

# Сравнение показателей работы лидеров российского ритейла и компании Carphone Warehouse

Розничная сеть Carphone Warehouse ( на сегодня в составе Best Buy) является крупнейшей в Западной и Центральной Европе независимой сетью по продаже услуг сотовой связи.

Поэтому напрашивается сравнение показателей работы этой сети и лидеров мобильного ритейла России. Особенно это интересно в условиях мирового кризиса. Для понимания как и кого больше затронул кризис. Ведь услуги сотовой связи стали необходимой и неотъемлемой частью нашей жизни, вне зависимости от географии обитания.

На диаграммах 1 и 2 приведена динамика изменения количества российских салонов компаний- лидеров мобильного ритейла РФ и Carphone Warehouse.

Диаграмма 1

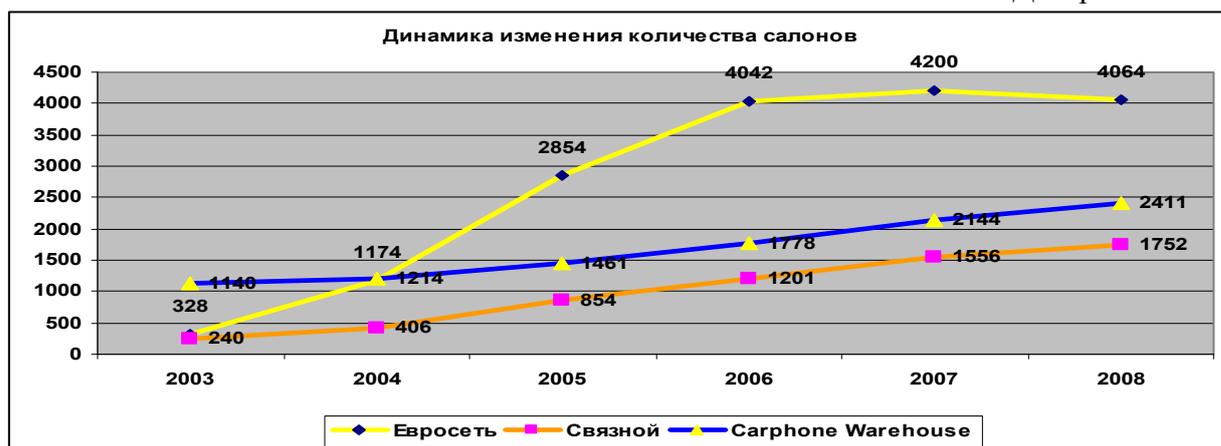
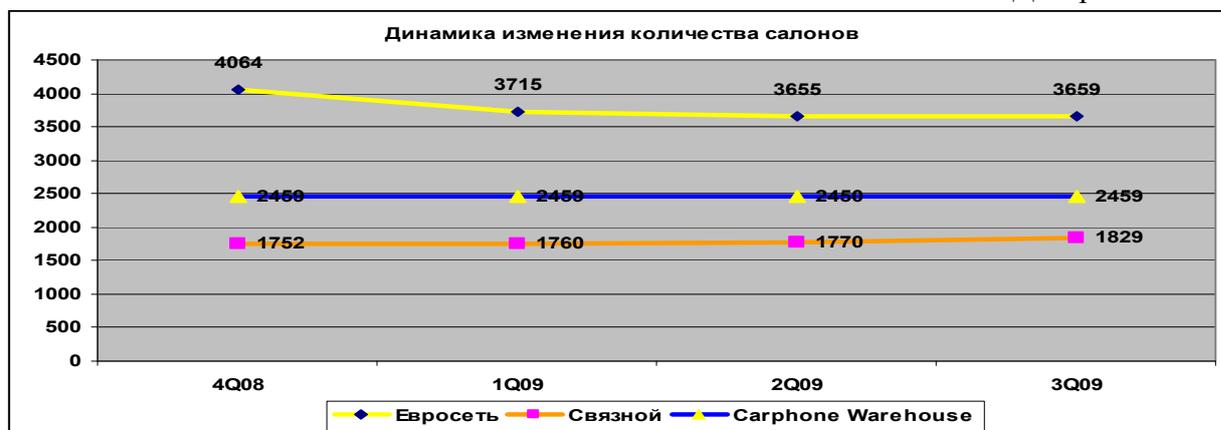


Диаграмма 2



При этом надо отметить, что в количество салонов Carphone Warehouse входят и франшизные в количестве: на конец 3Q08 -221 салон, на конец 3Q09 – 223 салона.

