«М.Видео» сообщает о росте чистой прибыли по МСФО на 39% по итогам 2014 года.

26.03.2015 09:30

ОАО «Компания «М.видео», крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники (Московская Биржа: MVID), сообщает сегодня результаты аудированной консолидированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2014 года, подготовленной в соответствии с Международными Стандартами Финансовой Отчетности (МСФО).

Выручка «М.Видео» в 2014 г. выросла более чем на 16,3% до 203,2 млрд. рублей (с НДС). Рост продаж «М.Видео» был обусловлен открытием новых магазинов сети, увеличением продаж сопоставимых магазинов, а также практически двукратным ростом интернет-бизнеса Компании.

Валовая прибыль «М.Видео» в 2014 г. выросла на 21,5% до 46,6 млрд. рублей (38,4 млрд. руб. в 2013 г.), валовая рентабельность в 2014 г. достигла 27,1% (25,9% в 2013 г.).

Операционная прибыль «М.Видео» (EBIT) в 2014 г. выросла до 10,1 млрд. рублей (6,8 млрд. рублей в 2013 г.), операционная рентабельность (EBIT margin) в 2014 г. увеличилась до 5,9% (4,6% в 2013 г.).

Показатель EBITDA «М.Видео» в отчетном периоде увеличился практически до 13 млрд. рублей в сравнении с 9,4 млрд. рублей в 2013 г. Рентабельность по EBITDA в 2014 г. выросла до 7,5% в сравнении с 6.3% в 2013 г.

Чистая прибыль «М.видео» по стандартам МСФО в 2014 г. увеличилась на 39,4% до 8 млрд. рублей в сравнении с 5,7 млрд. рублей в 2013 г.

Александр Тынкован, Президент «М.Видео» так прокомментировал финансовые результаты по МСФО в 2014 г.: «В 2014 году мы достигли наивысших показателей рентабельности в своей истории, при этом оставаясь свободным от долгов, растущим бизнесом. «М.Видео» - по-прежнему номер один на рынке бытовой техники и электроники в России, мы продолжаем наращивать свою рыночную долю и отдачу от бизнеса для наших сотрудников, покупателей, поставщиков и акционеров».

Александр Тынкован также добавил: «Наша концепция Интегрированных Продаж (Omni-Channel) построена на том, что покупатели должны иметь выбор, где и как совершать покупки – в интернете или в магазинах – при сравнимых ценах и качестве услуг. Внедрение в «М.Видео» Интегрированных Продаж уже позволило привлечь больше покупателей в наши магазины и выразилось в практически двукратном росте онлайн-продаж в прошлом году».

Полная версия релиза в формате pdf>>>