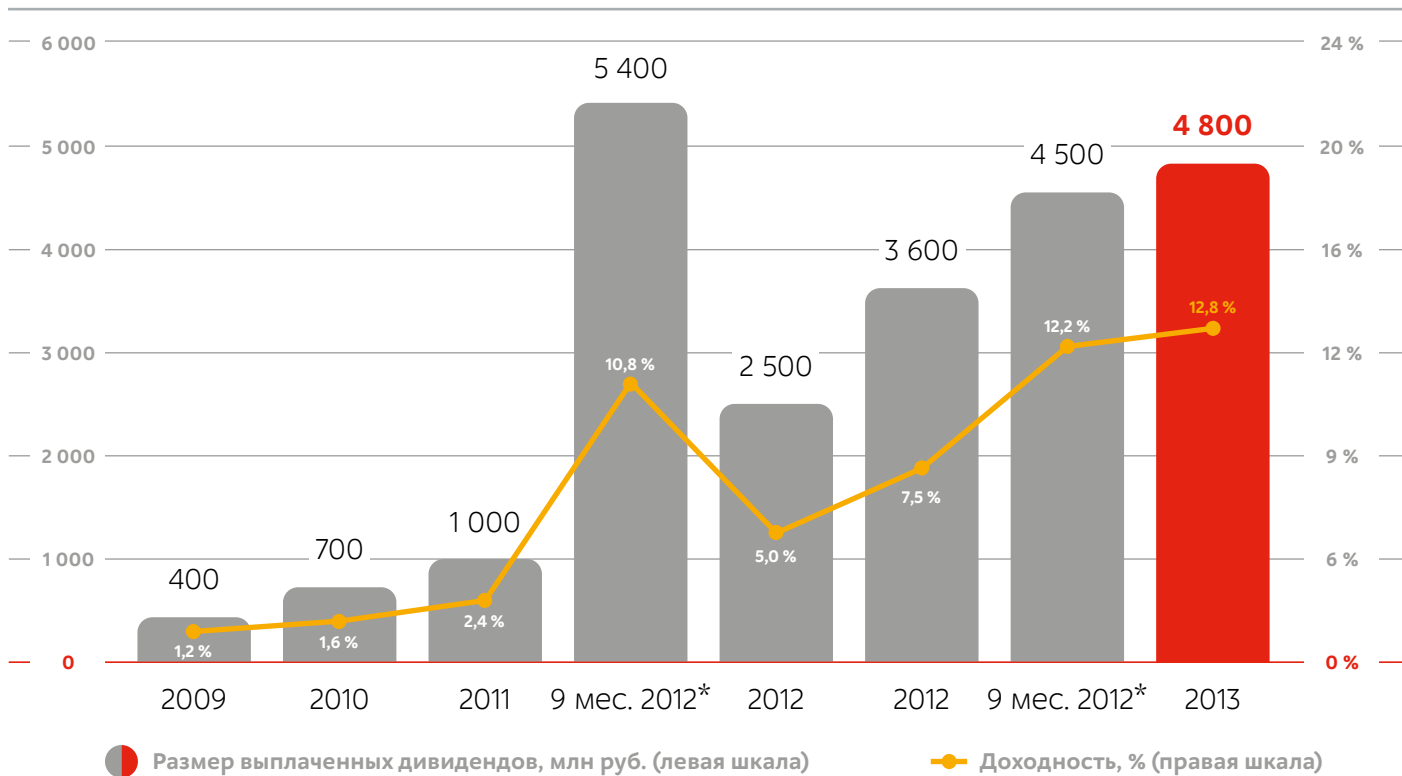
Движение денежных средств от инвестиционной деятельности

В 2014 году Компания инвестировала 4,3 млрд. рублей в рамках программ капитальных затрат, примерно столько же, сколько и в 2013 году. Основными капитальными затратами, как и годом ранее, стали инвестиции в открытие новых магазинов и оптимизацию ИТ-системы.

Движение денежных средств от финансовой деятельности

В 2014 году чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности, включали в себя выплаченные дивиденды в размере 8 млрд. рублей (в том числе, 3,5 млрд. рублей годовых дивидендов и 4,5 млрд. рублей специальных дивидендов) против 2,5 млрд. рублей годом ранее.

Дивидендные выплаты в 2009-2013 гг.



* Специальные дивиденды (плюсом к годовым дивидендам)

Источник: данные Компании