Из этих диаграмм видно, что наибольшую работу по оптимизации розничной сети проделала компания Евросеть, уменьшив на 10% количество своих российских салонов за 3 квартала. Причем основная работа была проделана в 1Q09.

Необходимо также отметить, что Carphone Warehouse также оптимизирует розничную сеть, как и российские ритейлеры, закрывая экономически неприбыльные салоны. На диаграмме 3 приведена динамика открытия и закрытия салонов Carphone Warehouse.

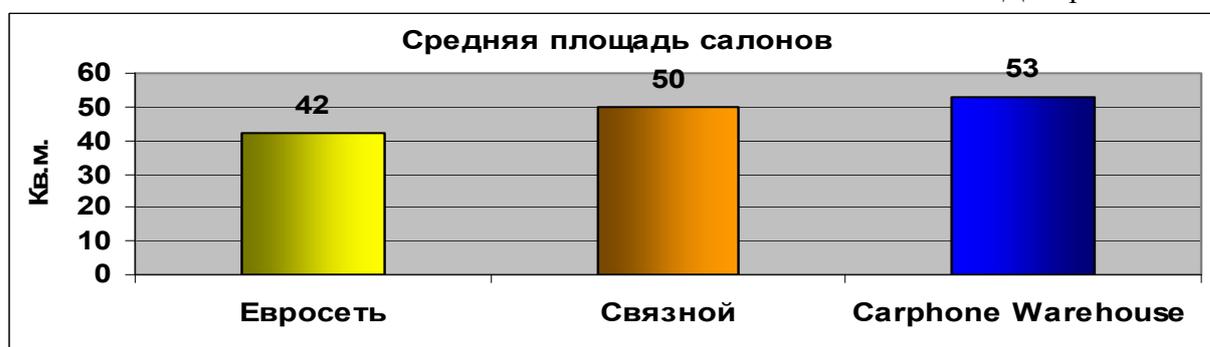
Диаграмма 3



При этом компания Carphone Warehouse начала работу по новому формату своих салонов площадью до 300 кв.м. Эти магазины имеют более широкий ассортимент ноутбуков, а также отделы по продаже игр, беспроводного телевидения и музыки. По заявлению компании по 30-40 подобных магазинов будет вводиться ежегодно.

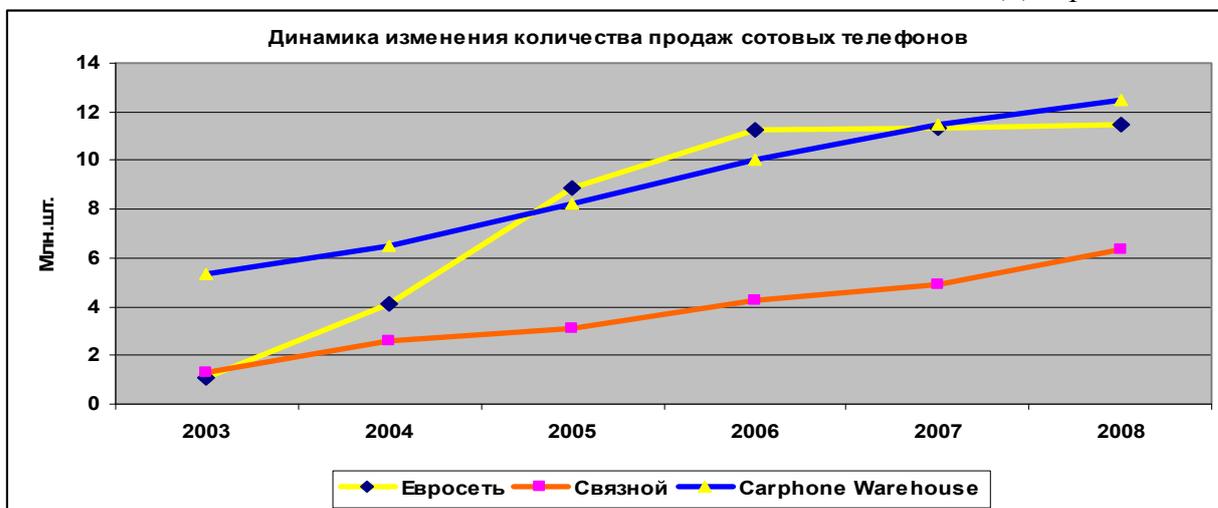
На диаграмме 4 приведена средняя площадь салонов компаний на конец 3Q09г.

