

PRODAJNI REZULTATI MAGMA GRUPE ZA 2009. GODINU

Magma grupa je u 2009. godini poslovala u uvjetima recesije koja je zahvatila sva tržišta u zadnjem kvartalu 2008., uvjetima snažnog pada kupovne moći te gubitka povjerenja potrošača. Financijska kriza prvenstveno se očitovala kroz relativnu nedostupnost kapitala kako za poslovne subjekte tako i za stanovništvo te na rast kamatnih stopa. Tečajevi nacionalnih valuta u odnosu na euro su imali bitno manje oscilacije nego u 2008. godini, a u Hrvatskoj je u drugoj polovici godina kuna zabilježila rast u odnosu na euro. Drastičan pad prodaje trajnih i polutrajnih dobara (stanova i automobila) na najbolji mogući način oslikava dubinu krize potrošnje te strah potrošača za svoja buduća primanja i sigurnost radnih mjesta.

U Hrvatskoj je dodatni udar na potrošnju izvršen putem uvođenja kriznog poreza te povećanja stope PDV-a, a politički potresi te iznenadni odlazak predsjednika Vlade 1.7.2009. dodatno su doprinijeli padu potrošnje što je vidljivo iz podataka koji slijede.

Naime, najmanji pad prihoda zabilježen je u prvom kvartalu 2009. (2,50% u usporedbi s istim razdobljem 2008.), dok je najveći pad zabilježen upravo u trećem kvartalu, u vrijeme koje je uslijedilo odmah nakon iznenadne ostavke predsjednika Vlade, uvođenja kriznog poreza i povećanja stope PDV-a, i to u iznosu od čak 24,9% .

Navedeno ukazuje da je pad potrošnje daleko više vezan uz pesimizam potrošača nego uz realni pad prihoda kućanstava.

Razmatrajući rezultate po državama, možemo konstatirati da su prvi znaci oporavka zabilježeni u Srbiji i to kroz rast potrošnje u prosincu 2009. što je dovelo i do rasta u trgovačkoj mreži Magma International (*like to like* usporedba u prosincu bilježi porast u iznosu od 6,8% u odnosu na prosinac 2008.).

Prema prvim nerevidiranim podacima Magma grupa ostvarila je ukupan konsolidirani prihod od prodaje u iznosu od 848 milijuna kuna, što je 14,3% manje od prihoda ostvarenog 2008. godine. Konsolidirana nerevidirana marža iznosi 38,37% što je 8,7% manje u usporedbi s maržom ostvarenom prošle godine.

- Trgovački lanac Turbo limač (sa 69 prodajnih mjesta) ostvario je ukupan prihod od 415 milijuna kuna što je 4,81% manje u usporedbi sa prethodnom godinom.
- Lanac Turbo sport (33 prodajnih mjesta) ostvario je ukupan prihod od 210 milijuna kuna što je za 14,1% manje u usporedbi s 2008. godinom.
- Magma modne trgovine (39 prodajnih mjesta) ostvarile su ukupan prihod od 132 milijuna kuna što je pad od 42,7% u usporedbi sa prethodnom godinom.
- Trgovački lanac Magma Home (18 prodajnih mjesta) ostvario je ukupan prihod od 40 m HRK što je rast od 98% u odnosu na prihod ostvaren u 2008.

Magma grupa je u sklopu restrukturiranja i prilagodbe maloprodajne mreže tijekom 2009. godine zatvorila ukupno 25 prodajnih mjesta, otvorila je 15 novih, a sadržaj ili asortiman je promijenjen na 11 prodajnih mjesta.

Iz navedenih rezultata je vidljivo da je segment potrošnje za djecu najviše rezistentan na krizu i pad povjerenja potrošača, dok je najveći pad prohoda zabilježen u segmentu globalnih modnih marki (poglavito u segmentu ženske mode).

MAGMA grupa je u 2009. godini bitno ubrzala obrtaj zaliha te je tako na 31.12.2009. ukupan nivo zaliha u nabavnoj vrijednosti smanjen za 42,32% u odnosu na stanje zaliha na 31.12.2008.

Analizirajući troškove, možemo uočiti da je najveći pad zabilježen na troškovima zaposlenih koji su smanjeni za 28%. Najveći porast u strukturi troškova bilježi trošak amortizacije i to za 33%.

Investicije u maloprodajnu mrežu u 2009. Smanjene su za 81% u odnosu na 2008. (ne uključuje investicije u novi logističko-distribucijski centar u Jastrebarskom).

MAGMA grupa očekuje da će u 2010. početi oporavak potrošnje i rast društvenog proizvoda na većini tržišta u kojima tvrtka posluje.

U Hrvatskoj, koja je za MAGMA grupu i dalje dominantno tržište, bitno je da država refinancira svoj dug i provodi daljnje zaduženje na inozemnim financijskim tržištima te na taj način doprinese daljnjem padu kamatnih stopa te jačem financiranju realnog sektora i stanovništva od strane domaćih banaka. Krivulja oporavka bila bi bitno strmija ukoliko bi došlo do ukidanja kriznog poreza i smanjena stope PDV-a. Uz osiguranje odgovarajuće političke stabilnosti te rast turističke potrošnje, u drugoj polovici 2010. mogli bismo očekivati realne stope rasta kako osobne potrošnje tako i društvenog proizvoda.

MAGMA grupa će u 2010. nastaviti s promjenom dijela formata trgovina te prilagodbom asortimana i sadržaja trgovina uvjetima na tržištu. Tako će tijekom siječnja i veljače tržištu biti predstavljena dva nova koncepta – *Magma lifestyle* i *Turbo sport core*. Oba su koncepta potpuno nova na ovim tržištima i trebaju popuniti tržišne niše te unaprijediti kvalitetu i asortiman poslovanja ostalih trgovačkih lanaca u sklopu tvrtke.

Sukladno provedenim mjerama u 2009., u ovoj godini tvrtka očekuje daljnji pad troškova zaposlenih uz zadržavanje postojećeg nivoa prosječne plaće kao i brži obrtaj zaliha, skraćivanje vremena potrebnog za nabavku roba te smanjivanje troška najma trgovačkog prostora. Navedeno će omogućiti stabilno poslovanje tvrtke te osigurati odgovarajuće preduvjete za rast i razvoj poslovanja u narednom razdoblju.

Martina Bandula
Voditeljica odnosa s investitorima
Magma d.d.