Диаграмма 4



На диаграмме 5 приведена динамика изменения количества продаж сотовых телефонов компаниями.

Диаграмма 5



В связи с различиями 2-х рынков реализации услуг сотовой связи достаточно трудно сравнивать компании. Эти различия касаются продаж сотовых телефонов и SIM-карт. Если в России они продаются независимо (за исключением малой толики операторских телефонов), то в Европе в большей части продаются контракты вместе с телефонами. Причем телефоны, как правило, субсидированные. В 2008 году доля контрактных телефонов составила в компании Carphone Warehouse 38%. В количество проданных телефонов входят телефоны с длительными контрактами, подключенные по препейдным тарифам и телефоны без подключения к сетям операторов. Продаваемые неподключенные телефоны – некоторая часть этих телефонов – это телефоны, сданные клиентами, покупающие контракт вместе с телефоном. Доля неподключенных телефонов в общих продажах ритейла компании Carphone Warehouse в 2008 году составила около 6%.

На диаграммах 6 и 7 приведены количество продаж сотовых телефонов на рынке Западной Европы (по версии GFK) и доля Carphone Warehouse на этом рынке.

Диаграмма 6

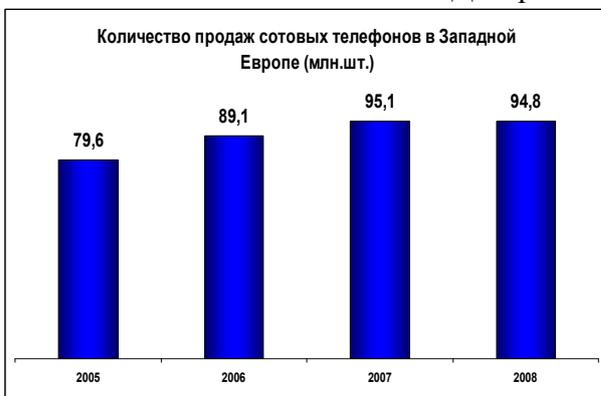
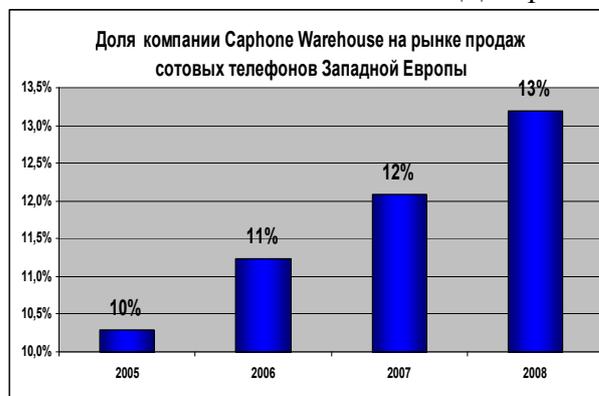


Диаграмма 7



На диаграммах 8-11 приведено количество продаж сотовых телефонов во 2-3 кварталах 2008 и 2009 годов и относительный их прирост.

Диаграмма 8

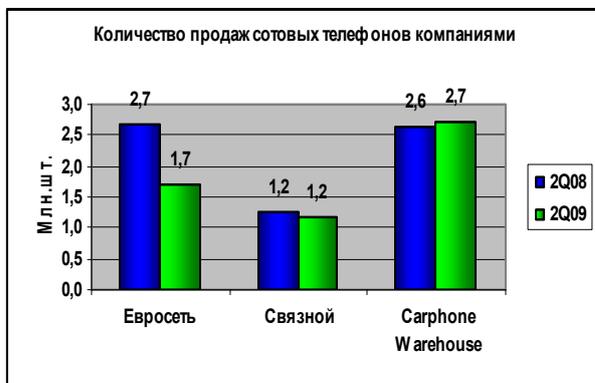


Диаграмма 9



Диаграмма 10

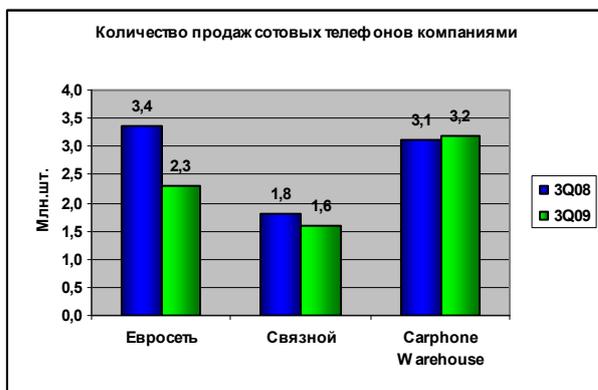
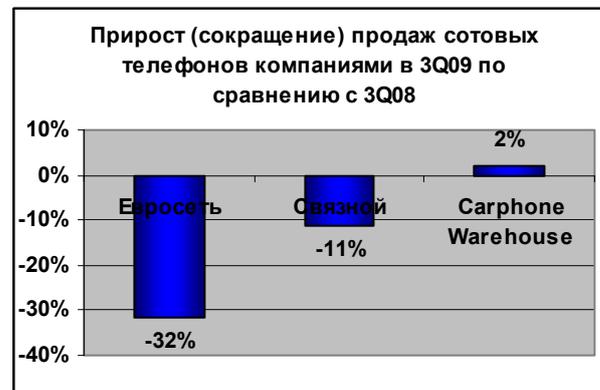


Диаграмма 11



Из этих диаграмм видно, что кризис сильнее затронул российские компании.

На диаграмме 12 приведены среднемесячные продажи сотовых телефонов на 1 салон.

Диаграмма 12



Более резкое падение продаж сотовых телефонов у компании Евросеть объясняется стремительным развитием ритейла и входом в региональные области с малым доходом населения. Как видно из диаграммы, такой проблемы у Carphone Warehouse нет. Некоторый рост продаж в 2008 году у российского ритейла объясняется началом реплейсмента телефонов в регионах.

На диаграммах 13, 15, 17 и 19 приведено количество продаж сотовых телефонов компаниями на 1 салон и на 1 кв.м. в месяц во 2Q08, 2Q09 и в 3Q08, 3Q09. На диаграммах 14, 16, 18 и 20 – прирост (сокращение) этих продаж.

Диаграмма 13

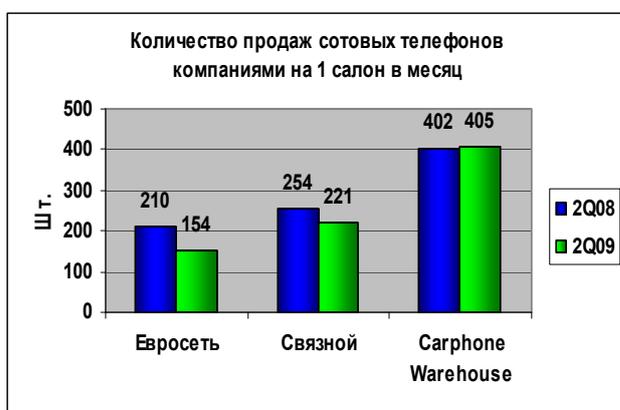


Диаграмма 14



Диаграмма 15

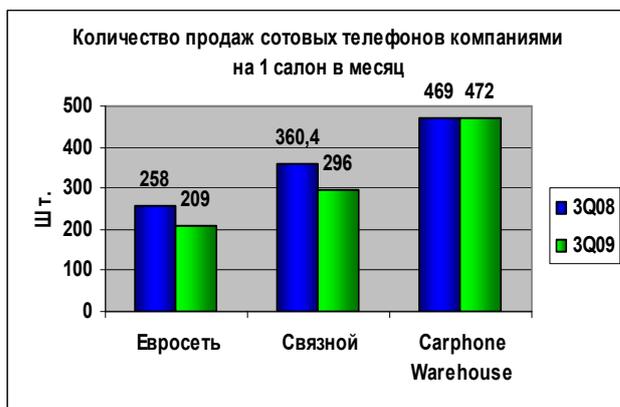


Диаграмма 16

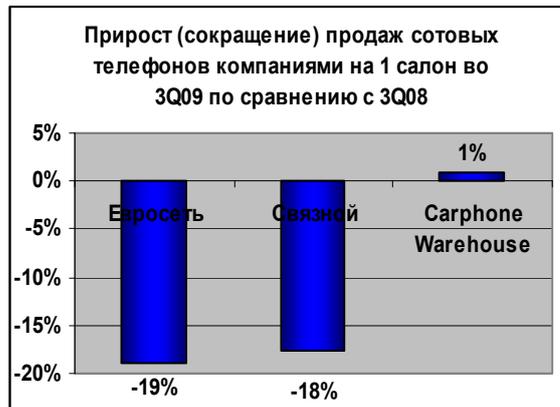


Диаграмма 17

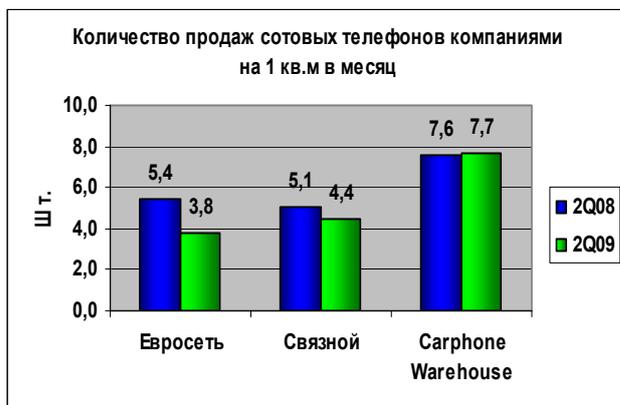


Диаграмма 18



Диаграмма 19

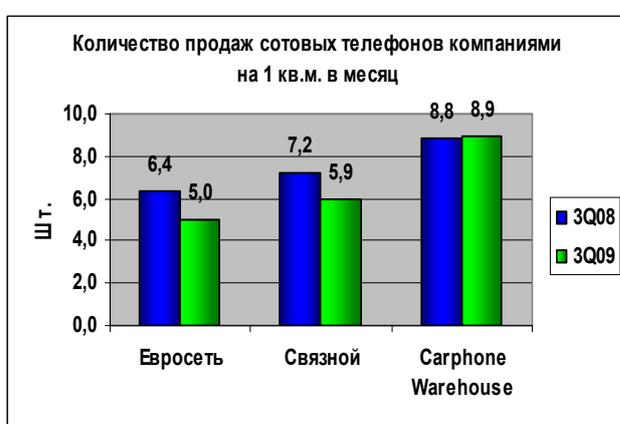
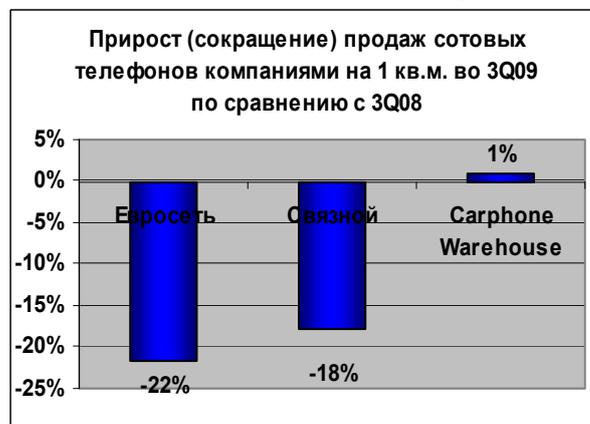


Диаграмма 20



Из этих диаграмм видно, что если у Carphone Warehouse количество продаж сотовых телефонов на 1 салон и 1 кв.м. в месяц достаточно стабильно, то у российского ритейла наблюдается значительный спад. Это еще раз подтверждает большую глубину падения рынка в России, чем в Европе.

Обращает на себя внимание большое количество телефонов, продаваемое средним салоном Carphone Warehouse. Оно в 3Q09 выше на 59% количества продаж одного салона у Связного и в 2,25 раза больше количества продаж одного салона Евросети. Но при этом не надо забывать разницу в уровне жизни, равномерности этого уровня по территории и плотности населения Европы и России. А к тому же мы эмоциональнее и, хорошо зная нашу историю, в дни невзгод закупаем соль и спички.

Владимир Л.Богданов